وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الموصل – كلية الحقوق

حماية المستهلك في نطاق القوانين المنظمة للعلامة التجارية

فرهاد عابد سليم

رسالة ماجستير

في القانون الخاص/ القانون التجاري

بإشراف الدكتور

د. مهند إبراهيم علي الجبوري

أستاذ القانون التجاري المساعد

١٤٤٤هـ ٢٠٢٣م

المستخلص

شغلت العلامة التجارية في الحقبة الزمنية الأخيرة مكانة عالية ورفيعة في النطاق التجاري الوطني والدولي خاصة بعد تطور وسائل الاتصال الحديثة والتكنولوجيا ووسائل المواصلات والنقل، كل هذا التقدم الهائل الذي وصل اليه العالم، مكن التجار وأصحاب العلامة من الترويج لمنتجاتهم وبضائعهم وما يقدموه من خدمات، كما تمكنوا في بلوغ أسواق جديدة دون مشقة بالمقارنة بالحقب الزمنية الماضية، ولقد أدى ذلك الى ظهور كميات هائلة من المنتجات والبضائع المتماثلة مما تسبب بأختلاط الامر على المستهلك نظرا لتشابه هذه المنتجات والبضائع، فبرز دور العلامة التجارية التي امكن باستعمالها تميز المنتجات او البضائع او والخدمات في سهولة والحقيقة ان النظام القانوني للعلامة التجارية يرتكز على ركيزتين اساسيتين الاولى حماية مالك العلامة التجارية من الاعتداء على علامته بأي شكل من الاشكال والثانية حماية المستهلك عن طريق جعل شروط العلامة واحكام حمايتها متلائمة مع حقوق المستهلك، الا ان هذا التطور والازدهار في المنظومة التسويقية التي تتبعها الشركات من اجل الترويج عن منتجاتها وتحقيقها الربح. وذلك من خلال التأثير على دوافع الشراء للمستهلك أدى الى تحقيق الميزة التنافسية العالية من خلال توظيف الأموال للحفاظ على الجودة والتحسين المستمر، مما يضمن السمعة الحسنة والشهرة الدائمة وتمييز منتج وخدمة صاحب العلامة عن غيره من المنافسين، وفي مقابل هذا التطور لم تخلوا العملية التسوقية من حصيلة الاعتداءات على العلامة في عدة صور كالتقليد او التزوير او اغتصاب العلامة او بيع وعرض منتج او خدمة غير مطابق للخدمة الاصلية او منتج غير سليم او غير المصرح به او المعلن عنه. كل هذه الاعتداءات تؤثر سلبا على حقوق المستهلك في إقتناء منتج أو خدمة تحمل علامة تجارية غير أصلية، مما دعت المشرعين للسعي من أجل القضاء على تلك الإعتداءات على العلامة بتنظيم قوانين تحمي المستهلك ومنحه حق الدفاع عن العلامة بدعاوي عامة المنظمة في قوانين حماية المستهلك المتمثلة بدعوى التزام المطابقة والتزام السلامة والالتزام بالاعلام ودعاوى منظمة في التنظيم الخاص لقانون العلامة التجارية المتمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة لكل اعتداء واقع على العلامة وإتخاذ إجراءات تحفظية وحقه في المطالبة بالتعويض عن كل ضرر يصيب ذلك المستهلك نتيجة تلك الاعتداءات، ولم تكتفي التشريعات الوضعية في إعطاء المستهلك حق إقامة الدعاوي المدنية للدفاع عن حقه، وانما شددت على إجراءات تسجيل العلامة والمخالفات المترتبة على شروطها الموضوعية، واعطت للمسجل الحق الرقابي على تسجيل العلامة في حال مخالفتا لشروطها المطلوبة، وأعطت هيئات حماية المستهلك الحق الرقابي للدفاع عن حقوق المستهلك من كل اعتداء على العلامة.

Abstract

In the recent era, the trademark has occupied a high position in the national and international commercial field, especially after the development of modern means of communication, technology and means of transportation. With all this tremendous progress that the world has reached, merchants and brand owners have been able to promote their products, goods, and services they provide, and they have also been able to reach new markets without hardship compared to past eras, and this has led to the emergence of huge quantities of similar products and goods, which caused confusion to the consumer due to the similarity of these products and goods, the role of the trademark emerged, by which it was possible to distinguish products, goods or services with easiness and ease. However, this development and prosperity in the marketing system that companies follow in order to promote their products and make a profit by influencing the purchase motives for the consumer has led to achieving a high competitive advantage by employing funds to maintain quality and continuous improvement, which guarantees good reputation, permanent fame and distinguishing the product and service of the concerned person from other competitors. In opposite to this development, the marketing process was not devoid of the outcome of attacks on the mark in several forms, such as imitation, forgery, taking the mark by force, selling and displaying a product or service that is not identical to the original service, or an improper, unauthorized or advertised product. All these attacks negatively affect the consumer's rights to own a product or service bearing a non-original trademark, which calls the statutory legislation, in order to eliminate these attacks on the mark, to regulate laws protect the consumer which give the consumer the right to defend the mark in public lawsuits organized in consumer protection laws, represented by the lawsuit of Non-matching, commitment to safety, information, and organized lawsuits in the special organization of the trademark law, represented by the lawsuit of unfair competition, which eliminates every assault on the trademark, taking precautionary measures, and its right to claim compensation for every harm that befalls that consumer as a result of those assaults. Statutory legislation did not meet in giving the consumer the right to file civil lawsuits to defend its right. It stressed the procedures for registering the mark and the violations resulting from its objective conditions, and gave

the registrant the supervisory right over the registration of the mark. In the event that it violates its required conditions, the consumer protection authorities are given the supervisory right to defend the consumer's rights in every attack on the mark

University of Mosul

College of Law

Consumer Protection Within the Scope of Trademark Laws

Thesis submitted by

FARHAD ABD SALEEM

To

The Council of the College of Law University of Mosul In Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of Arts In Private Law/ Commercial Law

Supervision By

DR. MOHANNED IBRAHIM ALI AL- JUBOURI

Associate Professor of Commercial Law

2023 A.D. **1444 A.H.**