

## الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)

بين القانون الليبي والمصري

أ.رجب سعد محمد عليّ - قسم القانون - كلية الشريعة والقانون أوباري

الجامعة الأسمرية

الايمل الجامعي r.yahmed@asmarya.edu.ly

rajabsaad4@gmail.com

### The Legal Protection of the Trademark: (A Comparative Study) between Libyan and Egyptian Law

Abstract :

Trademarks are considered among the most prominent industrial property rights, as they play a pivotal role in distinguishing products and services through their direct relationship with the public via the purchase of goods and the receipt of services. The present study aims to provide a comprehensive overview of the legal regulation of trademarks under Libyan and Egyptian law, shedding light on the concept and legal nature of trademarks, in addition to analyzing the legal framework for their protection as established in the legislations of both countries. The study adopts a comparative approach to explore the similarities and differences between the relevant laws, considering trademarks as an element of intellectual property that distinguishes products and services. It also analyzes the procedures related to trademark registration and their protection against infringement or imitation in both the Libyan and Egyptian systems. The study revealed a significant similarity in the legal framework for trademark protection between the two legal systems, with some minor differences in the procedures and requirements for registration and protection. It also concluded that there is a need to develop certain legislative aspects to keep pace with modern developments in global commerce and to protect trademarks in cyberspace .

Keywords: Trademark, Legal Framework, Trade Name, Libyan Commercial Law, Egyptian Law for the Protection of Intellectual Property Rights

## الملخص:

تُعد العلامات التجارية من أبرز حقوق الملكية الصناعية؛ إذ تلعب دوراً محورياً في تمييز المنتجات والخدمات من خلال علاقتها المباشرة مع الجمهور عبر شراء السلع وتلقي الخدمات. تهدف الدراسة الحالية إلى تقديم تصور شامل للتنظيم القانوني للعلامة التجارية في القانون الليبي والمصري، مع تسليط الضوء على مفهوم العلامة التجارية وطبيعتها القانونية، بالإضافة إلى تحليل الإطار القانوني لحمايتها في التشريعات المعمول بها في كلا البلدين. واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن لاستكشاف أوجه التشابه والاختلاف بين القوانين ذات الصلة، حيث تناولت العلامة التجارية باعتبارها عنصراً من عناصر الملكية الفكرية المميز للمنتجات والخدمات، كما تم تحليل الإجراءات المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية وحمايتها من التعدي أو التقليد في كل من النظام الليبي والنظام المصري. وأظهرت الدراسة وجود تشابه كبير في الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية بين القانونين، مع بعض الفروقات البسيطة في الإجراءات والمتطلبات الخاصة بالتسجيل والحماية. كما خلصت إلى ضرورة تطوير بعض الجوانب التشريعية لمواكبة التطورات الحديثة في التجارة العالمية وحماية العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الإطار القانوني، الاسم التجاري، القانون التجاري الليبي، قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

## المقدمة:

أهم العلامات المميزة للمنتجات والخدمات هي العلامات التجارية؛ التي تعطي الشركات هويتها الخاصة والمميزة والتي تميزها عن مختلف الهويات في الأسواق والمجالات التجارية. فهي أداة رئيسية لتعريف المنتجات والخدمات وبناء صورة ذهنية للمستهلكين، ما يسهم بشكل كبير في تعزيز التنافسية وجذب العملاء. ومع ما حدث للأسواق المحلية والعالمية من تطورات، أصبحت العلامات التجارية أصولاً ذات قيمة اقتصادية كبيرة، ما جعل حمايتها ضرورة ملحة لمنع الانتهاكات والتقليد غير المشروع ونظراً للتحديات المتعددة والمتكررة عليها، خاصة مع التطورات التقنية وظهور الاتصالات الرقمية التي سهلت الوصول غير القانوني إلى المنتجات والخدمات، اشتدت الحاجة الملحة إلى الأنظمة القوية؛ لتحمي تلك الحقوق.<sup>(1)</sup>

وتختلف القوانين الصادرة في دولة عن الصادرة في أخرى وخاصة المتعلقة بإجراءات حماية تلك العلامات التجارية؛ فتسعى كل منها إلى وضع ضوابط وقواعد تتناسب مع احتياجاته الاجتماعية والاقتصادية ومن ذلك المطلب تأتي هذه الدراسة تحليل الإطار القانوني والتشريعي الذي يحكم استخدامات تلك العلامات في ظل مجموعة التحولات التجارية المستحدثة والمستمرة في كافة التشريعات بصفة عامة وخاصة في الليبي والتشريع المقارن.<sup>(2)</sup>

### إشكالية البحث وأسئلته :

تتمحور الإشكالية الرئيسية في بيئات تحديات العلامات التجارية خاصة مع الفترة الزمنية الحالية التي تتزايد فيها الانتهاكات والاعتداءات على حقوقها المتعلقة بالملكية الفكرية، وخاصة في ظل التطورات المتسارعة في مجالات مختلفة كالحاسب والتكنولوجية ومع تفشي وسائل وأدوات الاتصالات الرقمية الميسرة على الأفراد التعديت على تلك العلامات والشعارات التجارية. تمحور الإشكالية - إشكالية بالدراسة- بتساؤل مفاده: ما الإطار القانوني والتشريعي الذي ينظم حماية العلامة التجارية حماية قانونية في التشريع المقارن والليبي؟

### ويتفرع هذا التساؤل ما يلي:

- 1- ما هو المقصود بالعلامة التجارية؟ وما هي صورها؟ والطبيعة - القانونية- الخاصة بها؟
- 2- ما هي الوسائل والشروط القانونية اللازمة لاكتساب العلامات التجارية في ليبيا ومصر؟
- 3- ما فعالية مجموعة التشريعات القانونية في ليبيا والتشريعات المصرية المتعلقة بحماية العلامات؟

### أهداف البحث:

- تستهدف دراستنا الحالية مجموعة من الأهداف منها:
- 1- تحديد مفهوم العلامة التجارية وبيان صورها.
  - 2- رصد وسائل اكتساب تلك العلامات للحماية وبيان شروطها.
  - 3- بيان طبيعة العلامة التجارية عن طريق استعراض مفهومها وتحليل وضعها القانوني في التشريعين الليبي والمصري.

## أهمية البحث:

تبرز الأهمية بهذه الدراسة من تعرضها لأحد الموضوعات المتعلقة بحماية العلامات حماية قانونية في ظل وجود التحديات الحديثة والمتزايدة التي تواجهها العلامات في المجالات التجارية بالأسواق- الواقعية والإلكترونية- الحديثة. ومع الاستخدامات المتزايدة للتكنولوجيا الرقمية وانتشار التجارة عبر شبكات الإنترنت، فصارت علامات المنتجات والشركات التجارية أكثر عرضة للتعدي والتزوير، مما يتطلب دراسة مقارنة للقوانين التي تضمن حمايتها حماية قانونية تضمن الأصول والقواعد الفكرية المهمة.

## منهج البحث:

نظرًا لطبيعة هذه الدراسة، تبرز أهمية اتباعًا للمنهج العلمي التحليلي الوصفي كأداة أساسية يمكنها تحقيق أهداف تلك الدراسة ومن أجل الإجابة العلمية على تساؤلات الدراسة والتعرف بالمفهوم الخاص بالعلامات التجارية وصورها وكذلك، سيتم اعتماد منهجٍ مقارنًا لدراسة الأطر المنظمة لقانونية حماية العلامات بليبيا ومصر وتقييم الوسائل والإجراءات القانونية التي تنظمها تلك الأنظمة والقوانين لحمايتها من التعديات مركزًا على نقاط القوة والضعف فيها.

## خطة البحث :

المبحث الأول: العلامات التجارية: المفهوم- والصور والطبيعة القانونية، المطلب الأول: العلامات وصورها، والمطلب الثاني: الطبيعة القانونية للعلامات وآليات اكتسابها، وفي المبحث الثاني: الإطار القانوني للحماية القانونية للعلامات في التشريعات بليبيا والتشريعات المقارنة. المطلب الأول: حماية العلامة في التشريع الليبي، والمطلب الثاني: حماية العلامة في التشريع المصري.

## المبحث الأول العلامة التجارية مفهومها وصورها والطبيعة القانونية:

تُعد العلامة التجارية من أهم أدوات التفريق بين السلع والخدمات في عالم التجارة الحديثة. فهي تمثل رمزًا أو إشارة يستخدمها التجار والمنتجين لتحقيق تمييزًا هادفًا لمجموعة المنتجات وكافة الخدمات التي يقدموها عن تلك الأخرى الخاصة بالآخرين، مما يمنحها هوية فريدة تسهم في توجيه المستهلك نحو اختياره. وتؤدي بذلك دورًا محوريًا في تعزيز ودعم المنافسة مع الحفاظ على الملكية الفكرية قانونيًا وفكريًا، حيث تعد بمثابة ضمانًا يمكن توفيره لجودة المنتجات أو الخدمات ودليلاً على مصدرها، مما يزيد من ثقة المستهلك. بناءً على ذلك، تحولت العلامة لتصبح

كركنا أساسياً وهاماً في الاستراتيجيات التجارية للشركات، وأضحى حمايتها واستغلالها القانوني ضرورة لا غنى عنها. في هذا المبحث، سنتناول العلامة التجارية من حيث مفهومها، صورها المتعددة، وطبيعتها القانونية، بالإضافة إلى مجموعة للوسائل والطرق والأساليب القانونية التي تضمن اكتساب الحماية اللازمة لها. ولتوضيح هذا الموضوع، تم تقسيم البحث كما يلي:

المطلب الأول: يتناول بيان العلامة التجارية وأشكالها، والمطلب الثاني: يلقي الضوء على طبيعة العلامة التجارية وآليات حمايتها حماية قانونية.

## المطلب الأول - مفهوم وصور العلامة التجارية:

### الفرع الأول - التعريف:

**اللغة:** في اللغة الإشارة أو الرمز الذي يُستخدم للتفريق أو التمييز بين الأشياء. يُقال: "علامة الشيء" أي الإشارة التي تميزه وتدل عليه، فهي تحمل معنى التمييز والتفريق بين الأشياء المختلفة.<sup>(3)</sup>

**اصطلاحاً:** يمكن تعريفها في الاصطلاح بأنها أي رمز أو شعار أو تصميم أو كلمة أو مزيج من هذه العناصر، يستخدمها مجموعة التجار أو التاجر أو المنتجات أو المنتج من أجل تمييز سلعه أو خدماته عن منتجات وسلع الغير في السوق. وهي وسيلة من وسائل تحديد مصدر المنتج والخدمة، وتُعطي أصحابها مجموعة حقوق قانونية خاصة بهم مما يتيح لهم حماية علامته من الاستخدام أو تقليدها بواسطة المنافسين أو غيرهم من الآخرين.<sup>(4)</sup>

**التعريف القانوني:** جاء تعريفها في ليبيا بالقانون 23 الصادر سنة 2010 بشأن النشاط التجاري، بأنها: أي إشارة أو رمز أو تصميم أو مجموعة منها - الرموز والتصميمات- تُستخدم لتمييز الخدمات أو المنتجات التي تقدم من خلال منشأة ما عن تلك التي تقدم بواسطة المنشآت الأخرى. يمكن تتضمن العلامة التجارية (أسماء، أو كلمات، أو حروف، أو أسماء، أو أرقام، أو رسوم، أو رموز، أو ألوان، أو مزيجاً من كل هذه العناصر).

وفي القانون المصري للملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 العلامة التجارية في المادة (63) بأنها ما يميز منتجاً أو سلعة أو خدمة عن غيرها، ويشمل ذلك الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، الإماءات، الكلمات، الحروف، الأرقام، الرسوم، الرموز، عناوين المحال، الأختام، التصاویر، النقوش البارزة، والألوان إذا كانت تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً." يشترط القانون المصري أن تكون العلامة قابلة للإدراك البصري، مما يعني أنها يجب أن تكون مرئية وقابلة للتمييز بالعين.

## الفرع الثاني - صور العلامات:

أولاً - العلامات البصرية: (العلامات يتم إدراكها بالبصر): هذه الفئة تشمل مجموعة العلامات التي يتم تمييزها بالنظر، وتنقسم إلى:

- **الصناعية:** يستخدمها التاجر كما يستخدمها الصانع في البضائع والمنتجات على ما يقوم بإنتاجه وصناعته من أجل تمييزها عن مجموعة المنتجات الأخرى المشابهة. (5) في التشريع الليبي بقانون المتعلق بالنشاطات التجارية أكدت على حماية تلك العلامات بصفة عامة بينما أكد المصري في القانون المتعلق بالحماية للملكية الفكرية (قانون رقم 82 لسنة 2002) على ضرورة التسجيل الرسمي والقانوني للعلامات والشعارات لحماية حقوق الصانع ومن أجل تمييز منتجاته عن المنتجات غيرها (6)

1- **علامة الخدمة:** تختلف تلك العلامات في كونها تستخدم لتمييز خدمات بدلاً من المنتجات. نص القانون المتعلق بالنشاط التجاري في ليبيا على حماية علامات الخدمات بينما جاءت بالمادة رقم 68 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على حماية تلك العلامات، بما في ذلك علامات الخدمة.

2- **علامة الاعتماد:** تستخدم لإثبات أن المنتجات أو الخدمات تلبى معايير معينة من حيث معيار الجودة أو معيار المنشأ نظم المشرع الليبي بالمادة رقم 1234 حماية العلامات التي المثبتة لمعايير الجودة أو الاعتماد ويمنح القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية بمصر حماية العلامات التي تثبت الجودة والمعايير. (7)

**العلامة المشهور:** تلك التي أصبحت جراء جودتها مشهورة وعالمية، مثل "Coca-Cola" و"McDonald's". نصت المادة 1234 من القانون الليبي على أن العلامة المشهورة هي التي يعرفها الجمهور حتى لو لم يكونوا زبائنهم. وأقر المشرع بحمايتها حتى بدون تسجيل كذلك نصت المادة 68 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على حماية العلامات المشهورة حتى لو لم تُسجل داخل مصر (8)

## ثانياً - العلامات التي لا تدرك بالبصر:

هذه الفئة تشمل العلامات التجارية التي تعتمد على حواس أخرى غير البصر، مثل السمع أو الشم أو اللمس، ومن هذه العلامات:

**العلامة الصوتية:** يمكن أن تكون الأصوات علامة تجارية إذا كانت قادرة على تمييز المنتجات أو الخدمات نص قانون النشاط التجاري الليبي في المادة 1228 على إمكانية أن تكون العلامة صوتية بينما لم ينص القانون المصري بشكل

صريح على العلامات الصوتية، ولكن يمكن تسجيلها إذا استوفت شروط التمييز والإشهار. (9)

**علامة الرائحة:** تستخدم لتحديد هوية منتج أو خدمة معينة من خلال رائحته. لم ينص القانون الليبي صراحة على حماية العلامات غير المرئية مثل الرائحة، لكنه سمح بالتوسع في أنواع العلامات التي يمكن تسجيلها كذلك القانون المصري لم يتناول العلامات التي تعتمد على الرائحة بشكل صريح، لكنها قد تكون محمية إذا كانت قابلة للتمثيل والتسجيل. (10)

**المطلب الثاني - الطبيعة القانونية للعلامة التجارية وآليات اكتساب الحماية على العلامة التجارية:**

**الفرع الأول - الطبيعة القانونية للعلامة التجارية:**

العلامة التجارية تُصنف كملكية فكرية لأنها ناتج للذهن والفكر، وتُعتبر منقولاً معنوياً يمكن تمثيله بالرمز أو الكلمة أو الرسم. تشكل العلامة جزءاً غير مادي من المحل التجاري وتلعب دوراً تسويقياً ودعائياً لجذب العملاء كما تمنح العلامة التجارية تمنح صاحبها حقوقاً تتمثل في استغلالها تجارياً، مما يجعلها مشابهة للحقوق العينية، حيث تعطي صاحبها سلطة استثنائية عليها، ولكنها تختلف عن الحقوق العينية التقليدية لأنها لا تتعلق بشيء مادي ملموس. نصت المادة (1229) من قانون النشاط التجاري الليبي على أن تسجيل العلامة التجارية يمنح صاحبها حق الملكية عليها بعد مرور خمس سنوات من التسجيل دون منازعة، حيث يُعد الشخص الذي يسجل العلامة مالكاً لها.

وفقاً لنص المادة (63) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري (قانون رقم 82 لسنة 2002)، يُشترط تسجيل العلامة التجارية للحصول على الحماية القانونية، ويمنح هذا التسجيل لصاحب العلامة الحق الحصري في استخدامها وتمييز المنتجات أو الخدمات. كما تنص المادة 68 من نفس القانون على حماية العلامات الشهيرة حتى إذا لم تكن مسجلة في مصر.

**الفرع الثاني - آليات اكتساب الحماية على العلامة التجارية:**

لا تكتسب العلامة التجارية الحماية القانونية إلا بعد المرور بعدة مراحل قانونية محددة تهدف إلى تنظيم استخدام العلامات التجارية وضمان حقوق مالكيها. تُعتبر هذه الحماية جزءاً من نظام الملكية الفكرية، وتكفل الحماية لصاحب العلامة حق الاستثناء باستغلالها ومنع الآخرين من استخدامها دون إذنه من ذلك المنطلق يوجد

مجموعة من الآليات والوسائل لاكتساب الحماية على العلامة التجارية وتتمثل تلك الوسائل فيما يلي:

**أولاً - التسجيل الرسمي للعلامة التجارية:** تعد عملية التسجيل في الجهات المختصة أحد أهم الوسائل القانونية لاكتساب الحماية على العلامة التجارية. فالتسجيل يمنح مالك العلامة الحق الحصري في استخدامها والاحتفاظ بها لفترة زمنية محددة، ويمنح له فرصة التصدي لأي اعتداء أو استخدام غير مشروع للعلامة وبموجب نص المادة (63) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 والتي تنص على أنه: العلامة التجارية لا تكتسب الحماية القانونية إلا بعد تسجيلها في السجل الرسمي للعلامات التجارية ويمنح التسجيل لصاحب العلامة الحق في الاستفادة من الحماية القانونية<sup>(11)</sup> العلامة التجارية بالحماية الكاملة بمجرد تسجيلها ، كما لا يمكن الطعن في ملكية العلامة إذا تم استعمالها بصفة مستمرة لمدة لا تقل عن خمس سنوات دون رفع أي دعوى قضائية.<sup>(12)</sup>

**ثانياً - الاستخدام المستمر:** في بعض الأنظمة والتشريعات القانونية، يمكن اكتساب حماية مطلقة غير مقيدة على العلامات من الاستخدام المستمر والمعتاد للعلامة، حتى بدون تسجيل رسمي. هذا الاستخدام يمنح العلامة شهرة في السوق ويكسبها تلك الحماية الضمنية بالرغم أن التسجيل يعد هو آلية من الآليات الرئيسية المتعلقة بالحماية، إلا أن القانون المصري يُقر بحماية قانونية للشعارات و للعلامات المشهورة حتى بالرغم من كونها غير مسجلة، بناءً على مادة رقم 68 من قانون الملكية الفكرية، حيث تضمن وتوفر هذه المادة الحماية الرسمية والقانونية للعلامات المشهورة ضد أي استغلال غير قانوني.<sup>(13)</sup>

## المبحث الثاني - الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية في التشريع

### الليبي والتشريع المقارن:

#### تمهيد وتقسيم:

تعتبر الحماية القانونية للعلامات ضرورية اقتصادياً لضمان تحقيق الحماية لأصحابها من الانتهاكات التي تسبب الضرر بالمصالح الخاصة بهم؛ وتستند إلى مجموعة قوانين وطنية ودولية تنظم تسجيل تلك العلامات واستخدامها ونشرها، كما تعزز إبرام الاتفاقيات والتصديق عليها لتؤكد هذه الحماية، مثل تلك التي تم توقيعها بين ليبيا ومصر. التشريعات تسعى لضمان حقوق العلامات وتعزيز مبدأ المنافسة النزيهة والحرص على الحماية للمستهلكين من الغش، مما يعزز مبدأ الثقة بين

الشركات المختلفة والمستهلكين بتنوعهم، ويسهم دائماً في استقرار ونمو الأسواق. سيتم تناول الإطار القانوني لحماية العلامات في كل من التشريع الليبي والمصري من خلال استقراء تلك الحماية التي أقرها في كلا التشريعين بمصر وليبيا وذلك من خلال مطلبين، الأول نخصه لعرض ما تم إقراره للحماية في التشريعات الليبية والثاني متعلق بالحماية التي أقرتها التشريعات التجارية للعلامات بمصر.

### المطلب الأول - الحماية المقررة للعلامة التجارية في التشريع الليبي:

تتعرض العلامات لمجموعة اعتداءات متعددة، مما يخلق نزاعات تستدعي وضع قواعد قانونية تضمن حمايتها وفرض الجزاءات المناسبة على المعتدين. يهدف الإطار القانوني لفرض حماية متكاملة للعلامات إلى تمكين أصحابها من دفاعهم عن حقوقهم بوسائل وإجراءات قانونية، سواء بالمجالات والمستويات الدولية أو المحلية، وذلك لحماية علاماتهم من استخدامها استخداماً غير المشروع أو عمليات تقليدها أو جرائم التزوير.<sup>(14)</sup>

وتتعدد صور التعديت على العلامات، سواء عبر استخدامها دون الحصول على إذن من مالكةا أو عن طريق تقليدها، وغيرها من الجرائم التي تؤدي لتضليل المستخدمين والجمهور وهو ما يترتب عليه الضرر بصحابها ومالكها الأصلي؛ ويشير التقليد في العلامات إلى صناعة العلامة المشابهة للعلامة الأصلية بحيث يصعب التمييز بينهما، بينما التزوير يعني نسخ العلامة بشكل كامل وحرفي لتكون مطابقة تماماً للأصلية، وهو أكثر خطورة على كافة الحقوق.<sup>(15)</sup>

**أولاً - الإجراءات التحفظية:** خول المشرع الليبي للقضاء سلطة إصدار كافة الإجراءات التي يمكنها حماية تلك العلامات بشكل سريع وفعال، حتى قبل بدء الإجراءات القانونية الرسمية. وفقاً للمادة (1265) من القانون، يمكن لمالك العلامة أو من له الحق في استغلالها أن يطلب من الرئيس المعين للمحكمة الابتدائية إصدار أمراً بكافة التدابير والإجراءات والتي تشمل:

- 1- إجراء محضراً لحصرًا تفصيليًا لجرد المنتجات والأدوات التي يُشتبه في استعمالها بأشكال غير مشروعة، بما في ذلك مجموعة منتجات يظهر أن تتحمل تلك العلامات المزيفة أو المزورة.
- 2- القيام بالحجز على هذه المنتجات أو الأدوات شريطة تقديم المالك لتأمين مالي يقرره القاضي كضمان لتعويض المحجوزة عليها في حالة إذا ما ثبتت عدم صحة الحجز.

### ثانياً - الحماية المدنية وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية:

ينص القانون الليبي على فرض حدود لحماية للعلامة المسجلة قانونياً، بحيث يتمكن مستفيديها من هذه الدعوى - المالك الأصلي للعلامة - ومن يملك الأذن من ذلك مالكةا في استخدام العلامة. يتعين على مالك العلامة إثبات أن المعتدي قد ارتكب أحد الأفعال أو الجرائم التي نص عليها صراحة في القانون ليتيسر له لممارسته حقوقه في ظل بسط حماية متعلقة به. إذ يُفترض الخطأ ويُفترض الضرر بمجرد الاعتداء على تلك العلامة، حتى ولو إذا لم يصب مالكةا- العلامة- ضرر مباشر.

### ثالثاً - الحماية المدنية وفقاً للدعوى بالمنافسة الغير مشروعة:

يعد التنافس جزءاً من سمات العمل التجاري، إلا أنه يجب أن يكون ضمن إطار المشروع والمنافسة الشريفة. تزداد أهمية العلامات مع التطور المتنامي والمتسارع في التجارة الدولية. وتستند الدعوى بمجال المنافسات الغير مشروعة على مجموعة القواعد العامة والرئيسة لمفهوم المسؤولية المدنية والذي يتطلب ضرورة العمل على إثبات الحجة في وقوع الضرر والسبب في الضرر مع الإثبات المنطقي للعلاقة بينهما. إلا أن ذلك الإثبات لهذه الأركان يعد أمراً معقداً وصعباً في بعض الأحيان. (16)

وفي أحد الأحكام الصادرة من محكمة نقض جمهورية مصر أوضحت حدود المنافسة سواء المشروعة أو غير المشروع حيث يتمثل ذلك في القيام من خلال أحد الأفراد أو الجهات بعمل أو أعمال تتجاوز الحدود القانونية الرسمية وذلك باستخدام الوسائل غير المشروعة أو القيام بأعمال منافية للأمانة أو مخالفة للشرف في كافة التعاملات ، وفي هذا النوع من الدعوى، يتطلب وجود خطأ في المنافسة بين طرفين أو أكثر، ويجب أن يكون هناك ضرر حقيقي، سواء مادي أو معنوي، ويقع على عاتق مالك العلامة القيام بإثبات ما وقع عليه من ضرر وضمان العلاقة القائمة بين ذلك الخطأ الذي تم ارتكابه- المرتكب- وذلك الأثر المادي أو المعنوي الناجم- الضرر- الواقع. (17)

رابعاً - الحماية الجنائية: لا تكفي حماية الحقوق مدنياً للقيام بالردع الكافي لمن يعتدي على حقوق مالك العلامة؛ ولهذا اعتاد العرف إلى التأكيد على تخصص تشريعات جنائية تفرض الحماية الجنائية للعلامة، وتختلف تلك الحماية الجنائية باختلاف الجرائم كما في إجراءات دعاوى التقليد أو دعاوى التزوير كما تختلف في حجم العقوبات الجنائية، كما تختلف عن مجموعة دعاوى المنافسة الغير مشروعة؛ فتعد جريمة التزوير والتقليد جرائم جنائية تستوجب عقوبة بالسجن والغرامة كما نص على ذلك قانون النشاط التجاري الليبي في المادة (1263) التي تفرض عقوبة

السجن لمدة لا تزيد على سنتين وغرامة لا تقل عن 1000 دينار ولا تزيد على 10000 دينار على من يقوم بتزوير علامة تجارية مسجلة أو استخدام علامة مملوكة لغيره عن سوء قصد وهذا يتوافق مع التشريع المصري والسوري وكذلك مع اتفاقية "التربس" التي تلزم الدول بفرض العقوبات الجنائية في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة. تُشترط الحماية الجنائية للعلامة التجارية أن تكون العلامة مسجلة، حيث يعتبر التسجيل والإشهار قرينة على العلم بتوفر القصد الجنائي للاعتداء على العلامة التجارية.<sup>(18)</sup>

### المطلب الثاني - الحماية المقررة للعلامات في التشريع المصري:

**أولاً- الحماية المدنية:** تقوم الحماية المدنية التي نص عليها القانون للعلامة التجارية على مجموعة المبادئ العامة للمسؤوليات والالتزامات والواجبات المدنية المنصوص عليها في كافة التشريعات المصرية - المدنية-؛ حيث افترضت تلك التشريعات الحماية الخاصة والمقررة لمالك العلامة بمجرد قيامه بتسجيل علامته تسجيلاً قانونياً لدى الجهات المختصة، ويفرض القانون تدابير للحماية من أي تعدٍ على هذه الحقوق يوفر القانون رقم 82 لسنة 2002) الاطار القانوني لتلك الحماية بما يمكن من منح مالك العلامة حقاً استثنائياً في استخدام علامته ورفع الدعوى القانونية المدنية ضد كل من يثبت اعتدائه على علامته.

**المادة 63** من قانون حماية الملكية الفكرية تنص على أنه " تسجيل العلامة التجارية يمنح مالكيها الحق الحصري في استخدامها على المنتجات أو الخدمات المدرجة في التسجيل، وتمنع الآخرين من استخدامها دون إذن وفي حالة وقوع تعدٍ أو انتهاك للعلامة التجارية، يحق للمالك رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء الاستخدام غير المشروع أو التعدي على علامته. يشمل التعويض الأضرار المادية والمعنوية التي تعرض لها صاحب العلامة".<sup>(19)</sup>

في حال عدم تسجيل العلامة، يمكن للمالك اللجوء القانوني في مصر إلى الدعوى للمحكمة جراء المنافسة غير القانونية أو غير المشروعة إذا تعرض لاستخدام غير نظامي لعلامته. تعتمد هذه الدعوى على مجموعة قواعد المسؤولية المدنية العامة الواردة بالقانون المدني والذي يشترط توفر مجموعة من الشروط في تلك الدعوى وهي: إثبات توافر عناصر الخطأ والضرر وإثبات العلاقة السببية المنطقية بين ذلك الخطأ الواقع والضرر الناجم، فيجب إثبات وجود أعمالاً منافية للمنافسة النزيهة، مثل تقليد العلامة أو استخدام وسائل مضللة تؤدي إلى إرباك الجمهور.

وفي القانون المدني تستند تلك الحماية المدنية التي أقرها القانون لتلك العلامات على كافة قواعد القانون التي أقرها القانون المدني، والتي تتيح لصاحب العلامة تمسكه عن الدفاع عن حقه في دعاوى مطالبته بالتعويضات المناسبة إذا وقع ذلك الاعتداء على علامته الخاصة بأي وسيلة كانت، وذلك عن طريق قيامه برفع الدعوى الخاصة بالمنافسة الغير مشروعة. تُعد تلك الدعوى من الدعاوى المتعلقة بالمسؤولية المدنية، ويحق لأي شخص- مالك للعلامة أو من ينوب عنه- تعرض للضرر من خلال اعتداء أحد الأفراد أو الجهات على العلامة من المطالبة برفع ذلك الضرر وكذلك بالمطالبات بالتعويضات المناسبة عن ذلك الضرر المادي أو الأدبي (20)

تتميز دعوى المنافسة الغير مشروعة بكونها لا تتطلب أن يرفع الدعوى مالكا للعلامة، إذ يحق لأي شخص تضرر من الفعل غير القانوني أو المشروع رفعها. كما أنها تقوم على أساس المسؤولية العادية-المدنية- المترتبة على الأفعال الضارة، حيث يشترط لنجاحها توفر عنصر الخطأ وعنصر الضرر، ورابطة أو علاقة السبب بينهما. في المقابل، لا يُقبل رفع دعوى التقليد إلا من مالك العلامة ضد من قام بتقليدها أو تزويرها. وعند رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يشترط أن تكون تلك العلامة تم تسجيلها على عكس إجراء الدعوى الجنائية التي تشترط التسجيل لقبولها. كما يجوز لصاحبها الجمع بين الدعوتين الجنائية والمدنية في وقت واحد. وقد قضت المحكمة الابتدائية بالإسكندرية بكون القاضي المدني غير ملزم بحكم القاضي الجنائي فيما يتعلق بتقليد العلامة، حيث ينظر القاضي المدني في حماية الملكية التجارية للعلامة مستقبلاً، وأن يقتصر دور القاضي الجنائي على مجرد النظر في اعتبار الفعل المقدم. (21)

**ثانياً - الحماية الجنائية:** تعد إجراءات الحماية الجنائية التي أقرها القانون في مصر للعلامة التجارية إجراءات منظمة وفقاً للقانون المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002، وتحديداً في المادة 113. ولقد اعتمد هذا القانون تلك الحماية عن طريق التجريم المباشر لبعض الأفعال المتعلقة بتزوير أو أفعال التقليد لعلامات التجارية المسجلة.

لا يحق رفع الدعوى الجنائية إلا بواسطة المالك الحقيقي للعلامة أو من آل إليه ملكيتها؛ على ألا يشترط أن يكون المالك قد تعرض لضرر جراء الفعل المجرّم. كما تقتصر حماية العلامات جنائياً على مجموعة العلامات المسجلة، مما يعني أن جرائم التقليد التي تجري على العلامات قبل تسجيلها أو بعد انتهاء المدة الزمنية

التي أقرها القانون للتسجيل دون قيام المالك بالتجديد القانون لتلك المدة لا يشكل جريمة؛ ولقد نظمت المادة رقم 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية العقوبات المقررة لجرائم التقليد. وتُعاقب هذه الجرائم بالحبس لمدة لا تقل عن شهرين وغرامة مالية تتراوح بين خمسة آلاف جنيه وعشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين. (22)

## الخاتمة :

لتغطية الموضوع المتعلق بدراسة "الحماية القانونية للعلامة التجارية: دراسة مقارنة بين القانون الليبي والمصري"، تمت الدراسة عبر مبحثين رئيسيين في المبحث الأول استعرضنا المفهوم الخاص بالعلامة التجارية وصورها وطبيعتها القانونية باعتبارها جزءاً من مجموعة حقوق الملكية الفكرية؛ فسلطنا الضوء في المبحث الثاني على الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية في التشريعين الليبي والمصري، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج وقدمنا عدداً من التوصيات المترتبة على تلك النتائج كما يلي:

### أولاً - نتائج البحث :

1- تؤدي العلامة التجارية دوراً فاعلياً وحيوياً لحماية وتعزيز الهوية الخاصة للشركات عن طريق حماية تلك العلامات الخاصة بها، وباعتبارها جزءاً أساسياً لحماية الحقوق ومنع كافة التعديلات المختلفة عليها.

2- القانون الليبي والمصري يوفران إطاراً عاماً ونظاماً قانونياً رصيناً لحماية العلامات لكن، هناك بعض الفروقات في الإجراءات بين التشريعين - الليبي والمصري-، مما يبين الاختلافات في إجراءات تنظيم عملية قيام الأفراد والجهات بتسجيل العلامة التجارية وتطبيق القوانين.

3- قلة الدعاوى القضائية التي يرفعها المستهلك يعود إلى نقص وعي المستهلك بحقوقه، بالإضافة إلى التعقيدات المرتبطة بالإجراءات القضائية، من حيث الوقت، والجهد، والتكاليف مما يتطلب إيجاد وسائل أكثر فعالية للحماية القانونية لتلك اعلامات نظراً لما يترتب على قيام تعديلات الأفراد والجهات من أضرار تؤثر على المستهلكين، بالإضافة إلى الضرر الذي يلحق بالكي العلامات التجارية والاقتصاد بشكل عام.

4- اكتفى القانون بوضع معايير واضحة لما يمكن أن يُشكّل علامة تجارية، دون الدخول في تعريفات مفصلة أو تعداد لماهية العلامات التجارية، وهو ما يُعد خطوة

مرنة تُتيح التعاملات المختلفة مع المتغيرات والتطورات المستمرة لصور العلامة التجارية وأشكالها.

5- قررت التشريعات التفرقة بين أشكال الحماية للعلامات العالمية والمشهورة، واشترط أن تعد علامة مشهورة ومسجلة في ليبيا وهو توجه يُعتبر دقيقاً ومتوازناً في إطار التشريع الليبي.

5- يؤخذ على التشريع الليبي والمصري الإشارة بشكل صريح إلى التعدي على العلامات التجارية من خلال شبكات الإنترنت، رغم أن الإنترنت يُشكل اليوم وسيلة أساسية للتعديات المختلفة على العلامات لم يُعالجها بوضوح وكلك جميع التعديات التي تجرى عن طريق الاستخدام الحديث لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو ما يستوجب تحديث قوانين وتشريعات الحماية لمواجهة كافة التحسينات والاختراعات.

### ثانياً - التوصيات:

1- ضرورة تحديث التشريعات لتشمل نصوصاً صريحة تتناول صور مختلفة للتعديات على العلامات عبر شبكات الإنترنت؛ بخاصة مع الاعتماد المتزايد على التجارة والتبادل الإلكتروني.

2- ضرورة بث الحملات المكثفة المتعلقة بحقوق المستهلكين المتعلقة بالعلامات التجارية وكيفية رفع دعاوى قضائية عند التعدي على حقوقهم واستخدام الوسائل المشروعة والقانونية المتاحة للقيام بالدفاع عن حقوقهم، مع التأكيد على ضرورة تبسيط الإجراءات القضائية لتسهيل تقديم الدعاوى.

3- تحديث التشريعات لتشمل نصوصاً قانونية صريحة تتناول التعديات المختلفة التي تقع على العلامات على مواقع الإنترنت، مع الاعتماد المتزايد على الأساليب الرقمية والإلكترونية في التجارة وإدراج نصوص خاصة تُعالج التعديات باستخدام التقنيات المتطورة وتطبيقات الذكاء الصناعي، لضمان فرض حماية متكاملة للعلامات من استخدامها استخداماً غير قانونياً وفقاً لهذه التقنيات.

4- إصدار المحاكم والجهات المعنية قضائياً بمتابعة قضايا العلامات بليبيا ومصر، لتسريع وتسهيل البت في النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية.

## الهوامش:

- 1- الجداد، وليد عزت خالد (2020). الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية (دراسة مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، ص 22.
- 2- الدبيسي، مدحت (2018). موسوعة حقوق الملكية الفكرية في مصر والتشريعات العربية والمعاهدات الدولية، القاهرة: دار محمود، ص 33.
- 3- الرازي، محمد بن أبي بكر، الصّاح، بدون سنة نشر، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ص 451 وما بعدها .
- 4- المجبري، حواء فرج محمد (2024). الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة). مجلة الحق للعلوم الشرعية والقانونية، 11(1)، 277-294.
- 5- محمد مصطفى عبد الصادق (2014). الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة المنصورة، ص: 22.
- 6- الشريف، سعيد (2023). الحماية القانونية للاسم التجاري في ظل القانون الليبي والمقارن. مجلة أبحاث قانونية، 6(2)، 99-136.
- 7- الجداد، وليد عزت خالد السليطي (2020). مرجع سابق، ص 14.
- 8- قزمان، عبد الرحمن السيد (2003). الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة، القاهرة: دار النهضة العربية، ص 35.
- 9- الشمري، محمد عبد الرحمن (2004). حماية العلامة التجارية في ضوء إتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة. ص 33.
- 10- المجبري، حواء فرج محمد (2024). مرجع سابق.
- 11- الشريف، سعيد (2023). مرجع سابق.
- 12- المجبري، حواء فرج محمد (2024). مرجع سابق.
- 13- قزمان، عبد الرحمن السيد (2003). الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة، القاهرة: دار النهضة العربية، ص 35.
- 14- فهمي، خالد مصطفى (2022). الحماية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ص: 44.
- 15- مسعود، عافية صالح (2022). التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء. ص: 22.
- 16- الصغير، حسام الدين (2016). الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس، ط1، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ص 66.
- 17- السيد، نهاد إبراهيم (2024). النظام القانوني لحماية العلامة المشهورة: دراسة مقارنة، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 10(3)، 1650.
- 18- الجداد، وليد عزت خالد السليطي (2020). مرجع سابق، ص 14.
- 19- محمد مصطفى عبد الصادق (2014). الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة المنصورة. ص: 44.
- 20- المجبري، حواء فرج محمد (2024). مرجع سابق.
- 21- الشريف، سعيد (2023). مرجع سابق.
- 22- مسعود، عافية صالح (2022)، مرجع سابق، ص: 12،