

العلامة التجارية واكتساب الحق فيها وحمايته قانونياً

أ.يوسف سعيد مسعود عمر

المعهد العالي للعلوم والتقنية ككلة

وزارة التعليم التقني والفني

دولة ليبيا

ملخص البحث:

انطلاقاً من أهمية العلامة التجارية وعلاقتها الوثيقة بالنشاط التجاري ودورها في حماية حياة الانسان من مخاطر السلع والمنتجات المقلدة والمزورة وما يترتب على ذلك من انعكاسات على الاقتصاد الوطني ، الامر الذي تطلب تنظيم قانوني خاص بها ويرتب حقوق لأصحابها ويمنع التعديات المختلفة .

ولهذا فقد استعرضنا في موضوع هذه الورقة البحثية ومن خلال مبحثين تناول المبحث الأول الإجابة عن الاسئلة المتعلقة بصلاحيات العلامات كلها لتكون علامة تجارية وما هو المعيار لصحة هذه العلامات من الناحية القانونية.

فكانت تقسيمات هذا المبحث ببيان ماهية العلامات التجارية وتعريفها وشروط صحتها وأنواعها والطبيعة القانونية لها وأهميتها التي تتلخص في مجموعة من المهام التي تبين الشارات القابلة لتكون علامة تجارية حسب القانون.

اما المبحث الثاني الذي اجاب عن التساؤلات المتعلقة بكيفية تسجيل هذه العلامات في القانون الليبي وكيف تعامل هذا القانون مع متطلبات الحماية الخاصة بالعلامة التجارية ؟

فكانت تقسيمات هذا المبحث بداية بإجراءات تسجيل العلامة التجارية وما يترتب عن التسجيل من اكتساب الحق فيها وملكيتهما والتصرف في هذا الحق والحماية المترتبة عن هذا الحق لضرورات فرضتها أهميتها والدور الحيوي لها في تعزيز الهوية التجارية وضمان حقوق اصحابها.

وقد تم التوصل في نهاية هذا البحث عموماً لمجموعة من النتائج أهمها ان هناك تنظيم

تاريخ الاستلام:

2025/05/15م

القبول:

2025/05/22م

تاريخ النشر:

2025/06/02م

قانوني خاص بالعلامة التجارية في ليبيا مع بيان انه يعاني في بعض احكامه من غموض وبطن مع تعقيدات في اجراءات التقاضي أيضاً الامر الذي يفرض توصيات بضرورة اجراء تعديلات في بعض هذه التشريعات لمواكبة التطورات الحديثة والمتسارعة في الأنظمة والمتغيرات الدولية وذلك لضمان فرض حماية متكاملة للعلامة التجارية في ليبيا عن طريق القانون.

Abstract

Based on the importance of trademarks, their close connection with commercial activity, and their role in protecting human life from the risks posed by counterfeit and forged goods and products—and the resulting repercussions on the national economy—there arises a need for a special legal framework to regulate trademarks, establish rights for their owners, and prevent various forms of infringement.

Accordingly, this research paper addresses the subject through two sections. The first section answers questions related to the validity of signs to qualify as trademarks and the legal criteria for the validity of such marks. This section is divided into parts dealing with the concept and definition of trademarks, the conditions for their legal validity, their types, their legal nature, and their importance, which is reflected in a set of functions identifying the signs that may constitute a trademark under the law.

The second section answers questions concerning the procedures for registering trademarks under Libyan law and how this law addresses the requirements for trademark protection. This section begins with the procedures for trademark registration and the legal consequences thereof, including the acquisition of rights, ownership of the trademark, the disposition of such rights, and the legal protection arising from them. This protection is justified by the importance of trademarks and their vital role in strengthening commercial identity and safeguarding the rights of their owners.

The study concludes, in general, with a number of findings, the most important of which is that Libya has a specific legal framework regulating trademarks. However, it also reveals that some of its provisions suffer from ambiguity, slowness, and procedural complexities in litigation. This necessitates recommendations to amend certain legislative provisions in order to keep pace with modern and rapidly evolving systems and international developments, thereby ensuring comprehensive legal protection for trademarks in Libya.

المقدمة :

لا يخفى على أحد التطور السريع الذي شهده العالم في شتى المجالات الاقتصادية والعلمية والصناعية وغير ذلك من المجالات، والتي ترجع أسبابها إلى التطور العلمي والتكنولوجي الناتج عن العولمة. كان لكل ذلك انعكاساً على الأوضاع الاقتصادية، وعلى حقوق الملكية الفكرية والتي تشمل جميع صور الإبداع الفكري وغير ذلك من صور ومجالات التطور والابتكار والتي تعد العلامات التجارية إحداها، الأمر الذي دعا إلى الاهتمام بها والعمل على تنظيمها وحمايتها. ولهذا زاد الاهتمام بها وقد عملت الدول بشكل عام على تنظيم أحكام العلامات التجارية، وسنت القوانين والأحكام المنظمة لها.

وذلك نظراً لأهمية العلامات التجارية وكونها ذات صلة وثيقة بالنشاط التجاري الذي يسعى أصحابه لتحقيق الربح والكسب المادي السريع، وسعى البعض منهم إلى ذلك ولو كان على حساب الآخرين باللجوء للتجارة وبيع منتجات عن طريق استعمال علامات مقلدة أو مزورة ولو كانت أحياناً تضر بصحة وسلامة الإنسان أو تهدد حياته.

وللأسف يحدث هذا الأمر أكثر في الدول النامية ومن ضمنها ليبيا، حيث أصبحنا نشهد جميعاً بأن السوق الليبي يحتوي على سلع ومنتجات تحمل علامات مزورة وأخرى مقلدة، الأمر الذي له انعكاسات على الاقتصاد الوطني وله آثاره السلبية، لأنه يؤدي إلى الحرمان من تدفق الاستثمارات الخارجية، واحجام دور الدول والشركات المعروفة بوجودها من الدخول إلى الأسواق الوطنية.

وقد أدركت ليبيا هذه الأهمية للعلامات التجارية وقد عملت على وضع تنظيم قانوني لها انطلاقاً من أهميتها وصلاتها الوطيدة والمباشرة بالنشاط الاقتصادي بجميع أشكاله، ويتطلب ذلك ضرورة تنظيمها وحماية الحقوق المترتبة على اكتساب سوق فيها.

نطاق البحث :

يقتصر موضوع البحث على معرفة ماهية العلامات التجارية وأنواعها وشروطها وطبيعتها واجراءات تسجيلها وما يترتب على ذلك من اكتساب الحق فيها، وطرق التصرف فيه، وايضا احكام حمايتها من الاعتداءات وبيان أوجه تلك الحماية في التشريعات الليبية.

أهمية البحث :

للبحث أهمية علمية لأنها تبين التعريف بالعلامات التجارية وكل ما يتعلق بها من تنظيم شروطها وانواعها والإجراءات المتبعة للتسجيل لاكتساب الحق فيها وبيان الأحكام المتعلقة بحماية الحق فيها. أما من الناحية العملية :

يوضح هذا البحث لأصحاب النشاطات التجارية والاقتصادية أن هناك اجراءات يجب اتباعها لاكتساب الحق في العلامات التجارية، وأن هناك قوانين وأحكام تحمي أصحاب الحق فيها، وأنه من غير الجائز والمسموح اختيار علامات سبق اختيارها وتم تسجيلها، لأنها داخلة ضمن الحماية القانونية وسيترتب على المساس بها المسؤولية القانونية عن ذلك.

وهو ما يطرح تساؤلات ويعرض الإشكالية وهي :

بناء على كل ما سبق فان هذا البحث يطرح مجموعة من التساؤلات التالية وهي :

- هل العلامات كلها تصلح لتكون علامات تجارية؟ وهل هي نوع واحد؟
- وما هو المعيار لصحفة هذه العلامات؟ وكيف يتم تسجيلها؟
- وهل المشرع الليبي تعامل مع كل متطلبات الحماية الخاصة بالعلامات التجارية؟
- بناء على كل ما ذكر فقد جاءت خطة الدراسة لهذا البحث الذي يحمل عنوان "العلامة التجارية واكتساب الحق فيها وحمايته قانونياً" ستكون على النحو التالي :

المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية والقواعد المنظمة لها.

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية وأهميتها.

المطلب الثاني : الشارات القابلة لتكون علامة تجارية وشروط صحتها.

المطلب الثالث : أنواع العلامات التجارية.

المبحث الثاني : تسجيل العلامة التجارية واكتساب الحق فيها وحمايته قانونياً .

المطلب الأول : تسجيل العلامة التجارية.

المطلب الثاني : اكتساب الحق في العلامة التجارية وما يترتب عليه.

المطلب الثالث : حماية الحق في العلامات التجارية.

المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية والقواعد المنظمة لها

في العصر الحديث وبعد تبني العديد من الدول نظام الاقتصاد الرأسمالي القائم على مبدأ الحرية الاقتصادية في امتلاك وسائل الإنتاج، وأصبح بإمكان الافراد والشركات الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم، وتوزيعها في مختلف الأسواق المحلية والعالمية، ومع ازدياد حدة المنافسة تطلب الأمر ابتكار علامات يتم وضعها على هذه المنتجات لترويجها، وتمييزها عن باقي المنتجات والسلع، وبالتالي مساعدة المستهلكين على عدم الخلط بينها وهي العلامات التجارية.

ولهذا فقد أصبحت العلامة التجارية من أهم أدوات النشاط الاقتصادي والتجاري، نظراً لما تؤديه من أدوار محورية تتماشى مع توسع حركة التجارة الدولية، وتعدد المنتجات في الأسواق المحلية والعالمية، الأمر الذي تطلب وجود تنظيم خاص بالعلامة التجارية فعال، بداية من تعريفها، وبيان الأشكال والشارات التي يمكن أن تكون علامات تجارية وأيضاً تضمن تنفيذ الشروط اللازمة لصحتها، وبيان أنواعها.

ولهذا ستكون الدراسة في هذا المبحث بداية بتعريف العلامة التجارية وأهميتها.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وأهميتها

مع التطور الاقتصادي الذي اجتاحت معظم بلدان العالم والذي كان له تأثيره على مختلف النواحي التجارية ومنها العلامات التجارية وهي في بداية ظهورها وقبل تطور استعمالها واستغلالها لم تكن لها تشريع خاص بها يعرفها وينظمها وانها الاهتمام بها كان يقتصر على الدول ذات الاقتصاد المتطور فقط، ومن ثم انتقل إلى باقي الدول،⁽¹⁾ الأمر الذي فتح الباب أمام الفقه والتشريعات القانونية إلى الاهتمام بها وتعريفها وتحديد المقصود بالعلامة التجارية وعرض المفاهيم والتعريفات المتنوعة منها:

أ - المقصود بالعلامة التجارية:

- العلامة التجارية في اللغة: هي الإشارة أو الرمز الذي يستخدم للتعريف والتمييز بين الأشياء يقال: "علامة الشيء" أي الإشارة التي تميزه وتدل عليه، أو ما ينصب على الطريق فيستدل به.⁽²⁾

- ويعرف الفقه العلامات التجارية: بأنها "إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم تمييزاً لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب العمل الآخرين".

وعرفها البعض أيضاً بأنها "كل اشاره او دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة".

1 - آية الضير، مقال بعنوان "تعريف العلامة التجارية"، 26 أكتوبر 2022م ، على الموقع الإلكتروني mawdoo3.com.

2 - قاموس المعاني على الموقع الإلكتروني almaany.com.

اتفاقية التريس (TRIPS) 1995م، والتي تناولت حقوق الملكية الفكرية وتنص المادة 1-15 من هذه الاتفاقية على أنه تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات التي تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة، عن التي تنتجها منشآت أخرى ويدخل في عداد العلامة التجارية الأسماء، الحروف، والأرقام، والأشكال أو مجموعات الألوان، وأي مزيج منها، يصلح للتسجيل كعلامة تجارية.⁽³⁾

التعريف القانوني للعلامة التجارية في القانون الليبي:

اعتدنا من المشرع أنه يترك الأمور التي تتعلق بالتعريفات لاجتهاد الفقه والقضاء ولكنه خرج عن ذلك فيما يتعلق بالعلامة التجارية و المشرع الليبي سبق وأن وضع قانون بشأن العلامة التجارية وهو القانون رقم 40 لسنة 1956م والذي عدل بالقانون رقم 3 لسنة 1962م بشأن العلامات التجارية، والذي ألغى بالقانون رقم 23 لسنة 2010م بشأن النشاط التجاري الصادر بتاريخ 28-1-2010م والذي ألغى أيضاً القانون التجاري السابق لسنة 1953م وقانون العلامات التجارية رقم 40 لسنة 1956م.

وقد عرّف هذا القانون رقم 23 لسنة 2010م والعلامات التجارية في الكتاب العاشر - "العلامات والبيانات التجارية" - الباب الأول- الفصل الأول في المادة 1228 - بأنها: " هي كل ما يميز منتجاً أو خدمة عن غيرها وتشتمل على وجه الخصوص الأشياء المتخذة شكلاً مميزاً، والأمضاءات، والكلمات، والحروف والأرقام، والرسوم والرموز، والأسماء التجارية والدمغات، والأختام، والتصاویر، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً.

ويجوز أن تكون العلامة التجارية مركبة من أكثر من عنصر من العناصر المذكورة، كما يجوز أن تكون العلامة صوتية.

وهذا ما أكدت عليه أيضاً المادة 2 من القرار رقم 26 لسنة 2024 م بإصدار اللائحة التنفيذية - للباب الأول - من الكتاب العاشر من قانون النشاط التجاري رقم 23 لسنة 2010م الصادر في 17 - 1 - 2024م.⁽⁴⁾

ب - الطبيعة القانونية للعلامة التجارية:

تصنف العلامة التجارية كملكية فكرية لأنها نتاج الذهن والفكر وبالتالي هي منقول معنوي أو فكري لا يدرك بالحوس ويمكن تمثيله مادياً بالرمز أو الكلمة أو الرسم، وهي تعد من العناصر غير المادية للمحل التجاري ويترتب على ملكية العلامة التجارية حقوق المالكها وبالتالي يعتبر هذا الحق من حقوق الملكية الصناعية ولا

³ - محمد المحجوبي، بحث بعنوان "حقوق الملكية الفكرية في ظل اتفاقية تريس"، 2023 - 2024 م ، على الموقع scribd.com.

⁴ - المجمع القانوني الليبي على الموقع الإلكتروني lawsociety.com.

يمكن اعتباره حق شخصي، وإنما حق بين مالك العلامة والعلامة التجارية ذاتها تمكنه من الاستئثار باستغلال العلامة واستعمالها.⁽⁵⁾

ج - أهمية العلامة التجارية:

- يمكن تلخيص أهمية العلامة التجارية في مجموعة من المهام وهي:

- 1 - الحماية القانونية ضد أي استخدام غير مصرح به أو تقليد من الآخرين وبالتالي الحصول على حقوق حصريّة لاستخدام العلامة، وحماية الحقوق الفكرية الخاصة بالمنتج أو الخدمة ومنع الآخرين من استغلالها.
- 2 - تقدم قيمة مضافة : من خلال المساهمة في تعزيز قيمة المنتج أو الخدمة وهو ما يعطي للعملاء دليلاً على جودة المنتج أو الخدمة و يعزز من جاذبية العرض.
- 3 - التميز في السوق : من خلال تمييز المنتجات أو الخدمة عن المنافسين ويعزز الوجود في السوق ويجعل من السهل على العملاء التعرف على المنتجات المسجلة بها العلامة واختيارها.
- 4 - بناء الثقة والولاء: لأن العلامة المسجلة الموثوقة وجودها يعزز مزيداً من ثقة العملاء ويزيد ولائهم ويعزز من سمعة الشركة التجارية ويؤدي الى علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- 5 - زيادة قيمة الشركة : لأن العلامة تساهم في زيادة القيمة السوقية للشركة ويزيد جاذبية الشركة للمستثمرين والشركاء المحتملين.
- 6 - أداة تسويقية فعالة : العلامة المسجلة تعد أداة تسويقية قوية تمكن من جذب العملاء الجدد والحفاظ على الحاليين من خلال استخدام استراتيجية تسويقية فعالة تمكن من زيادة المبيعات وتحقيق عوائد أكبر.
- 7 - حماية المستهلك : لأنها تضمن أن العملاء يحصلون على منتجات ذات جودة عالية.
- 8 - انشاء أصول: تصبح العلامة التجارية المسجلة أصلاً يمكن منحها وترخيصها مصدر دخل إضافي يزيد من قيمة العمل.

9 - توسيع نطاق الأعمال: لأنها تسهل من عملية توسيع نطاق العمل ودخول أسواق جديدة.⁽⁶⁾

المطلب الثاني: الشارات القابلة لتكون علامة تجارية وشروط صحتها

أولاً: الشارات القابلة لتكون علامة تجارية

أوضح المشرع الليبي عند تعريفه للعلامات التجارية التي جاءت في الكتاب العاشر من الباب الاول الفصل الاول بالمادة 1228 من قانون النشاط التجاري، قائمة بالأشكال والشارات القابلة لتكون علامة تجارية، والتي نلخص

5 - حواء فرج محمد، دراية مقارنة بعنوان "الحماية القانونية للعلامة التجارية"، جامعة بنغازي، مجلة الحق للعلوم الشرعية والقانونية، العدد 14، ديسمبر 2024م، ص 281.

6 - مقال بعنوان "أهمية وفوائد العلامة التجارية"، موقع علامة على الانترنت alama.com.co.

منها ومن مفهوم عبارة " واي علامات اخرى " أو "اي مجموعه منها"، ان الشارات والاشكال التي تضمنتها المادة في النص، قد وردت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، وبالتالي فان الاشكال والشارات التي يمكن أن تتركب منها العلامة التجارية تنقسم إلى مجموعتين هي:

الشارات الاسمية – الشارات التصويرية

1 - الشارات الاسمية:

ويتكون هذا النوع من الشارات من الفاظ ذات دلالة معينه او ليست لها اي معنى ولكنها تؤدي لجذب انظار الجمهور لأنها مكتوبة، وهذا هو الحال بالنسبة للأسماء، والامضاءات، والكلمات، والحروف والأرقام.

أ - الأسماء والكلمات والامضاءات:

قد تكون العلامة عبارته عن اسم التاجر أو الصانع، أو مقدم الخدمة، وقد يكون الاسم لآحد الشخصيات التاريخية المعروفة، او تكون اسم العائلة صاحبه هذا النشاط، ويشترط في هذا الاسم أو الكلمة ان يكون مميزاً وله دلالة محددة بالوان محددة، كأن يكتب بحروف مزخرفة، أو شكل هندسي معين، وهنا يجب التمييز بين اسم التاجر او الصانع الذي يخضع للقانون المدني وغير قابل للتنازل عنه، أو الحجز عليه، ويبين الاسم الذي يستخدمه كعلامة تجارية والذي يدخل كعنصر معنوي يتكون منه المحل التجاري والذي يخضع لقواعد العلامات التجارية وما يترتب عليه من امكانية التنازل عنه والحجز عليه.

والامضاءات يمكن أن يكون إمضاء التاجر علامة تجارية مميزة أو أي امضاء آخر يميز السلعة أو النشاط بشرط الا يكون عاديا وانما يوضع على السلعة في شكل خاص ومتميز ويمكن للتاجر أن يلجأ الى كلمة مستعارة أو تسمية مبتكرة لتكون علامة تجارية، وقد تتكون العلامة من مجموعة كلمات لا علاقة لها بنوع السلعة، وإنما تكون ذات تركيب جذاب.⁽⁷⁾

ب - الحروف والأرقام:

يجوز أيضاً أن تأخذ الشارة التي يستخدمها التاجر كعلامة شكل الحروف والأرقام، أو كليهما معاً، وقد تكون هذه الحروف الأولى لاسم التاجر وقد تكون حروف أخرى لا تعني اسماً معيناً والتي لا يجوز للغير استعمالها بشكل يؤدي الى خلط للجمهور.

2 - الشارات التصويرية:

ويضم هذا النوع الذي يوجه اساساً الى البصر الرسوم والرموز والصور، والغلافات والدمغات، والنقوش، والاختام.

⁷ - حسام الدين عبدالغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية، ط 1 ، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2016م.

أ - الرسوم والرموز والصور:

تأخذ العلامة التجارية في بعض الأحوال شكل رسم أو رمز أو صوره معينه تميز السلعة أو الخدمة التي تحملها عن غيرها، سواء كانت هذه الرموز لإنسان، أو لحيوان، أم لجماذ، وقد يظهر الشكل في صورة خطوط والوان أو مزيج بينهما جميعاً، بشكل يميز السلعة ويمنع الغير من استعماله.

ب - الغلافات:

قد يستلزم حصول الجمهور على بعض المنتجات والسلع التي يتم وضعها في زجاجات أو صناديق معينة مثل زجاجات المشروبات الغازية، والعطور، والحلي، وأدوات الزينة، وهنا تكون العلامة التجارية للتاجر من الشكل الخاص المميز الذي تظهر به هذه الزجاجات والصناديق.

ج - الدمغات والنقوش والأختام:

بالإمكان استخدام هذه الأختام والنقوش والدمغات متى كانت مميزة ولها صفة فارقة تجعلها تختلف بحسب اختلاف المواد التي تطبع عليها وقد يجتمع الاسم او الكلمة مع النقش أو الختم.⁽⁸⁾

ثانياً: شروط حماية العلامات التجارية:

لا يكفي في الشارات والأشكال المختارة كعلامة تجارية أن تكون احد الاشكال السابقة فقط وإنما يجب علاوة على ذلك أن تكون مميزة، وأن تكون جديدة، وأن تكون مشروعة لا تخالف النظام العام والآداب.

أ - الطابع المميز للعلامة التجارية:

ويقصد بالطابع المميز للعلامة التجارية أن يتخذ التاجر شكلاً لعلامته يمكن الجمهور من التعرف على منتجه او سلعته وسط غيرها من المنتجات التي يعرضها التجار المنافسين وقد عبر المشرع في المواد القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية، عن هذا الشرط بنصه على عدم تسجيلها كعلامة تجارية أو عنصر، ومنها العلامات الخالية من أي صفة مميزة، وتطبيقاً لذلك تستبعد الشارات والأشكال الشائعة والمألوفة، والتي جرى العرف على استعمالها، وبالتالي يجب أن تنطوي العلامة التجارية على شكل مميز يجعل لها ذاتية خاصة، وخصائص معينة، تعرف بها عن غيرها من العلامات الأخرى المماثلة.⁽⁹⁾

ب - جدة العلامة:

لكي تصلح الشارة والأشكال كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية يجب أن تكون جديده، بمعنى لم يسبق الغير أن اكتسب حقوقاً عليها، ولهذا فإن العلامة يشترط لصحتها ألا تمس أو تضر بحقوق سابقة،

⁸ - محمد السيد الفقي، القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، ط1 ، 2000م، ص340 – 344.

⁹ - مقال بعنوان "الحقوق الفكرية"، ب م ، مجلة ام درمان الاسلامية، المجد رقم 21، العدد 1 ، 2025م.

كعلامة مسجلة سابقاً، أو معلومة لكافة، ويقصد بالجدة هنا في الواقع ليس الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية الأخرى، بمعنى خلق وابتكار العلامة، وإنما يكفي ألا تكون العلامة لحظة تسجيلها محلاً لحق منافس من نفس مجال النشاط المعني، وترتيباً على ذلك فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على الرغم من أنه سبق استخدامها، ولكن الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى، ومنتج آخر يختلف عن الأول كلياً.

ج - مشروعية العلامة:

ويشترط أيضاً في الشعارات المكونة للعلامة التجارية ألا تخالف النظام العام والآداب، وقد حظر المشرع استخدام عدد من الشعارات كعلامة بسبب عدم مشروعيتها، وكما هو معروف فإن معيار مخالفة النظام العام والآداب يختلف من مجتمع لآخر، ومن زمن لآخر استناداً لاختلاف الدين والعرف والعادات. أما ما يتعلق بمخالفة النظام العام والآداب فإنه يشمل مخالفة القوانين والنظم القانونية السائدة في الدولة وهذا المنع لا يقتصر على قانون النشاط التجاري فقط وإنما تمتد للامشروعية إلى حالات أخرى قد ينص عليها أي قانون آخر أو يكون القانون يمنع التعامل فيها.⁽¹⁰⁾

المطلب الثالث: أنواع العلامات التجارية

تنوع العلامات التجارية بحسب طبيعتها، وأنواع النشاط المستعملة في تمييزه، وبحسب الوظيفة المخصصة لها، وذلك على النحو الآتي:

1 - أنواع العلامات التجارية بحسب طبيعتها: وهي تشمل تلك العلامات التي يستخدمها التاجر لتمييز السلع والبضائع، ويستعملها في نشاطه التجاري، والاقتصادي والتي يضعها على المنتجات التي يصنعها، وي طرحها للبيع لتمييزها عن غيرها وهي تتمثل في:

أ - العلامة التجارية: وهي التي يضعها التاجر على السلع والبضائع التي يتاجر فيها، أو يبيعها، بهدف لفت الانتباه الزبائن والمستهلكين، سواء كانت من إنتاجه أو إنتاج غيره.

ب - العلامة الصناعية: وتشمل العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج على منتجاته ليلفت انتباه الجمهور، وقد جرت العادة على عدم التمييز بين النوعين من حيث الحماية القانونية، لأن العلامة قد تحمل الاثنين في آن واحد.⁽¹¹⁾

ج - علامة الخدمة: وهي العلامة التي تستعمل في تمييز الخدمات المقدمة من القائمين بمثل النشاط الاقتصادي.

10 - محمد السيد الفقي، مرجع سابق، ص 344.

11 - أمل المرشدي، بحث قانوني بعنوان "العلامة التجارية - دراسة واسعة"، 10 يوليو 2016م

د - العلامة المشهورة: وهي علامة تجارية اكتسبت الشهرة وتخطت حدودها محلياً وإقليمياً ودولياً، والمعيار في الشهرة يستند على قدم استخدامها، ومدى انتشارها، ومدى معرفتها لدى جمهور المستهلكين، وايضا من خلال الدراسات والاحصائيات.

2 - أنواع العلامات التجارية بحسب وظيفتها:

أ - العلامة المانعة: وهي تلك العلامات التي يتم تسجيلها من قبل شخص لأجل منع الغير من تسجيلها او استعمالها حتى لا تؤثر على علامته التجارية المستخدمة لأنها في الغالب مشتقة منها فسجلها ليتجنب منافسة متوقعة من الغير.

ب - العلامة الجماعية: وهي التي تستخدم لتمييز سلعة او منتج، او خدمه ويسجلها مجموعة من الأشخاص ينتمون لكيان واحد " منظمة او شركة او مؤسسه".

ج - العلامة الوقائية: وهي التي يقوم صاحبها بتسجيلها لاستعمالها في المستقبل ويمنح من خلال التسجيل حماية مستقبلية تحول دون قيام الغير بتسجيلها على أحد المنتجات المماثلة للمنتج الذي سجلت عليه العلامة.⁽¹²⁾

د - العلامة المترابطة: وهي العلامات المملوكة لشخص واحد ويشترط فيها أن تكون مماثلة أو مشابهة ومخصصة لبضائع أو سلع أو خدمات من نفس الجنس أو جنس مماثل وقد نصت عليها المادة الخامسة من القرار 26 لسنة 2024 م.

هـ - علامة الرقابة: وهي العلامات التي يضعها من يزاول أعمال مراقبة المنتجات وفحصها ليبين أنه قد تم فحصها والتصديق عليها من الجهات المخولة قانوناً بذلك.⁽¹³⁾

المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية واكتساب الحق فيها وحمايتها قانونياً

لكي تأخذ العلامة التجارية وضعها القانوني ويعتد بها كعلامة تجارية يكتسب صاحبها الحق فيها، وترتب آثارها وتتمتع بالحماية القانونية المقررة لها، يجب تسجيلها أولاً حسب الإجراءات التي وضعها القانون، وبالتالي يترتب على هذا التسجيل حق يمكن من قام به إمكانية التصرف فيها بالتصرفات الناقلة للملكية حسب نصوص القانون، وتتمتع بحمايته المقررة لها.

¹² - عبدالحميد الكوني، رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان "الحماية الجنائية للعلامة التجارية في القانون الليبي" ، كلية القانون ، جامعة طرابلس، ص 40 – 45.

¹³ - منظومة الاحكام والتشريعات الليبية على الموقع <https://libyanlaw.ly>.

وعليه سيتم في هذا المبحث دراسة إجراءات تسجيل العلامة التجارية في المطلب الأول ومن ثم دراسة التصرفات القانونية المترتبة على اكتساب الحق في العلامة التجارية في المطلب الثاني ودراسة الحماية القانونية المقررة لها في المطلب الثالث.

المطلب الأول: تسجيل العلامات التجارية

تستعمل العلامة التجارية في تمييز سلعة أو خدمة أو نشاط تجاري معين والذي يعتمد في استمراريته على معرفة هذه السلعة أو الخدمة التي تميزها العلامة التجارية لمن يطلبها، بهدف تحقيق الربح من جراء ذلك. وقد فرض المشرع الليبي ضرورة اتباع مجموعة من الإجراءات من أجل الوصول لمرحلة اتمام التسجيل للعلامة التجارية، ومن أجل تحقيق الغايات التي قصدها المشرع من تنظيمها.

فقد نصت المادة رقم 4 من القرار رقم 26 لسنة 2024 بإصدار اللائحة التنفيذية للباب الأول من الكتاب العاشر من قانون النشاط التجاري رقم 23 لسنة 2010 م على مجموعة من الشروط التمهيديّة التي يبدأ بها تسجيل العلامات التجارية والتي تتلخص في الآتي :

- أن يقدم طلب تسجيل العلامة من صاحب العلامة أو وكيله، وأن يقدم الطلب على فئة واحدة أو عدة فئات.
- وأن يقدم هذا الطلب على النموذج المعد لذلك استمارة رقم 1 - استمارة رقم 2 - يدوياً أو إلكترونياً على الموقع الخاص وتتعدد رسوم التسجيل متى كان الطلب متعدد .
- وتبين أن المشرع لم يضع أي قيد فيما يتعلق بشخص طالب التسجيل وإنما سمح بجواز تقديم الطلب لكل ذي شأن، أو وكيله الخاص، سواء كان الشخص طبيعياً أو اعتبارياً،⁽¹⁴⁾ وقد نصت المادة 6 من القرار 26 لسنة 2024 على البيانات اللازمة لطلب التسجيل والتي تبدأ بتقديم طلب التسجيل على الاستمارة المعدة استمارة رقم 1 - استمارة رقم 2 - استمارة رقم 3 وأن تشتمل على مجموعة من البيانات والتي تتلخص في :
 - 1 - صورة العلامة المطلوب تسجيلها.
 - 2 - اسم طالب التسجيل، وعنوانه وجنسيته، ومهنته، وإذا كان طالب التسجيل شخص اعتباري وجب ذكر اسمه وعنوان مقره الرئيسي ورقم قيده في السجل التجاري وبيانات ممثله القانوني.
 - 3 - اسم وبيانات الوكيل المقيّد عنوانه من كان الطلب مقدم من قبل الوكيل.
 - 4 - وصف العلامة المطلوب تسجيلها وصفاً دقيقاً، وفق البيانات المنصوص عليها في الباب الثاني من الكتاب العاشر بالقانون التجاري.
 - 5 - السلع أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها، وفئتها.

¹⁴ - المجمع القانوني الليبي على الموقع الإلكتروني lawsociety.com.

6 - اسم المنتج، وبلد المنشأ.

7 - المحل المختار الذي ترسل إليه المكاتبات والمستندات المتعلقة بالتسجيل والبريد الخاص بمقدم الطلب. ويرفق مع طلب التسجيل مجموعة من المستندات التي نصت عليه المادة "السابعة" من القرار 26 لسنة 2024م واللائحة التنفيذية للباب الأول من الكتاب العاشر ويمكن تلخيصها: باشتراط توفير المستندات والوثائق الثبوتية لطالب التسجيل وقيدده، والأذن الممنوع لمزاولة الوكالة التجارية، وإقرار مصدق لمقدم الطلب بمحله المختار، وبريده الإلكتروني وتعهد بأن تكون السلع مطابقة للقياسات الليبية، وترجمة أي نقط مكتوب بلغه غير العربية ترجمة قانونية للعربية، وبيان السلع المزمع تسجيل العلامة عنها.

ويتضح من خلال هذه النصوص والمواد القانونية أن المشرع قد فتح الباب أمام من يرغب في تقديم طلب التسجيل لعلامات تجارية، وتنطبق عليه الشروط والأحكام المقررة لتنظيم هذه العملية ويقدم هذا الطلب لمكتب العلامات التجارية التابع لوزارة الاقتصاد والصناعة فاليبية وهي التي تبث في طلبات تسجيل العلامات التجارية وصلاحياتها من الناحية الفعلية ثم من الناحية الموضوعية، ويراعى في ذلك عدم مخالفته للشروط التي وضعها القانون وذلك حسب نص المادة رقم 1230 من قانون النشاط التجاري 23 لسنة 2010م .

ولذلك فهي تقوم بفحصها والتأكد من عدم مطابقتها أو تشابهها لأي علامة سبق تسجيلها وأنه لا يوجد أي مانع من موانع التسجيل المنصوص عليها بالمادة 1232 من قانون النشاط التجاري الليبي.⁽¹⁵⁾ وعلى هذا المكتب أن يبلغ طالب التسجيل بخطاب رسمي بوصول طلب التسجيل أو استيفاء المستندات، أو ادخال تعديلات اشترطها المكتب خلال 30 يوماً من استلام الطلب، وإذا لم يقدم الطلب باستيفاء المستندات، أو إدخال التعديلات خلال ستة أشهر من تاريخ إعلامه بها اعتبر متنازلاً عن طلبه.

- أيضاً في حال لم يستوفي الطلب الشروط المطلوبة من المكتب لضمان صحتها جاز للمكتب تعليق الطلب.
- أما في حال قبول طلبه بتسجيل العلامة التجارية على طالب التسجيل سداد الرسوم المقررة للنشر.
- وفي حال رفض المكتب لطلب التسجيل عليه أن يخطر طالب التسجيل بخطاب رسمي خلال 30 يوماً من تاريخه مع بيان أسباب قراره بالرفض، ويجوز له أن يتظلم أمام لجنة التظلمات خلال 30 يوماً من تاريخ إخطاره بالقرار ويسري هذا الميعاد ولو امتنع عن استلام الإخطار.

وتقيد طلبات التسجيل للعلامات التجارية في سجل خاص بالمكتب بشكل منتظم وحسب تواريخ تقديمها، ويعطى لطالب التسجيل ايضاً يشتمل على الرقم المتابع، وساعة وتاريخ ايداعه واسم الطالب وصفته، ويخضع هذا السجل لتنظيم قانوني دقيق يتطلب أن يشتمل بيانات عددها المادة التاسعة من القرار

¹⁵ - المجمع القانوني الليبي على الموقع الإلكتروني lawsociety.com.

26 لسنة 2024م اللائحة التنفيذية للباب الأول من الكتاب العاشر الخاص بالعلامات التجارية في عدد 17 فقرة. (16)

مرحلة الإشهار:

وفي حال قبول المكتب لتسجيل العلامة التجارية اشترط القانون ضرورة اشهارها والاعلان عنها في نشرة رسمية تصدر عن وزارة الاقتصاد والتجارة، مخصصة بهذا الشأن على نفقة طالب التسجيل، تبين هذه النشرة آخر ميعاد لتقديم الاعتراض على تسجيلها.

ويشمل هذا الاشهار على مجموعة من البيانات تتيح لمن يعترض على تسجيل العلامة تقديم الاعتراض وحسب نص المادة 12 - 13 من القرار رقم 26 لسنة 2024 م كتابياً ويكون مسبب وعلى النموذج المعد خلال 30 يوماً من تاريخ نشره وإشهاره، ويخطر طالب التسجيل بإخطار المعارضه خلال 15 يوماً، وله أن يقدم للمكتب رداً كتابياً مسبباً خلال 30 يوماً من تاريخ استلامه اخطار المكتب بالمعارضة، وإلا اعتبره تنازلاً عن التسجيل. (17) – ويعتبر قرار قبول التسجيل نهائياً بمضي مدة 30 يوماً على إشهار العلامة التجارية الجديدة في النشرة الخاصة بذلك، دون تقديم أي اعتراض على تسجيلها، ويكون للتسجيل للعلامة التجارية أثره القانوني من تاريخ تقديم الطلب.

ثم يمنح المكتب مالك العلامة المسجلة علامة تسجيل تحتوي على كل البيانات الضرورية، التي تدل على التاجر، وتاريخ تسجيله، وبيان المنتجات والخدمات المخصصة لها هذه العلامة الجديدة التي تم تسجيلها. وبالتالي يخول تسجيل هذه العلامة التجارية لمالكها احتكاراً بالاستغلال، ينتج آثاره لمدة 10 سنوات تبدأ من تاريخ إيداع طلب التسجيل ويحظى بعد ذلك بالحماية القانونية المترتبة على تسجيل العلامات التجارية. (18) المطلوب الثاني : اكتساب الحق في العلامة التجارية والتصرف فيه

أولاً: اكتساب الحق في العلامة التجارية

ينشأ الحق في العلامة التجارية بمجرد الانتهاء من كافة الإجراءات المتعلقة بالتسجيل عن طريق مكتب العلامات التجارية المختص ووفقاً للشروط والمتطلبات التي وضعها القانون الليبي، وبالتالي يتحصل مقدم طلب التسجيل للعلامة التجارية شهادة تثبت تسجيله لها مع بيان المنتجات أو الخدمات المخصصة لها العلامة.

16 - منظومة الاحكام والتشريعات الليبية على الموقع <https://libyanlaw.ly> .
17 - قانون العلامة التجارية، على موقع وزارة الاقتصاد والتجارة aconomy.gov.ly
18 - قانون العلامة التجارية، على موقع وزارة الاقتصاد والتجارة aconomy.gov.ly

وبالتالي يكتسب صاحب العلامة المسجلة حقوق ملكية أصلية على العلامة ويكون له حق حصري في استعمالها، ويترتب على امتلاك هذا الحق حماية قانونية، ويكون له أن يمنع غيره من استعمالها، أو تقليدها، وملاحقة أي شخص طبيعي أو اعتباري يستخدم العلامة بدون إذنه. وبالتالي يعتبر اكتمال عملية التسجيل ومنح الشهادة التي تثبت التسجيل هو الواقعة المنشئة لحق الملكية وهو الأساس القانوني لاكتساب الحق و للحماية القانونية في ليبيا، وهذا الحق لا ينشأ بمجرد الاستعمال كما هو الحال في بعض الأنظمة القانونية الأخرى.⁽¹⁹⁾

ومن أبرز التصرفات التي من الممكن أن تترتب على ملكية العلامة التجارية ما يلي :

1- انتقال الحق في العلامة التجارية

أن العلامة التجارية وإن كانت تبتدئ بعمل ذهني مبتكر في اختيارها، إلا أنها وبعد تسجيلها واكتساب الحق فيها تصبح مالا، وتكون قابلة للتصرف فيها ونقل ملكيتها بصور مختلفة .

وقد تباينت التشريعات المتعلقة بالعلامات التجارية بشأن نقل ملكيتها ومدى ارتباطها بالنشاط الاقتصادي المخصصة له ومدى ارتباطها بالمحل التجاري، أو الشركة، وهل يستطيع مالك العلامة أن يحتفظ بملكيتها في حالة تصرف في المحل التجاري، أو أنه يتعين عليه نقل ملكيتها مع المحل أو الشركة أو المصنع المستخدم للعلامة التجارية في تمييز منتجاته أو خدماته وإذا مات مالكا هل تنتقل للورثة أم لا؟

نص المشرع في المادة 25 من القرار رقم 26 لسنة 2024م اللائحة التنفيذية للكتاب العاشر الباب الأول بانه: يتم نقل ملكية العلامة المسجلة بناء على طلب يقدم للمكتب ممن انتقلت إليه الملكية على النموذج المعد استمارة رقم 7 - مرفقاً بالمستندات الدالة على ذلك.

وبالتالي تنتقل الملكية بناء على عقد بيع أو تنازل يجب أن يشمل على جميع البيانات التي نص عليها القانون وعلى رأسها رقم العلامة التجارية المسجلة واسم مالك العلامة السابقة واسم ولقب من انتقلت اليه العلامة التجارية، وتاريخها، والتصديق على عقد نقل الملكية لدى مصلحة الضرائب، وعلى المكتب أن يقوم بإشهار نقل ملكية العلامة التجارية متضمناً البيانات اللازمة، ونشره، وفي جميع الأحوال لا يجوز التصرف في العلامة إلا بعد تسجيلها تسجيل نهائي، ولا يجوز أن يكون انتقال الملكية جزئياً أو يكون متعلقاً ببعض المنتجات أو الخدمات التي تمثلها العلامة دون البعض الآخر.

2- رهن العلاقة التجارية:

¹⁹ - حواء فرج المجبري، مرجع سابق، ص 294.

يجب أن يتم التأشير في السجل برهن العلاقة التجارية، وفقاً لذات الأوضاع والإجراءات المنصوص عليها في المادة 25 من هذه اللائحة الواردة بالقرار رقم 26 لسنة 2024 م، ويتم فك الرهن بناء على طلب يقدم للمكتب من مالك العلامة، مصحوباً بالمستندات وافادة من الجهة المرهون إليها العلامة، وتكون موثقة بالطرق المنصوص عليها، ويقوم المكتب بالإعلان عن الرهن، وعن فك الرهن في نشره الوزارة.⁽²⁰⁾

3- الحجز على العلامة:

يتم التأشير في السجل بالحجز على العلامة التجارية بناء على أمر قضائي ولا يتم إلغاء الحجز إلا بناء على حكم قضائي بات.⁽²¹⁾

ثانياً: حالات انقضاء العلامات التجارية

العلامة التجارية مثل ما وجدت بإرادة صاحبها وبمقتضى القانون يكون أمر زوالها راجعاً إليه أو طبقاً لأحكام القانون وأبرز حالات انقضاء العلامات التجارية:

1 - الترك :

تنقضي العلامة التجارية بتركها من قبل مالكها، فيكون الترك أما صراحة من خلال التنازل عنها للغير، أو ضمناً من خلال عدم استعمالها على المنتجات أو الخدمات المخصصة لها العلامة، وعدم ممارسة حقوقه عليها أو منع الغير من التعدي عليها، وكذلك عدم تجديدها بعد انتهاء مدة الحماية المحددة لها حسب نص المادة 19 من القرار 26 لسنة 2024 م اللائحة التنفيذية للكتاب العاشر الباب الأول وهي محددة بـ 10 سنوات قابلة للتجديد لمدة مماثلة عن طريق طلب يقدم من صاحب العلاقة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية، أو بعد انتهاء المدة بما لا يتجاوز ستة أشهر وتقدير مسألة ترك العلامة من عدمه يختص به قاضي الموضوع. ومن ثم يترتب على ترك العلامة أنها تصبح من الأشياء العامة التي يجوز للغير استعمالها على منتجاته دون أن يعد ذلك اعتداء.

2 - الشطب :

ويكون الشطب بناء على إجراء يتخذه المكتب من تلقاء نفسه، أو بناء على طلب صاحبها من خلال إحالة الأمر إلى المحكمة الابتدائية لاستصدار أمر الشطب إذا ثبت أن العلامة لم تستخدم بصفة جدية لمدة خمس سنوات متتالية، وبالتالي لا يجوز إعادة تسجيل العلامة المشطوبة إلا بعد ثلاث سنوات من تاريخ الشطب، ويكون الشطب أيضاً إذا ثبت تسجيل العلامة بسوء نية، وفي جميع الأحوال بعد استصدار الحكم اللازم

20 - المجمع القانوني الليبي على الموقع الإلكتروني lawsociety.com.

21 - مجلة أبحاث قانونية على الإنترنت journal.su.edu.ly

لشطب العلامة يقوم المكتب بالتأشير في سجل العلامات التجارية بشطبها، وينشر ذلك في النشرة على أن يتضمن الإعلان البيانات التي توضح العلامة واسم مالكيها وسبب الشطب وتاريخه.⁽²²⁾

المطلب الثالث: حماية الحق في العلامة التجارية

تعتبر الحماية القانونية للعلامات التجارية ضرورة لضمان تحقيق الحماية لأصحابها من الانتهاكات التي تسبب الضرر لمصالحهم الخاصة، وتستند هذه الحماية إلى مجموعة من القوانين الوطنية، وكل ذلك لضمان وتعزيز مبدأ المنافسة النزيهة والحرص على الحماية للمستهلكين من الغش ويعزز مبدأ الثقة بين الشركات المختلفة، وتسهم دائماً في استقرار ونمو الأسواق وهذه الحماية جاءت بناء على الاعتداءات المتكررة والمتعددة، وهو ما يخلق نزاعات تستدعي وضع قواعد قانونية تضمن حمايتها وفرض الجزاءات المناسبة على المعتدين، وتمكن هذه الانظمة القانونية أصحاب العلامات التجارية من الدفاع عن حقوقهم بوسائل وإجراءات قانونية. ومع تعدد صور التعديات على هذه العلامات سواء باستخدامها بدون إذن، أو عن طريق تقليدها وتزويرها أو غيرها من الجرائم التي تؤدي إلى تضليل المستخدمين، والجمهور، وهو ما يترتب عليه الضرر على أصحابها و مالكيها الأصلي وقد كان لهذه الحماية عدة أوجه وأنواع:

1 - الحماية المدنية وفقاً لقانون العلامات التجارية في التشريع الليبي وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية في التشريع الليبي:

ينص القانون الليبي على فرض حدود لحماية العلامة المسجلة قانونياً، بحيث يكون المستفيد من هذه الدعوى- المالك الأصلي للعلامة- أو من يملك الإذن من مالكيها باستخدام العلامة- إذ يفترض الخطأ ويفترض الضرر بمجرد الاعتداء على تلك العلامة، حتى ولو لم يصب مالك العلامة- بضرر مباشر.⁽²³⁾

وتكون هذه الحماية المدنية وفقاً لدعوى المنافسة الغير مشروعة:

حيث يعد التنافس جزءاً من سمات العمل التجاري، إلا أنه يجب أن يكون ضمن إطار مشروع وشريف- وتستند دعوى المنافسة الغير مشروعة على ضرورة العمل على إثبات الحجة في وقوع الضرر والسبب في الضرر مع الاثبات المنطقي للعلاقة بينهما، ولو ثبت ذلك له أن يطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء الاعتداء على حقه في العلامة.⁽²⁴⁾

2 - الحماية الجنائية:

22 - عبدالحميد الكوني، مرجع سابق، ص 87.

23 - مجلة القرطاس، العدد 26، المجلد الثالث، مارس 2023م.

24 - عبدالحميد الكوني، مرجع سابق، ص 89.

لا يكفي حماية الحقوق مدنياً للقيام بالردع الكافي لمن يعتدي على حقوق المالك للعلامة التجارية ولهذا كان هناك تشريعات جنائية تفرض الحماية الجنائية للعلامة وتختلف هذه الحماية الجنائية باختلاف الجرائم ويختلف معها حجم العقوبات الجنائية، وتختلف عن دعاوى المنافسة الغير مشروعة فتعد جريمة التزوير والتقليد جرائم جنائية تستوجب عقوبة بالسجن والغرامة كما نص على ذلك في قانون النشاط التجاري الليبي رقم 23 لسنة 2010م في المادة 1263 التي تفرض عقوبة السجن لمدة لا تزيد عن سنتين وغرامة لا تقل عن 1000 دينار ولا تزيد عن 10000 دينار على كل من يقوم بتزوير علامة تجارية مسجلة او استخدام علامة مملوكة للغير عن سوء قصد وهذا ما أكدته المادة 38 من القرار رقم 26 لسنة 2024م.

وبماشر المكتب الإجراءات القانونية المنصوص عليها في المادتين 1263 - 1264 من قانون النشاط التجاري رقم 23 لسنة 2010م الى الجهات المختصة خلال اجل لا يتجاوز 15 يوما من تاريخ استلامه لهذه الطلبات. وبالتالي فإن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية تنفرد بأحكام خاصة تميزها عن غيرها من افعال التجريم المقررة في قانون العقوبات، والمشرع الليبي تناول تجريم صور الاعتداء على العلامات التجارية ضمن عدد من نصوص قانون العقوبات، كما أصدر قوانين ولوائح تنظم العلامات التجارية، وتشمل هذه الطائفة من الأحكام المتباينة مواقف تشريعات العلامات التجارية، كتلك التشريعات التي تنظم المسؤولية الجنائية للأشخاص في تحمل تبعات الجرائم والتي تعتمد جميعها على الصفة الشخصية للمسؤولية الجنائية للشخص عما قام به من أنشطة واعمال قد تقع تحت طائلة التجريم والعقاب.

كما يتضمن أحكاما خاصة والتي تعتمد على قاعدة عامة في إسباغ الحماية الجنائية التي تكون للعلامة التجارية المسجلة، وفقا للإجراءات التي تضمنها قانون العلامات التجارية، دون غيرها من العلامات التجارية غير المسجلة، وذلك وفقا لأحكام قانون النشاط التجاري ولائحته التنفيذية، وقد نص المشرع الليبي عن عدد من العقوبات في مقابل الاعتداء على العلامات التجارية، والتي يرى أنها مناسبة وراعية وتتراوح ما بين عقوبات أصلية تتراوح بين الحبس والغرامة، عقوبات بالتبعية وهي كالحرمان من الحقوق المدنية، أو الحرمان من مزاولة بعض المهن الطبية وفقدان الأهلية القانونية .. الخ.

وقد تضمن ايضا تدابير وقائية، تتضمن اجراءات مانعه تهدف الى الحد من الضرر والوقاية من الخطر ومنعه، وقد تضمن قانون النشاط التجاري مجموعة من هذه التدابير الوقائية وهو ما يضمن فاعلية كل الأحكام والنظم القانونية المختصة بالعلامات التجارية.⁽²⁵⁾

الخاتمة

²⁵ - رجب سعد محمد، ورقة عمل بعنوان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة بين القانون الليبي والمصري.

من خلال ما تقدم عرضه في هذا البحث والذي تناولنا فيه ومن خلال مبحثين الجوانب التنظيمية المتعلقة بالعلامة التجارية باعتبارها جزء من حقوق الملكية الفكرية.

فقد استعرضنا وعبر بحثين ماهية العلامات التجارية، بتعريفها، وبيان شروطها، وأنواعها والشارات والأشكال التي تكون علامات تجارية في المبحث الأول، وإجراءات تسجيلها، واكتساب الحق فيها، وإمكانية التصرف فيه، مع التعرض لبعض مظاهر الحماية القانونية للعلامات التجارية، والنصوص القانونية التي تتولى ذلك التنظيم.

والتي يتبين أنها جميعاً لها اهتمام بالعلامة التجارية، وتعمل على تنظيمها في أدق التفاصيل وذلك لضرورة فرضتها أهمية هذه العلامة التجارية في عالم التجارة اليوم، وارتباطها بالنشاط الاقتصادي، وأهميتها في تمييز السلع والخدمات المتعلقة بأوجه النشاط الاقتصادي، وحماية المستهلكين، ودورها في تشجيع الاستثمار. ولهذا فقد تم من خلال هذه الدراسة الوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات المترتبة على تلك النتائج وذلك على النحو التالي:

النتائج :

- رغم تعريف المشرع الليبي للعلامة التجارية وأنه أشار إلى الأشكال التي يمكن أن تنفذ كعلامات تجارية إلا أنه لم يتعرض بالتفصيل لبعض العلامات المحظورة وتركها للمفهوم العام خاصة العلامات المخالفة للنظام العام والآداب.

- رغم أن المشرع الليبي تضمن أحكاماً في قانون النشاط التجاري واللائحة التنفيذية المتعلقة بالعلامات التجارية تنظم إجراءات التسجيل للعلامة التجارية وأحكام إشهارها والجهة المختصة بتلقي الطلب، وتسجيله، وإشهاره، والسماح بالاعتراض على طلب التسجيل، إلا أنه يؤخذ على هذه المواعيد أنها طويلة نسبياً في القانون الليبي.

- أنه ونظراً للدور الحيوي للعلامة التجارية في تعزيز الهوية الخاصة للشركات والأفراد، فإن ذلك يتطلب توفير حماية لها، ووضع كافة التعديلات المختلفة عليها، من خلال الالتجاء للقانون، عن طريق رفع دعاوى قضائية، من صاحب الحق فيها، إلا أن الواقع يبين أن هذه الدعاوى قليلة، بسبب نقص الوعي عند البعض بحقوقهم، وإيضاً التعقيدات المرتبطة بإجراءات التقاضي نفسها، من حيث التكاليف والوقت، وهو ما يتضح من خلال نقص كبير في الأحكام والسوابق القضائية في مجال العلامات التجارية في التطبيق القضائي الليبي، مقارنة مع غيره من الأنظمة القانونية الأخرى الأمر الذي يتطلب إيجاد وسائل أكثر فاعلية لتحقيق الحماية القانونية للعلامة التجارية والحد من التعديلات التي تسبب أضراراً سبق ذكرها والتي لها أثارها على المالك والاقتصاد الوطني وهو ما يحتاج تنظيم مرن ودقيق ومتوازن من المشرع الليبي.

التوصيات :

- العمل على إجراء كافة التعديلات على التشريعات والأحكام التي تنظم العلامات التجارية في ليبيا وبما يواكب التطورات الحديثة التي تسير الأنظمة الدولية المتضجرة مع إصدار تشريع يضمن من خلاله تسريع إجراءات البت في النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية.
- العمل على إصدار تشريعات قانونية تعمل على تسريع إجراءات التسجيل للعلامة التجارية وأشهرها وتشديد الجزاءات من خلال زيادة العقوبات مع اضافة عقوبات تبعية، ورفع قيمة الغرامات في حدها الأدنى والاعلى مع إقرار بعض التدابير الوقائية التي تضمن الحماية اللازمة.
- نظراً للتطور التكنولوجي واتساعه أصبح هناك أنواع جديدة من التعديلات بسبب الاعتماد المتزايد على التجارة والتبادل التجاري الالكتروني وهو ما يتطلب تشريعات تواكب هذا التطور الحديث وتمنع التعديلات الغير مشروعة وذلك لضمان فرض حماية متكاملة للعلامة التجارية عن طريق القانون.

المراجع

- 1 - امل المرشدي، بحث قانوني بعنوان "العلامة التجارية – دراسة واسعة"، 10 يوليو 2016م
- 2 - آية الضير، مقال بعنوان "تعريف العلامة التجارية"، 26 أكتوبر 2022م ، على الموقع الالكتروني mawdoo3.com
- 3 - حسام الدين عبدالغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية، ط 1 ، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2016م.
- 4 - حواء فرج محمد، دراية مقارنة بعنوان "الحماية القانونية للعلامة التجارية"، جامعة بنغازي، مجلة الحق للعلوم الشرعية والقانونية، العدد 14، ديسمبر 2024م.
- 5 - رجب سعد محمد، ورقة عمل بعنوان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة بين القانون الليبي والمصري.
- 6 - عبدالحميد الكوني، رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان "الحماية الجنائية للعلامة التجارية في القانون الليبي"، كلية القانون ، جامعة طرابلس.
- 7 - قاموس المعاني على الموقع الالكتروني almaany.com
- 8 - قانون العلامة التجارية، على موقع وزارة الاقتصاد والتجارة aconomy.gov.ly
- 9 - مجلة ابحاث قانونية على الانترنت journal.su.edu.ly
- 10 - مجلة القرطاس، العدد 26، المجلد الثالث، مارس 2023م.
- 11 - المجمع القانوني الليبي على الموقع الالكتروني lawsociety.com

- 12 - محمد السيد الفقي، القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، ط 1 ، 2000م.
- 13 - محمد المحبوبي، بحث بعنوان "حقوق الملكية الفكرية في ظل اتفاقية تريس"، 2023 – 2024 م ، على الموقع [scribd.com](https://www.scribd.com).
- 14 - مقال بعنوان "الحقوق الفكرية"، ب م ، مجلة ام درمان الاسلامية، المجد رقم 21، العدد 1 ، 2025م.
- 15 - مقال بعنوان "أهمية وفوائد العلامة التجارية"، موقع علامة على الانترنت alama.com.co.
- 16 - منظومة الاحكام والتشريعات الليبية على الموقع <https://libyanlaw.ly>.