

## رئيس مجلس إدارة شركة Risk Free

# حماية العلامات التجارية فى مصر يعانى من ضعف التشريع

والأدوية .  
5.....  
النظومة التشريعية فى مصر ضعيفة جدا وذلك لأنها تتعامل مع حماية العلامات التجارية من منظور الفتح التجارى الذى يعامل معاملة الجنتحة التى لا تزيد عقوبتها عن غرامة مالية لا تزيد عن 10 آلاف جنيه وأحياناً الحبس لمدة 3 شهور على الرغم من الأضرار الناجمة عن عمليات التمدى على العلامات التجارية التى تودى إلى حدوث جرائم لا تقل فى أهميتها وخطورتها عن جرائم القتل إذا كانت تلك العلامة لدواء أو أجهزة إلكترونية وكهربائية فضلاً عن الأرباح الكثيرة التى يحصل عليها المتمدون على تلك العلامات بجانب إهدار فرص العمل وحق الدولة فى تحصيل الضرائب والجمارك المفروضة على تلك المنتجات. ولابد من وجود تشريعات تضع فى اعتبارها حجم الخسائر والأضرار المادية والأدوية والصحية التى يتعرض لها المجتمع من خلال الاعتداء على العلامات التجارية .  
6.....  
تعد التطورات التكنولوجية الراهنة فى مجال تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات سلاحاً ذا حدين حيث إنها تقوم بمساعدة الشركات على حماية علاماتها التجارية بنفس الوسيلة التى تستخدمها القراصنة . مع اختلاف أشكال وأنواع السلع التى يتم الاعتداء عليها من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن تلك التطورات تعد أداة مساعدة لمن يقوم بالتدوى على تلك الحقوق، وذلك فى ظل غياب هذا المفهوم داخل معظم المؤسسات الحكومية المسؤولة عن توفير تلك الحماية .

وفى إطار ذلك أجرينا عدة مناقشات مع إدارة الملكية الفكرية وحماية العلامات التجارية بشركة مايكروسوفت لبحث سبل التعاون فى هذا المجال وترتكز الخطوط العريضة لهذا التعاون على عمل حملة توعوية تكون فى اتجاهين الأول للمواطنين لتعريفهم الفرق بين المنتجات الأصلية ومزائياها والمكائد من استخدامها من ناحية ونظيرتها المقفدة والأضرار التى تلحق بالمستهلكين لها هذا بالإضافة إلى كيفية التفرقة بين النوعين.. ويتعلق الاتجاه الثانى فى هذا التعاون بتدريب وتوعية الجهات الحكومية المسؤولة عن تلك الحماية مثل مصلحة الجمارك وغيرها من الجهات التشريعية والرقابية بالدولة.

### مشكلة المستهلك

5.....  
الشركات لديها الوعي الكافى بحماية علامتها التجارية ولكن القضية فى عملاء تلك الشركات من المستهلكين وخاصة داخل السوق المصرية حيث تشير الإحصائيات إلى أن 70% من الملع المشوشة يتم تداولها بالسوق الأقل تقدماً والتي من بينها السوق المصرية وبناء على ذلك فإن المستهلك ليس لديه الوعي الكافى بأهمية استخدام المنتجات الأصلية على الرغم من تحمله الأضرار التى تنجم عن استخدام المنتجات المقفدة سواء فى تكلفة إصلاحها وصيانتها إذا كانت أجهزة وأضرارها الصحية والأدوية إذا كانت منتجات خدمية مثل البرامج



إيهاب يوسف

مع زيادة الاهتمام العالمى بحماية العلامات التجارية من الفتح التجارى وإدارة المخاطر كان لابد أن يظهر العديد من الشركات التى تسعى للاستفادة من فرص الأعمال وتقديم خدمات الاستشارات والتدريب فى هذا المجال. ومؤخراً ظهرت أول شركة مصرية متخصصة فى هذا المجال وهى شركة Risk Free التى كان لنا هذا اللقاء مع رئيس مجلس إدارتها الدكتور إيهاب يوسف الذى كشف خلال حوار معنا عن الأنشطة التى تقوم بها الشركة وأهدافها داخل السوق المصرية. وتطرق اللقاء أيضاً إلى العديد من الموضوعات الشائكة حول حماية العلامات التجارية والأضرار والمشاكل التى تنجم عن الاعتداء عليها.

تحقيق الأرباح المقفدة لتلك المنتجات مما يساعد على توفير فرص عمل وزيادة حصيلة الوعاء الضريبي وغيرها من المسؤوليات التى تحملها تلك الشركات داخل الأسواق التى تعمل بها.

### عدم توافق

5.....  
المشكلة الأساسية فى حماية العلامات التجارية هى وجود عدم توافق فى الرؤية بين الجهات الحكومية المسؤولة عن حماية تلك العلامات من ناحية والأنشطة والمجهودات التى تقوم بها الشركات أصحاب تلك العلامات من ناحية أخرى على الرغم من اتفاق الطرفين على الهدف وهو توفير الحماية ويرجع السبب فى هذا الاختلاف إلى أن معظم أصحاب تلك العلامات يكونون من جنسيات أجنبية

5.....  
شركة ريسك فري Risk Free هى أول شركة مصرية تم تسجيل السجل التجارى الخاص بها على أنها شركة متخصصة فى مجال الاستشارات وإدارة المخاطر وحماية العلامات التجارية وقد بدأت الشركة بالعمل فى هذا المجال مع بداية العام الجارى 2009 .

5.....  
هدفنا الرئيسى فى الشركة هو مساعدة رجال الأعمال وأصحاب العلامات التجارية على حماية حقوقها داخل الأسواق وذلك نظراً لأن العلامات التجارية الخاصة بالشركات والمؤسسات أصبحت مجالاً خصباً للفح التجارى والعديد من التجاوزات وتحقيق الأرباح غير المشروعة ويصورة مخيفة أصبحت تهدد أى منظمة اقتصادية فى العالم بجانب الأضرار الصحية والمادية التى تلحق بالمستهلكين لتلك المنتجات .

5.....  
تكمّن أهمية حماية العلامات التجارية فى تمكين أصحاب المنشآت من حماية منتجاتهم بالسوق وبالتالي

•• أهم العقبات: الخلاف فى الرؤية بين الحكومة وأصحاب العلامات

•• نبحت التعاون مع شركة مايكروسوفت كبدائية لدخول مجال البرمجيات