

الاطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان

د. طالب برايم سليمان

مدرس القانون الخاص - جامعة سوران

محاضر في كلية القانون - جامعة ايشك

مقدمة

لا جدال في ان حماية الملكية الفكرية لاتعني فقط حماية الابتكارات الفنية والادبية والاختراعات والعلامات والتصاميم الطوبوغرافية، انما تعني حماية المنتجات الزراعية والصناعة الحرفية متى ما كانت هذه المنتجات ذات صلة وثيقة بمصدرها ومكان نشأتها بموجب مؤشرات جغرافية، وهذه المؤشرات تحدد منشأ منتج ما في اقليم دولة او منطقة معينة في الاقليم متى كانت نوعية او سمعة او خصائص المنتج ترتبط بصورة اساسية بمنشأها الجغرافي، اذ لابد من القول بان لكل دولة او اقليم مؤشر جغرافي تفتخر بها وتعتبرها من كنوزها سواء اكانت طبيعية ام مصنعة، ومن المؤشرات الجغرافية المشهورة عالمياً: (القطن المصري)، (الهيل الهندي)، (الارز الباكستاني)، (الشاي السيلاني)، (السجاد الايراني)، (الاجبان الفرنسية)، (الشوكولاته السويسرية)، فنظراً لشهرة فائقة او نوعية مميزة للمنتجات التي تحمل المؤشرات (شأنها شأن باقي الحقوق الملكية الصناعية) قد تكون عرضة للتعدي من قبل الغير، وعلى ذلك فقد تدخلت الاتفاقيات الدولية في سبيل اضعاف الحماية الدولية لها، وان النواة الاولى لهذه الحماية وضعت في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٢ وتعززت باتفاقية لشبونة ١٩٥٨، وبلغت ذروتها مع ابرام اتفاقية تريبس (TRIPS) (الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية) عام ١٩٩٤ حيث اصبحت واقعة ضرورية والتزام ثابت، واحدى المستلزمات الاساسية لدخول الى منظمة التجارة العالمية، والتي يتابع العراق (من ضمنها اقليم كردستان) اليوم بحفاوة عملية الانضمام اليها، وعليه لابد من وضع الاطار القانوني اللازم لحماية هذه المؤشرات من الاستغلال التجاري والمنافسة غير المشروعة سواء اكانت على المستوى الداخلي ام الدولي من جانب، ولضمان المستهلك من أن المنتج الذي يحمل المؤشر صادر عن مكان مشهور ويتسم بصفات تعزى إلى مكان إنتاجه من جانب آخر.

### مشكلة البحث

تتميز اقليم كردستان بمؤشرات جغرافية هامة، بعضها طبيعية هبة من الله اوجدها في باطن الارض كالمياه المعدنية المشهورة مثل (مياه شيخ بالك)، (مياه جبل متين)، وبعضها مصنعة مثل (كلاش هورامان)، (مرز زاخولي) وعلى نطاق المناطق تتنوع جودة المنتجات مثل (رمان شاربان ونازنين)، (جوز هورامان)، (عسل حاج عمران)، (ارز عقرة وبازيان)، (تفاح برواري بالا)، والمشكلة هنا على الرغم من شيوع هذه المؤشرات في الاقليم من الناحية الواقعية، الا ان المنتجين (او المستغلين) بها لا يعرفونها من الناحية القانونية سواء أكانت من حيث ماهيتها ام الشروط اللازمة لاتخاذها ام الوسائل الكفيلة بحمايتها ضد اي حالات التعدي عليها هذا من ناحية، ومن ناحية اخرى ان المشرع الكوردستاني لم يبدي رغبته بعد في تنظيم هذا الحق، فاذا ترك الامر لاحكام قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي لسنة ١٩٥٧ والمعدل في ٢٠٠٤، فانه وقع في المغالطة لان المشرع العراقي نظم هذا الحق في مادتين فقط، وعند المؤشر كنوع من انواع العلامات التجارية من حيث الشروط والاحكام والحماية، والدارج انهما حقان منفصلان عن بعضهما البعض (كما سنرى فيما بعد)، وان لكل منهما احكام قانونية خاصة، لذا نظهما العديد من المشرعين في تشريعات منفصلة عن بعضهما البعض، وعليه فان عدم وجود تنظيم خاص لهذا الحق في الاقليم في نظرنا يعد نقصاً بالغاً الذي يستوجب معالجته لان اضعاف الحماية القانونية للمنتجات التي تحمل المؤشرات الجغرافية تعطي لها قيمة مضافة مما يشجع الزراعة والصناعات الحرفية ويؤثر ايجاباً على دخل

المزارعين والحرفيين والمنتجين، كما ويشجع السياحة في المناطق الجغرافية التي تحمل اسمها المنتجات المحمية وفي نهاية المطاف تعود بالمنفعة على المحافظة على تراثنا القومي وتنمية لاقتصادنا الوطني، خصوصاً ان للمشرعنا الكوردستاني سوابق مبشرة في تنظيم قوانين خاصة التي تتعلق بالتنمية الاقتصادية، كقانون الاستثمار والمنافسة غير المشروعة وحماية حقوق المؤلف وغيرها.

### اهداف البحث

ينصب هدف البحث في دراسة الاطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان من خلال البحث في مفهوم هذه المؤشرات وبيان خصائصها وطبيعتها القانونية وشروط اتخاذها والوسائل الكفيلة بحمايتها من الناحيتين المدنية والجنائية، كل ذلك من خلال المقارنة بين القانون العراقي الذي لم يفرق بين المؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية من حيث الشروط والحماية وقوانين بعض الدول العربية التي نظم احكام المؤشرات الجغرافية منفصلاً عن العلامات التجارية، كل ذلك لوضع لبنة اساسية لمشروع قانون خاص بحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان منسجماً مع الواقع والطموح.

### منهجية البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج التحليلي الذي يقوم على أساس عرض وتحليل النصوص القانونية والآراء الفقهية (المنسوبة على موضوع البحث) ومناقشتها واستخراج الأحكام المناسبة منها وبيان رأينا فيها، كما ويعتمد على المنهج المقارن ايضاً حيث يقوم باجراء المقارنة بين مواقف بعض القوانين مع القانون العراقي، فقد اعتمدنا على قانون المؤشرات الجغرافية الاردني رقم (٨) لسنة ٢٠٠٠، وقانون المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٠.

### هيكلية البحث

بناءً على ما تقدم فقد ارتأينا تقسيم البحث على النحو التالي:

**المبحث الأول: ماهية المؤشرات الجغرافية**

**المطلب الاول: مفهوم المؤشرات الجغرافية**

**المطلب الثاني: خصائص المؤشرات الجغرافية وطبيعتها القانونية**

**المطلب الثالث: تمييز المؤشرات الجغرافية عما يشابهها من اوضاع**

**المبحث الثاني: احكام حماية المؤشرات الجغرافية**

**المطلب الاول: شروط حماية المؤشرات الجغرافية**

**المطلب الثاني: وسائل حماية المؤشرات الجغرافية**

## المبحث الاول

### ماهية المؤشرات الجغرافية

ان فكرة وضع قانون لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان في الحقيقة ما هي الا لتوسيع مفهوم حماية حقوق الملكية الفكرية في الاقليم، حيث تفترض في هذه الحماية الا تكون مقتصرأ على الملكية الفنية والادبية كحق المؤلف والصناعية، كبراءات الاختراع والنماذج الصناعية والعلامة الفارقة للتمييز بين السلع والبضائع والخدمات المشابهة، بل تمتد لتشمل السلع والبضائع التي اشتهرت بها مناطق جغرافية معينة واقترنت اسماء هذه السلع والبضائع باسماء هذه المناطق او بخاصية جغرافية لها، على سبيل المثال وضع الحماية القانونية للرز العقراوي الذي اشتهر بانتاجه قضاء عقرة، على صيغة يحظر لاي منطقة اخرى في الاقليم والعراق او اي بلد آخر ان تطلق على انتاجها من الرز بالرز العقراوي، وعليه فان الولوج الى توضيح ماهية هذه المؤشرات الجغرافية يتطلب بيان مفهومها وطبيعتها وخصائصها وتمييزها عما يشابهها من الاوضاع القانونية، وعليه سنقسم المبحث الى ثلاثة مطالب كالآتي:

## المطلب الاول

### مفهوم المؤشرات الجغرافية

لا جدال في القول بان مصطلح المؤشرات الجغرافية كانت قديمة العهد من حيث التسمية، اذ ان التاصيل التاريخي يكشف لنا على ان هناك من المنتجات اشتهرت باسماء المناطق الجغرافية التي تنتج فيها على الرغم من السمات المناخية والعوامل البشرية التي ساهمت في منح منتج<sup>(١)</sup> شهرة خاصة، بيد ان الاعتراف بها كحق من حقوق الملكية الفكرية قد جاء متأخراً الى حد ما، حيث ارتبط تأصيلها التاريخي بالثورة الصناعية التي حدثت في القرن التاسع عشر، حيث بادرت بعض الطوائف في بعض اقاليم معينة باوروبا لحماية منتجاتهم على اساس مؤشر جغرافي، وتكللت الجهود في دخولها الى اروقة الحماية الدولية في (١٨٨٣) تحت تسمية (تسميات المنشأ) وذلك في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية<sup>(٢)</sup>، ولبيان مفهوم هذا المصطلح نقسم المطلب الى ثلاثة فروع، في الفرع الاول نتناول مفهوم المؤشرات الجغرافية في الاصطلاح الفقهي، وفي الفرع الثاني نركز على المفهوم في الاتفاقيات الدولية، وفي الفرع الثالث نكرس الجهد لبيان المفهوم في الاصطلاح التشريعي كالآتي:

(١) علماً لغرض هذه الدراسة يستخدم مصطلح منتج ( بفتح تاء) للدلالة على كل منتج طبيعي او زراعي او صناعي او تقليدي التي تنتج في منطقة جغرافية معينة، ومصطلح منتج (بكسر تاء) للدلالة على كل مستغل للمنتجات وتشمل مزارع او صانع او حرفي في هذه المنطقة.

(٢) أبرمت الاتفاقية في ٢٠ مارس ١٨٨٣ (والتي أصبحت نافذة المفعول في ١٨٨٤/٦/٧) تم تعديلها ببروكسل في ١٤ ديسمبر ١٩٠٠، وواشنطن في ٢ يونيو سنة ١٩١١ ولاهاي في ٦ نوفمبر سنة ١٩٢٥ ولندن في ٢ يونيو ١٩٣٤ ولشبونة في ٣١ أكتوبر ١٩٥٨ وستوكهولم في ١٤ يوليو ١٩٦٧ والمنقحة في ١٩٧٢. وقد انضم العراق إلى هذه الاتفاقية في ٢١ تشرين الأول سنة ١٩٧٥ بموجب القانون رقم (٢١٢) لسنة ١٩٧٥، المنشور في الوقائع العراقية عدد ٢٥٠٨ لسنة ١٩٧٦.

## الفرع الاول

### مفهوم المؤشرات الجغرافية في الاصطلاح الفقهي

عموماً لم يكن موضوع المؤشرات الجغرافية اوفر حظاً عند متناول الفقهاء بالبحث والدراسة، ولدى اطلاقنا على العديد من المؤلفات الفقهية الخاصة بحماية الملكية الفكرية وجدنا اغلبها جاوز التطرق الى الموضوع، اما القلة القليلة الذين ابدوا رغبتهم، كانت دراستهم سطحية للغاية تكمن في الاشارة الى نصوص خاصة بالموضوع في اتفاقية تريبس وانعكاسها على التشريع الداخلي لبلدانهم دون الولوج الى التفاصيل والجزئيات للمسألة، وكان ايراد تعريف خاص للمؤشر الجغرافي ضمن المواضيع التي تجنب العديد من الفقهاء التطرق اليه، ومن بين الفقهاء الذين اورد التعريف، الاستاذ الدكتور نوري حمد خاطر اذ عرفه بانها "تسميات جغرافية توضع على المنتجات لتمييزها عن غيرها من حيث تحديد نوعيتها ووجهة انتاجها للجماهير"<sup>(١)</sup>.

في رأينا ان هذا التعريف مؤاخذ عليه في عدة نواحي اولاً: عرف الفقيه المؤشرات الجغرافية بانها تسميات جغرافية في حين اغفل ذكر مفهوم هذه التسميات فنتساءل كيف يمكن ان نعرف شيئاً بشيء آخر يحتاج الى التعريف، ثانياً: لم يوضح لنا التعريف طبيعة المنتجات التي تحمل المؤشر الجغرافي هل هي زراعية ام حرفية ام غذائية ام صناعية، ثالثاً: انه خلط بشكل واضح بين العلامة التجارية والمؤشر الجغرافي عندما اوضح في ان مهمة هذه التسميات تكمن في التمييز بين المنتجات والتي هي بالاساس وظيفة من وظائف العلامة التجارية. وهناك من يعرفه<sup>(٢)</sup> بانها "بيان تجاري يحدد منشأ السلعة من حيث بيئتها الجغرافية". وهذا التعريف منتقد ايضا بحسب منظورنا لانه خلط وبشكل واضح بين البيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في الوقت الذي توجد هناك فارق كبير بينهما، لعل اهمها ان البيانات على عكس المؤشرات لا يدخل ضمن نطاق حقوق الملكية الصناعية قط، اذ ان دوره تنحصر في وضع بعض معلومات من قبل التاجر او الصانع او مقدم الخدمة لمعرفة مقدار او عدد او وزن او شكل او طريقة استعمال السلعة او المنتج او الخدمة.

## الفرع الثاني

### مفهوم المؤشرات الجغرافية في الاتفاقات الدولية

دخل المؤشرات الجغرافية أروقة القانون الدولي للملكية الفكرية عام ١٨٨٣ عند ابرام اول اتفاقية خاصة بحماية الملكية الصناعية، وهي اتفاقية باريس، ولكن تحت تسمية (تسميات المنشأ)، والذي يؤخذ على الاتفاقية انها تجاهل ايراد تعريف خاص لهذه التسميات، وفي تطور لاحق وحماية للمنتجات الزراعية والغذائية والحرفية والنبيذ (الخمر)، قامت الدول المتعاقدة بابرام اتفاقية اخرى في عام ١٩٥٨ وهي اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ، وعرف الاتفاقية هذه التسميات في المادة (١/٢) على انها "التسمية الجغرافية لاي بلد او اقليم او جهة، التي تستخدم للدلالة على احد المنتجات الناشئة في هذا البلد او الاقليم او الجهة، والتي تعود جودته او خصائصه كلية او اساساً الى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية". يفهم من التعريف ان تسميات المنشأ ما هي الا

<sup>(١)</sup> د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٣٦٧.

<sup>(٢)</sup> Chavanne (A) &Burst (J.J), Droit de la propreete industrielle, 5 eme ed, Dalloz delta, p 327.

نقلاً عن: د. عجة الجليلي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، ج٤، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٥، ص ٢٤٠.

عبارة عن تسميات جغرافية لاقليم او اماكن تتميز بوجود منتجات زراعية او صناعية او غذائية او حرفية ذات جودة عالية وشهرة فائقة مقارنة باقاليم اخرى التي تنتج نفس المنتجات، والوجه التمييز بين اتفاقية لشبونة واتفاقية باريس هنا، ان اتفاقية لشبونة ركز على المناطق الجغرافية التي اشتهر فيها المنتج، بيد ان اتفاقية باريس اغفل الاشارة الى تلك المناطق بقدر جعل تسميات المنشأ تحت طائلة حقوق صناعية مكفولة الحماية وعلى نطاق اوسع<sup>(٥)</sup>، هذا السبب واسباب اخرى مقنعة<sup>(٦)</sup> جعل بالفقه الدولي الى بذل جهود حثيثة في سبيل حلول مصطلح المؤشرات الجغرافية محل مصطلح تسميات المنشأ في القانون الدولي للملكية الفكرية، وتكثرت تلك الجهود بالنجاح وانعكست اثارها على اتفاقية تريبس (TRIPS) (الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية) حيث اطلق ولاول مرة مصطلح المؤشرات الجغرافية بدلاً من تسميات المنشأ، واولت الاتفاقية اهتماماً متزايداً بهذا الموضوع وترك له مساحات واسعة في بنودها، اذ نظمها في قسم مستقل بثلاث مواد طويلة ومفصلة ومكاملة والتي تعكس بالاساس رغبة الدول المتقدمة في اضعاف الحماية الدولية الفعالة للموضوع سيما دول الاتحاد الأوروبي بالخاص الدول التي تنتج النبيذ والمشروبات الكحولية كفرنسا وأسبانيا<sup>(٧)</sup>، في حين أن الولايات المتحدة وعلى خلاف المسائل الأخرى للملكية الصناعية لم تبد حماساً على هذه الحماية<sup>(٨)</sup>، بل كانت مترددة لان الاتفاق يسمح باستثناءات تتعلق بالمؤشرات التي اصبحت مألوفة أو التي استخدمت على نحو مستمر لفترات محدودة<sup>(٩)</sup>. وبقدر تعلق الامر بتعريف المؤشرات الجغرافية فقد عرفها الاتفاقية في المادة (١/٢٢) بالقول "هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في اراضي بلد عضو، او في منطقة او في موقع في تلك الاراضي، حين تكون النوعية او السمعة او السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة اساسية الى منشأها الجغرافي".

ويفهم من التعريف ان المؤشرات الجغرافية تحدد امرين الاول: اقليم او اراضي بلد عضو في منظمة التجارة العالمية والتي هي منشأ لسلعة او منتج معين، الثاني: أن تلك السلعة او المنتج لها ميزة خاصة اوسمعة مشهورة او سمة اخرى تميزها عن السلع والمنتجات مناطق اخرى وتعزي الى منشأها الجغرافي". ويلاحظ ان الاتفاقية الزم

(٥) المادة (٣/١) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

(٦) تكمن هذه الاسباب في:

أ- ان مصطلح المؤشرات الجغرافية اول بالتداول من مصطلح تسميات المنشأ لان في استخدام المصطلح الاخير يفترض الخلط بينه وبين كل من التسميات التجارية من جهة وبيانات المصدر من جهة اخرى.

ب - ان مصطلح المؤشرات الجغرافية ينسجم اكثر مع محل الحق والذي تتميز بكونه حق ناشئ عن منتج تتميز به منطقة جغرافية معينة

ج - ان مصطلح المؤشرات الجغرافية في الواقع يعبر عن طبيعة المنتجات محل الحق، فكلمة مؤشر تعني الدلالة على شيء او اشار اليه، بعنى دقيق مؤشر يعني نسب او ارشاد لشيء معين، وهذا الشيء هو منتج يتم انتاجه في منطقة جغرافية معينة، وبالجمع بين كلمة مؤشر وكلمة جغرافيا نستنتج على انه كل شيء منسوب الى منطقة جغرافية معينة، للتفصيل ينظر: د. عجة الجبيلي، مصدر سابق، ص ص ٢٣٦-٢٣٧.

(٧) د. حسين توفيق فيض الله، اتفاقيات ال (WTO/GATT) وعولمة الملكية الفكرية، ط١، مطبعة جامعة صلاح الدين، اربيل، ١٩٩٩، ص ص ١٠٤-١٠٦.

(٨) كارلوس م. كوريا، حقوق الملكية الفكرية، تعريب د. السيد احمد عبد الخالق ود. احمد يوسف الشحات، دار الميخ للنشر، الرياض، ٢٠٠٢، ص ٣٠.

(٩) المادة (٦/٢٤) من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس).

دول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية باتخاذ الاجراءات والتدابير اللازمة لتعزيز الحماية القانونية المقررة للمؤشرات الجغرافية<sup>(١٠)</sup>.

### الفرع الثالث

#### مفهوم المؤشرات الجغرافية في التشريعات المقارنة

لقد اولت التشريعات الوطنية عموماً اهتمامها بتنظيم المؤشرات الجغرافية بعد ابرام اتفاقية تريبس عام ١٩٩٤ التي فرضت على دول الاعضاء (او التي على وشك العضوية) في منظمة التجارة العالمية الالتزام بالحد الأدنى من الحماية المقررة<sup>(١١)</sup>، فاعتبرت الاتفاقية ان المؤشرات الجغرافية هي التي تعرف سلعة بمنشئها في اراضي بلد العضو، عندما تكون نوعية معينة او سمعة ممتازة عائدة الى منشئها الجغرافي<sup>(١٢)</sup>، وفي هذا المطاف وتلبية لمتطلبات اتفاقية تريبس وقبول العضوية في المنظمة، اقدمت معظم دول العالم على تنظيم هذه المؤشرات في نظامها القانوني، اما على صيغة تعديلات خاصة في قوانين الملكية الفكرية او من خلال وضع تشريعات مستقلة بها، فيما يخص التشريعات المقارنة، فقد نظمها المملكة الاردنية<sup>(١٣)</sup> وسلطنة عمان<sup>(١٤)</sup> من خلال قوانين خاصة بها، بينما نظمها المشرع العراقي خلال تعديل قانون العلامات والبيات التجارية، قدر تعلق الامر بالتعريف، فقد عرفها المشرع الاردني في قانون المؤشرات الجغرافية رقم (٨) لسنة ٢٠٠٠ بالقول "اي مؤشر يحدد منشأ منتج ببلد معين او منطقة او بموقع معين من اراضيه اذا كانت نوعية المنتج او شهرته او خصائصه الاخرى تعود بصورة اساسية الى ذلك المنشأ"<sup>(١٥)</sup>.

يلاحظ على المشرع الاردني اولاً: انه نقل التعريف من اتفاقية تريبس بحديثاتها ولم يأتي بشيء جديد، ثانياً: كان يجدر على المشرع ان يفسر مصطلح بلد معين او منطقة معينة في التعريف، على انها تلك التي تقع ضمن حدود احدى دول منظمة التجارة العالمية او التي تتعامل مع المملكة معاملة بالمثل. وفي سلطنة عمان عرفه المشرع في قانون حماية المؤشرات الجغرافية رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٠ بالقول "يعتبر بياناً (مؤشراً) جغرافياً ما يعرف سلعة ما عن غيرها بسبب يرجع الى منشئها وبيئتها الجغرافية في أي بلد أو منطقة أو موقع، ويدخل في تحديد هذا البيان العوامل الطبيعية والبشرية أو أيهما"<sup>(١٦)</sup>.

<sup>(١٠)</sup> من احكام هذه الحماية: ١- منع استخدام المؤشرات المضللة والمخالفة، ٢- رفض والغاء تسجيل العلامات التجارية المضللة والمخالفة بشأن الخمر والمشروبات الكحولية، ٣- التزامات الدول المتعلقة بالمؤشرات الجغرافية متماثلة التسمية، ٤- الالتزام بعدم انقاص الحماية المقررة، ٥- عدم الاخلال بحق اي شخص في الانتفاع باسم شخص اخر في الممارسة التجارية، ٦- الالتزام بزيادة حماية المؤشرات الجغرافية الخاصة بالخمر والكحوليات، ٧- انشاء نظام =الاحطار والتسجيل الدولي للمؤشرات الجغرافية. للتفصيل عن هذه الحماية ينظر: د. حميد محمد علي اللهي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في اطار منظمة التجارة العالمية، ط٢، المركز القومي للاصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٢٥٦-٢٦٤.

<sup>(١١)</sup> المادة (١/٢٤) من اتفاقية تريبس.

<sup>(١٢)</sup> د. احمد جامع، اتفاقيات التجارة العالمية (وشهرتها الجات)، ج٢، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١، ص ١١٥٢.

<sup>(١٣)</sup> تجدر الاشارة ان المملكة الاردنية انضمت الى منظمة التجارة العالمية في (١١/ ابريل/٢٠٠٠).

<sup>(١٤)</sup> تجدر الاشارة ان سلطنة عمان انضمت الى منظمة التجارة العالمية في (٩/ نوفمبر/٢٠٠٠).

<sup>(١٥)</sup> المادة (٢) من قانون المؤشرات الاردنية رقم (٨) لسنة ٢٠٠٠.

<sup>(١٦)</sup> المادة (١) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٠.

اول ما يلاحظ على التعريف انه لم يفرق بين البيانات والمؤشرات واستخدم مصطلحين للدلالة على معنى واحد في حين هناك ثمة اختلاف بينهما، فعادة يستخدم لفظة بيانات كمعلومات يقدم الى المشتري للتعرف على اصل صناعة المنتج ونوعيته وتاريخ صنعه<sup>(٧)</sup>، بينما كلمة مؤشر تعني الدلالة على شيء معين او الاشارة اليه، بمعنى دقيق المؤشر يعني نسب او ارشاد لشيء معين وهذا الشيء هو منتج يتم انتاجه في منطقة جغرافية معينة<sup>(٨)</sup>. كما وان التعريف اغفل الذكر ان قصد من البلد او المنطقة او الموقع دول الاعضاء في منظمة (WTO)<sup>(٩)</sup> او تلك التي تعامل السلطنة بالمثل، وكان من الافضل للمشرع في ذكر العوامل المؤشرات ان يستخدم المصطلحة بدلا من البشرية لانه ذات مفهوم الاوسع تشمل كل من الاعمال الحرفية والزراعية والصناعية والتي من صنع الانسان.

وفي العراق لقد اغفل المشرع تنظيم هذا الحق لحد عام ٢٠٠٢، وفي هذا العام وتحديداً في (٢٠٠٣/٩/٤) ولاجل تغيير نظامه الاقتصادي من الاقتصاد الموجهة الى الاقتصاد السوق قام بول بريمر (الحاكم الاداري المحتل للعراق) باجراء تغييرات جذرية على النظام القانوني العراقي خصوصاً ما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية، بالنسبة للمؤشرات الجغرافية لم ينظمه ضمن قانون مستقل اسوة بالقوانين المقارنة، بل اورده في مادتين مضافتين الى مواد قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ وذلك بموجب الامر رقم (٨٠) الصادر في (٢٠٠٤/٤/٢٦) المعدل للقانون، كما وفي التعديل تم تغيير تسمية القانون الى قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، ولكن سرعان ما عدل المشرع العراقي من استخدام هذه التسمية الى التسمية القديمة للقانون<sup>(١٠)</sup>، وفيما يخص تعريف المؤشرات فقد اورده التعديل في المادة (١) بالقول "هي مؤشرات تحدد منشأ سلعة ما في اقليم دولة او منطقة او مكان ما في ذلك الاقليم متى كانت نوعية او سمعة و الخواص الاخرى للسلعة تعزى بصورة اساسية الى منشأها الجغرافي".

يستشف مما تقدم ان المشرع العراقي هذا حذوا المشرع الاردني في اخذه للتعريف الوارد من اتفاقية تريبس ودون اجراء اية تعديلات الملقنة للنظر، وعليه اضافة الى الملاحظات التي ابدينا عند الحديث عن موقف المشرع الاردني في التعريف، يلاحظ ان المشرع العراقي مؤاخذاً من ناحية استخدام لفظة مؤشرات في متن التعريف، ونرى ذلك غير مستساغ من الناحية المنطقية، إذ لا يعرف الشيء بالشيء ذاته، وإنما يحتاج التعريف إلى الإعلام بالشيء ليتسنى فهمه هذا من ناحية، ومن ناحية اخرى كان من الاجدر للمشرع ان يذكر في التعريف ان عمليات انتاج واعداد سلعة مميزة او مشهورة تتم في تلك المنطقة الجغرافية بعينها.

ولما كان الوقوف على تعريف المؤشرات الجغرافية امر ضروري ومهم لان اكثرية الاحكام المنظمة لهذا الحق تقوم على المفاهيم التي تقدم في التعريف، ومع الاخذ بنظر الاعتبار الملاحظات التي ذكرناه سلفاً فيما تقدم من التعريفات، نقترح على المشرع الكوردستاني التعريف التالي للمؤشرات الجغرافية عند تبنيه قانون خاص بحماية هذا الحق بالقول "اسم منطقة معينة في اقليم بلد معين يدل على ان المنتج ينتمي الى تلك المنطقة، يتميز بنوعية فائقة وشهرة فريدة تعود لمنشئه الجغرافي وتتم عمليات انتاجه في تلك المنطقة الجغرافية بعينها".

(٧) د. نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٢٦٨.

(٨) د. عجة الجبالي، مصدر سابق، ص ٢٣٧.

(٩) مختصر لكلمات (World Trade Organization)

(١٠) وتم ذلك من خلال المادة (١) من قانون رقم (٩) لسنة ٢٠١٠، وهو القانون المعدل لقانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة



## المطلب الثاني

### خصائص المؤشرات الجغرافية وطبيعتها القانونية

لا جدال في ان المؤشرات الجغرافية عبارة عن تسميات او اشارات مميزة تستخدم لتمييز المنتجات ذات الاصل الجغرافي المشهور، وهذه المنتجات لها خصائص وسمات اساسية تعزى الى مكان نشأتها، وعادة يوضع مؤشر جغرافي على منتج معين في سبيل توضيح جودته ونوعيته، وعلى ذلك فان مجرد رؤية المنتج الذي يحمل مؤشر معين يولد لدى المستهلك الانطباع على انه ذلك الذي نتج في اصل جغرافي مميز ومفضل لديه بالتالي يبادر على اقتناءه، لذلك لا يجوز لاي شخص في انتاج سلعة ما ان يضع تسمية مؤشرات جغرافية من شأنها تضليل المستهلك بانها نشأت في منطقة ذات شهرة خاصة، او في منطقة جغرافية اخرى على خلاف منشأها الحقيقي<sup>(٣١)</sup>. وعليه عند استخدام مؤشر شيخ بالك لتمييز نوعية معينة من مياه معدنية، لابد من ان تكون المياه منتجة من ينابيع طبيعية خالصة في منطقة حاج عمران التي تتسم بمميزات خاصة<sup>(٣٢)</sup>، على هذا النحو رفض القضاء الامريكي حماية المؤشر الجغرافي (Vidalia) لنوع البصل المنتج بولاية (Arkansas) و(Vermont) بحجة ان ذلك المؤشر مستخدم من قبل مزارعي ولاية جورجيا لنوع مميز من البصل والمشهور عالمياً، حتى وان كان هناك تماثل في النوعية بين البصل المنتج في هذه الولايات والبصل الذي تحمل المؤشر (Vidalia) والمنتج بولاية جورجيا<sup>(٣٣)</sup>، تجدر الاشارة ان للمؤشرات الجغرافية خصائص تميزها عن باقي الحقوق الصناعية، ولها طبيعة قانونية خاصة بحيث اصبحت موضع الخلاف بين الفقه القانوني، وعليه نقسم المطلب الى فرعين، في الفرع الاول نسلط الضوء على خصائص المؤشرات الجغرافية، ونكسر الجهد في الفرع الثاني لبيان طبيعتها القانونية كالآتي:

(٣١) د. عبدالله عبدالكريم عبدالله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٨٥.

(٣٢) الذي يميز مياه شخ بالك عن باقي المياه، انها مياه معدني طبيعي صحي نقي خالص من تركيبة المواد الكلسية، وبالإضافة الى الشرب وجدنا ان المنتج يلاقي اقبالاً واسعاً لدى اهالي المنطقة والمناطق الاخرى اذ يدعى في انها تستخدم كدواء لمعالجة امراض حصو الكلي والمجاري البولية، وفي متابعتنا للموضوع ومصادقية الادعاء وصفات تلك المياه، قمنا بزيارة ميدانية لقضاء سوران ومقابلة السيد (حكمت سليمان حسن) الخبير في شؤون المياه وصاحب المحل التجاري (رؤشنايي) لبيع اجهزة كهربائية الخاصة بتصفية المياه الجوفية، بتاريخ (٢٠١٧/٩/١٠)، وفي الرد على سؤالنا اجاب قائلاً: "ان ادعاء هؤلاء صحيحة ومبنية على اساس علمي، لانه عند تركيبنا للاجهزة الخاصة بتصفية المياه في الدور والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية، كخطوة بدائية عادة نبدأ بفحص المياه للوقوف على مدى صلاحيتها للشرب وان نتائج الفحص كمعدل كلي عادة تتراوح بين (١٥٠-٢٠٠٪)، والمياه الصالح للشرب ينبغي الا يتجاوز نسبة (٤٠٪) لذلك نحن نثبت موازين الجهاز على هذا القدر او اقل بحسب الطلب، بيد ان المدهش في الامر ان مياه شيخ بالك مختلفة ومميزة تماماً عن باقي المياه الذي فحصناها لحد الان لان نسبة صلاحيتها لايتعدى (١٥٪) وهي مميزة وفريدة من نوعها يمحو الرمل والحصو الكلي، وهي هبة من الله ولا توجد مثلها في اية بقعة من العالم (بحسب قول الخبير).

(٣٣) د. جلال وفاء محمددين، مصدر سابق، ص ١٢٤.

## الفرع الاول

### خصائص المؤشرات الجغرافية

باعتبار ان المؤشرات الجغرافية حق من حقوق الملكية الصناعية تتميز بالخصائص التالية:

**اولاً:** خاصية ارتباط المؤشر ببعض المعاني الانسانية: حيث ان طريقة انتاج السلعة التي يمثلها المؤشر قد تكون زراعية او صناعية تقليدية او حرفية، وان اسلوب تحضيرها قد ترتبط ببعض الجوانب الجغرافية والعادات والتقاليد الانسانية المتوارثة عبر الاجيال وخلال فترات زمنية طويلة قد تصل في بعض الاحيان الى قرن من الزمان تقريباً كما هو عليه الحال في مؤشر كلاش هورامان الشهيرة او مايسمى بكلاش ابو بكري المصنوع يدوياً وبمراحل الصنع متعاقبة في منطقة هورامان<sup>(٢٤)</sup>.

**ثانياً:** خاصية الاستثنائية بالمؤشرات الجغرافية والاستفادة منها: وبخلاف حقوق الملكية الصناعية الاخرى ان الاستثنائية بالمؤشرات الجغرافية ليس حكرأ على فرد معين بذات، بل انما عادة تستغل خلال عمل جماعي، وعليه فان الاستثنائية بها والاستفادة منها متاح لسكان المنطقة الجغرافية الذين ساهموا في انتاج المنتج التي تحمل المؤشر، لانه هم الذين جاهدوا عبر سنين في عملية الانتاج وتوارثوها عبر الاجيال<sup>(٢٥)</sup>.

**ثالثاً:** خاصية تأثير المنطقة الجغرافية على نوعية المنتج: حيث يكسب المنتج شهرته وسماته البارزة ونوعيته من العوامل البشرية والطبيعية التي تتميز بها المنطقة الجغرافية التي نشأ فيها، فهذه العوامل مجتمعة هي التي تمنح له خاصية التمييز عن باقي المنتجات المماثلة له<sup>(٢٦)</sup>.

**رابعاً:** خاصية تأثير المؤشرات الجغرافية على عدم انتقال الانتاج: حيث نجد ان للمؤشرات الجغرافية تاثير فعلي على عرقلة نقل انتاج منتج معين من منشأها الجغرافي التي برز الشهرة فيها الى منطقة اخرى، واذا كان هناك سلعة معينة وذات خصائص محددة تنسب في انتاجها منطقة جغرافية معينة، هذه المنطقة تعطي لها الشهرة او سمات مميزة ومنفردة بسبب عواملها التراثية والطبيعية والبشرية مما يجعل من الصعب لمناطق اخرى مماثلة ان تعطي لها نفس الصفات او مميزات<sup>(٢٧)</sup>.

**خامساً:** خاصية تأثير المؤشرات الجغرافية على التنمية الاقتصادية: بالاضافة الى فوائد كبيرة للمنتجين والمستهلكين المحليين، فان للمؤشرات الجغرافية اهمية بالغة على صعيد تنمية الاقتصاد الوطني من حيث الجودة والصفات الفريدة والميزة للمنتجات التي اكتسبها من اصلها الجغرافي وانتشار مبيعاتها في الاسواق المحلية ومجهودات الدعاية

<sup>(٢٤)</sup> في متابعتنا للموضوع قمنا بمقابلة الحرفي والصانع المشهور لكلاش هورامان السيد (نارام حاجي مجيد) صاحب محل (ناويستر) في منطقة صابون کران، السلیمانیة بتاريخ (٢٠١٧/٩/٢٩)، وفي رد عن سؤالنا حول التأصيل التاريخي لصناعة كلاش هورامان، اجابة قائلاً "انه لا يوجد هناك تاريخ معين او معتمد لبدايات هذه الصناعة، لكن بحسب رأي وجهاء منطقة هورامان انها تعود الى العصر الزرايدشتية قبل الميلاد، ولكن التاريخ الحديث للحرفة بدأت على يد الصانع والحرفي المشهور في المنطقة (الحاج ابو بكر) وعلى ذلك يطلق عليه البعض بكلاش (ابو بكري).

<sup>(٢٥)</sup> د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٤٦.

<sup>(٢٦)</sup> د. عجة الجيلالي، مصدر سابق، ص ٢٤٤.

<sup>(٢٧)</sup> د. عبدالله حسن الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٣٣٠.

والاعلان لها، يمكن ان تؤثر على خرق تلك المنتجات لحدود الاقليم ومرورها بمرحلة الانتشار وامكانية تسويقها في الاسواق الدولية<sup>(٢٨)</sup>.

سادساً: خاصية تأثير المؤشر الايجابي على القطاعات الاقتصادية الاخرى: حيث كان للمؤشرات الجغرافية مميزات كبيرة واثار ايجابية على القطاعات الاقتصادية الاخرى، كالقطاع السياحة: عن طريق اظهار رغبة السائح في السفر الى المناطق التي توجد فيها المؤشرات الجغرافية للاطلاع على عمليات الانتاج والتصنيع عن قرب، والقطاع الاسكان: عن طريق اعادة اعمار المناطق او اقاليم التي اشتهر بالمؤشرات الجغرافية وتشجيع التوطين فيها والهجرة اليها، اضافة الى وتنمية قطاعات حيوية اخرى كالزراعة والصناعة والاعمال الحرفية وتوفير فرص العمل والقضاء على البطالة واحياء التراث الشعبي والمعارف التقليدية والتنوع البيولوجي<sup>(٢٩)</sup>.

## الفرع الثاني

### الطبيعة القانونية للمؤشرات الجغرافية

ينار الطبيعة القانونية المؤشرات الجغرافية ثمة جدلية بين الفقهاء حول كيفية الاستئثار بها كحق من حقوق الملكية الصناعية، حيث خرج البعض منهم على ان الحق الذي يرد على المؤشرات حق خاص شأنه شأن باقي حقوق الملكية الصناعية، بينما ذهب الآخرون على انه حق جماعي او مشترك بين سكان المناطق التي توجد فيها المؤشر، حيث ذهب الفئة الاولى<sup>(٣٠)</sup> الى ان المؤشر الجغرافي قابل للملك الخاص بحيث يمكن لاي منتج (صاحب حرفة او سلعة مميزة) في منطقة جغرافية معينة حق الاستئثار على سلعته او حرفته، ويترتب على ذلك منع الغير من الاعتداء عليه وفقاً لما تنطوي الحماية القانونية لحق الملكية في القواعد العامة<sup>(٣١)</sup>، ومبررات هذه الفئة منبثقة من مساندة قانونية حيث قالوا "لو لاحظنا على التشريعات الخاصة بحماية المؤشرات الجغرافية لوجدنا انها تعترف بحق المنتج في تملك المؤشر ويؤول مصطلح المنتج هنا كل مزارع او صانع ماهر او حرفي هذا من جانب، ومن جانب آخر ان المؤشر الجغرافي تحدث او تسجل بناء على الطلب من الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يمارس نشاطه في تلك المنطقة الجغرافية. اما الفئة الثانية<sup>(٣٢)</sup> فيرون انه بخلاف حقوق الملكية الصناعية الاخرى فان

<sup>(٢٨)</sup> من خلال مقابلتنا بالعديد من صانعي الحرفة لمؤشر جغرافي كلاش هورامان تبين لنا انها حقاً تشكل ثروة وطنية كبيرة سيما بالنسبة لاهالي منطقة هورامان، حيث ان العدد الكبير من العوائل (النساء والرجال) مشغولين بالحرفة بشكل منتظم، حتى وصل الامر الى التفكير في تصديره الى خارج الاقليم وفي هذا المطاف فقد بذلت مجهودات فردية، ففي هذا السبيل اكد لنا الحرفي المشهور (نارام حاجي مجيد) على انه بذل ما في وسعه من اجل تعريف الحرفة بالعالم الخارجي وترويجه، حيث قام بالمشاركة في عدد من المعارض الدولية بهدف عرض المنتج، كان اخرها معرض دبي للحرفيين، كما وشارك مع منظمة امريكية غير حكومية عام ٢٠١٠ لغرض ترويج المنتج في الولايات المتحدة، كذلك وللغرض نفسه ارسل نماذج من كلاش هورامان بتصاميم مميزة ومبتكرة الى عدد من الوجهاء والرؤساء والشخصيات المعروفة عالمياً منهم: رئيس كرواتيا، ومحمد بن راشد ال مكتوم حاكم دبي، وكريستيانو رونالدو، وليونيل ميسي.

<sup>(٢٩)</sup> السيد عبالوهاب عرفة، الموسوعة العلمية في حماية الملكية الفكرية، ج، دار الفكر والقانون، المنصورة، بدون تاريخ الطبع، ص ١٧٩.

<sup>(٣٠)</sup> د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ١٠، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٦؛ د. عبدالله حسين الخشروم، مصدر سابق،

ص ١٦؛ د. عجة الجليلي، مصدر سابق، ص ٢٤٦.

<sup>(٣١)</sup> المادة (١٠٤٨) وما بعدها من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل.

<sup>(٣٢)</sup> د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٤٦؛ د. جلال وفاء محمدين، مصدر سابق، ص ١٢٤.

المؤشرات الجغرافية ليس محلاً للاستثناء بفرد معين بذاته او انه حق خاص، بل هي حقوق عامة مرتبطة بسكان منطقة جغرافية معينة التي توجد فيها السلعة التي تحمل المؤشر، لان هؤلاء هم الذين جاهدوا عبر سنين في انتاج السلعة او توارثوا عملية انتاجها عبر الاجيال.

وفي هذا الاثناء يرد الفئة الاولى على الثانية في ان المؤشرات الجغرافية قد تأتي نتيجة مجهود شخصي كحالة انفراد الصناعيين السويسريين بصناعة الساعات او الشكولاتة اذ ان مثل هذه المنتجات هي حق خاص يستأثر الصانعون او المنتجون بها.

خلاصة القول ان الرأي الراجح والدارج في الفقه والقوانين الخاصة بحماية المؤشرات الجغرافية هو ان الحق في المؤشر يميل بطبيعته الى انه حق خاص بالمنتجين الذين سجلوا المؤشر باسمهم سواء اكانوا منفردين ام متجمعين وان كان العوامل البشرية والطبيعية في المنطقة الجغرافية مجتمعة ساهمت بشكل او باخر على انشائه.

### المطلب الثالث

#### تميز المؤشرات الجغرافية عما يشابهها من اوضاع

يشير مفهوم المؤشرات الجغرافية تداخلا بينه وبين بعض الأوضاع القانونية المشابهة لها كالعلامة التجارية، وشهادة المنشأ (البيانات التجارية)، والاسم التجاري، الأمر الذي يتطلب بيان اوجه الخلاف فيما بينها تلافياً للخلط واللبس الذي قد يحدث نتيجة ذلك التداخل، بناءً على ذلك سوف نقسم المطلب الى ثلاثة فروع كالآتي :

### الفرع الأول

#### المؤشرات الجغرافية والعلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية بانها "اي اشارة يستعملها او يرد استعمالها اي شخص لتمييز بضاعته او منتجاته او خدماته عن بضائع او منتجات او خدمات غيره"<sup>(٣٣)</sup> بينما المؤشرات الجغرافية هي " انتساب منتج معين الى منطقة جغرافية معينة تعود اليها نوعيته وشهرته بفضل عواملها الطبيعية والبشرية التي اعطت له مذاق خاص"<sup>(٣٤)</sup>. وقد تختلط المؤشرات الجغرافية بالعلامة التجارية، عند إطلاق اسم منطقة جغرافية معينة كعلامة تجارية لتمييز نفس النوع من البضائع أو المنتجات التي اشتهرت بها تلك المنطقة الجغرافية، وفي هذا الخصوص الزمت اتفاقية تريبس البلدان الأعضاء رفض او إلغاء تسجيل علامة تجارية اذا كانت تحمل مؤشراً جغرافياً توهم المستهلك بان تلك السلعة محمية في اراضى دولة اخرى<sup>(٣٥)</sup>. ولكن المؤشرات الجغرافية تختلف عن العلامة التجارية في نواحي عدة منها:

اولاً: اذا كان علامة تجارية تستخدم كاشارة اوتسمية للتمييز بين المنتجات المماثلة فان المؤشرات الجغرافية تستخدم كتسمية لمنطقة معينة التي توجد فيها سلعة ذات شهرة فائقة، اكتسبت بسبب وجودها في تلك المنطقة.

(٣٣) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودولياً، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦، ص ٧٢.

(٣٤) د. عجة الجبالي، مصدر سابق، ص ٢٤٣.

(٣٥) المادة (٢/٢٢) من اتفاقية تريبس، تقابلها المادة (٥) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٠، والمادة (٤) من قانون المؤشرات الجغرافية الأردني رقم (٨) لسنة ٢٠٠٠، ولم ينص عليها القانون العراقي.

ثانياً؛ ان السلع والمنتجات التي تحمل علامة تجارية ما ليس بالضرورة ان تنتج في منطقة معينة بذاتها مثلا ان شركة تويوتا تنتج منتجاتها من السيارات التي تحمل علامة تويوتا في اكثر من بلد، بيد ان في المؤشرات الجغرافية الامر مختلف تماماً فلا بد للمنتجات الى تحمل مؤشر جغرافي معين ان تتم عمليات انتاجه او صنعه في تلك المنطقة الجغرافية بعينها، وعليه فلا يتعد بكلاش هورامان التي لم تنتج في منطقة هورامان وكذلك الحال بالنسبة للمؤشرات الاخرى في الاقليم.

ثالثاً؛ قد تستخدم العلامة التجارية لتمييز بين الخدمات المماثلة ولكن المؤشرات الجغرافية لا تستعمل في تقديم الخدمات، بل عادة توضع لتمييز المنتجات الزراعية والصناعية والحرفية التي تنتج في المناطق التي اشتهر فيها عن غيرها من المناطق الجغرافية.

رابعاً؛ من حيث نطاق المكاني كان العلامة التجارية اوسع انتشاراً على المستوى العالمي من المؤشرات الجغرافية وهي في ازدياد مطرد مع تطور التكنولوجيا والعلمي على عكس المؤشرات الجغرافية التي تكاد تكون محصورة باعداد معينة في مناطق او اقاليم محدودة في العالم، وفيما يخص القيمة الاقتصادية، فلا جدال في ان القيمة السوقية للعلامة التجارية تفوق بكثير عن القيمة السوقية للمؤشرات الجغرافية سيما ما تتعلق بالعلامات المشهورة عالمياً<sup>(٣٦)</sup>، وعلى ذلك تكون محلاً لابرار عقود تراخيص إذ بموجب هذه العقود يخول مالك العلامة المرخص له حق استعمال هذه العلامات في تمييز منتجاته من سلع أو خدمات، وذلك خلال مدة محددة في مقابل اجر معلوم، مع بقائه محتفظاً بملكيته<sup>(٣٧)</sup>. بيد انه لا يجوز مطلقاً ابرام مثل هذه العقود على المؤشرات الجغرافية نظراً لصلة هذه المؤشرات بمنشأها الجغرافي، حيث لا يجوز ترخيص استعمالها لشخص آخر او منتجين آخرين خارج نطاق هذه المنطقة الجغرافية. اضافة الى ان هنالك خلافات قائمة بينهما حول الشروط الموجبة للضمان (الموضوعية والشكلية) ووسائل الضمان وطرق الحماية (كما سنرى)، الذي نبغي ذكره هنا ان المشرع العراقي مع كل ما تقدم من الفروق الجوهرية بينهما، اخذ بمبدأ الحلول عند تنظيمه للمؤشرات الجغرافية حيث اعتبرت من علامة الضمان وهذه العلامة الاخيرة جزء من العلامة التجارية و اشار في المادة (٤ مكرر ثانياً) صراحة على ان تسجيل المؤشرات الجغرافية تكون بنفس اسلوب ونفس جهة تسجيل العلامة التجارية وتكون تحت طائلة نفس الحماية المقررة للعلامات المسجلة اذا تم التسجيل.

<sup>(٣٦)</sup> ان القيمة السوقية للعلامة التجارية تفوق بكثير عن القيمة السوقية للمؤشرات الجغرافية، ففي احصائية اعدت سنة ٢٠١٥ لتحديد مراتب العلامات التجارية في العالم كانت المرتبة الاولى من نصيب شركة ابل الامريكي الذي بلغ ١٤٥.٣ مليار دولار، وفي نفس العام اجريت بالنسبة للمؤشرات الجغرافية كانت الاولى من نصيب مؤشر النبيذ والمشروبات الروحية (شامبانيا) فرنسي حيث احتل مرتبة اعلى مؤشرات في العالم بقيمة سوقية بلغ ١٩ مليار يورو للتفصيل اكثر ينظر الموقع الالكتروني الرسمي التالي:  
http://www.aljazeera.net/multimedia/infograph/2015/6/16last visited (10-9-2017).

<sup>(٣٧)</sup> د. حسام الدين عبدالغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، بدون طبعة، دار الكتب القومية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٥٧.

## الفرع الثاني

### المؤشرات الجغرافية وشهادة المنشأ

تعرف شهادة المنشأ بأنها اشارة توضح على المنتج وتحتوي على معلومات تفيد تحديد مكان صنع المنتج او عددها او كميتها او وزنها او نوعها او تاريخ صنعها وصلاحتها، كما تستخدم كوثيقة ضرورية للتعرف على جنسية المنتج بغية تقدير نسب الرسوم التي ستفرض عليها أو المعاملات التفضيلية التي ستمنح لها، وعادة تصدر هذه الشهادة من قبل الغرفة التجارية للدولة المصدرة للمنتج، هذا يعني<sup>(٢٨)</sup> أنها البيانات التي توضع على البضائع لغايات ايضاحها<sup>(٢٩)</sup>، بيد ان المؤشرات الجغرافية عبارة عن تسميات او اشارات توضع على المنتج لتحديد المكان الذي اشتهر فيها وتعد ضماناً للمستهلك على ان المنتج تلك التي تتمتع بشهرة فائقة ونوعية ممتازة، هذا يعني ان كلاهما تختلط مع بعضها البعض في انهما عبارة عن اشارات توضع على المنتج والتي من شأنهما ان توقع اللبس والغموض في نفوس جمهور المستهلكين حول التفرقة بينهما، بيد ان هنا ثمة خلاف بينهما، بدايةً من حيث الهدف، ان الغرض من شهادة المنشأ (كما تقدم) هو لتحديد مكان صنع المنتج ومعلومات اخرى تفيد المستهلك كوزن السلعة وكيفية استخدامها وتاريخ صنعها وصلاحتها، اما الهدف في المؤشرات الجغرافية هو لتحديد منطقة جغرافية الذي اشتهر فيه المنتج شهرة كبيرة، من ناحية ثانية وبخلاف شهادة المنشأ تعد المؤشرات الجغرافية حق من حقوق الملكية الصناعية الذي يخول صاحبه الاستئثار بها ومنع الغير من استغلالها في نطاق منطقة او مناطق جغرافية اخرى اضافة حمايته ضد اي المعتدي على الحق، ومن ناحية ثالثة ونظراً لاهميتها على الاقتصاد الوطني ولحماية التراث الشعبي قد نظم المشرعين احكام المؤشرات الجغرافية بموجب قوانين خاصة على خلاف شهادة المنشأ كونها تخضع عادة لاحكام قوانين حماية المستهلك<sup>(٣٠)</sup>.

## الفرع الثالث

### المؤشرات الجغرافية والاسم التجاري

الاسم التجاري هو الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أو شركة لتمييز محله التجاري عن نظائره<sup>(٤٠)</sup>، والغاية من اتخاذه هو لتمييز المحل التجاري عن غيره من المحال التجارية المماثلة ليسهل التعرف عليه من عملائه الذين يفضلونه<sup>(٤١)</sup>، فكلما ذاعت شهرة المحل بجودة المنتجات التي يقدمها للجمهور زاد تعلق العملاء بهذا الاسم وازداد اسمه التجاري شهرةً.

(٢٨) د. نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٣٧٢.

(٢٩) د. عجة الجبالي، مصدر سابق، ص ٢٤٦.

(٤٠) د. مصطفى كمال طه، ووائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ٧٤٥.

(٤١) د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، ط ١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤، ص ١٩٨.

قد يختلط الاسم التجاري بالمؤشرات الجغرافية عند استخدام الاسم التجاري كاسم لمنطقة جغرافية او مؤشر جغرافي معين للبضاعة او السلعة المقدمة او المعروضة للجمهور المستهلكين وتؤدي ذلك الى تضليل جمهور المستهلكين، في حين كان هناك فارق كبير بينهما:

١- يكتسب الاسم التجاري شهرته من جودة المنتجات التي يقدمها المحل التجاري إلى الزبائن، بينما المؤشرات الجغرافية تكتسب شهرتها نتيجة للعوامل البشرية والطبيعية التي تتميز بها منطقة جغرافية معينة عن باقي المناطق<sup>(٤٢)</sup>.

٢- تفرض اتفاقية تريبس التزاما على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بضمان حماية المؤشرات الجغرافية، بينما لا يوجد مثل هذا الالتزام بالنسبة للاسم التجاري في الاتفاقية. وهذا يعني ان لهذه الدول حرية كاملة في حماية الاسم التجاري على وفق المعايير الدولية من عدمه.

٣- عادةً تتكون عناصر الاسم التجاري من اسم المبتكر أو من الشخص الطبيعي ولقبه، بينما تتكون عناصر المؤشرات الجغرافية من أية تسمية إشارة مميزة لاسم منطقة جغرافية مشهورة التي تنتج فيها السلع ذات نوعية خاصة كوضع تسمية مياه شيخ بالك على المياه المعدنية المشهورة والمنتجة في منطقة الحاج عمران.

٤- يتم تسجيل الاسم التجاري لدى الغرفة التجارة والصناعة<sup>(٤٣)</sup>، بينما تسجيل المؤشرات الجغرافية عادةً لدى هيئة او مديرية خاصة مكلفة بذلك في وزارة التجارة او الصناعة، وفي اقليم كوردستان نظراً لعدم وجود مثل هذه الهيئة عهد الامر الى المديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية التابعة لوزارة الصناعة للقيام بهذا المهام<sup>(٤٤)</sup>.

## المبحث الثاني

### احكام حماية المؤشرات الجغرافية

لا جدال في القول ان المؤشر الجغرافي حق من حقوق الملكية الصناعية، وانه بخلاف حقوق اخرى لا يثبت لشخص معين بالذات، بل هو حق لكل شخص طبيعي او معنوي التي تنتج في منطقة جغرافية معينة او اقليم معين منتجاً ذات شهرة فائقة ومميزة عن المنتجات المماثلة التي تنتج في المناطق او الاقاليم الاخرى، هذا يعني انه احتكار نسبي لمجموعة معينة من الاشخاص، ولا يجوز لشخص معين ان يستأثر بالمؤشرات الجغرافية لنفسه الا اذا كان المؤشر مبتكراً من قبله ومسجلاً باسمه<sup>(٤٥)</sup>، مهما يكن الامر قد يكون المؤشر الجغرافي عرضةً للتلاشي والسقوط في اية لحظة اذا لم يكن باستطاعته منافسة المنتجات المماثلة التي تنتج في المناطق الاخرى من حيث النوعية والجودة والترويج<sup>(٤٦)</sup>، وعلى نقيض ذلك فاذا اشتهر المنتج التي تحمل مؤشر جغرافي معين بنوعية وجودة ممتازة

(٤٢) د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٤٤.

(٤٣) المادة (٢٤) من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.

(٤٤) هذا ما اكدتها لنا السيدة الحقوقية الحقوقية (مژده بهجت زيور) المديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية في وزارة الصناعة في المقابلة التي اجريناه معها في مكتبها الخاص، الاربعاء، المصادف (٢٧/٩/٢٠١٧).

(٤٥) د. عجة الجبلاي، مصدر سابق، ص ٣٦٨.

(٤٦) د. نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٣٧٠.

واكتسب شهرة فائقة على نطاق واسع وازداد ترويجه، قد يكون عرضةً للتعدي شأنه شأن باقي الحقوق الصناعية الأخرى، ويكون ذلك من خلال محاولة الغير باستخدام اسم مرادف للمؤشر المعني أو ترجمة له أو التعبير عن منتوجه بجنس المؤشر أو نموذجه أو شكله، من هنا يتدخل القانون في سبيل اضعاف الحماية القانونية لهذه المؤشرات بشتى وسائل الحماية المدنية والجنائية، وتجدر الإشارة بان المؤشرات المحمية قانوناً هي تلك المؤشرات التي تتوافر فيها مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية، وعليه سوف نقسم المبحث الى مطلبين، في المطلب الاول نبحث في هذه شروط حماية المؤشرات الجغرافية، بينما نكرس الجهد في المطلب الثاني للتطرق على وسائل حماية المؤشرات الجغرافية كالآتي:

## المطلب الاول

### شروط حماية المؤشرات الجغرافية

ينبغي ان تتوافر في المؤشرات الجغرافية شروط معينة حتى تكتسب الحماية القانونية، منها الشروط الموضوعية: كاقتران المؤشر باسم جغرافي، وارتباط جودة المنتج بالمكان الجغرافي، وعدم وجود حظر قانوني على المؤشر، والشروط الشكلية تتمثل في تسجيل المؤشر لدى الجهة المختصة وما يلزم من اجراءات قانونية، وعليه نقسم المطلب الى فرعين، في الفرع الاول نتناول الشروط الموضوعية للمؤشرات الجغرافية، ونكرس الجهد في المطلب الثاني لبيان الشروط الشكلية للمؤشرات الجغرافية على التوالي:

## الفرع الاول

### الشروط الموضوعية للمؤشرات الجغرافية

تكمن الشروط الموضوعية الواجب توفرها في المؤشرات الجغرافية في عدة شروط: كاقتران المؤشرات الجغرافية باسم جغرافي، وارتباط جودة المنتج بالمكان الجغرافي، وارتباط مزايا المنتج بعوامل بشرية، وعدم وجود حظر قانوني على المؤشر، والشروط الموضوعية هذه لا بد منها لوجود المؤشر من الناحية الواقعية وفيما يلي توضيح مفهوم كل شرط من هذه الشروط في عدة نقاط:

اولاً: اقتران المؤشرات الجغرافية باسم جغرافي معين: ينبغي ان تقترن المؤشر الجغرافي باسم جغرافي معين وهو مكان نشأة المنتجات محل الحماية القانونية، وهذا الاسم قد تكون اسم بلد، كاللبن البرازيلي والقطن المصري والارز الهندي والسجاد الايراني<sup>(٤٧)</sup>، او تكون اسم لاقليم معين في داخل البلد، كاستخدام تسمية الشامبانيا لنوع المشروبات الروحية التي تنتج في اقليم شامبانيا بفرنسا<sup>(٤٨)</sup>، او تكون اسم لمنطقة معينة في داخل الاقليم كاستخدام تسمية رز عقراوي لنوعية مميزة من الارز التي تنتج في حقول منطقة عقرة باقليم كردستان.

واشترطت التشريعات المقارنة<sup>(٤٩)</sup> اقتران المؤشر باسم جغرافي معين بنصوص صريحة تكاد تكون متفقة مع بعضها البعض، بيد ان الاسم الجغرافي الذي نختاره كمؤشر جغرافي لتمييز منتج معين ينبغي ان تتوفر فيه مجموعة

(٤٧) د. سميحة القليوبي، مصدر سابق، ص ٦٧٠.

(٤٨) د. جلال وفاء محمددين، مصدر سابق، ص ١٢٤.

(٤٩) المادة (١) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني، يقابلها المادة (١) من قانون المؤشرات الجغرافية الاردني، والمادة (١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل.



شروط<sup>(٥٠)</sup>: أولاً: انفراد المكان الجغرافي بمنتجات ذات نوعية خاصة اومميزة، بمفهوم مخالف اذا كان نفس المنتج موجود في اماكن اخرى بنفس النوعية والمواصفات فلا نكون امام حماية المؤشر الجغرافي لهذا المنتج: على سبيل المثال مرز زاخولي<sup>(٥١)</sup> التي تنتج في مدينة زاخو تتميز بشهرة واسعة ونوعية ممتازة، فاذا قام اماكن اخرى في الاقليم او اي مكان اخر بانتاج نفس النوعية من المرز او تفوق مميزات مرز زاخولي فلا نكون امام المؤشر الجغرافي لهذا المنتج الاخير، ثانياً: احتكار المكان الجغرافي لنوعية المنتج، بحيث يتعذر انتاجه في مناطق اخرى، كحالة صناعة الاحذية الكوردية الشهيرة كلاش هورامان المصنوعة في منطقة هورامان او مايسمى بالعربية (جيوه)، فهذا المنتج تحمل في طياته مجموعة من صفات وخصائص مميزة عن باقي الاحذية<sup>(٥٢)</sup>، وانها حرفة يدوية بحتة تتم عبر مراحل معينة وان صانعي كل مرحلة مختلف عن مرحلة اخرى ومن خلال عمل دقيق وشاق مستنداً الى التظافر في الجهود والوقت والخبرة المتراكمة، وعليه تكاد تكون محتكراً بأهالي منطقة هورامان حتى يرى البعض ان الصين قد اخفق من صناعة مثل هذه الاحذية<sup>(٥٣)</sup>.

### ثانياً: ارتباط جودة المنتج بالمنطقة الجغرافية المنشأة

مفاد هذا الشرط هو ارتباط جودة المنتج مع المنطقة الجغرافية التي نشأ فيها، ولا يهم بعد ذلك ما اذا كان المنتج منتجاً طبيعياً كمياه شيخ بالك، او زراعياً كرمان شاربان او حرفياً ككلاش هورامان، وبمفهوم مخالف اذا كان جودة المنتج غير مرتبط بالمنطقة الجغرافية التي نشأ فيها لا نكون امام مؤشر جغرافي محمي قانوناً، ففي هذا الخصوص رفضت القضاء الفرنسي حماية المنتج (Camembert) كمؤشر جغرافي لتمييز نوع من الاجبان لان جودة المنتج لم تكن محصورة في تلك المنطقة الجغرافية بل موجودة بنفس نوعية في مناطق اخرى<sup>(٥٤)</sup>، ولنفس السبب رفض محكمة استئناف باريس الاعتراف بالمنتج (Moutarde Dijon) كمؤشر جغرافي لصناعة مادة الخردل<sup>(٥٥)</sup>. وهنا يثار سؤالين اولها: بشأن تفسير مصطلح المنتج، هل تشمل سلعة او خدمة او كلاهما؟؟، وثانيهما المعيار التي يمكن من خلالها قياس جودة المنتج؟؟. للإجابة على السؤال الاول يبدوا ان المشرعين عموماً يميلون الى

(٥٠) د. عجة الجليلي، مصدر سابق، ص ٢٥٥.

(٥١) هو نوع من قماش فاخر تنتج من شعر الماعز الخالص في منطقة زاخو باقليم كوردستان وبصناعة بدائية ووسائل يدوية بحتة من قبل الحرفين في المنطقة، رغم غلاء في سعره لاقى المنتج اقبالاً واسعاً لدى الفئة الرجالية عالية الدخل والمتوسطة، حيث يستخدم عادة كزي من ازياء الشعب الكوردية في المناسبات والاعياد مع كلاش هورامان الشهير.

(٥٢) بحسب المقابلة التي اجريناها مع الحرفي السيد (نارام حاجي مجيد) والتي اشرنا اليها سابقاً، ان لكلاش هورامان عدد من الخصائص والصفات الفريدة التي تميزه عن باقي الاحذية وهي انها: ١- احذية وحيدة التي تصنع يدوياً بشكل كامل، يعتبر القطن من المواد الاولية الحصرية للحرفة، ٢- صديقة للبيئة اي بعد استخدامها وتركها واخلاء سبيلها تنحل كافة اجزاءها وتخضع لعملية انحلال كلي (سايكلين)، ٣- مميزة عن باقي الاحذية في العالم كونها لا توجد هناك الفارق بين زوجي الاحذية (اليمن واليسار)، سواء اكان من حيث الصنع ام الاستعمال.

(٥٣) هذا ما اكد لنا السيد (سمير ابراهيم محمد) احد بائعي كلاش هورامان، في المقابلة التي اجريناها معه في محله الخاص باربيل العاصمة قرب مقهى مجكو الشهيرة بتاريخ (٢٠١٧/٩/١٧)، حيث قال انهم ارسلوا نماذج من كلاش هورامان الى الصين لاجل صناعة الاحذية بالوسائل المستحدثة وبكميات هائلة بهدف الايفاء بالطلبات المقدمة محلياً وتمهيداً لتصديرها الى الخارج سيما دول الخليج العربي، ولكن في نهاية المطاف اخفق الصين في الايفاء بطلباتنا من صنع الاحذية.

(٥٤) د. نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٣٦٩.

(٥٥) المصدر السابق، ص ٣٦٨.

ربط المؤشر الجغرافي بالسلع دون الخدمات، بالتالي يفسر لفظة المنتج في السلعة دون الخدمات، والعللة في ذلك يبدوا واضحاً في نظرنا لان القانون الدولي لحماية الملكية الفكرية الزم دول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية بحماية المؤشرات الجغرافية في سلع دون خدمات وذلك في المادة (٢٢) من اتفاقية تريبس بالقول "في هذه الاتفاقية تعتبر المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في اراضي بلد عضو...". وانعكس ذلك على تشريعات الدول الاعضاء او (التي على وشك العضوية) في منظمة التجارة العالمية، سيما تشريعات الدول التي اخذناه بالمقارنة، وعلى هذا النحو في رأينا كان المشرعين العماني والعراقي اكثر صواباً من المشرع الاردني عندما استخدم صراحة لفظة السلعة<sup>(٥٦)</sup> بدلاً من المنتج الذي استعمله المشرع الاردني<sup>(٥٧)</sup>، وان كان المشرع العراقي في قانون حماية المنتجات العراقية رقم (١١) لسنة ٢٠١٠ قام بازالة هذا اللبس والغموض عندما نص صراحة بان المنتجات عبارة عن السلع الصناعية والزراعية...<sup>(٥٨)</sup>، من هنا نوصي المشرع الكوردستاني عند وضعه تشريع خاص بحماية المؤشرات ان يستخدم لفظة السلعة استجابةً لمتطلبات اتفاقية تريبس.

وفيما يخص معيار تحديد جودة المنتج، يبدوا انها تقاس بمعايير متعددة: كدرجة الاتقان والاقبال وخصوصية المنتج ومهارة الصانع او المنتج والاقدمية في تسمية المنتج<sup>(٥٩)</sup>، وقيمة المنتج السوقية، وانتشار مبيعاته في الاسواق الداخلية والدولية<sup>(٦٠)</sup>.

**ثالثاً: ارتباط جودة المنتج بعوامل طبيعية وبشرية:** يفهم من هذا الشرط ان جودة المنتج مرتبطة بالعوامل الطبيعية والبشرية التي تفرد بها المنطقة الجغرافية التي نشأ فيها المنتج دون غيرها من المناطق، وعادة هذه الجودة تأتي كنتيجة طبيعية لتأثير هذه العوامل او احدهما، بالنسبة للعوامل البشرية مما يمكن القول بان دورها تكمن في كيفية انتاج او تصنيع المنتج وهي ميزة او خاصية اساسية تشتهر بها المنتجون او الصانعون في منطقة جغرافية معينة دون غيرها من مناطق اخرى، كطريقة صنع مرز كوردي في منطقة زاخو، او كلاش هورامان في منطقة هورامان، وتجدر الاشارة ان هذه المزايا تعود الى تراكمات معرفية وخبرات فنية اكتسبها منتجون او حرفيون عن اباؤهم او اجدادهم وورثوها جيلاً بعد جيل على سبيل العرف المحلي المتميز بالعرفاثة والشباب والشهرة الفائقة<sup>(٦١)</sup>، اما العوامل الطبيعية فتعد خصوبة الارض واعتدال الطقس وملائمة المناخ لمنطقة جغرافية معينة من العوامل المؤثرة والمساعدة في انتاج نوعية مميزة من منتجات زراعية مختلفة عن غيرها التي تنتج في

<sup>(٥٦)</sup> المادة (١) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني، يقابلها المادة (١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقية المعدل.

<sup>(٥٧)</sup> المادة (٢) من قانون المؤشرات الجغرافية الاردني.

<sup>(٥٨)</sup> المادة (١) من قانون حماية المنتجات العراقية رقم (١١) لسنة ٢٠١٠ المعدل.

<sup>(٥٩)</sup> د. عجة الجبالي، مصدر سابق، ص ٢٥٧.

<sup>(٦٠)</sup> طالب برايم سليمان، العلامة المشهورة، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص ٢٨٥.

<sup>(٦١)</sup> اكد لنا الحرفي السيد (نارام حاجي مجيد) في المقابلة التي اشرفنا عليها سابقاً، انهم توارثوا حرفة صناعة كلاش هورامان من اجدادهم جيلاً بعد جيل الى وقتنا الحاضر، وانهم مدينون للصانع والحرفي المشهور في المنطقة (الحاج ابو بكر) لان التاريخ الحديث لصناعة كلاش هورامان بدأت على يده في النصف الثاني من القرن الماضي، وان صناعة الكلاش بخلاف صناعات الاحذية الاخرى تمر بثلاث مراحل متعاقبة، وهي: الاولى: مقدمات تمهيدية لصناعة الاسفل، والثانية: صناعة الاسفل، والثالثة: بناء الاجزاء المتبقية (بيكهنه) بنسيج يدوي على كالحائط على الاسفل، وتجدر الاشارة ان صانع كل مرحلة مختلف عن مرحلة اخرى، وعادة تستخدم في الصناعة (خاصة الاسفل) آلتان بدائيتان هما (كؤته)، و(مشته).

مناطق أخرى، على سبيل المثال ان الشهرة الذي اكتسبه منتج رمان شاربان بطعمه ومذاقه كان بفعل العوامل الطبيعية التي تتميز بها منطقة شاربان، وكذلك الحال بالنسبة لمميزات جوز هورامان وعسل الحاج عمران وغيرها من المؤشرات الجغرافية في الاقليم، والذي نبغي ذكره هنا كان المشرع العماني اكثر صواباً من بين المشرعين الاردني والعراقي عندما نص صراحة الى هذا الشرط في المادة (١) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية بالقول " ... ويدخل في تحديد هذا البيان (المؤشر) العوامل الطبيعية والبشرية أو أيهما"<sup>(١٣)</sup>، وعلى ذلك نوصي المشرع الكوردستاني الاخذ بنظر الاعتبار هذا الشرط عند وضعه تشريع خاص لحماية المؤشرات الجغرافية في الاقليم بالصيغة التي نشير اليها لدى توصياتنا في نهاية هذا الجهد المتواضع.

### ثالثاً: مشروعية المؤشرات الجغرافية

فيما تقدم من الشروط الموضوعية لا تكفي في ان يكون المؤشر الجغرافي تحت طائلة الحماية القانونية في اقليم كوردستان او البلد الذي اشتهرت فيه، بل الاهم من ذلك ينبغي ان يكون المؤشر مشروعاً، ومن خلال استقراء نصوص التشريعات المقارنة يمكننا ان نحدد الحالات التي تعد فيها المؤشرات غير مشروعة وعلى ذلك ندعوا المشرع الكوردستاني الاخذ بها عند تبنيه قانون خاص بحماية المؤشرات الجغرافية مستقبلاً والحالات هي:

اولاً: المؤشرات الجغرافية غير متطابقة مع المعطيات الواردة في التعريفات التشريعية كما تقدم ذكره، وبالرجوع الى ماتقدم ذكره من التعريفات التشريعية نستنتج في ان مؤشر غير مشروع هو ذلك الذي غير مقترن بالمكان الجغرافي الذي نشأ فيه، او غير مرتبط بمنتج معين، او كان جودته غير منسوبة حصراً لمنطقة جغرافية معينة، علماً ان هذا الشرط تناولها التشريعات المقارنة<sup>(١٣)</sup> عدا القانون العراقي.

ثانياً: المؤشرات الجغرافية التي تؤدي الى تضليل المستهلكين او المنافسة غير المشروعة، لا يجوز تسمية المنتج أو عرضها للجمهور بما يوحي بأن منشأها الجغرافي غير المنشأ الحقيقي لها وان كان هذا المؤشر صحيحاً في حرفيته، ويؤدي الى تضليل الجمهور أو المنافسة غير المشروعة التي تتعارض مع المنافسات الشريفة في الانشطة الصناعية والتجارية، وتجدر الاشارة ان هذا الشرط تناولها التشريعات المقارنة<sup>(١٤)</sup> عدا القانون العراقي.

ثالثاً: المؤشرات الجغرافية المخالفة للنظام العام والاداب: هذا يعني انه لا يمكن للمنتج (صانع، مزارع، حرفي) تسجيل اي منتج كمؤشر جغرافي اذا احتوي على التسميات الفاضحة او تلك التي تخل بالحياء او تتنافى مع القيم الخلقية والدينية والاجتماعية للمجتمع الكوردستاني وان كان هذا المؤشر بالاصل مؤهل للتسجيل وارتبط نوعيته وشهرته بمنطقة جغرافية معينة، وتجدر الاشارة ان من بين التشريعات المقارنة اقرت القانون العماني هذا الشرط صراحة<sup>(١٥)</sup>، وعدم تطرق القانون الاردني الى هذا الشرط في نظرنا يؤول الى ان المشرع نص صراحة استخدام تسمية النبيذ والمشروبات الروحية كمؤشر جغرافي طالما جودة المنتج تعزي الى منشأها الجغرافي<sup>(١٦)</sup>، اما موقف القانون العراقي يفسر على انه ترك الامر للمادة (٢/٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية المعدل التي تنص على حظر

<sup>(١٣)</sup> المادة (١) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني.

<sup>(١٣)</sup> المادة (١/٤) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني، يقابلها المادة (١/٣) من قانون المؤشرات الجغرافية الاردني.

<sup>(١٤)</sup> المادة (٥) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني، يقابلها المادة (١٠٢/٣) من قانون المؤشرات الجغرافية الاردني.

<sup>(١٥)</sup> المادة (٤/ب) من قانون المؤشرات الجغرافية العماني.

<sup>(١٦)</sup> المادة (٢/٢) من قانون المؤشرات الجغرافية الاردني.

تسجيل العلامة التجارية المخالفة للنظام العام والاداب، لانه نظم احكام المؤشرات الجغرافية ضمن مواد خاصة بهذا القانون، ولاهمية الشرط نوصي المشرع الكوردستاني بادراجه صراحة عند تبنيه قانون خاص لتنظيم المؤشرات بالصيغة التي نبيه في توصياتنا عند نهاية البحث.

## الفرع الثاني

### الشروط الشكلية للمؤشرات الجغرافية

لا شك في ان توافر الشروط الموضوعية في المؤشرات الجغرافية (وفقا لما تقدم) دليل على وجودها من الناحية الواقعية، بيد ان وجودها من الناحية القانونية تستدعي القيام ببعض الاجراءات الشكلية ما يسمى بالشروط الشكلية، وهذه الاجراءات نظمها بعض المشرعين في قوانين خاصة بحماية المؤشرات الجغرافية، اما البعض الاخر فقد احوال تنظيمها الى قوانين خاصة بتنظيم العلامات التجارية على اعتبار ان المؤشر الجغرافي يتطابق مع العلامات التجارية من حيث التسجيل والحماية، وعلى هذا المسار الاخير اعتبر القانون العراقي ان المؤشرات الجغرافية جزء من علامة الضمان التي تنظم وفق احكام العلامة التجارية وذلك صراحة في المادة (٤/مكرر/ ثانيا) بالقول "يمكن تسجيل العلامات الجماعية وعلامات الضمان بما فيها المؤشرات الجغرافية وبنفس الاسلوب مع العلامات التجارية وبنفس الاثر... وتحت الحماية التي يمنحها هذا الفصل للعلامات التجارية". وفي رأينا ان المشرع العراقي في هذه النقطة وقع في المغالطة لان كما لاحظنا في ثنايا هذا الجهد المتواضع ان هناك فروقات جوهرية بين المؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية سواء اكانت من حيث المفهوم او الخصائص او الطبيعة القانونية او الشروط الموضوعية وبنفس الاسلوب ستستمر هذه المفارقة لتشمل الشروط الشكلية ووسائل الحماية القانونية (كما سنرى) لانهما بالطبع حقين صناعيين منفصلين عن بعضهما البعض، ولا يمكن التسليم بمبدأ الحلول على الاطلاق، بداية بالنسبة للشروط الشكلية والتي تكمن في تسجيل المؤشر واجراءته القانونية انه تبين لنا لدى زيارتنا للمديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية في اقليم كردستان ان الجهة المخولة بتسجيل المؤشرات الجغرافية هي نفس الجهة بالنسبة للعلامات التجارية وانها - المؤشرات الجغرافية - تسجل بنفس الاسلوب والاجراءات القانونية المتبعة في تسجيل العلامات التجارية، وان كان لحد الآن<sup>(٦٧)</sup> لم يكن هناك اية طلبات بتسجيل هذا الحق في اقليم كردستان<sup>(٦٨)</sup>، بيد اننا اكدنا لهم بان هناك فروقات جوهرية بين تسجيل كل من حقين سواء اكان من حيث تقديم الطلب، وفحصه وقبوله ونشره واصدار شهادة التسجيل، وبالاستقراء لنصوص التشريعات المقارنة نتعرض لاجراءات تسجيل المؤشرات الجغرافية ونوصي المشرع الكوردستاني الاخذ بها بنصوص خاصة في اللائحة التنفيذية الملحقة بالقانون المقترح لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان:-

(٦٧) اي تاريخ زيارتنا للمديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية في اقليم كردستان، الاربعاء المصادف (٢٧/٩/٢٠١٧).

(٦٨) في المقابلة التي اجريناها مع السيدة الحقوقية (مژده بهجت زيور) المسجلة للعلامات التجارية في اقليم كردستان والتي اشرنا اليها سابقاً اكدت لنا بان لا توجد في الاقليم دائرة خاصة بتسجيل المؤشرات الجغرافية وعهد الامر الى المديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية، ولحد الان لا يوجد هناك طلبات بتسجيل المؤشرات، واذا قدم في المستقبل نتخذ نفس التعليمات التي صدرت بالنسبة لتسجيل العلامات التجارية لاننا نطبق قانون العلامات التجارية العراقي النافذ الذي لم يفرق بين العلامات والمؤشرات من حيث الحكم والتسجيل.

**أولاً: طلب التسجيل:** يتعين على منتج (حرفي، مزارع، صانع) المؤشر الجغرافي في الاقليم ان يتقدم بطلب التسجيل الى الجهة المخولة بتسجيل المؤشرات الجغرافية وهي حالياً المديرية العامة لتسجيل العلامات التجارية، وهذا المنتج قد يكون منتجاً منفرداً او على هيئة التجمعات من المنتجين وهي الغالب، لان استغلال المؤشر عادةً يكون خلال مجموعة معينة من اهالي المنطقة الجغرافية التي تنشأ فيها المؤشر، وفي هذا الشأن نصت بعض القوانين<sup>(٦٩)</sup> انه بخلاف حقوق صناعية اخرى يكون طلب تسجيل المؤشر حكراً على المنتجين الوطنيين دون الاجانب، على اساس ان المؤشرات لها خصوصية معينة تميزها عن باقي حقوق صناعية اخرى وتكمن في صلتها الوثيقة بالمنطقة الجغرافية التي نشأ فيه وهي التراب الوطني هذا من جانب، من جانب اخر ان اهالي المنطقة هم وحدهم ساهموا في انتاج المنتج دون غيرهم، وهم الذين ورثوا الانتاج جيلاً بعد جيل، ونحن بدورنا لا نتفق مع تطبيق هذا الرأي في اقليم كوردستان لانه لا يستقيم مع المبادئ والقيم الاساسية للنظام الاقتصادي الحديث في الاقليم (العراق عموماً) والتي اسست على اقتصاد السوق المبني على قدم المساواة بين الوطنيين والاجانب، وهذا المبدأ انعكس على العديد من التشريعات الوطنية سيما الاقتصادية كقانون الاستثمار رقم (٤) لسنة ٢٠٠٦، الذي نص صراحة في المادة (٣) على انه "يعامل المستثمر والرأسمال الاجنبي كالمستثمر والرأسمال الوطني..."، الذي نبغي ذكره هنا رغم وجود اعداد كبيرة من منتجي المؤشرات الجغرافية في الاقليم سيما المتعلقين بحرفة كلاش هورامان او منتج ارز عقراوي، لم يقدم اي منهم فرداً او مجموعة بطلب تسجيل المؤشر الى المديرية العامة لتسجيل العلامات في اربيل العاصمة، والسبب باعتقادنا يعود الى عدم وجود وعي قانوني لدى هؤلاء الحرفيين والمنتجين بطلب الحماية وفي رد على سؤالنا يرى البعض منهم انهم على اعتقاد في ان حرفتهم محتكرة من قبلهم ومحصورة باهالي منطقتهم الجغرافية وليس بإمكان الغير تقليدها او القيام بالمنافسة غير المشروعة<sup>(٧٠)</sup>.

على اية حال عادة طلب التسجيل يكون على صيغة نموذج يملئه المودع (المنتج، الحرفي) ويحتوي بالضرورة المعلومات التالية: اسم وعنوان وجنسية وصفة المودع والمؤشر الجغرافي المراد تسجيله والمنطقة الجغرافية التابعة لها مع بيان المنتجات التي تنطبق عليها المؤشر وخصائصها ونوعيتها وسمعتها ووصف طريقة الانتاج او التصنيع للمنتج خصوصاً الاعراف المحلية المعتمدة كل ذلك بعد تسديد رسوم الايداع<sup>(٧١)</sup>.

**ثانياً: فحص الطلب:** بعد استلام الطلب وترقيمه، على المسجل فحص الطلب من خلال الاستعانة باللجنة الفنية الاستشارية المشكلة لهذا الغرض وذلك للوقوف على مدى توفر المعلومات المطلوبة ومطابقتها للواقع، ويتعين على المسجل ابداء رأيه فيه خلال ٦٠ يوماً من تاريخ التسلم ويعتبر عدم الرد عن الطلب بعد انقضاء تلك المدة قبولاً له، وفي حالة الرفض يتعين ان يكون قراره مسبباً<sup>(٧٢)</sup>.

**ثالثاً: قبول الطلب ونشره:** للمسجل بناءً على تقرير اللجنة الموسومة لقبول الطلب ودون اضافات او شروط اخرى او قبول معلق على استيفاء بعض شروط اضافية لاحقة فاذا وافق المودع (المنتج) على تلك الاضافات، اصبح لزاماً

(٦٩) المادة (٥) من قانون تسميات المنشأ الجزائري رقم (١٢١) لسنة ١٩٧٦.

(٧٠) هذا ما اكد لنا الحرفي والبائع لكلاش هورامان السيد (سمير ابراهيم محمد) في المقابلة التي اشرنا اليها سابقاً.

(٧١) المادة (٦٧) من اللائحة التنفيذية الملحقة بقانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٨.

(٧٢) المادة (٦٩) من اللائحة التنفيذية الملحقة بقانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني.

على المسجل اخطار المودع بنتيجة الفحص وطالباً منه دفع رسوم النشر خلال ستين (٦٠) يوماً من تاريخ الاخطار، وبعد ذلك تأتي مرحلة نشر الطلب في نشرة رسمية مشتملا البيانات التي ذكرناه سلفاً<sup>(٧٣)</sup>.

رابعاً: تسجيل المؤشر واصدار الشهادة: في حالة عدم وجود الاعتراض من قبل الغير على نشر الطلب خلال مدة محددة قانوناً وهي ثلاثين (٣٠) يوماً، على المسجل تسجيل المؤشر الجغرافي وذلك بعد سداد الرسوم المقررة ويشمل التسجيل ادراج مجموعة من البيانات<sup>(٧٤)</sup> في سجل مخصص بذلك اضافة الى اصدار شهادة تسجيل المؤشر الجغرافي باسم المودع او مقدم الطلب<sup>(٧٥)</sup>.

### المطلب الثالث

#### وسائل حماية المؤشرات الجغرافية

تقدم القول، ان الحق في استئثار المؤشرات الجغرافية يثبت عموماً لكل شخص الذي ينتج منتجاً ذات شهرة فائقة في منطقة جغرافية معينة، بيد انه يجوز اثبات هذا الحق استثناءً لشخص معين بالذات مادام المنتج الذي يحمل المؤشر مبتكراً من قبله ومسجلاً باسمه، مهما يكن فإن المؤشر المستأثر ينبغي ان يتوفر فيه الشروط الموضوعية لامكانية وجوده من الناحية الواقعية والشروط الشكلية لامكانية وجوده من الناحية القانونية، والمؤشر الجغرافي على هذا النحو نظراً لشهرة او نوعية او مميزات المنتج الذي يحمله قد يكون عرضة للاعتداءات من قبل الغير، واتفاقية تريبس بدورها اورد صوراً لمثل هذه الاعتداءات كالاتي<sup>(٧٦)</sup>: كل انتاج لسلعة او تقديم خدمة يشير الى اسم مؤشر جغرافي يعود للغير من شأنه ان يؤدي الى تضليل الجمهور، كل استعمال مؤشر جغرافي بشكل يوهم الجمهور بان منشأ المنتج غير منشئه الحقيقي، وان كان هذا المؤشر صحيحاً في حرفيته، كل استعمال لمؤشر جغرافي يؤدي الى منافسة غير مشروعة حسبما يتحدد معناه في المادة (١٠ مكرر) من اتفاقية باريس، كل استعمال المؤشر الجغرافي كعلامة تجارية طالما ان العلامة توحى الى مؤشر محمي ويؤدي الى تضليل الجمهور مادام المستعمل سوء النية يعرف بانه اعتداء على حق الغير في المؤشر<sup>(٧٧)</sup>، لغرض القضاء او الحد من هذه الاعتداءات وضعت اتفاقية تريبس بنود حماية فعالة على المستوى الدولي، والزمّت التشريعات الوطنية سيما الدول المنضمة (او التي على وشك الانضمام) الى منظمة التجارة العالمية، التمسك بالحد الأدنى منها على الأقل<sup>(٧٨)</sup>، لذلك نجد حماية هذا الحق في هذه الدول جاءت متأخرة وعلى اثر صدور اتفاقية تريبس وإنشاء منظمة التجارة العالمية ١٩٩٥.

والذي نبغي ذكره هنا انه على الرغم من اقرار هذه الحماية في التشريعات الداخلية الا ان الدول لم تتفق فيما بينها حول طرق الحماية، حيث تحمي بعض التشريعات عن طريق قانون حماية المستهلك، والبعض الاخر عن

<sup>(٧٣)</sup> المادة (٧٢) من اللائحة التنفيذية الملحق بقانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني.

<sup>(٧٤)</sup> هذه البيانات هي: ١- اسم المؤشر الجغرافي المسجل، ٢- حدود المنطقة الجغرافية التي ينطبق عليها المؤشر الجغرافي، ٣- اسم وعنوان مالك المؤشر، ٤- اسم وعنوان الوكيل (ان وجد)، ٥- السلع التي يستخدم لها المؤشر، ٦- نوعية او شهرة او الخصائص الاخرى للسلع التي يستخدم لها المؤشر الجغرافي واي شروط اخرى يمكن استخدامها المؤشر بموجبها، ٧- تاريخ ايداع ورقم الطلب وتاريخ التسجيل.

<sup>(٧٥)</sup> المادة (٢/٧٤) من اللائحة التنفيذية الملحق بقانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني.

<sup>(٧٦)</sup> الفقرات (٢)، (٣)، (٤)، من المادة (٢٢) اتفاقية تريبس.

<sup>(٧٧)</sup> د. صبري حمد خاطر، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية، بدون طبعة، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠١٢، ص ١٠٦.

<sup>(٧٨)</sup> المادة (١/٢٤) من اتفاقية تريبس.

طريق قانون العلامات التجارية وتذهب الفئة الثالثة (وهي الغالبة) عن طريق تشريعات خاصة بالمؤشرات الجغرافية، ومن التشريعات المقارنة ذهب التشريع العماني والاردني الى صدور قانون خاص لتنظيم حماية المؤشرات الجغرافية، بينما القانون العراقي نظمه من خلال مادتين فقط ضمن التعديل الذي اجراه السفير بول بريمر لقانون العلامات والبيانات التجارية سنة ٢٠٠٤، وبقدر فهمنا للموضوع نفسر موقف المشرع العراقي في نقطتين هما اولاً: ان التعديل المذكور انعكس رغبة المشرع في عدم جديته من تنظيم هذا الحق اسوة بمواضيع اخرى اكثر اهمية وحساسية بالنسبة له، كالعلامات التجارية وبراءات الاختراع والنماذج الصناعية والتصاميم الطبوغرافية لانه الولايات المتحدة اصلاً لا تملك مؤشرات جغرافية مشهورة عالمياً مقارنة مع الدول الاوروبية التي تشتهر في ذلك خاصة تلك التي تنتج النبيذ والمشروبات الكحولية، وعلى ذلك نجد انها – الولايات المتحدة- اصلاً لم تبدي حماساً لتدويل المؤشرات ودخولها في مفاوضات تريبس كباقي حقوق الملكية الصناعية.

ثانياً: ان مشرع التعديل (بول بريمر) يحمل جنسية الولايات المتحدة الامريكية، وفي هذا البلد لا يزال هناك اعتقاد بان المؤشر الجغرافي نوع من انواع العلامات التجارية، وتسجل كعلامات مصادقة، وتحمي تحت طائلة نفس الحماية المقررة للعلامات التجارية الواردة في قانون لانهايم الاتحادي<sup>(٧٩)</sup>.

على اية حال فان المؤشرات الجغرافية شأنها شأن باقي حقوق الملكية الصناعية قد تعرض لحالات الاعتداء، فاذا وقع مثل هذه الاعتداءات ينبغي اتخاذ جميع الوسائل اللازمة لحمايتها، وهذه الوسائل تكمن في الحماية المدنية والحماية الجنائية، وعلى ذلك سوف نقسم المطلب الى فرعين كما يلي:

## الفرع الاول

### الحماية المدنية للمؤشرات الجغرافية

تقدم القول في ان المؤشرات الجغرافية شأنها شأن باقي حقوق الملكية الفكرية قد تكون عرضة للتعدي مما دفع بالمشرعين تبني احكام قانونية لحمايتها، فيما يخص الحماية المدنية عادة تتم عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، اذ من المعلوم، ان المنافسة بحد ذاتها لا تعد عملاً غير مشروع بل انها امر مرغوب فيه، ويعود إليها الفضل في تقدم المشروعات التجارية، ولها القدرة الخلاقة على الدفع نحو الابتكار، وتعمل كحافز حيوي وفعال على الإبداع في الحياة التجارية والصناعية محققة أفضل النتائج<sup>(٨٠)</sup>. ولكن اذا انحرفت المنافسة عن الطريق السليم كاستخدام المنافس لطرق ووسائل منافية للقانون او العادات فانها تغدو غير مشروعة، اذا المنافسة غير المشروعة هي "كل فعل يخالف العادات والأصول الشريفة المرعية في المعاملات التجارية"<sup>(٨١)</sup>. والدارج في دعوى المنافسة غير

<sup>(٧٩)</sup> نانسي اوملكو، المؤشرات الجغرافية، محاضرة القاها في الاكاديمية العالمية لحقوق الملكية الفكرية، متاح على شبكة الانترنت على

العنوان الرسمي التالي:

[https://www.uspto.gov/web/offices/.../geographical\\_indication.ppt](https://www.uspto.gov/web/offices/.../geographical_indication.ppt) last visited (17-9-2017)

<sup>(٨٠)</sup> زينة غانم عبدالجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون، جامعة الموصل، ٢٠٠٠، ص٦.

<sup>(٨١)</sup> المادة (٩٨) من قانون التجارة العراقي الملغي رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠. كما وعرفت بانها " استخدام التاجر لطرق ووسائل منافية للقوانين او العرف او العادات او مبادئ الشرف والاستقامة التجارية". انظر: اوزدن حسين رحمن، المنافسة غير المشروعة ومستجدات تطبيقها في التجارة الدولية، بحث منشور في مجله ته رازوو التي تصدرها اتحاد حقوق كوردستان، العدد ٨، ٢٠٠٠، ص١٤٧.

المشروعة انها تؤسس وفقا لما استقر عليه القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، التي تقضي بانه من قام بفعل مسبب الضرر بالغير وجب عليه التعويض (الضمان)<sup>(٨٧)</sup>. وهذا يعني لقيام المسؤولية لابد من وجود (الخطأ) من جانب الغير والضرر من جانب المنتفع للمؤشر ووجود العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، والخطأ يتمثل في فعل الاعتداء على الحق في المؤشر الجغرافي، وما يدخل ضمن هذه الافعال من عدمها نص عليها التشريعات المقارنة<sup>(٨٢)</sup> (عدا القانون العراقي)، فاذا وقع الاعتداء، للحرفي او المنتج او صاحب المصلحة له الحق في اقامة دعوى مدنية امام محكمة مختصة مشفوعاً بكفالة مصرفية او نقدية مطالباً: أ- وقف التعدي، ب- الحجز التحفظي على المنتجات موضوع التعدي اينما وجدت، ج- المحافظة على الادلة ذات الصلة بالتعدي، د- التعويض عما لحقه من اضرار جراء التعدي<sup>(٨٤)</sup>، وللمحكمة المختصة ان تستعين بخبراء لغرض تحديد الاعتداء وتقدير التعويض، ولها ان تقرر مصادرة المنتجات موضوع التعدي والمواد والادوات المستعملة بصورة رئيسية في التعدي ولها ان تقرر اتلافها<sup>(٨٥)</sup>، من هذا المنطلق نقترح على المشرع الكوردستاني في القانون المزمع اقتراحه لحماية المؤشرات الجغرافية ايراد نصين لمعالجة الموضوع اولاً: فيما يحظر استعماله كمؤشر جغرافي ثانياً: اجراءات مطالبة بالحماية المدنية وعلى الصيغة التي نبينه في التوصيات لدى نهاية هذه الدراسة.

## الفرع الثاني

### الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية

يمكن القول ان الحماية الجنائية هي حماية خاصة في مواجهة الجرائم التي تقع على الحق في المؤشرات الجغرافية<sup>(٨٦)</sup>، حيث لا ترفع الدعوى الجنائية الا عند الاعتداء على الحق في المؤشر سواء أكان بتقليده أم بتزويره....، ولا يعد ذلك اعتداءً الا اذا توافر القصد الجنائي لدى مرتكب الجريمة. ومن اجل حماية المؤشر جنائياً لا بد من توفر ضوابط معينة منها: ان يكون المؤشر مسجلاً، وان تنصب الحماية على الحق في المؤشر بغض النظر عن قيمة او شهرة المنتجات التي تمثلها<sup>(٨٧)</sup>، كما وتحدد نطاق الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية من حيث الزمان والمكان، فالقيد الزمني: يفهم منه ان سريان الحماية الجنائية تبدأ من لحظة التسجيل لدى الجهة المختصة حسب الأصول المقررة وتستمر طوال سريان ذلك التسجيل الى لحظة انقضاءها، وعليه فإن مناطق الحماية الجنائية مربطة بالتسجيل وجوداً وعدم<sup>(٨٨)</sup>.

<sup>(٨٢)</sup> انظر المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي المعدل.

<sup>(٨٣)</sup> ما يدخل ضمن افعال الاعتداء على الحق في المؤشرات الجغرافية نص عليها المادة (٥) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني، تقابلها المادة (٣) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية الاردني، وما لا يدخل ضمن هذه الافعال نص عليها المادة (١٠) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني، تقابلها المادة (٧) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية الاردني.

<sup>(٨٤)</sup> المادة (٦) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني، تقابلها المادة (٨) من قانون حماية المؤشرات الجغرافية الاردني، لم ينص عليها القانون العراقي.

<sup>(٨٥)</sup> الفقرات (د)، (هـ) من المادة (٨) حماية المؤشرات الجغرافية الاردني.

<sup>(٨٦)</sup> د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مصدر سابق، ص ٥٩٢.

<sup>(٨٧)</sup> أسامة احمد محمد النعيمي، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون العراقي، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، ٢٠٠٤، ص ٤٧.

<sup>(٨٨)</sup> المصدر السابق، ص ٤٨.



اما القيد المكاني: فالأصل ان الحماية الجغرافية للمؤشرات الجغرافية محصورة في نطاق اقليم الدولة التي تم التسجيل فيها، مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بحماية المؤشرات الجغرافية على المستوى الدولي ثنائية او متعددة الاطراف متى انضمت اليها سيما اتفاقية تريبيس<sup>(٨٩)</sup>. ولكن في حالة وقوع الاعتداء على احدى الدول المنضمة للاتفاقية لا تقوم الحماية من تلقاء نفسها بل بطلب ورفع الدعوى من قبل جهة المعتدى عليه، هذا ما وقع فعلا في دول الاتحاد الاوروبي، اكد عليها محكمة العدل الاوروبية بقرار لها في (٢٦/شباط/٢٠٠٨) في قضية الاعتداء على المؤشر الجغرافي البارميزان للاجبان الايطالي من قبل شركة المانية للاجبان في المانيا<sup>(٩٠)</sup>. وفي التشريعات المقارنة نص القانون العماني على هذه الحماية في المادة (١١) بالقول "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تتجاوز ألفي ريال عماني أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من قام متعمداً بأي من الأفعال الواردة في المادة (٥) من هذا القانون". وفي الاردن لم يشر المشرع الى الحماية الجغرافية، ويرى جانب من الفقه انه لا مانع من حماية المؤشرات بقواعد القانون الجنائي<sup>(٩١)</sup>.

بينما في العراق فقد احوال المشرع حماية المؤشرات الجغرافية الى الاحكام الواردة في حماية العلامات التجارية بدليل المادة (٤/مكرر/ثانياً) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل التي تنص على انه "يمكن تسجيل ... المؤشرات الجغرافية بنفس مع العلامات التجارية ... وتدخل عند تسجيلها تحت الحماية التي يمنحها هذا الفصل من العلامات التجارية".

وفي رأينا مما تقدم كان المشرع العماني اكثر صواباً عندما قام بتعداد الافعال التي تعد من قبيل الاعتداءات الواردة على الحق في المؤشرات الجغرافية وافرد نص خاص بجزاء جنائي لكل حالة من هذه الاعتداءات، من هذا المنطلق ودعماً لتشجيع هذا الحق في اقليم كوردستان الذي يعد في كثير الاحيان جزءاً من تراثنا الوطني نوصي المشرع الكوردستاني بايراد نص خاص بحماية جنائية لكل حالة من حالات الاعتداء على المؤشرات الجغرافية في الاقليم على الصيغة التي نبينها في توصياتنا عند نهاية هذا الجهد المتواضع.

<sup>(٨٩)</sup> المادة (٢٢) من اتفاقية تريبيس.

<sup>(٩٠)</sup> تمثل وقائع القضية: في قيام شركة المانية باستخدام تسمية بارميزان كمؤشر جغرافي لتمييز نوعية الاجبان المصنوعة في المانيا في حين ان هناك مؤشر جغرافي محمي ومسجل بهذا الاسم في ايطاليا احدى دول الاتحاد الاوروبي، وفي (٢٦/شباط/٢٠٠٨) رفض محكمة العدل الاوروبية معاقبة المانيا على مثل هذا الاعتداء على اراضيها موضحاً سبب رفضها على انه "لا يتوجب على بلد عضو ان يتخذ من تلقاء نفسها الاجراءات اللازمة ليعاقب على اراضيها الاعتداءات على المؤشرات الجغرافية المتأتية من بلد اخر، بل ان اجراءات الرقابة المتابعة لحماية المؤشرات يجب ان تنهض من قبل البلد العضو الذي تصدر منه هذه المؤشرات". القضية معروضة في نشرة المؤشرات الجغرافية التي تصدرها وزارة الاقتصاد والتجارة اللبناني، عدد ٥، ٢٠٠٨، وعلى الموقع الالكتروني الرسمي التالي: [http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/4551\\_8483\\_4841.pdf](http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/4551_8483_4841.pdf) (last visited 12-9-2017).

<sup>(٩١)</sup> د. نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٣٧١.

## الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي بحثنا فيها الاطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان تمكنا الوصول الى عدد من الاستنتاجات وقد بينا اغلبها في المواضيع الخاصة بموضوع كل استنتاج، كما تبلورت لدينا عدد من التوصيات والتي نقترحها على صيغة مشروع قانون نأمل من المشرع الكوردستاني الاخذ به في الفصل التشريعي القادم، فنبدأ باستعراض اهم هذه الاستنتاجات أولاً ومن ثم عرض المشروع القانوني المقترح ثانياً وكالاتي:

### اولاً: الاستنتاجات

١- ان وضع اول لبنة لحماية المؤشرات الجغرافية بدأت في عام ١٨٨٣ من خلال اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وتحت تسمية (تسميات المنشأ)، وتمت تقوية حمايتها في اتفاقية لشبونة ١٩٥٨ الخاصة بتسميات المنشأ، وبلغ الحماية ذروتها في اتفاقية تريبيس ١٩٩٤ بدعم من دول الاتحاد الاوروبي والتي فرض على الدول المنضمة الى منظمة (WTO) (او التي على وشك العضوية) الالتزام بالحدود الدنيا من هذه الحماية.

٢- تبين لنا من خلال البحث في مفهوم المؤشرات الجغرافية، بأنه ليس هناك تعريفاً جامعاً ومانعاً للمؤشرات الجغرافية، وسبب ذلك يعود لاختلاف وجهات النظر حول المسألة، فكل واحد منهم يعرفه من الزاوية الخاصة بها ويختلف عن الاخرى، لكن وجدنا في ان معظم التشريعات العربية والعالمية حذا حذوا اتفاقية تريبيس في ايراد التعريف وهذا موقف طبيعي ومتوقع لانه حماية وتنظيم المسألة منبثقة من الاتفاقية واصبح ضرورة ملحة واحدى متطلبات الدخول الى منظمة التجارة العالمية.

٣- ان للمؤشرات الجغرافية خصائص خاصة بها تميزها عن باقي الحقوق الصناعية سيما عملية الاستثناء، حيث انها ليس حكرراً على شخص معين بالذات كباقي الحقوق، انما عادة تستغل من خلال عمل جماعي، والاستفادة منها محصور لسكان المنطقة الجغرافية الذين ساهموا في انتاج المنتج الذي يحمل المؤشر، لانه هم الذين جاهدوا عبر سنين، وورثوها عبر الاجيال.

٤- ان حماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان مرهون بتوفير مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية المنسجمة مع المعايير الدولية، حيث تبين لنا من خلال البحث في هذه الشروط ان لها خصوصيات معينة مستقلة ومنفصلة عن شروط باقي الحقوق الصناعية سيما العلامات التجارية التي لم يفرق المشرع العراقي بينهما قط.

٥- رغم وجود اعداد كبيرة من منتجي المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان سيما المتعلقين بحرفة كلاش هورامان او منتج ارز عقراوي، لم يقدم اي منهم فرداً او مجموعة بطلب تسجيل المؤشر الى المديرية العامة لتسجيل العلامات في اربيل العاصمة، والسبب باعتقادنا يعود الى عدم وجود وعي قانوني لدى هؤلاء الحرفيين والمنتجين بطلب الحماية وان كان البعض من حرفي كلاش هورامان على الاعتقاد في ان حرفتهم محتكرة من قبلهم ومحصور بأهالي منطقتهم الجغرافية وليس بإمكان الغير تقليده او القيام بالمنافسة غير المشروعة.

### ثانياً: التوصيات

تزامناً مع الاصلاحات الاقتصادية التي انتهجها اقليم كردستان بعد تبنيه صراحة نظام اقتصاد السوق، واقدمه على تشريع قوانين هامة سيما الاقتصادية، كقانون الاستثمار وقانون حقوق الملكية الفنية والادبية، وقانون المنافسة غير المشروعة والضريبة ...، وادراكاً في ان الاقليم شأنه شأن باقي الدول يمتلك عدد كبير من المؤشرات الجغرافية التي من الممكن ان تؤثر ايجاباً على النهوض بالتنمية الاقتصادية اضافة الى اعتبارها في كثير من الاحيان

جزءاً من تراثنا الوطني التي نفتخر بها وتعريف بهويتنا القومية، واحساساً بعدم وجود وعي قانوني لدى مجتمعنا حول هذا الحق وماهيته وخصائصه وشروطه ووسائل كفيلة لحمايته، واستناداً الى ما توصلنا اليه في ثنايا هذا الجهد المتواضع من التوصيات، نقترح على المشرع الكوردستاني مشروع قانون حماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان آمليين ان يأخذه بنظر الاعتبار خلال الفصل التشريعي القادم.

### (مشروع قانون حماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان)

المادة (١): التعريفات

القانون: قانون حماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان

اللائحة: اللائحة التنفيذية لقانون حماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كوردستان

الوزارة: وزارة التجارة والصناعة في حكومة اقليم كوردستان

الوزير: وزير التجارة والصناعة في حكومة اقليم كوردستان

المؤشر الجغرافي: اسم منطقة معينة في اقليم بلد معين، يدل على ان المنتج ينتمي الى تلك المنطقة ويتميز بنوعية فائقة وشهرة فريدة تعود لمنشئه الجغرافي، وتتم عمليات انتاجه في تلك المنطقة الجغرافية بعينها، وبفعل العوامل الطبيعية او البشرية او كليهما.

المادة (٢): يحظر على كل شخص (طبيعي او معنوي) في الاقليم القيام بالتصرفات التالية:-

١- استخدام اية وسيلة في تسمية اي منتج او عرضه بشكل يوحي بأن منشأه الجغرافي غير منشئه الحقيقي مما يؤدي الى تضليل الجمهور بشأن هذا المنشأ.

٢- استخدام مؤشر جغرافي بشكل يعد منافسة غير مشروعة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الانشطة التجارية والصناعية في الاقليم.

٣- استخدام مؤشر جغرافي بشكل يوهم الجمهور بان منشأ المنتج غير منشئه الحقيقي وان كان صحيحاً حرفياً فيما يتعلق بالمنطقة الذي نشأ فيه.

المادة (٣): لا يعتبر مخالفة لاحكام هذا القانون ما يلي:

١- تملك علامة تجارية مطابقة او مشابهة لمؤشر جغرافي من خلال استعمالها بحسن نية، قبل العمل بهذا القانون او قبل منح المؤشر الجغرافي الحماية في البلد المنشأ.

٢- تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية في الاقليم مطابقة او مشابهة لمؤشر جغرافي او تم تسجيلها بحسن نية.

٣- استعمال مؤشر جغرافي لا يتمتع بحماية اصلاً، او انتهت حمايته في البلد المنشأ.

٤- استعمال مؤشر جغرافي، باي طريقة كانت، طالما مطابقاً للاصطلاح المألوف لاسم دارج لاية سلعة او خدمة في الاقليم.

المادة (٤): تحتفظ المديرية المختصة في الوزارة بسجل المؤشرات الجغرافية للاقليم، تقيد فيه طلبات تسجيل المؤشرات الجغرافية المقدمة من ذوي الشأن، والقرارات الصادرة بشأنها، وما يطرأ عليها من التعديلات، وذلك كله بالاوزاع والكيفية التي يصدر بتحديددها قرار عن الوزير.

المادة (٥): لقيد المؤشر الجغرافي بسجل المؤشرات الجغرافية يراعى ما يلي:

١- الا يتعارض مع النظام العام والآداب.

- ٢- الا يكون مطابقاً مع اسم دارج لاية سلعة في الاقليم.
  - ٣- ان يوافق مع التعريف الوارد في المادة (١).
  - ٤- الضوابط الاخرى تحددها اللائحة التنفيذية الملحقة بالقانون.
- المادة (٦): يقدم طلب تسجيل المؤشر من واحد او اكثر من منتجي سلعة في المنطقة التي يحدد المؤشر الجغرافي فيها الى المديرية المختصة بالوزارة، وتحدد اللائحة التنفيذية اجراءات تقديم الطلب وفحصه والبت فيه وتسجيله ونشره والرسوم المقررة، واذا اكتملت مراحل التسجيل على المديرية المختصة بالوزارة تسجيل المؤشر الجغرافي والشهر عنه في الموقع الالكتروني للوزارة. كما وعلى الوزارة انشاء نظام الكتروني على موقعها الرسمي يتضمن المؤشرات الجغرافية المحمية في الاقليم بموجب احكام هذا القانون.
- المادة (٧): لكل شخص ان يطلب الاطلاع على سجل المؤشرات الجغرافية والحصول على معلومات او صور او بيانات منه، وذلك وفقاً للقواعد والاجراءات، وبالكيفية التي يصدر بتحديددها قرار عن الوزير، وبعد سداد الرسوم المقررة.
- المادة (٨): للمديرية المختصة في الوزارة، ولكل ذي مصلحة طلب شطب تسجيل المؤشر في حالتين:
- ١- مخالفة حكم المادة الخامسة من هذا القانون.
  - ٢- اذا تم التسجيل بناء على غش او بيانات كاذبة.
- المادة (٩):
- أ- لكل ذي مصلحة، ان يقدم طلباً الى المحكمة المختصة، مشفوعاً بكفالة مصرفية او نقدية تقبلها، لاتخاذ اي من الاجراءات التحفظية التالية:
- ١- وقف التعدي.
  - ٢- الحجز التحفظي على المنتجات موضوع التعدي اينما وجدت.
  - ٣- المحافظة على الادلة ذات الصلة بالتعدي.
- ب- وللمحكمة اجابة الطلب اذا اثبتت لديها اي من الحالات التالية:
- ١- ان التعدي قد وقع على المؤشر الجغرافي.
  - ٢- ان التعدي على وشك الوقوع وقد يلحق به ضرراً يتعذر تداركه.
  - ٣- انه يخشى من اختفاء الدليل على التعدي او اتلافه.
- ج- على ذوي المصلحة اقامة دعواه المدنية خلال شهر من تاريخ اجابة المحكمة للطلب والا يعتبر الطلب ملغى.
- د- للمدعى عليه المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر اذا ثبت ان المدعي غير محق في طلب اتخاذ الاجراءات التحفظية او لم يقيم دعواه خلال شهر، او غير محق في دعواه.
- هـ- للمحكمة ان تستعين في جميع الاحوال براء ذوي الخبرة والاختصاص.
- و- عند صدور الحكم لمصلحة المدعي للمحكمة ان تقرر مصادرة المنتجات موضوع التعدي، والمواد والادوات المستعملة بصورة رئيسية في التعدي على المؤشر الذي تحمله هذه المنتجات، وتعويض ذوي المصلحة عما لحقهم جراء التعدي.
- المادة (١٠): مع عدم الاخلال بعقوبة اشد ينص عليها اي قانون اخر، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة اشهر ولا تزيد على سنتين وبغرامة لا تقل عن خمسة ملايين دينار ولا تزيد على خمسة عشر مليون دينار او باحدى هاتين العقوبتين كل من ارتكب متعمداً اي من الافعال المنصوص عليها في المادة (٢) من هذا القانون.

المادة (١١): يصدر مجلس الوزراء اللائحة التنفيذية اللازمة لتنفيذ هذا القانون.

المادة (١٢): رئيس الوزراء والوزراء المعنيين مكلفون بتنفيذ هذا القانون.

## الملخص

لا جدال في ان حقوق الملكية الفكرية تنقسم الى قسمين رئيسيين هما: حقوق الملكية الفنية والادبية وحقوق الملكية التجارية والصناعية، وكل من هذه الحقوق بدورها ستنقسم الى عدة فروع، وتجدر الاشارة ان ثمار او ناتج هذه الحقوق لا تأتي من الفراغ بل نتيجة لتضافر الجهود والمثابرة وبذل المزيد من الوقت والنفقات والمجهودات الفكرية، لذا فان العدالة تقتضي الى منح الحماية اللازمة لهذه الحقوق ضد اية حالات التعدي التي تقترف بطريقة او باخرى من قبل الغير، وتعد المؤشرات الجغرافية حق حيوي ومهم ضمن حقوق الملكية الصناعية، وتفيد حماية المنتجات الزراعية والصناعة الحرفية متى ما كانت هذه المنتجات ذات صلة وثيقة بمصدرها ومكان نشأتها، وهذه المؤشرات تحدد منشأ منتج ما في اقليم دولة او منطقة معينة في الاقليم متى كانت نوعية او سمعة او خصائص المنتج ترتبط بصورة اساسية بمنشأها الجغرافي، ونستطيع القول بان لكل دولة او اقليم مؤشر جغرافي تفتخر بها وتعتبرها من كنوزها او من تراثها الوطني، وفي اقليم كوردستان هناك العديد من هذه المؤشرات، بعضها طبيعية، وبعضها مصنعة، والذي نبغي ذكره هنا ان هذه المؤشرات لم تحظى باهتمام بالغ في الاقليم سواء اكان من الناحية العملية على اعتبار انها ايراد مهم لتنمية الاقتصاد الوطني او من الناحية القانونية خلال وضع اطار قانوني مناسب لتنظيمها وحمايتها ضد حالات الاعتداء عليها، وعلى ذلك فان هذا الجهد المتواضع يركز على هذا الحق من خلال توضيح مفهومه وبيان خصائصه والشروط اللازمة للتمسك به من الناحية العملية والقانونية واقتراح مشروع قانون لتنظيمه وكيفية حمايته في اقليم كوردستان.

## پوخته

گومان لهوه دانی یه که مافهکانی مولکداریهتی هیزری دابهش دهکریت بۆ دوو بهشی سه رهکی، ئەوانیش مافهکانی مولکداریهتی هونهری وئهدهبی ومافهکانی مولکداریهتی بازرگانی وپیشهسازین، وه ههریهک له مافانهش بۆ چهند بهشیکی لاههکی پۆلین دهکرین، ئەم مافانه هه موویان به رهه می هزن دره نجامی کوشش ماندووونیکی زۆر به رهه م هاتوون، هه ربویه رهوانی یه که سانیک بین به بهبی ناماده سازی وماندووون ئەم به رهه مانه قورخ بکهن وبه کاریان بهینن، جیگای نامازه پیکردنه موئه شراتی جوگرافیش به بهشیکی گرنگ له مافه پیشه سازی یه کان هه ژمار دهکریت، به واتایی پاراستنی به ربومی کشت وکالی و پیشه سازی و پیشه گهری دیت کاتیک ئەم به ربومانه په یوهندی یهکی تۆکمهیان هه یه بهو شوینه جوگرافیانهی که تیایدا به رهه م هاتوون، ته نانهت ناوبانگ وجۆرایهتی وخه سلهتی ئەم به ربومانه ده گه ریته وه بۆ ناوبانگی ئەو شوینه جوگرافییهی که سه ره لدانیان تیادا کردوه وبه شوینانه دناسرینه وه، ده توانین بلین هه موو وولاتیک یان هه ری می ک زۆریک لهو موئه شراتانهی هه یه که شانازی پیوه دهکات وهه گه نجینه کی به نرخ یان که له پوریکی ره سه ن سه یری دهکات، له هه ری می کوردستان زۆریک لهو موئه شراتانه هه ن هه ندیکیان سروشتین، هه ندیکي تریش ده سترکرد، به لام ئەوهی گرنگه لی ره دا ئەم موئه شه راتانه وه کو پیویست گرنگیان پینه دراوه چ له رووی پراکتیکی که به داهاتیکی گرنگ هه ژمار بکرین یان له رووی یاسای که سیته میکی یاسای تۆکمهیان بۆ دابریزریت، بۆیه ئەم توپیزنه وه جهخت لهو مافه دهکاته وه له رووی ناساندن و دیارکردنی خه سلهت و مه رجی پیوست بۆ به رجه سته بوونی له رووی واقعی و یاسایی هه ره هه پيشنیار کردنی پرۆژه یاسایه ک بۆ چۆنیهتی پاراستنی ئەم مافه له هه ری می کوردستان.

### Abstract

There is no doubt that intellectual property rights are divided into two main parts, which are literary and artistic works and commercial and industrial property rights. Each of these rights is classified into a number of peripheral parts. These rights are the production of intellectuality which is invented as a result of struggling and hardworking. Therefore, it is not fair that other people monopolise and use them without taking any effort. It is worth mentioning that geographical indications are considered as an important part of the industrial rights, which means protecting agricultural, industrial and professional productions when these productions are strongly related to the geographical place where the production are produced. Even the reputation, quality and characteristics of these productions are due to the reputation of these geographical places and they are introduced by these places. It could be said that all countries or regions have many of these indications which are proud of them and they see them as a valuable treasure or an original tradition

In Kurdistan region are a number of these indications, some of them are the present of God, some others are handmade, but these indications are not paid attention to as it must be in terms of practice as they are considered as an important income or in terms of legality to formulate a robust legal system to them. Thus, this research emphasizes on these rights in terms of introducing, determining characteristics and necessary conditions to materialize in reality and legality and recommending a bill to protect these rights in Kurdistan region.

## قائمة المصادر

### أولاً: الكتب

- ١- د. احمد جامع، اتفاقيات التجارة العالمية (وشهرتها الجات)، الجزء الثاني، دار النهضة العربية العربية، القاهرة، ٢٠٠١.
- ٢- السيد عبدالوهاب عرفة، الموسوعة العلمية في حماية الملكية الفكرية، الجزء الاول، دار الفكر والقانون، المنصورة، بدون تاريخ الطبع.
- ٣- د. جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٤.
- ٤- د. حسام الدين عبدالغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، بدون طبعة، دار الكتب القومية، القاهرة، ١٩٩٣.
- ٥- د. حسين توفيق فيض الله، اتفاقيات الـ (WTO/GATT) وعوامة الملكية الفكرية، الطبعة الاولى ، مطبعة جامعة صلاح الدين، اربيل، ١٩٩٩.
- ٦- د. حميد محمد علي اللهي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في اطار منظمة التجارة العالمية، الطبعة الثانية، المركز القومي للاصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦.
- ٧- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة العاشرة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦.
- ٨- د. صبري حمد خاطر، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية، بدون طبعة، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠١٢.
- ٩- د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦.
- ١٠- د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الاولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤.
- ١١- طالب برايم سليمان، العلامة التجارية المشهورة، الطبعة الاولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢.
- ١٢- د. عبدالله حسن الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الاولى ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.
- ١٣- د. عبدالله عبدالكريم عبدالله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة الاسكندرية، ٢٠٠٩.
- ١٤- د. عجة الجليلي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، الجزء الرابع، الطبعة الاولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٥.
- ١٥- كارلوس م. كوريا، حقوق الملكية الفكرية، تعريب د. السيد احمد عبد الخالق، د. احمد يوسف الشحات، دار الميخ للنشر، الرياض، ٢٠٠٢.
- ١٦- د. مصطفى كمال طه، ووائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٧.



١٧- د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.

### ثانياً: الرسائل والاطاريح

١- أسامة احمد محمد النعيمي، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون العراقي، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، ٢٠٠٤.

٢- زينة غانم عبدالجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، ٢٠٠٠.

### ثالثاً: البحوث

١- اوزدن حسين رحمن، المنافسة غير المشروعة ومستجدات تطبيقها في التجارة الدولية، بحث منشور في مجله ته رازوو التي تصدرها اتحاد حقوقي كردستان، العدد ٨، ٢٠٠٠.

### رابعاً: القوانين والاتفاقيات الدولية

#### أ- القوانين:

- ١- القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل.
- ٢- قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.
- ٣- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.
- ٤- قانون حماية المنتجات العراقية رقم (١١) لسنة ٢٠١٠ المعدل.
- ٥- قانون المؤشرات الجغرافية الاردني رقم (٨) لسنة ٢٠٠٠.
- ٦- قانون المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٠.
- ٧- اللائحة التنفيذية الملحق بقانون حماية المؤشرات الجغرافية العماني رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٨.
- ٨- قانون تسميات المنشأ الجزائري رقم (١٢١) لسنة ١٩٧٦.

#### ب- الاتفاقيات الدولية:

- ١- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣ المعدلة في ١٩٦٧.
- ٢- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لعام ١٩٩٤.
- ٣- اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ لعام ١٩٥٨.

#### خامساً: المواقع الالكترونية:

١- نانسي اوملكو، المؤشرات الجغرافية، محاضرة القاها في الاكاديمية العالمية لحقوق الملكية الفكرية، متاح على شبكة الانترنت على العنوان الرسمي التالي:

[https://www.uspto.gov/web/offices/.../geographical\\_indication.ppt](https://www.uspto.gov/web/offices/.../geographical_indication.ppt) last visited (7-9-2017)

٢- القيمة السوقية للعلامات التجارية لسنة ٢٠١٥ المعروض على موقع الجزيرة نت على العنوان التالي:  
<http://www.aljazeera.net/multimedia/infograph/2015/6/16last> visited 10-9-2017.

٣- قضية الاعتداء على المؤشر الجغرافي البارميزان للاجبان في ايطاليا من قبل شركة المانية في المانيا، المعروضة في نشرة المؤشرات الجغرافية التي تصدرها وزارة الاقتصاد والتجارة اللبناني، عدد ٥، ٢٠٠٨، وعلى العنوان الرسمي

التالي:

[http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/4551\\_8483\\_4841.pdf](http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/4551_8483_4841.pdf) (last visited 12-9-2017)