

## المقدمة

### أولاً:- جوهر فكرة البحث:-

لقد أصبحت الاعلانات التجارية في الوقت الحاضر من ابرز معالم الحياة التجارية من خلال الدور الذي تضطلع به في التعريف بالمنتجات او الخدمات والترويج لها بمختلف الوسائل سواءً أكانت ثابتة، كاللافتات الضوئية التي توضع في الطرق وعلى المباني والرسوم على الجدران، ام ما كان منها مكتوباً او مقروءاً كالصحف والمجلات والكتيبات الاعلانية والاعلانية والعبوات والنشرات التوضيحية، فضلاً عن الوسائل المرئية والسمعية والتي تتمثل بالإذاعة والتلفاز والسينما وشبكة الأنترنت، مما يعود بالفائدة على المستهلكين والتجار على حدٍ سواء، إذ يشكل الاعلان التجاري بالنسبة للمستهلك رسالة اعلانية توفر له قدرًا من البيانات والمعلومات التي تتيح له فعلاً معرفة افضل وادق بظروف السوق وتطوراته، وانواع المنتجات والخدمات وخصائص كلٍّ منها، بما يمكنه الاختيار الافضل واشباع حاجاته دون عناء.

وعليه إذا كان الاعلان التجاري في نموذج الصادق يؤدي دوراً كبيراً في الترويج للمنتجات او الخدمات وفي اعلام المستهلكين بالمعلومات والبيانات الجوهرية الخاصة بالسلع والخدمات المعروضة بالسوق، الا انه وفي الوقت نفسه يكون مجالاً خصباً للمنتجين والموزعين في اتباع اساليب المبالغة والاغراء في ابراز مزايا السلع ومحاسنها، متخطياً الحدود المسموح بها قانوناً، ليصل في كثير من الاحيان الى حد التضليل الذي من شأنه ايقاع المتلقي في اللبس او الغلط في اختياره للمنتجات والخدمات التي يروم الحصول عليها، والذي ما كان ليقدم عليها لو علم بحقيقتها، وعندئذ تظهر اضرار الاعلانات التجارية المضللة على المستهلك مما يقتضي توفير الحماية له من تلك الاعلانات، باللجوء الى القواعد العامة في القوانين المدنية، ولكون القواعد العامة في القانون المدني لا توفر الحماية الكاملة من اضرار الاعلانات التجارية، فضلاً عن ان المستهلك في اغلب الاحيان يلزم الصمت عن المطالبة بحقوقه، بسبب تكاليف اقامة الدعوى التي تكون مرتفعة وتحمل الجهد والوقت، لذلك يقتضي البحث عن مدى الحماية الجماعية التي توفرها الجمعيات عموماً وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة.

وقد لا يكون المتضرر من الاعلانات التجارية المضللة المستهلك فحسب، بل يتضرر التاجر نتيجة قيام المعلن بأفعال تخل بقواعد المنافسة المشروعة في البيئة التجارية، لذلك اعطاه القانون الحق باللجوء الى دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية من ضرر تلك

## المقدمة

الاعلانات، إذ لا تقتصر تلك الدعوى على حق التاجر المتضرر بالمطالبة بالتعويض، بل لها دور وقائي يتمثل بوقف الاعمال غير المشروعة في المستقبل، فضلاً عن ذلك قد تقوم منظمات مهنية بإقامة الدعاوى امام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، منها نقابات التجار المهنية هذه المسائل وما يرتبط بها ستكون موضوع بحثنا الحماية المدنية من الاعلان التجاري المضلل.

### ثانياً: - سبب اختيار الموضوع واهميته.

تتداخل مسألة اختيار الموضوع مع اهميته إذ وجد ان اهميته تأتي من مسألتين: الاولى هي اهمية الاعلانات التجارية بوصفها اهم وسائل التعريف بالمنتجات او الخدمات بالنسبة للعراق الذي يعيش في الوقت الحاضر حالة من الانفتاح على العالم الخارجي، ويشهد ازدياداً مطرداً في النشاط التجاري والانتقال الى الاقتصاد الحر، ومحاولة الوصول الى ما وصل اليه العالم من التقدم التجاري والصناعي، وذلك عن طريق الاهتمام بالتنظيم القانوني للإعلانات التجارية التي تعد الاداة الرئيسة للتعريف بالمنتجات والخدمات، بالرغم مما يعتري الاعلان من قصور التنظيم القانوني له لدى المشرع العراقي.

اما المسألة الثانية، فتتمثل بالدور الخطير الذي يلعبه الاعلان التجاري إذا ما استخدم استخداماً غير مشروع من شأنه يؤدي الى تضليل المتلقي وخداعة، او انه يكون وسيلة للغش والخداع من كونه وسيلة تعريف بالسلعة او الخدمة وما يترتب عليه من اضرار للمتلقي سواءً أكان مستهلكاً ام تاجراً، وبيعته تحت تأثير التضليل الى الاقدام على تلك السلعة او الخدمة مما يتطلب توفير الحماية له، آخذين بنظر الاعتبار النقص التشريعي في تنظيم الاعلانات التجارية.

### ثالثاً: - مشكلة البحث:

إن مشكلة البحث تتركز في عدم جود الحماية المدنية الكافية من الاعلانات التجارية المضللة، والحاجة مع النقص التشريعي الى القواعد العامة التي لا توفر الحماية الكاملة للمتلقي من تلك الاعلانات، إذ لم يعرف المشرع العراقي قانوناً ينظم الاعلان التجاري بصفة عامة على الرغم من صدور قانون مكاتب الدعاية والنشر والاعلان رقم(٤٥) لسنة ١٩٧١ المعدل بالقانون رقم(٣٥) لسنة ١٩٨٨ وكذلك تعليمات مكاتب الدعاية والنشر رقم(٤) لسنة ١٩٩٤، إذ ان هذا

## المقدمة

القانون لا يحتوي على قواعد موضوعية، بل قواعد منظمة لا عمال تلك المكاتب وهي قواعد تنظيمية وإجرائية ليس الا.

وهناك مشكلة اخرى في موضوع البحث تجد اساسها في عدم وجود نصوص تشريعية في القانون العراقي تعطي للجمعيات او النقابات المهنية الحق في توفير الحماية الجماعية للمتلقي سواء أكان مستهلكاً ام تاجراً عند تعرض المصالح الجماعية للأضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة لان الحماية التي توفرها القواعد العامة في القانون المدني محدودة الاثر، لذلك لم يعد ممكناً الوقوف عند حد هذه الحماية، مما حدا بالتشريعات المقارنة وعلى وجه الخصوص التشريع الفرنسي الى اللجوء الى الحماية الجماعية من الاعلانات المضللة من خلال دعاوى الجمعيات والنقابات المهنية، والتي تهتم بحماية الاعلان والمستهلكين والمنتجين على حد سواء والتي اصبحت في فرنسا المانع الاول في الحماية من التضليل الاعلاني، والتي نبغي من خلال دراستها التعرف على امكانية تطبيقها في العراق لتوفير افضل حماية من تلك الاعلانات.

### رابعاً: نطاق البحث

يتحدد نطاق بحثنا لموضوع الحماية المدنية من الاعلان التجاري المضلل في الاعلانات التجارية، وستكون محددة في نطاقها بالإعلان التجاري المضلل دون غيره من الاعلانات غير المشروعة الاخرى، من حيث تعريفه وتحديد اطرافه وتمييزه عما يشته به، وبحث الوسائل القانونية الكفيلة بتوفير الحماية للمتلقي من تلك الاعلانات من الوجة المدنية الامر الذي يستبعد معه بحث الحماية الجنائية الخاصة بهذا الموضوع كما سنقتصر في دراستنا على بحث الاحكام الخاصة بالإعلان التجاري المضلل في القوانين المدنية والتجارية، وقانون حماية المستهلك فضلاً عن القوانين الخاصة بالإعلان التجاري، وبغية الامام بهذا الموضوع فقد اقتضى بنا البحث اعتماد الدراسة المقارنة بين التشريعات العراقية والمصرية والفرنسية مع الاشارة الى تشريعات اخرى مقارنة كلما اقتضى البحث ذلك دون الخروج الى اي جانب فني خاص بالإعلانات، او قانوني ليس ذات صلة بفكرة التضليل الاعلاني والحماية منها.

## خامساً: منهجية البحث وهيكلته

اعتمدنا في هذه الدراسة المنهج القانوني المقارن في تحديد المسائل القانونية الخاصة بالإعلان التجاري المضلل، ذلك من خلال مقارنة القانون العراقي مع القانون المصري والفرنسي، وسنعمد في هذه الدراسة وبشكل اساسي موقف بعض التشريعات في نطاق القوانين الخاصة بالإعلان، فضلاً عن القوانين الأخرى ذات العلاقة بوسائل الحماية من الاعلانات التجارية المضللة، وخصوصاً القانون المدني مع الإشارة الى القوانين الخاصة بحماية المستهلكين، في المواطن التي نحتاج الى ذكرها، مستشهدين بالقرارات القضائية الخاصة بالإعلانات المضللة. اما بشأن هيكلية البحث، وبهدف الاحاطة بالموضوع من جوانبه المختلفة في القانون العراقي والقوانين المقارنة، آثرنا ان نقسم هذه الرسالة الى ثلاثة فصول وعلى وفق الخطة الآتية.

الفصل الاول: مفهوم الاعلان التجاري المضلل.

المبحث الاول: تعريف الاعلان التجاري المضلل وتمييزه مما يشته به.

المبحث الثاني: محل الاعلان التجاري المضلل.

الفصل الثاني: الحماية من الاعلان التجاري المضلل عن طريق الدعاوى المدنية الفردية

المبحث الاول: دعاوى المستهلك العقدية.

المبحث الثاني: دعوى المستهلك التقصيرية.

الفصل الثالث: الحماية المدنية من الاعلان التجاري المضلل عن طريق دعاوى اخرى.

المبحث الاول: دعوى المنافسة غير المشروعة في اطار الاعلان التجاري المضلل.

المبحث الثاني: الدعوى الجماعية للحماية من الاعلانات التجارية المضللة.

وفي نهاية الدراسة انتهينا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات

١- النتائج.

٢- التوصيات.