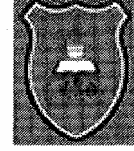


WIPO/IP/UNI/AMM/04/DOC.8

الأصل : بالعربية
التاريخ : ٢٠٠٤/٢/-



المنظمة العالمية
للملكية الفكرية



الجامعة الأردنية

ندوة الويبو الوطنية
عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس
وظلاب الحقوق في الجامعة الأردنية

تنظمها
المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)

بالتعاون مع
الجامعة الأردنية

عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤

الأسرار التجارية في مجال الملكية الفكرية

د.قيس محافظة

أستاذ القانون

كلية الحقوق

الجامعة الأردنية

الأسرار التجارية في نطاق حقوق الملكية الفكرية

تطور قانون الأسرار التجارية من خلال واجب حسن النية المفروض بشكل عام في المعاملات التجارية ، باعتبار أن إساءة استعمال السر التجاري كان يعامل على أساس أنه منافسة غير مشروعة أو مخالفة لالتزام تعاقدية . ومع تطور الحياة الاقتصادية وتعقدتها وشيوع الأسرار التجارية ، كان لابد لكل دولة أن تضع قانوناً مستقلاً لحماية الأسرار التجارية .

ولابد ، قبل الخوض في الموضوع ، من توضيح ما المقصود بالسر التجاري ؟ ومن هو صاحب الحق في السر التجاري ؟ وإذا تمت إساءة استعمال هذا السر التجاري فكيف تتم حمايته ؟

■ تعريف السر التجاري :

لا يوجد تعريف موحد شامل للسر التجاري بين الدول ، إلا أن معظم الدول تتشابه في تعريفها للسر التجاري في تشريعاتها ، وبناءً على ذلك يمكن تعريف السر التجاري بأنه أي معلومة ، أو وصفة ، أو وسيلة مادية ، أو فكرة ، أو مجموعة من المعلومات تتسم بما يلي :

أولاً : أنها سرية ، لكونها غير معروفة عادةً في صورتها النهائية أو في مكوناتها الدقيقة ، أو أنه ليس من السهل الحصول عليها في وسط المتعاملين بها .

ثانياً : أنها ذات قيمة تجارية .

ثالثاً : أن صاحب الحق أخضعها لتدابير معقولة للمحافظة على سريتها .

نستنتج من هذا التعريف أنه لابد من توافر ثلاثة شروط رئيسية بشكل متلازم حتى نعتبر المعلومات سرّاً تجارياً .

■ سرية المعلومات :

يجب أن يكون للسر التجاري خصوصية من أجل فصله عن الأمور التي تعتبر معلومات عامة ضمن التجارة بوجه عام ، وحتى تعتبر المعلومة سرّاً تجارياً يجب أن تكون غير معروفة للعامة ، أو ليس من السهل الحصول عليها في وسط المتعاملين بها . فعلى سبيل المثال قد تكون المعلومة عبارة عن وصفة لمشروبات غازية مثل الكوكا كولا . هذه الوصفة تعتبر سرّاً تجارياً لكونها غير معروفة للعامة وليس من السهل الحصول عليها .

وتجدر الإشارة إلى أن المعلومات تبقى سرّاً تجارياً حتى لو أنها معروفة لأحد ما أو لشخص أو لأشخاص غير منافسين لصاحب الحق في السر التجاري . وتبقى المعلومة سرّاً

تجارياً حتى لو كان هناك أكثر من شخص أو شركة على سبيل المثال يدّعي بأنه صاحب الحق في السر التجاري نفسه ، مادام كل منهم قد حصل على أو ابتكر هذه المعلومة السرية بصورة مستقلة .

■ القيمة التجارية للمعلومات :

لابد أن يكون للمعلومة قيمة تجارية حتى يحافظ صاحب الحق على سرّيتها . فصاحب الحق لا يقوم عادةً باتخاذ تدابير معقولة للمحافظة على سرية المعلومة إذا لم يكن لها قيمة تجارية سواء بالنسبة للعامة أو في وسط المتعاملين بها من منافسين . فمثلاً إذا كان لدينا برنامج معين يستخدم في الحاسب ، فإن صاحب هذا البرنامج يسعى دائماً للمحافظة على سرية كيفية عمل هذا البرنامج ، وذلك حتى يمنع الغير من إساءة استعمال هذا البرنامج ببيعه مثلاً .

لذا نستنتج مما سبق ، أنه بمجرد إثبات أن المعلومة سرية ، يغدو إثبات معيار القيمة التجارية سهلاً ، خاصة وأن صاحب الحق في المعلومة لا يحافظ على سرّيتها الا لكونها ذات قيمة تجارية .

■ التدابير المعقولة للمحافظة على سرية المعلومات :

يجب على كل صاحب حق في أية معلومة تجارية ما أن يتصرف بطريقة تثبت رغبته في المحافظة على سرّيتها . ولا بد من اتخاذ تدابير معقولة من أجل المحافظة على سرية المعلومة . هذا مع العلم أن بعض الشركات التجارية تقوم باتخاذ تدابير شديدة للمحافظة على معلوماتها . فشركة كوكا كولا للمشروبات الغازية تحافظ على وصفة مشروباتها ضمن خزنة موضوعة في إحدى البنوك الأمريكية ، ولا يسمح لأحد بالاطلاع على هذه الوصفة إلا لشخصين يعملان بإدارة هذه الشركة وغير معروفين للعامة . وهذه التدابير الشديدة ليست مطلوبة في تشريعات الدول المختلفة لاثبات سرية المعلومة التجارية ، وإنما المطلوب تدابير معقولة يجب على صاحب الحق في المعلومة أن يثبتها . ونعرض فيما يلي أبرز هذه التدابير :

- ١ . حفظ الوثائق أو المعلومات في أماكن آمنة بحيث يصعب على الغير الحصول عليها، مثل الخزائن الحديدية .
- ٢ . تحديد الأشخاص الذين يسمح لهم بالحصول أو بالاطلاع على الوثائق أو المعلومات، وذلك ضمن الحاجة الضرورية لمعرفة هذه المعلومات في مجال العمل التجاري .

٣. الإشارة على الوثائق أو المعلومات بأنها ذات طابع سري ، وأنه لا يسمح إلا للشخص المعني بالاطلاع عليها أو معرفتها .
٤. منع الغير من تصوير هذه المعلومات للمحافظة على سريتها .
٥. قيام صاحب الحق في المعلومة بالاشتراط كتابياً (أي ضمن اتفاق كتابي) على موظفيه ، إذا كانوا في شركة تجارية مثلاً ، بعدم الإفشاء بهذه المعلومات ، نظراً لكونها سرية وذات قيمة تجارية .
٦. قيام صاحب الحق في المعلومة بالاشتراط كتابياً على موظفيه ، إذا كانوا في شركة تجارية مثلاً ، بعدم العمل لدى غيره من المنافسين في المجال التجاري نفسه لمدة محددة وذلك بعد انتهاء عقد عملهم لديه .
- نستخلص مما ذكرناه ، أنه من المنطق القول أن محاكم الدول المختلفة سوف تنظر في كل قضية تعرض أمامها على حدة ، لإقرار فيما إذا كانت هناك تدابير معقولة اتخذت من قبل صاحب الحق في المعلومة للمحافظة على سريتها . ويقع عبء الإثبات على عاتق صاحب الحق في المعلومة التي يدعي بسريتها ، فإذا فشل في إثبات أنه اتخذ التدابير المعقولة اللازمة للمحافظة على سرية معلوماته يفقد الحق باعتبار أن معلوماته سرية .
- إن السر التجاري لا يحتاج إلى إجراءات أو شكلية معينة حتى يُثبت لشخص ما وإنما يحتاج لتدابير معقولة يقوم بها صاحب الحق في المعلومة التجارية حتى يُثبت أن معلوماته سرّاً تجارياً . وهذا ما يميز السر التجاري عن غيره من حقوق الملكية الفكرية كبراءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية التي تحتاج إلى إجراءات شكلية معينة ، من أجل إثبات من هو صاحب الحق فيها وبالتالي حمايتها . وهذا يقودنا إلى تأكيد أن الأسرار التجارية تبقى محمية ما دام صاحب الحق فيها يحافظ على سريتها ، أي أنه ليس هناك مدة محددة لحمايتها وإنما قد تبقى محمية إلى ما لا نهاية .

■ إساءة استعمال السر التجاري :

- يستطيع صاحب الحق في السر التجاري منع الفئات التالية من نسخ أو معرفة أو الاستفادة من سره التجاري أو حتى كشف سره للغير دون إذن :
- ١- الأشخاص الذين اتفق معهم صاحب الحق في السر التجاري كتابياً بعدم كشف سره أو استخدامه ، ويشمل ذلك أي موظف يعمل لدى صاحب الحق في السر التجاري قد يضطلع على سره نتيجة طبيعة عمله .

٢- الأشخاص الذين حصلوا على السر التجاري من خلال الممارسات التجارية غير الشريفة كالسرقة والتجسس الاقتصادي والرشوة .

٣- الأشخاص الذين حصلوا على السر التجاري من طرف آخر إذا كانوا يعلمون أو كان بمقدورهم أن يعلموا بان حصول ذلك الطرف عليه كان نتيجة مخالفة للممارسات التجارية الشريفة .

٤- الأشخاص الذين علموا بالسر التجاري بطريق الصدفة أو الخطأ و لكن كانوا يعلمون أو كانوا بمقدورهم أن يعلموا أن المعلومات التي حصلوا عليها هي سر تجاري محمي .

إن الطريقة الأمثل لحماية السر التجاري من إساءة استعماله هي الاتفاقات أو العقود الكتابية المتعلقة بعدم كشف السر التجاري ، والتي تتضمن تعهد من يعلم به بعدم كشفه للغير دون الموافقة المسبقة لصاحب الحق في السر التجاري . فعلى سبيل المثال ، قام صبير بهاتيا، مؤسس البريد الإلكتروني Hotmail ، بجمع وتوقيع اتفاقات كتابية من جميع الأشخاص الذين أعلمهم بعمل شركته ، حيث أن عمله هذا جعله من المنافسين الأوائل للبريد الإلكتروني ، مما أدى به فيما بعد إلى بيع شركته إلى شركة Microsoft بقيمة أربع مائة مليون دولار أمريكي .

لكن الموظف الذي يعمل لدى صاحب الحق في السر التجاري هو في الأصل عليه واجب ضمني بعدم كشف أية معلومات ذات قيمة تجارية وسرية تؤثر بشكل مباشر على العمل التجاري الذي يقوم به صاحب الحق في السر التجاري . ولا شك أن وجود الاتفاق الكتابي يسهل عملية إثبات الواجب على الموظف بعدم كشف السر التجاري للغير .

وتجدر الإشارة إلى أن الأشخاص الذين يكشفون السر التجاري بشكل مستقل دون استخدام وسائل غير مشروعة أو بمخالفة اتفاقات كتابية ، أو الذين يكشفون السر التجاري عن طريق الهندسة العكسية ، لا يعتبرون مخالفين للممارسات التجارية الشريفة و بالتالي غير مسيئين لاستعمال السر التجاري . فمثلا إذا كان لدينا صنف معين من المشروبات الغازية وقام شخص كيميائي بتحليل مكونات هذا المشروب ، فان له الحق بتزكيب هذه التحليل وصنع مشروبه الغازي الخاص به وبيعه .

■ حماية السر التجاري :

قام كثير من الدول المختلفة بوضع نصوص خاصة في تشريعاتها التجارية لمنع سرقة أو كشف السر التجاري وبالتالي حمايته ، إما بإقامة دعوى مدنية أو جزائية . فعلى

سبيل المثال، نصت المادة السابعة من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠ على ما يلي :

أ- لصاحب الحق في السر التجاري المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة إساءة استعمال هذا السر .

ب- لصاحب الحق في السر التجاري عند إقامة دعواه المدنية بإساءة استعمال السر التجاري أو في إثناء النظر فيها أن يطلب من المحكمة ما يلي على أن يكون طلبه مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة :

١- وقف إساءة الاستعمال .

٢- الحجز التحفظي على المواد التي تحتوي على الأسرار التجارية التي تم إساءة

استعمالها أو المنتجات الناتجة عن إساءة الاستعمال أينما وجدت .

٣- المحافظة على الأدلة ذات الصلة" .

نلاحظ أن هذا النص يتحدث فقط عن إقامة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بصاحب الحق في السر التجاري نتيجة إساءة استعمال الغير لهذا السر، دون وجود أية نصوص تتحدث عن إقامة دعوى جزائية في حالة سرقة السر التجاري مثلاً. لذا نستطيع القول انه إذا توافرت أركان جريمة السرقة، فيما يتعلق بالسر التجاري، فإنه يكمن تطبيق قانون العقوبات المتعلق بذلك . لكننا نرى أن بعض القوانين الأجنبية قد أفردت قوانين خاصة مستقلة بسرقة السر التجاري، مثل قانون التجسس الاقتصادي الأمريكي لسنة ١٩٩٦ الذي لا يتعلق فقط بالسرقة المقصودة للسر التجاري وإنما أيضاً بنسخه أو كشفه. هذا القانون يدمج بين كل من المطالبة المدنية (التعويض المادي) الذي قد يصل كحد أعلى إلى نصف مليون دولار أمريكي للأشخاص الطبيعيين وخمسة ملايين دولار أمريكي للأشخاص المعنويين، والمطالبة الجزائية بحيث قد يسجن الشخص لعشر سنوات كحد أقصى.

بعد هذا العرض المبسط لماهية الأسرار التجارية وطرق حمايتها من إساءة استعمالها، نرى أن السؤال الأخير الذي قد يطرح ضمن هذا النقاش هو : ما مدى حماية الأسرار التجارية على المستوى العالمي، خاصة وأننا نعيش اليوم ضمن نظام رأسمالي عالمي جديد هو نظام العولمة ؟

نعلم جميعاً أن معظم الدول، وخاصة العربية منها، قد انضمت إلى منظمة التجارة العالمية (WTO) التي وضعت اتفاقيات دولية تتضمن قواعد أو أحكاماً عامة تتعلق بالتجارة الدولية، ومنها موضوع الأسرار التجارية (المادة ٣٩ من الاتفاقية الدولية للمفاهيم التجارية

المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية (TRIPS Agreement) . هذه الأحكام العامة ملزمة لجميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بدمجها في قوانينها الداخلية وملزمة أيضاً بتطبيقها . وهذا يعني أننا قد نصل إلى قدر معين من توحيد قوانين الأسرار التجارية بين الدول المختلفة .

[نهاية الوثيقة]