

**دور وجود جهاز قومی للملكيه الفكریه فی مصر فی الحد من التعدی
على العلامات التجاریه**

طارق احمد محمد محمد دياب

دور وجود جهاز قومي للملكية الفكرية في مصر في الحد من التعدي على العلامات التجارية

طارق احمد محمد محمد دياب

مقدمه

قد أدى التطور الهائل الذى يشهده عالمنا الحاضر في مجال المعلوماتية الى نشوء تعدييات جديدة على حقوق الغير والمجتمع والتي ترتبط بشكل وثيق بحقوق الملكيه الفكرية ،ومع إنطلاق عصر الثورة المعلوماتية شهد العالم ثورة جديدة في عالم الإتصال ونقل المعلومات مما أتاح للأفراد والمؤسسات فرصة الولوج إلى بنوك وقواعد المعلومات على الصعيدين المحلى والدولى ومع ظهور وتوسع استعمال الإنترنت في أغلب دول العالم وظهر التجارة الإلكترونية إذ أصبحت جل الشركات التجارية تستعمل علاماتها التجارية على الإنترنت سواء للدعاية أو التجارة أو تقديم الخدمات ونظرا لأهمية العلامات التجارية وما تكتسبه من ثقة لدى المستهلكين ظهرت أهمية الأدله الرقمية والإثبات الإلكترونية ،فلقد أفرزت الإختراعات والإبتكارات تقنيات جديده فرضت ذاتها على المجتمع البشرى وأثرت في النشاط الإنساني ولعبت دورا أساسيا في ميدان المال والأعمال فأستحدثت أسواقا جديدة هيئت مناخا للإنتعاش الإقتصادى بدافع متأجج من الحركة المرورية التي أعدت لها ثورة الإتصالات التي دفعت التجارة ورجال الأعمال

والشركات الى القيام بعمليات البيع والشراء من خلال الشبكات الإلكترونية التي تؤدي إلى نمو مطرد في حجج التجارة الإلكترونية واستخدامات العلامات التجارية ، ومن ذلك من إستيفائها للشروط الصحيحة التي يتطلبها القانون.

وكان الانتقال من مرحلة التعامل الورقى الى مرحلة التعامل الإلكتروني في مجال التجارة الألكترونية والعلامات التجارية دون تهيئة بنية قانونية ملائمة لمعطيات التقنية الحديثة في تبادل البيانات الإلكترونية من شأنه أن يهدد حقوق المتعاملين ويقلل من فرص الإستفادة من العلامات التجارية واستخداماتها في تجاره الألكترونية التي تعد وسيلة متميزة لفتح أسواق جديدة لذا كان من الطبيعي أن تثير هذه المتغيرات تحديات قانونية لإيجاد حلول تواكب ذلك التغير والتطور

فمثلا في ظل انتشار وتنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مختلف فئات وشرائح المجتمع وتنوع مجالات استخدامها والمزايا التي توفرها هذه المواقع في الأتصال والتفاعل بين الأفراد في العصر الحديث، والتسويق والتفاعل مع العملاء والترويج للعلامة التجارية التي توجب النظر إلى ضرورة وجود جهاز قومی للملكية الفكرية في مصر ودوره في حماية تلك الأستخدامات للعلامات التجارية من الناحية القانونية .

فتعتبر العلامات التجارية من أهم حقوق الملكية الصناعية والتجارية فهي اليوم تشكل سمعة وعنوان للقوة الصناعية أو التجارية أو الخدماتية للشركات أو المقاولات لاكتساب قدرة تنافسية ليس فقط على المستوى المحلى بل على المستوى الدولى وبهذا فان الطابع التقنى يفرض نفسه في هذا النوع من النزاعات المرتبطة بالعلامات التجارية بصفة خاصة وبكل المنظومة القانونية التي تحكم العلامة التجارية بصفة عامة، وخصوصا القدرة على تكييف الإعتداء الذى تعرضت له العلامة وحمايتها من ذلك الإعتداء

الأمر الذى يتطلب إنشاء جهاز قومي للملكية الفكرية لتوفير تلك الحماية على نطاق أوسع من الموجود حاليا في تطبيق مواد قانون الملكية الفكرية ،ففكرة وجود جهاز قومي متخصص بالملكية الفكرية تحت لواء الدولة المصريه قد يسبغ الحماية القانونيه بصوره كامله لعناصر الملكية الفكرية ومن ضمنها العلامات التجارية

مشكله البحث

دور الجهاز القومى للملكية الفكرية في حمايه العلامات التجارية من الاعتداء لدوره الاقصادى والقانونى لحمايه العلامات التجارية .

فروض البحث

تعتبر العلامات التجارية من أهم حقوق الملكية الصناعية والتجارية فهي اليوم تشكل سمعة وعنوان للقوة الصناعية أو التجارية أو الخدماتية للشركات أو المقاولات لاكتساب قدرة تنافسية ليس فقط على المستوى المحلى بل على المستوى الدولى وبهذا فان الطابع التقنى يفرض نفسه في هذا النوع من النزاعات المرتبطة بالعلامات التجارية بصفة خاصة وبكل المنظومة القانونية التي تحكم العلامة التجارية بصفة عامة، وخصوصا القدرة على تكييف الإعتداء الذى تعرضت له العلامة وحمائتها من ذلك الإعتداء ووجود جهاز مختص للملكية الفكرية متمثلا في الجهاز الوطنى للملكية الفكرية وما يستتبعه من استخدام أدوات تعينه في أداء مهامه ومنها الأدله الإلكترونية والرقمية لحماية العلامات التجارية في عصرنا الحالى

اهمية دراسه واسباب اختيار الموضوع

تستمد دراسه أهميتها من أهمية موضوعها المتعلق بالعلامات التجارية وحمائتها من التعدى بوجود جهاز متكاملأ في اركانه مستخدماً لكل الطرق والأساليب في سبيل ذلك وذلك نظرا للتطور التكنولوجي الكبير الذى أدى الى إختلاف صور الإعتداء والنزاع في مسائل الملكية الفكرية وبخاصة العلامات التجارية مثل استعمال علامة

تجارية مسجلة بأسم شخص آخر أو تقليد لعلامة تجارية سجلت بضائع بإسمها أو وضع علامات كاذبة ومضللة ،فمن المتوقع ان يستخدم الجهاز القومي للملكية الفكرية الأدوات الحديثه والادله الرقمية والوسائل التقنيه وربطها بذلك المجال مواكبة منها للتطور السريع والمطرد في العالم التقنى والادله الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعى ،فقد شكلت التقنية المعلوماتية سمة القرن المنصرم بتغييرها العالم وأدوات عمله وتفاعلاته في مختلف المجالات وهو ما فرض مواكبته بتغيير أو تعديل الآليات الإقتصادية والترسانة القانونية بالتفاعل معه من خلال تطوير هذه المنظومة بكيفية معرفة التعامل مع التقنيات الحديثة كأدوات للإثبات من جهة والصعوبات القانونية التي يمكن ان تواجه الممارسين في هذا الميدان وحبذا أن يكون ذلك من خلال جهاز متكامل للملكية الفكرية محددًا في اجراءاته وخطواته والتي من المتوقع ان تدور في فلك واحد ومكان واحد وإجراءات واضحة تكون من السهولة بمكان للحد من تلك التعديات وحماية العلامات التجارية وغيرها من عناصر الملكيه الأدبيه أو الصناعيه .

اهداف الدراسه

- 1- تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور وجود جهاز متكامل للملكية الفكرية متمثلا في الجهاز القومي للملكية الفكرية في حماية العلامات التجارية من التعدى .

٢- إمكانية استخدام التقنيات الحديثة والأدلة الرقمية مثل التوقيع الإلكتروني وغيره كأدوات معتمده في الجهاز القومي للملكية الفكرية المزمع إنشاؤه مواكبة للتطور السريع في الشبكة الدولية العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي .

المبحث الأول العلامات التجارية والأدلة الرقمية

المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية

تعريف العلامة التجارية

عرف القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بالمادة ٦٣ العلامة التجارية على أنها " كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً. الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات ، والكلمات والتصاویر والنقوش البارزة مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات أو المستخرجات

الأرض أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما تدرك بالبصر .

ويكون هذا التعريف جامع شامل فقد تناول في أوله وظيفة التي تقوم بها العلامة التجارية وذكر أنها كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره ، وهي الوظيفة الأولى والمهمة للعلامة أنها تميز السلع والخدمات عن بعضها البعض ويهدف بها صاحبها في تمييز منتجاته أو خدماته لجذب العملاء المستهلكين إلى سلعته دون السلع الأخرى المماثلة ولقياس توزيع سلعته بالمقارنة بمنتجاتها في الأسواق وأيضاً يستخدم صاحب العلامة علامته في الدعاية والإعلان عن سلعته أو الخدمة التي يقدمها للمستخدمين.

كما أن العلامة هي الوسيلة التي يتعرف بها المستهلك على سلعته المفضلة من بين السلع المشابهة لها وهي بيان عن مصدر تلك السلعة التي يثق في أنها تقدم له من الجودة

والضمان ما يرجوه منها مما يؤدي الي تكرار شرائها . ثم عرف لنا القانون في هذه المادة مكونات العلامة التجارية من أنها السماء المتخذة شكلاً مميزاً ، الإمضاءات، الكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والتساوير والنقوش البارزة. مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً وكذلك أي خليط من هذه العناصر.

ومفاد ذلك أن العلامة التجارية ممكن أن تكون كلمة أو رسم أو أحرف أو أرقام أو رمز ويمكن أن تكون خليطاً من ذلك كأن تكون كلمة ورسماً أو أحرفاً ورسماً أو أرقام في شكل مبتكر مميز.

في الفقرة الأخيرة من هذه المادة أوضح لنا المشرع المجالات التي تستخدم فيها العلامة وذكر منها على سبيل المثال وليس الحصر في تمييز منتجات عمل صناعي ، أو استغلال زراعي ، أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة. وأما للدلالة على مصدر منتجات أو البضائع، أنواعها ، أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وأما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وكانت قمة التمديد في آخر ماجاء بهذه المادة الذي حدد أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر وهذا النوع من العلامات هو المناسب والملائم للدول النامية.

نظراً لأن أنواع العلامات ذو الرائحة والعلامة الصوتية هي من النوعيات التي يصعب فحصها في مصر وفي الدول النامية كما تصعب حمايتها ويشق على جمهور المستهلكين تمييزها عن بعضها البعض لذا فإن نظام حماية هذا النوع من العلامات غير معمول به في مصر والدول النامية ويتم العمل به في الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي.

وبعد التعريف الشامل الوارد في التشريع المصري ننقل إلى تعريف الوارد باتفاقية التربس للعلامة التجارية.

تعريف العلامة التجارية وفقاً لاتفاقية التربس

تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من

هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان من الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط ان تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط تسجيلها.

ويتضح من قراءة هذا التعريف أن المشرع المصري تضمن كل ما جاء بهذه المادة في نصه للمادة ٦٣ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٢٢ .

وقد تعرض الفقهاء لتعريف العلامة التجارية على أنها كل إشارة أو دلالة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها أو الخدمات التي يقدمها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع والخدمات المماثل

(الأستاذة الدكتورة / سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، طبعة ٢٠٠٩ ، ص ٤٤٨ .)

وهناك تعريف آخر يقصد بالعلامة التجارية أو الصناعية كل اسم أو رمز أو إشارة مما يستخدم في تمييز المنتجات أو المصنوعات أو السلع أو الخدمات عن غيرها مما يماثلها ويشار إليها في بعض الأحيان على أنها (ماركة)

(خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، ص ١٧٧ .)

مما سبق يتضح التعريف المتكامل للعلامة التجارية وفقاً لما جاء بالتشريع المصري واتفاقية الجوانب المتصلة باتفاقية الجات (التربس).

المطلب الثاني الأدلة الرقمية

أدى تطور تقنيه المعلومات الى ظهور اشكال مستحدثه من الجرائم واصبح الفضاء السيبرانى مكان يستطيع المجرم من خلاله تنفيذ هجماته بشكل سريع وخفى دون ان يترك اثر لجريمته لأنها ارتكبت في مكان افتراضى غير ملموس ولا حدود له الامر الذى أدى الى ظهور تساؤل عن مدى حجية الدليل الرقمى في اثبات الجرائم الالكترونيه ومنها التعدى على العلامات التجاريه ولأن التحول الرقمى أحد الركائز

الأساسية التي يشهدها العالم، زاد الأهتمام بالدليل الرقمية فقد انطلقت في العقود الأخيرة ثورة تقنية المعلومات وانتشرت انتشاراً هائلاً بين الدول وخصوصاً المتقدمة وجعلها مترابطة من خلال شبكات تقنية معقدة ومن البديهي ان يولد من هذه الثورة جانبا السلبى والمتمثل في ظهر جرائم التعدى الالكترونية ومن ضمنها جرائم التعدى على العلامات التجارية

فلأثبات بالدليل الالكترونى له أهميه كبيره في المسائل الجزائيه فيتميز الدليل الرقمية بطبيعته خاصه، لأنه ينتمى إلى بيئه رقميه غير ملموسه إضافة إلى تعدد صورته وأشكاله

-الأمر الذى يذهب بنا في ذات اتجاه استخدام الادله الرقمية والتقنيات الحديثه كأدوات بيد الجهاز القومى للملكيه الفكرية المصرى المزمع إنشاؤه في القريب العاجل.

(المجله الالكترونيه الشامله متعددة التخصصات العدد

التاسع والعشرون شهر(١٠)٢٠٢٠)

تعريف الأدلة الرقمية :-

عرف الباحثين والمتخصصين الدليل الرقمي أنه المعلومات ذات القيمة المحتملة والمخزنه أو المنقوله في صوره رقميه أو هو "ادليل المأخوذ من أجهزة الكمبيوتر ،ويكون في شكل مجالات أو نبضات مغناطيسيه أو كهربائيه ،يمكن تجميعها وتحليلها باستخدام برامج وتطبيقات تكنولوجيه خاصه ،وهو مكون رقمى لتقديم معلومات في أشكال متنوعه مثل النصوص المكتوبه أو الصور والاصوات والاشكال والرسوم ،وذلك من أجل الربط بين الجريمه والجرم والمجنى عليه ،وبشكل قانونى يمكن الاخذ به امام أجهزة إنفاذ وتطبيق القانون"، "فالدليل الرقمي عباره عن مزيج من البيانات الرقمية والتي تمثل معلومات او شفرات مختلفه أو صور وأصوات وهذه البيانات تكون في الغالب مخزنه في ذاكرة الجهاز أو في ذاكره متنقله مثل (usb) أو معروضه على شاشة الحاسب الالى ويستطيع المحققين المختصين في الجرائم السيبرانيه من كشف الجريمه وتحديد المتهم من خلال التحقق وفحص أجهزة الحاسوب وبياناتها المخزنه بها أو المعروضه على شاشاتها

وبالتالي يمكن تقسيم الدليل الرقمي الى ثلاث مجموعات كالتالي :-

أ-السجلات المحفوظة في الحاسب الآلى ورسائل غرف المحادثه والبريد الالكترونى داخل شبكة الإنترنت.

ب-السجلات والبيانات التي تم إنشاؤها بواسطة الحاسب الآلى وسجلات الهاتف وسجلات ماكينات الصراف التابعه للبنوك وهى جميعا من مخرجات برامج الحاسب الآلى .

ج-السجلات التي حفظ جزء منها بالإدخال ،جزء آخر تم انشاؤها بواسطة الحاسب الالى ،مثل أوراق العمل التي تم انشاؤها على برامج مثل وورد وإكسل .

فالدليل الرقمي متنوع تبعا للمصدر الذى نشأ منه فهو يشمل كافة أنواع البيانات الرقمية التي يمكن استخراجها رقميا بحيث يكون بينها وبين الجريمة رابط ما فيختص الدليل الرقمي عن غيره من الجرائم بصعوبة التخلص منه فيما ينطبق على الجرائم التي تقع على عناصر الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية

(المجله الالكترونيه الشامله متعددده التخصصات العدد

التاسع والعشرون شهر (١٠) ٢٠٢٠)

المبحث الثانى : الجهاز القومى للملكية الفكرية واهمية استخدامه للأدله الرقميه لحمايه العلامات التجاربه من الاعتداء :-

المطلب الاول : الجهاز القومى للملكية الفكرية

أن الهدف من الجهاز القومى للملكيه الفكرية هو توحيد تسجيل الملكيه الفكرية لكافة قطاعات الدوله فى مكان واحد وهو الجهاز القومى للملكيه الفكرية، كما أن الجهاز سيعمل على دعم التحول الرقمى من خلال رابط خدمات تسجيل الملكيه الفكرية مع كافة قطاعات الدوله وبالوسائل والأساليب التكنولوجية الحديثه

وعن العاملين بالجهاز، فإنه من المتوقع الاستعانة بـ خريجى المعهد القومى للملكيه الفكرية والذي كان قد أنشئ وفقاً لقرار جمهورى فى عام ٢٠١٦ كأول معهد تعليمى فى مصر والشرف الأوسط، مؤكداً أن المعهد يمثل أحد روافد الاستراتيجيه الوطنيه للملكيه الفكرية والذي يهتم المعهد بالخدمات التعليميه فى مجال الملكيه الفكرية .

جدير بالذكر أن مصر أطلقت الاستراتيجيه الوطنيه للملكيه الفكرية، من خلال مؤتمر يقام تحت رعايه الرئيس عبدالفتاح السيسى، رئيس الجمهوريه، وتتضمن الاستراتيجيه الوطنيه للملكيه الفكرية، أربعة أهداف استراتيجيه، وهى: حوكمة

- البنية المؤسسية للملكية الفكرية، وتهيئة البيئة التشريعية،
وتفعيل المردود الاقتصادي في تحقيق أهداف التنمية
المستدامة، وتوعية فئات المجتمع المصري بالملكبة الفكرية
،وقد حدد مشروع القانون اختصاصات الجهاز المصري
للملكية الفكرية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- إعداد وتحديث الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية،
ووضع الآليات التنفيذية اللازمة لتفعيلها ومتابعة تنفيذها
بالتعاون مع الوزارات والجهات المعنية.
 - تسجيل حقوق الملكبة الفكرية وقيدها وإيداعها ومنحها
وثائق الحماية على النحو المبين بقانون حماية حقوق الملكبة
الفكرية الصادر بالقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.
 - إعداد قواعد متكاملة للبيانات والمعلومات حول حقوق
الملكبة الفكرية، وتوظيفها في تطوير منظومة الملكبة الفكرية
واتاحتها للكافة في حدود أحكام قانون حماية الملكبة الفكرية.
 - تشجيع الباحثين والمُخترعين والشركات الناشئة وأصحاب
المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر،
بالتنسيق مع الجهات ذات الصلة، على تسجيل مخرجاتهم
البحثية واختراعاتهم وإبداعاتهم، وغيرها من حقوق الملكبة
الفكرية.
 - الحصول على وثائق الحماية اللازمة لها، لتعظيم استغلالها
والاستفادة منها من الناحية الاقتصادية.
 - وقد يتضح من هذه الاختصاصات أن الجهاز سيكون
المسؤول الأول عن متابعة تطبيق الاستراتيجية الوطنية
للملكبة الفكرية وتوفير البيئة فنيا للوصول إلى أكبر استفادة
ممكنة.
 - كما أن إنشاء الجهاز بعد موافقة البرلمان على مشروع
القانون وإقراره خطوة جادة وستكون جدواها الحقيقية

بالمتابعة والتعاون مع كافة مؤسسات الدولة المعنية بهذا الشأن، كما أن ذلك يأتي في إطار تحقيق أحد أهداف التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، وقد جاء إنشاء الجهاز القومي للملكية الفكرية يأتي تنفيذاً لما نصت عليه المادة ٦٩ من الدستور المصري لسنة ٢٠١٣ بانشاء جهاز مختص لرعايه وحمايه حقوق الملكيه الفكرية ، الامر يكون معه لهذا الجهاز حين انشائه دور هام فى حمايه العلامات التجاربه وذلك من خلال استخدام الطرق والاساليب الحديث لحمايه العلامات التجاربه على ما قد سلف بيانه.

(الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية ، سبتمبر ٢٠٢٢ ، القاهرة)

المطلب الثانى : اهمية استخدام الجهاز القومى للملكية الفكرية للتقنيات الحديثه والأدله الرقميه فى إطار حمايه العلامات التجاربه من الاعتداء :-

تكمن ضرورة إنشاء جهاز قومي للملكية الفكرية لتوفير الحماية القانونيه لعناصر الملكيه الفكرية بصفه عامه على نطاق أوسع من الموجود حالياً فى تطبيق مواد قانون الملكيه الفكرية كحاجه ملحه فى عصرنا الحالى ،ففكرة وجود جهاز قومى متخصص بالملكيه الفكرية تحت لواء الدوله المصريه قد يسبغ الحماية القانونيه بصوره قد تقترب من

الكامل لعناصر الملكية الفكرية ومن ضمنها العلامات التجارية

فهناك العديد من مظاهر التعدي على العلامة التجارية فمتى تم تسجيل العلامات التجارية كانت لها حماية مدنيه وجنائيه ومن تلك المظاهر :-

- جريمة تقليد علامات تجاريه سجلت بضائع باسمها ،استعمال علامه تجاريه مسجله باسم شخص اخر ،بيع منتج يحمل علامه مقلده او مزوره ،وضع علامات كاذبه ومضلله ،استيراد بضائع تحمل علامه اما تشكل تعديا على علامه مسجله تسجيلا صحيحا ،استيراد بضائع تم جمعها ولفها وتولييفها أو احضرت بشكل يمكنها من ان ترجح مكانها بضائع لمنتج اخر ،نحت او طبع او بيع لوحه او صيغه ،او اى وصف لعلامه مسجله تسجيلها صحيحا بواسطة شخص اخر

وقد اسبغت الاتفاقيات الدوليه المختلفه الحمايه الدوليه للعلامات التجاريه مثل اتفاقية باريس واتفاقية التريبس والمنظمه العالميه للملكيه الفكرية {الويبو} بمجموعه من المبادئ التي تحقق هذا الغرض ،الا ان وسائل التواصل الاجتماعى قد غزت حياتنا وأصبحت ركنا أساسيا منها ترافقتا في اعمالنا ونشاطاتنا وقد نمى في الفتره الاخيره استخدام مواقع التواصل الاجتماعى بشكل متزايد لتنفيذ أنشطة التسويق والاعلان مما زاد من احتمالية التعدي على

العلامات التجارية بشكل مطرد ، الأمر الذى يتطلب سرعة مواكبة ذلك التطور واستخدام التقنيات الحديثه والأدله الرقمية لتيسير حماية العلامات التجارية وما لها من أهميه أقتصاديه تجارياً وصناعياً من الاعتداء من اطراف أخرى غير مالكيها والحفاظ على حقوق مالكيها بإنفاذ القوانين بطريقه سلسه .

قائمه المراجع

١- د.ياسر جاد الله- الحماية القانونيه للعلامات والبيانات التجاريه والمؤشرات الجغرافية الناشر المعهد القومى للملكيه الفكرية ٢٠١٨ .

٢- قانون حمايه الملكيه الفكرية المصرى رقم ٨٢ لسنة ٢٠٢٢

٣- احمد عبد الحليم احمد الزرقانى ، الاعتراض على تسجيل العلامه التجاريه وفقا لاحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدوليه

٤- (المجله الالكترونيه الشامله متعددة التخصصات العدد

التاسع والعشرون شهر (١٠) (٢٠٢٠)

٥-الإثبات الجنائي بالأدلة الرقمية ،طاهرى عبد المطلب

٢٠١٤-٢٠١٥

٦-الأستاذة الدكتورة / سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية

، طبعة ٢٠٠٩

٧-خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية

٨- د.مصطفى راتب حسن على -المسؤولية المدنية عن

الاعتداء الإلكتروني على العلامات التجارية-الناشر مركز

جيل البحث العلمى ٢٠١٧

٩-الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية ، سبتمبر ٢٠٢٢ ،

القاهرة .

١٠- أبو سالف ادم مصطفى -حجية التوقيع الإلكتروني في

الإثبات- الناشر محمد لشقار ٢٠١٨

١١--بوشعبيه أمين- تسوية المنازعات بين أسماء المواقع

على الانترنت والعلامات التجارية المشهورة -الناشر مركز

البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية ٢٠١١