

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مذكرة تخرج ضمن مقتضيات نيل شهادة الماستر

تخصص: قانون العقود والمسؤولية

الموسومة بـ:

طبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية

إشراف الأستاذة:

د. عيمور راضية

إعداد الطالبين:

بورزق هاجر

بن حفاف الزهرة

لجنة المناقشة

رئيسا	د. عمران عائشة
مشرفا ومقررا	د. عيمور راضية
ممتحنا	د. قوق أم الخير

2024/2023



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرهان

الحمد والشكر لله تعالى الذي وفقنا الى إتمام هذا العمل فله الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

كما يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر والثناء الخالص للأستاذة الفاضلة " عيمور راضية" التي لم تبخل علينا

بنصائحها وتوجيهاتها

كما نتوجه من هذا المقام بالشكر لعميد وأساتذة كلية العلوم السياسية والحقوق

كما لا ننسى أن نشكر كل من ساهم في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ولو

بالكلمة الطيبة.

إهداء

{ وقضى ربك ان لا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا }

إلى القلب الكبير الباسم الذي دلني على سبيل العلم والمعرفة ما عاش ليراني رمز التضحية والطيبة الى الرجل الصامد الصبور، الى القلب الذي زرع في نفسي العزم والطموح أبي الغالي "أحمد" رحمة الله عليه.

إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها وأضاءت لي الدروب بدعائها الى صاحبة القلب الطيب والحنون الى من رفعت رأسي عاليا افتخارا بها أمي الحبيبة "ريم" رحمها الله.

الي من تقاسمت معه حلو الحياة ومرها إلى زوجي وقرّة عيني.

الي بركة البيت وزهرتها أولادي الأعزاء: "ريم" و "حسن" .

إلى سندي وعضدتي في هذه الحياة ولؤلؤها أخواتي.

إلى من سرنا سويًا نحو طريق النجاح رفيقتي.

و الي كل من لم تسعهم ورقتي ولم تنساهم ذاكرتي خاصة أهلي وأصدقائي وأحبيتي.

إلى من علمونا حروف من ذهب و أناروا لنا طريق العلم والنجاح حفظهم الله أساتذتنا الكرام.

زهرة



إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي أما بعد:

الحمد لله الذي وفقني تثمين هذه الخطوة في مسيرتي الجامعية بمذكرتي هذه

أهدي تخرجي وثمار جهدي إلى من مهد طريق العلم ومن أنار دربي بنور لا ينطفئ إلى من سار في كل

درب وفي كل طريق إلى من أحمل اسمه بكل فخر واعتزاز روح والدي العزيز رحمه الله " عطية "

إلى ملهمتي ومعلمتي الأولى من أبصرت بها طريق حياتي واعتزاز بذاتي إلى قلبي الحنون من كانت

دعواتها تحيطني والدتي العزيزة " فاطمة "

أطال الله في عمرها و أعانني الله على رد جميلها

إلى زوجي وسندي وإلى أطفالي قرة عيني

إلى حصر المحنة و العطاء والصدق والوفاء "إخوتي وأخواتي"

إليكم اهدي ثمرة جهدي المتواضع.



مقدمة



تحتل العلامة التجارية باعتبارها محلا لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية أهمية كبيرة ضمن حقوق الملكية الصناعية بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة في نجاح المشروع التجاري بل إن قيمتها الاقتصادية تكاد تحتل المكانة العليا بين تلك العناصر التي يعتمد عليها ذلك المشروع في نجاحه وارتقائه وتكمن تلك الأهمية في جانبين جانب اقتصادي تراعى فيه القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية وما يتبع ذلك من حرص مستغليها على إبراز قيمتها وتدعيم مكانتها لدى المستهلكين في السوق وجانب قانوني يراعى فيه تنظيم تشريعات حديثة متطورة تساهم في تعزيز القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية عن طريق تحقيق الحماية القانونية لها.

تعتبر العلامة التجارية لأي منتج الوسيلة المثلى ورائحة لتسويقه و تعد أيضا عنصرا جذابا لدى المستهلك فيتهافت على اقتناء المنتجات التي تحمل وسم العلامة ونتيجة لزيادة القدرة الشرائية للمستهلك و زيادة الطلب لديه على المنتجات من خلال العلامة التجارية فقط فإن هذا الأمر أدى إلى ارتفاع قيمتها و أصبحت أهم من المنتج نفسه مما دفع إلى التفكير لإيجاد طرق جديدة لاستثمار ما تحققه العلامة التجارية من شهرة وسمعة وكان من أهم هذه الطرق ترخيص استغلال العلامة التجارية.

ويعد عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود الحديثة التي ظهرت في بيئة الأعمال الرأسمالية باعتباره أداة استثمارية تعمل على تحقيق التزاحم و التنافس في الأسواق أن يعمل عند الترخيص على إيجاد طرق جديدة وفعالة لتسويق المنتجات التجارية والصناعية بأقل تكلفة وبمردودية مرتفعة،

كما يسمح للمتعاملين الاقتصاديين ناقصي الخبرة والأموال والمعرفة الفنية من استغلال العلامات التجارية ذات الشهرة العالية في مجال التوزيع والتسويق لمختلف السلع والمنتجات وحتى الخدمات ومن ثم الدخول والبقاء في الأسواق فاستحداث هذا كان تعرض معالجة مشكلة المتعاملين الاقتصاديين الذين لا يملكون هذه الحقوق من المنافسة في السوق بالنظر إلى محدودية درايتهم بهذه المعرفة التي تضمنها العلامة التجارية لتمكينها من التنافس في السوق وفق قواعد المنافسة الحرة النزيهة مع فرض حماية خاصة للعلامة التجارية من كل أشكال التعدي عليها.

أما فيما يخص دوافع اختيار موضوع الدراسة فتكمن في أسباب موضوعية على أساس أن الجزائر تبنت اقتصاد السوق و مع رغبتها بالانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة فقد وقفنا على بعض المحاولات و إن كانت بسيطة نحو بناء مؤسسات تجارية و اقتصادية كبيرة في الوقت الراهن و مع ذلك سجلنا عدم وجود تنظيم قانوني متكامل العقود التراخيص عامة وعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية خاصة رغم الأهمية التي تحظى بها فجميع التشريعات التي تناولته لاسيما العربية ومنها الجزائر قد تناولته بصورة هامشية وغير معمقة وبدون التغلغل في جوانبه القانونية بل

مجرد السماح بإبرامه على اعتباره أحد التصرفات الواردة على العلامات التجارية، فضلا عن ذلك فلم يحض في الواقع العملي بأية دراسة قانونية متخصصة ومعقدة ومتكاملة في الجزائر كما لم يعطه فقه القانون الخاص الأهمية اللازمة التي تتلاءم ومنافعه الاقتصادية لذلك أصبح يثير الكثير من التساؤلات حول تكييفه القانوني.

أما الأسباب الذاتية للاختيار الموضوع فترجع للميل إلى المواضيع المرتبطة بالاستثمار والمنافسة نظرا لإمكانية اسقاطها على الواقع إضافة إلى أن هذه الدراسة بعد من المواضيع الحديثة التي مازالت تحتاج إلى اثناء كما أنها مرتبطة مباشرة بتخصص العقود والمسؤولية.

تتركز أهداف الموضوع إلى بيان ماهية العلامة التجارية وشروطها وأنواعها، حسب القانون النافذ في الجزائر، مقارنة مع القوانين الأخرى وبيان ماهية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وكيفية النهوض به من خلال القوانين النافذة في الجزائر ومقارنتها بالقوانين الأخرى كما تهدف لبيان أهمية ومكانة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في الوقت الراهن الحافل بالتطور التجاري والاقتصادي.

نتيجة لاختلاف الفقهاء ورجال القانون حول معرفة التكييف القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية باعتباره أحد عقود الأعمال التي ظهرت حديثا في بيئة الأعمال إضافة إلى التداخل الحاصل بين هذا العقد و عقود الأعمال الأخرى ، الأمر الذي استدعى طرح الإشكالية التالية: ما هو موقف الفقه والقضاء من تحديد طبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ؟ وهل حظي هذا الأخير بتنظيم القانوني من طرف المشرع الجزائري ؟

و لأجل الإجابة على هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يتلائم مع هذا النوع من الدراسات القانونية والمنهج التحليلي من خلال استعراض النصوص القانونية وشرحها و التعليق عليها والمنهج المقارن.

و لبلوغ الهدف من الدراسة والإجابة عن الإشكالية المطروحة، وبغية إعطاء الدراسة أبعادها والإحاطة بجميع جوانبها القانونية، فقد اعتمدنا خطة ثنائية التقسيم مكونة من فصلين يسبقهما مقدمة وتعقبهما خاتمة حيث تناولنا في الفصل الأول الموسوم بعنوان مفهوم عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية ، أما الفصل الثاني فتعرضنا فيه للآثار القانونية المترتبة عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

أما بالنسبة للدراسات السابقة التي تناولت عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بناء على التنظيم القانوني للعلامة التجارية في الجزائر قليلة نسبيا حيث أن هنا دراسات أجراها باحثون على مستوى مصر و الأردن وغيرها من الوطن العربي نذكر منها:

1. الترخيص باستعمال العلامة التجارية: رسالة ماجستير، جامعة الخرطوم، زكي عبد الرحمان محمد خير، 2015 من الخرطوم.

تستهدف هذه الدراسة أهمية العلامة التجارية التي تشكل عنصراً من عناصر الملكية الفكرية وما تؤدي إليه من التعرف على البضائع والمنتجات والخدمات الإضافية واهتمت الرسالة بدراسة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأهميته من الناحية العملية والتي تزايدت نتيجة استخدامها بالمعاملات التجارية وتوصلت الرسالة إلى أن هذا العقد من العقود التجارية الحديثة ويخضع للقواعد العامة للعقود وأنه لا بد أن تكون له حماية خاصة نظراً لطبيعته.

2. الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني دراسة مقارنة: رسالة ماجستير جامعة مؤتة، منصور عند السلام اجويعد الصرايرة، 2011م، الأردن.

عالجت هذه الدراسة موضوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فعرفت مفهوم الترخيص باستعمال العلامة التجارية وخصائصه ومدى جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية إذ إن الترخيص يرتبط ارتباطاً وثيقاً بموقف التشريعات المقارنة من مسألة التصرف بالعلامة التجارية استقلالاً عن المحل التجاري.

3. الترخيص باستعمال العلامة التجارية: د. حسام الدين عبد الغني الصغير، 1993م، القاهرة، تستهدف هذه الدراسة وهي على شكل كتاب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، عارضاً أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون المصري وعلاج مشاكله واستعراض القانون والقضاء الأمريكي، وتم تعريف العقد ومشروعيته، وقواعد عند الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأثاره.

ولقد واجه الطالبان العديد من الصعوبات في إنجاز موضوع الدراسة وتتمثل الصعوبة الرئيسية في هذه الدراسة في قلة المراجع التي تخصصت بالموضوع كعنوان رئيس، وأن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية جاء كعنوان فرعي في معظم المصادر والمراجع وكذلك لعدم تنظيم قانوني متكامل لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية رغم الأهمية التي يحظى بها في المجال الاقتصادي، وأيضاً صعوبة تواصل الطالبيتين والأستاذة المشرفة لظروف عمل كل منهم.

الفصل الأول

مفهوم عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية

الفصل الأول: مفهوم عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية

تشكل العلامة التجارية عنصرا مهما من عناصر الملكية الصناعية التي تساهم في نجاح المشروع التجاري، بل إن قيمتها الاقتصادية تكاد تحتل المكانة العليا بين تلك العناصر التي يعتمد عليها ذلك المشروع في نجاحه وارتقائه، وتكمن تلك الأهمية في جانبين، جانب اقتصادي تراعى فيه القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية، وما يتبع ذلك من حرص مستغليها على إبراز قيمتها وتدعيم مكانتها لدى المستهلكين في السوق، وجانب قانوني: يراعى فيه تنظيم تشريعات حديثة متطورة تساهم في تعزيز القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية عن طريق تحقيق الحماية القانونية لها.

لهذا قامت الدول بسن قوانين لتنظيم العلامات ومنحها الحماية القانونية من كل أشكال التعدي عليها، وذلك عبر مختلف الاتفاقيات الدولية، وعلى غرار هذه الدول قام المشرع الجزائري في بادئ الأمر بتنظيم العلامات بمقتضى أمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، والذي ألغي وحل محله الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

ولمعالجة موضوع عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية، لابد أولا من بيان وتحديد المقصود به كمبحث أول وحتى لا يختلط مفهوم هذا العقد مع العقود المشابهة له وجب تمييزه عنها في المبحث الثاني.

المبحث الأول: التعريف بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

كما ذكرنا تحظى حقوق الملكية الصناعية بحماية وطنية ودولية، باعتبارها اللبنة الأساسية التي يبنى عليها أي تطور اقتصادي لأي بلد، و يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامة من العقود الحديثة نسبيا والتي ظهرت مع تطور المفهوم القانوني للمشروع التجاري، بحيث أصبح من الممكن تجزئة عناصر المحل أو المشروع التجاري والتصرف فيها كل على حدا ، ويمثل عقد الترخيص بهذه الصفة حقا من حقوق مالك العلامة في الانتفاع بها من خلال منحها لطرف آخر قد يكون مستقلا من الناحية القانونية عن صاحب الحق على العلامة ، ولهذا يصبح عقد الترخيص عقدا ذو سمات خاصة لا يمكن إيجادها في غيره، ونظرا لحداثة عقد ترخيص استعمال العلامة فمن الضروري أن ندرس تحديد المقصود بهذا العقد من خلال التطرق لنشأته به في المطلب الأول ، وتبيان أنواعه و صورته في المطلب الثاني.

قد يسعى مالك العلامة التجارية إلى استثمار علامته التجارية والحصول على الربح دون أن يقوم بأدنى جهد منه و من ذلك أن يقوم بالترخيص للغير باستعمال علامته التجارية من خلال عقد الترخيص على علامته، وسيتم التعريف في هذا المطلب بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، من خلال التطرق لنشأته و تطوره (فرع أول)، ثم الوقوف عند تعريفه (فرع الثاني) مع إبراز خصائصه (فرع ثالث).

المطلب الأول: التطور التاريخي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامة من العقود الحديثة نسبيا والتي ظهرت مع تطور المفهوم القانوني للمشروع التجاري وقد تم خلق هذا النوع من العقود من قبل رجال المال والأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية في مجال صناعة السيارات في حقبة وجود قانون Anti-trust الذي كان يحضر على صانعي السيارات آنذاك بيع سياراتهم الموسومة بعلاماتهم التجارية مباشرة للمستهلكين، مما دفع هؤلاء للاتفاق مع موزعين يلتزمون ببيع سياراتهم الموسومة

بعلامتهم التجارية، وهكذا ظهرت طريقة تعاقدية فريدة من نوعها، تربط بين طرفين بهدف توزيع المنتجات فكانت هذه العلاقة التي تربط بين المرخص والمرخص له باستعمال العلامة التجارية¹.

إلا إنه مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية التي اجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر، ألفت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم للاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها باعتبارها جزءاً معنوياً من المحل التجاري، فقد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857، وسنت ألمانيا قانون العلامات التجارية في سنة 1874، كما أقرت الإمبراطورية العثمانية قانوناً لحماية العلامات التجارية في سنة 1879².

أما عن المشرع الجزائري فقد اعترف بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، وذلك منذ انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية من خلال الأمر 66-4 المؤرخ في 25 فبراير 1966 والمصادق عليه بالأمر رقم 75-02 المؤرخ في 9 يناير 1975، إذ نصت المادة 6/4 من اتفاقية باريس على "إذا كان التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحاً فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء المشروع أو المحل التجاري القائم في تلك الدولة إلى المتنازل إليه مع منحه حقاً استثنائياً في أن يصنع أو يبيع في الدولة المشار إليها المنتجات التي تحمل العلامة المتنازل عنه".

¹ اسمهان بن يوسف: عقود استغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجلفة، 2013 م، ص 6.

² صلاح زين الدين: الملكية الصناعة والتجارية، مكتبة دار الثقافة، عمان، 2000م، ص 248.

ومن أجل ملائمة المنظومة التشريعية في الجزائر للتطورات الاجتماعية والاقتصادية الجديدة ومسايرتها للالتزامات الدولية للبلاد، خاصة فيما يتعلق بالرغبة بالانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة مع إبرام اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي¹ حيث قام المشرع الجزائري بإصدار الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، حيث نصت المادة 16 منه على ما يلي: "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية"².

الفرع الأول: التعريف التشريعي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

نص المشرع على عقد ترخيص استغلال العلامة في المادة (16) من الأمر 03 06 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها " أنه يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية"، غير أن المشرع الجزائري وكغيره من المشرعين الآخرين ترك تعريف هذا العقد إلى الفقه مع وقوفنا على محاولات قضائية للتعريف هذا العقد:

أولاً: التعريف الفقهي لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

تعددت المحاولات الفقهية في تعريفه منها:

تعريف صلاح زين الدين بأنه: "عقد بمقتضاه يسمح مالك العلامة التجارية باستعمال علامته التجارية من قبل شخص آخر لمدة معلومة ولقاء عوض معلوما".

كما يمكن تعريفه "بأنه العقد الذي يمكن فيه لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها، ومالك هذه العلامة حق الاستمرار في

¹ كريم بالمهدي ومزيان تودرت: عقد ترخيص إيجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018 2019 م، ص 6.

² المادة 16 من الأمر رقم 03.06.

استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها".¹

أما الفقيه Albert Chavanne فيرى بأن عقد ترخيص العلامة هو: "العقد الذي بواسطته يمنح مالك العلامة حق للغير بوضع علامته على منتجاته الخاصة بغرض الاستغلال التجاري"

"Le contrat de licence de marque est celui par lequel le titulaire d'une marque confère à un tiers le droit d'apposer sa marque sur ses propres produits et d'en faire un usage commercial"²

و أيضا يعرف بأنه: "عقد يبرمه مالك العلامة التجارية ويرخص فيه لشخص طبيعي أو معنوي أو أكثر باستعمال علامته على كل أو بعض المنتجات التي تميزها العلامة المرخص باستعمالها، وذلك خلال مدة محددة وداخل نطاق جغرافي معين، ولقاء أجر متفق عليه"³.

إذن ومما سبق يمكننا أن نستخلص أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو: "اتفاق بين طرفين المرخص و المرخص له ، بحيث يحول المرخص (مالك علامة تجارية تتمتع بسمعة وثقة من جمهور المستهلكين) شخصا آخر وهو المرخص له سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا باستغلال علامته التجارية و يكون هذا الاستغلال لمدة محددة و في نطاق جغرافي محدد، و لقاء أجر متفق عليه".

1 أحمد قرامط: الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، الجزائر، العدد 51، 2019 م، ص 439.

2 – Albert Chavanne et Jean Jaques Buerst, **Droit de la propriété industriel**, Dalloz delta ,5eme édition, paris, 1998, p 664

³ محمد حسني عباس : الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة ، القاهرة، 1971 م، ص 354.

وتظل مع هذا جميع المحاولات التي طرحت مسألة تعريف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تصب في معنى واحد ولا يوجد تنوع في الأفكار التي تم طرحها، والسبب راجع الوضوح المعنى المقصود بهذا العقد، فهو مجرد اتفاق يبرم بين مالك العلامة التجارية ويرخص فيه شخص طبيعي أو معنوي أو أكثر باستغلال علامته على كل أو بعض المنتجات التي تميزها العلامة باستعمالها خلال مدة محددة وداخل نطاق جغرافي معين ولقاء أجر متفق عليه ، أو هو قيام الطرف المرخص أي صاحب العلامة التجارية بمنح الإذن أو الموافقة للطرف المرخص له في استغلال العلامة التجارية لمدة زمنية محددة وفي نطاق جغرافي معين ولقاء أجر يتحدد في العقد ومقدراه وكيفية دفعه.¹

ثانيا : التعريف القضائي لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

تناول القضاء الفرنسي عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بالتحليل والتفسير حيث عرفه: " على أنه العقد الذي بموجبه يضع المرخص تحت امر المرخص له علامته التجارية أو اسمه التجاري، بالإضافة إلى الأحرف الأولى والرموز، ومجموعة من السلع والخدمات يتم إنتاجها بطرق أصلية محددة ويجري اختبارها وضبطها باستمرار وذلك بمعرفة المرخص وتحت إشرافه ورقابته".

كما عرفه أيضا مجلس قضاء باريس بموجب حكمه الصادر بتاريخ 29 أبريل 1978 على أنه " يتضمن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، تقنيات تجارية مجربة وموضوعة بصفة دورية، لمجموعة من المنتجات أو الخدمات المبتكرة ذات النوعية الخاصة لغرض استعمال عناصر الاتصال بالعملاء والاستغلال الموحد والمتجانس لطريقة صاحب نظام الترخيص (المرخص) في إطار استقلالية تامة بين طرفيه".

¹ ترخيص باستغلال العلامة التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ملحق رقم 2.

وقد تم الاعتراف رسمياً بشرعية عقود التراخيص باستغلال العلامات التجارية في أوروبا من قبل محكمة لوكسمبورغ وذلك بحكمها الصادر في 28/01/1987 تحت رقم 161 و المتعلق بقضية «ATIPUNORP» ، مؤكدة على أن هذه الصيغة في حد ذاتها لا تخل بقواعد المنافسة الحرة و بمبدأ التنافسية.¹

كما عرف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بأنه: " المؤسسة التي تنشأ في السوق كموزعة والتي استطاعت وضع مجموعة من الطرق التجارية التي تمكن من إحراز النجاح".

الفرع الثاني: مميزات عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

بعد تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية و الحديث عن تكييفه القانوني و استكمالاً لذلك لابد من التعرف على مميزات هذا العقد، و عليه سوف نسلط الضوء على مميزاته كعقد أولاً ثم باعتباره مشروع تجاري ثانياً.

أولاً: خصائصه كعقد

يمتاز عقد الترخيص بصفته عقداً بعدة خصائص ومميزات نذكر من بينها:

1. عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود غير المسماة: تصنف العقود من حيث تنظيمها القانوني إلى عقود مسماة وعقود غير مسماة، وتعتبر العقود المسماة هي العقود التي نظمها القانون بشكل خاص وفق أحكام معينة واسم خاص بها لكثرة التعامل بها ، كعقد البيع وعقد الإيجار وعقد الهبة... إلخ .
2. وأما العقود غير المسماة فهي التي لم ينظمها المشرع أحكاماً لها بشكل خاص ولم يضع لها اسماً يميزها، بل تبقى خاضعة للقواعد العامة في القانون المدني أو التجاري، و هذه العقود لا حصر لها لأنها تنتج وفق إرادة الأطراف طالما لم تخالف النظام العام والآداب العامة، وإذا ما اشتهر التعامل بها بين الناس فقد ينظمها المشرع ضمن العقود

¹ الموقع الإلكتروني: http://www.eur_lex_europu.eu ، تم الاطلاع عليه في: 2024/05/7، الساعة 19:15.

المسماة، و إذا ما كان هناك تشابه كبير ما بين العقد غير المسمى و أحد العقود المسماة يتم القياس على أحكام العقد المسمى .

3. الأصل في عقود الأعمال أنها عقود غير مسماة، وعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو الآخر أنه عند غير منظم أي غير مقنن، وهذا نتيجة لغياب القواعد التي تنظم إطاره القانوني أي أنه عقد غير مسمى ، لأنه كان وليد الحياة العملية للمتعاملين الاقتصاديين، أي وليد بيئة الأعمال وحاجات المتعاملين لها في السوق ، و من ثم تطبق عليه أحكام القانون الأقرب لكل التزام من التزاماته، وهذا يعني أنه سيتم تطبيق القواعد العامة للعقد فيما يتعلق بإنعقاده واثاره مع مراعاة الأعراف التجارية .

4. **عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد رضائي:** بمعنى أنه في مثل هذه العقود يطرح كل طرف شروطه بما يتفق ومصالحه، ويقوم كل طرف بمناقشة شروط الطرف الآخر ، ولا يتم إلا بتطابق إرادتين، غير أن التقاء هاتين الإرادتين ليس بالأمر السهل ، لأن هذا العقد وموضوعه يتميز بسرية التفاوض كما يستوجب الدقة في مناقشة شروط كل طرف، لذا فمن المعروف أن مرحلة إبرام هذا العقد نهائيا يسبقه ما يسمى بخطاب إعلان حسن النوايا، ثم الوعد بالترخيص، ثم الدخول في المفاوضات التمهيديّة¹ .

5. **عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي:** تقسم العقود من حيث الاعتبار بشخصية المتعاقدين أو أحدهما إلى عقود تعقد بالاعتبار الشخصي للمتعاقدين أو أحدهما و عقود لا تعقد بذلك، وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود التي يأخذ بالاعتبار الشخصي لأحد المتعاقدين و هو المرخص له سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ، إذ أن المرخص يعطي الحق باستعمال علامته التجارية للمرخص له على أساس شخصي، لأن العلامة التجارية التي تعود للمرخص الذي اسس لها سمعة وشهرة ، مكنته من إبرام عقود

¹ سفيان رمانزية: النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري و اتفاقية تريس ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية كلية الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة سطيف 2 الجزائر المجلد 17، العدد 02، 2020م، ص 269.

الترخيص باستغلالها، فلن يقوم بإعطائها لمن هو ليس أهلا للثقة ، و لمن لا يحافظ عليها و يؤثر سلبا على سمعة العلامة نتيجة ما يمارسه من أعمال¹.

6. **عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين:** يكون عقد ملزم للجانبين متى تبادل الأطراف التزاماتهما، حيث نصت المادة 55 من القانون المدني الجزائري² على أنه: " يكون العقد ملزما للطرفين متى تبادل المتعاقدان الالتزام بعضهما بعضا "، كذلك نصت المادة 57 من نفس القانون على أنه " يكون العقد تبادليا متى التزم أحد الطرفين بمنح أو فعل شيء، يعتبر معادلا لما يمنح أو يفعل له....." و تتجسد أهم ميزة على عقد الترخيص أنه عقد ملزم للجانبين أي يرتب جملة من الالتزامات المتقابلة والمتبادلة بين صاحب العلامة والمرخص له³ ، مثلا إذا كان المرخص يلتزم بوضع العلامة التجارية تحت تصرف المرخص له لكي يستغلها ففي مقابل ذلك يلتزم هذا الأخير بدفع المقابل المالي له⁴.

7. **عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود الممتدة:** يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية من العقود الممتدة أي المستمرة في الزمن ، و التي يكون عنصر الزمن جوهريا فيها ، حيث إن هذا العقد لا يمكن تنفيذه مرة واحدة، بل يبقى مستمرا طيلة المدة المتفق عليها⁵.

لا يمكن تصور انعقاد عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بدون عنصر الزمن لأن مقدار الأداء المتفق عليه لا يمكن قياسه كميا إلا بحسب المدة التي يجري تنفيذه فيها، و يترتب على ذلك أن فسخ عقد الترخيص هذا لا يكون له أثر

¹ منصور عبد السلام الصرايرة،: الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني ، دار رند ، الكرك، 2004م، ص 82.

² أمر رقم 78.75 مؤخر في 26 سبتمبر 1975م، يتضمن القانون المدني، ج رج ج عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975م، معدل ومتمم.

³ يتم الاتفاق على التزامات المرخص والمرخص له عند تحرير مضمون عقد ترخيص استغلال العلامة التجاري مثلما هو موضح في: ترخيص باستغلال العلامة التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ملحق رقم 2.

⁴ MARIE Molorie et DANIEL Mai, Op.cit., P.17.

⁵ منذر الفضل: النظرية العامة للالتزامات دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1996م ، ص

رجعي لأن الزمن فيه عنصر جوهري، وبالتالي فإن ما مضى منه لا يمكن رده، فيقتصر أثر الفسخ على المستقبل فقط¹.

8. عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد من عقود الأعمال: حيث أن عقد الترخيص باستغلال

العلامة التجارية من عقود الأعمال أدى التطور التكنولوجي و العلمي إلى تلاشي العقود الكلاسيكية التي أصبحت عاجزة نوعا ما عن مواكبة هذا التطور، فتوصل المتعاملون إلى استحداث عقود جديدة تتوافق مع طبيعة مختلف المصالح الاقتصادية والتطور الذي آلت إليه ، و التي اصطلح عليها ب : عقود الأعمال²، و عقد الأعمال هو اتفاق كغيره من الاتفاقات الخاضعة للقواعد العامة للقانون المدني محوره الأساسي والمميز هو إقامة الروابط بين صنف خاص من الأشخاص هم المتعاملين الاقتصاديين، بغرض نقل الخبرة والتكنولوجيا أو المال أو الضمان أو القيام بنشاط اقتصادي، وهو ما يجعله عقد متميز بخصوصيات و أحكام خاصة³.

و ما يميز عقود الأعمال أيضا هو التفاوت الاقتصادي بين المتعاملين الاقتصاديين مما ولد صنفين من هؤلاء المتعاملين متعاملين اقتصاديين أقوياء وآخرين ضعفاء اقتصاديا على أن إرادة الطرفين تبقى حرة حين إبرام هذا الصنف من العقود⁴.

¹ يراجع :نماذج الترخيص باستغلال العلامة التجارية المتحصل عليها من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية - اتفاقية استخدام علامة تجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الملحق رقم. (01) .

- ترخيص باستغلال علامات تجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الملحق رقم (02) .

- ترخيص والتفافية رخصة وحيدة على مستوى التراب الوطني المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الملحق رقم(04).

² ربيعة بن عزوز : اشكالية تقنين عقود الأعمال في الجزائر، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مستغانم، الجزائر، العدد، 05 2018م، ص 22.

³ الكاهنة أرزلي: عن إخضاع عقد الأعمال القانون، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 10، عدد 01، 2019 م، ص 40.

⁴ نعيم كخبغ : عقد الفرائشايير: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006 م، ص 92.

اعتبر عقد الترخيص عقد من عقود الأعمال على أساس أن أطراف هذا العقد متعاملين اقتصاديين ويهدفون إلى تحقيق الربح مع وجود فجوة اقتصادية وعدم التوازن الاقتصادي بين المرخص والمرخص له، فالمرخص له طرف ضعيف اقتصاديا وذلك من حيث الخبرة السيولة المالية المعرفة الفنية، خبايا السوق... و غيرها، مقابل مرخص قوي اقتصاديا و يملك التكنولوجيا والأموال¹.

ثانيا: خصائصه باعتباره عقد تجاري

إن معرفة ما إذا كان عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقدا مدنيا أو تجاريا وجب تطبيق بعض النظريات المعروفة في هذا الأساس، ونخص بالذكر نظريتا المضاربة والمشروع كما تتميز العلاقة التعاقدية بين المشروع المرخص والمشروع المرخص له بخاصتين مهمتين، فضلا عن كونها من الركائز الأساسية التي يقوم عليها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هما الرقابة والإشراف وكذلك الاستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمرخص له: وهذا ما سنفصله غي النقاط الآتية:

1. نظرية المضاربة:

الأصل في العقود أنها مدنية والدليل على ذلك أن المشرع الجزائري كأغلب المشرعين نظم الأحكام العامة للعقود في القانون المدني وليس في القانون التجاري، والتمييز بين العمل التجاري والعمل المدني ينطوي على أهمية بالغة فمثلا : إثبات التصرفات التجارية يكون بطريق أسهل من نظيرتها المدنية نظرا لإقرار المشرع المبدأ حرية إثبات التصرفات التجارية.

¹ الكاهنة ارزيل: عن إخضاع عقد الأعمال القانون، مرجع سابق، ص 41.

وطبقا للنظرية المذكورة فالعمل يكون تجاريا متى تم بنية تحقيق الربح¹ ، و عقد الترخيص يبرم من أجل تمكين المرخص له من استغلال العلامة التجارية عن طريق بيع منتجاتها، مقابل عوض مالي للمرخص، أي تحقيق الربح للمرخص و المرخص له في آخر المطاف.

2. نظرية المشروع:

يعتبر أنصار هذه النظرية العمل تجاريا إذا تم في شكل معين² أما المشرع الجزائري نص على الأعمال التجارية بحسب الشكل من خلال المادة 03 من القانون التجاري³ ، وكثيرا ما يبرم عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بين مشروعين تجاريين هما المشروع المرخص والمرخص له، وفي الغالب يكون مشروع المرخص شركة تجارية عملاقة في السوق ومالكة لعلامة تجارية مشهورة تكون محل ثقة لدى جمهور المستهلكين أما مشروع المرخص له فتكون في الغالب شركة جديدة ترغب بزيادة وتحسين منتجاتها وتوسيع دائرة نشاطها، من خلال السمعة التجارية الجيدة التي تتمتع بها العلامة محل عقد الترخيص⁴ مما يجعل عقد الترخيص عملا تجاريا بحسب الشكل بالنسبة لكل من الشركة المرخصة والشركة المرخص لها.

وفي هذه المسألة فإن إمكانية تشبيه التصرف في العلامة التجارية عن طريق إبرام عقد الترخيص بالتصرف الوارد على المحل التجاري نظرا لكونهما مال منقول معنوي، وهذا الحكم يسري أيضا على بقية حقوق الملكية الصناعية التي يحتوي عليها المحل التجاري والمشرع الجزائري قد نص بصريح العبارة من خلال المادة 03 فقرة 04 من القانون التجاري بأن

¹ أحمد محرز: القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981م، ص 44.

² نفس المرجع: ص 45.

³ تراجع المادة 03 من: أمر رقم 75_59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975م، يتضمن القانون التجاري، ج ر ج عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975م، معدل ومتمم.

⁴ ميثاق طالب الجبوري: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون خاص، قسم القانون الخاص، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، 2009م، ص 13.

كل تصرف يرد على المحل التجاري هو عمل تجاري بحسب الشكل وعليه عقد الترخيص هو عمل تجاري بحسب الشكل مما يؤدي إلى القول أن عقد الترخيص هو عقد ذو طبيعة تجارية في غالب الأحيان.

3. الرقابة والإشراف:

يقصد بالرقابة والإشراف تلك العملية التي يباشرها المشروع المرخص على المرخص له بهدف تحقيق وتوفير شكل موحد وثابت لشبكة الترخيص وكذلك ضمان جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة للجمهور وكفاءتها ، والتي يسعى المرخص لتحقيقها لأن هذه الجودة والكفاءة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بعلامته وسمعته التجارية وذلك من خلال ظهور شبكة الترخيص لجمهور المستهلكين وكأنها كيان قانوني واحد ، أي أن هؤلاء يظنون أنهم يتعاملون مع الطرف المرخص¹ لذلك بات من الطبيعي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أن يقوم المرخص بمراقبة أعمال المرخص له لمعرفة مدى التزامه بالطرق والأساليب المتفق على استعمالها في عملية التصنيع والتوزيع² ، والهدف الأساس من وراء الرقابة والإشراف هو حماية المرخص من خلال ضمان عدم الإساءة لسمعته التجارية وجمهور المستهلكين على حد سواء.

4. الاستقلال المالي والإداري والقانوني:

بالرغم من الرقابة والإشراف التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له إلا أن الأخير يبقى متمتعاً باستقلال مالي وإداري وقانوني، فالمرخص له يمتلك ذمة مالية منفصلة عن الذمة المالية للطرف المرخص، وكذلك يتمتع بهيكلية إدارية خاصة به ، وكل ما في الأمر أن الأخير يمكن المرخص له من استخدام علامته التجارية لمدة معينة من الزمن³.

¹ نفس المرجع: ص 24.

² نعيم مغيب: عقد الفرانشايز، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006م، ص 224.

³ ميثاق طالب الجبوري: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 26.

ويتوجب على المرخص له أن يعلن استقلاله عن المرخص، فيلتزم بإعلام الغير كالمستهلكين والممولين والضامنين والمصارف لينفي حالات اللبس التي قد تصيبهم ويعتقدون أن المشروع المرخص والمرخص له شخص واحد، وبالتالي فالمرخص له يجب أن يعلن عن هذا الاستقلال ولا يجوز له أن يقدم نفسه كتابع للمشروع المرخص أو وكيل عنه أو مستخدم عنده، وهذا ما أكدته القرار الوزاري الصادر في فرنسا بتاريخ 21/02/1991، بضرورة قيام المرخص له بإعلام المستهلك عن طبيعة مشروعه المستقل وبصورة واضحة ومقروءة في جميع مستنداته¹.

نخلص من كل ما سبق أن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو مشروع تجاري يتمتع فيه المرخص له باستقلال مالي وإداري وقانوني عن المرخص بالرغم من الرقابة والإشراف التي يمارسها هذا الأخير على أعمال المرخص له فالرقابة والإشراف وإن كانت تحد من استقلال المرخص له إلا أنها لا يمكن أن تنفيه.

الفرع الثالث: تميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن غيره من العقود المشابهة

على الرغم من وضوح الخصائص التي تميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، إلا أن البعض يخلط بين هذا العقد وبعض العقود المشابهة له، و سنقوم في هذا الفرع بالتمييز بين هذا العقد و العقود الخاصة أو العقود المسماة و بينه وبين بعض عقود الأعمال .

أولاً: تمييز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن العقود الخاصة

تصنف العقود من حيث تنظيمها القانوني إلى عقود مسماة (خاصة) و غير مسماة و تعتبر العقود المسماة هي العقود التي نظمها القانون بشكل خاص وفق أحكام معينة و اسم خاص به لكثرة التعامل بها، أما العقود غير المسماة فهي التي لم ينظم المشرع لها أحكاما خاصة و لم يضع لها اسما يميزها.

¹ نعيم مغيب: عقد الفرانشاير، مرجع، ص 214.

و رغم أن عقد الترخيص من العقود الحديثة إلا أن التزاماته متشابهة إلى حد ما مع العقود المسماة أو الخاصة كعقد البيع و عقد الإيجار.

1. تمييز عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية عن عقد بيع العلامة التجارية:

يعتبر عقد البيع من أقدم العقود وأشهرها، وأكثر العقود انعقاد خلال الحياة اليومية، وعرفته المادة 351 من القانون المدني الجزائري¹: "البيع عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي".

فعقد البيع هو الذي من خلاله يتم نقل ملكية المبيع من ذمة البائع إلى ذمة المشتري أي الملكية والانتفاع معا، وبمكون هذا العقد مؤبدا وقد يتشابه عقد البيع مع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عند القول إن الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو **عقد بيع لمنفعة** العلامة التجارية.

إلا أن الالتزام في عقد البيع ينقل الملكية من ذمة إلى أخرى بصفة دورية و دائمة أما في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فيكون الالتزام بنقل المنفعة بصفة مؤقتة و يشترط أن لا تتجاوز هذه المدة ، مدة الحماية القانونية للعلامة التجارية.

كما أن البيع يعتبر من أعمال التصرف حيث أنه ينقل حقا عينيا (المبيع) من ذمة البائع إلى ذمة المشتري، أما عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر من أعمال الإدارة حيث إنه ينشئ حقا شخصيا بين المرخص و المرخص له، يسمح للمرخص له بالانتفاع بالعلامة التجارية و لا يحق له التصرف بها كالبيع و الرهن².

¹ المادة 351 من أمر رقم 78.75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975م، يتضمن القانون المدني، ج ر ج عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975 م، معدل

ومتتم.

² سلام الخطيب: عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 68.

وعلى أية حال فإن هذا التكييف لا يمكن الأخذ به إذ تعرض إلى انتقادات لعل أهمها وجود فوارق بين كل من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية و عقد البيع إذ يحق للطرف المرخص في عقد الترخيص أن يمنح عدة تراخيص على العلامة التجارية ذاتها لأن الأصل في عقد الترخيص أنه لا يمنع المرخص من منح تراخيص أخرى إلا إذا كان الترخيص إستثنائياً ، أما الشيء محل حق عقد البيع فلا يمكن أن يرد عليه سوى بيع واحد فضلاً عن ذلك فإن المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يكون له حقاً عينياً على العلامة التجارية المرخص باستعمالها وإنما يكون له حق شخصي يخوله حق استعمالها لمدة معينة وفي نطاق محدد، خلافاً لحق المشتري في عقد البيع حيث يكون له حق عيني يقع مباشرة على الشيء المبيع، ويمكن الاحتجاج به في مواجهة الكافة.

2. تمييز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن عقد إيجار العلامة التجارية:

يرى جانب من الفقه أن عقد الترخيص استغلال العلامة يشبه عقد الإيجار ومركز المرخص له يشبه مركز المستأجر حيث يقوم المرخص له بدفع مقابل الترخيص إلى المرخص مالك العلامة مايقابله في الإيجار قيام المستأجر بدفع بدل الإيجار إلى المؤجر مالك العين المؤجرة كذلك في عقد الترخيص لا يمتلك المرخص له العلامة التجارية محل الترخيص وهذا يشبه تماماً المستأجر الذي ينتفع بالعين المؤجرة دون انتقال ملكيتها إليه¹.

و بالتالي فعقد الترخيص ما هو إلا نوع من الإيجار، وذلك لما للعقدين من تشابه في الالتزامات، فضلاً عن ذلك أن كلا العقدين من العقود الزمنية التي تقاس المنفعة فيها بعنصر الزمن، لذلك يكون للفسخ في كلا العقدين أثر رجعي لأن ما مضى من الزمن لا يمكن إرجاعه².

¹ عدنان غسان برانبو: التنظيم القانوني للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012م، ص 470.

² حسن علي كاظم المجمع: الشروط المقيدة في عقد الترخيص: دراسة مقارنة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016م، ص 22.

ولكن رغم أوجه التشابه بين العقدين، إلا أنه توجد بينهما بعض الفوارق أيضا، ففي عقد الإيجار يقتصر الانتفاع بالعين المؤجرة من قبل المؤجر دون سواه، أما في عقد الترخيص فإنه يجوز للمرخص منح تراخيص بالاستغلال للغير وبحقه هو كذلك في الاستغلال إذا لم يكن في العقد ما ينص على خلاف ذلك، زيادة على ذلك ففي عقد الإيجار المستأجر غير ملزم بالانتفاع بالعين المؤجرة ما دام أنه يقوم بالوفاء ببذل الإيجار في حين أنه في عقد الترخيص يلزم المرخص له بالاستغلال¹.

يتميز كذلك العقدين بما يقوم بينهما من فوارق اقتصادية، إذ يقتصر عمل المستأجر على الانتفاع بشيء قائم، بينما يتعين على المرخص له أن ينشئ مشروعاً جديداً، الغرض تصنيع البضائع أو تقديم الخدمات التي سيضع عليها العلامة التجارية المرخص له باستعمالها، ويقتضي منه ذلك نفقات طائلة².

ورغم هذه الاختلافات فإن غالبية الفقهاء يؤيدون تطبيق أحكام عند الإيجار على عقد الترخيص، لكن ونظراً للدور الاقتصادي الذي يلعبه هذا النوع من العقود فإنه من الأولى إفراده بتنظيم قانوني خاص³.

ثانياً: تمييز عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية عن عقود الأعمال

يساعد تمييز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن غيره من العقود على فهم ماهية هذا العقد وعدم الخلط بينه وبين العقود الأخرى ونخص بالذكر عقود الأعمال كعقد الفرانشيز و عقد نقل التكنولوجيا بالإضافة لعقد التوزيع

¹ سفيان رمازنية: النظام القانوني لعقد ترخيص استعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري و اتفاقية تريبس، مرجع سابق، ص 270.

² فايز نعيم رضوان: عقد الترخيص التجاري، مطبعة الحسين الإسلامية، القاهرة، 1995م، ص 133.

³ سفيان رمازنية: النظام القانوني لعقد ترخيص استعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري و اتفاقية تريبس، مرجع سابق، ص 270.

تميز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن عقد الفرانشيز:

الفرانشيز هو أسلوب مبتكر ابتدعه حاجات التجارة لزيادة حجم المشروع و توسيع درجة نشاطه وذلك بالترخيص المشروع أو عدة مشروعات أخرى ببيع المنتجات أو تقديم خدمات بإتباع شكل و نظام تجاري معين يخص المشروع المرخص.

و يعتمد الفرانشيز بصفة أساسية على استعمال المرخص له اسم المرخص و علامته و يتميز بأن المرخص له يملك رأسمال المشروع الذي يديره و يتمتع في علاقته بالمرخص باستقلال قانوني.¹

و لقد عرف البعض هذا العقد على أنه " وسيلة عقدية للتعاون فيما بين المشروعات المستقلة والتي تعتمد على نقل المعارف الفنية والتجارية و ما يرتبط بها من حقوق الملكية الصناعية و المساعدة الفنية من المانح للمتلقي الذي يمارس نشاطه وفقا لمعايير وشروط يضعها المانح في مقابل أداءات مادية للأخير، بهدف تكرار النجاح الذي حققه المانح في نشاطه التجاري² في حين يعتبر عقد الترخيص كذلك: " ذلك العقد الذي يسمح بموجبه مالبك العلامة التجارية لشخص طبيعي أو معنوي استغلال العلامة واستثمارها بوضعها على منتجات وسلع ولمدة معينة لقاء بدل مالي"³.

و من الملاحظ أن عقد الفرانشيز و عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بينهما تشابه كبير حيث تعد سمعة العلامة التجارية وشهرتها هي العنصر الأساسي و الجوهري الانعقاد العقد⁴ كما أن كل من الممنوح له في عقد الفرانشيز و المرخص له في عقد الترخيص يرخص لهما باستعمال علامة المانح أو المرخص لقاء عوض يدفع لهذين

¹ سعيدة راشدي: ترخيص العلامة، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، الجزائر، العدد 01، 2010 م، ص 196.

² نعيم سلامة، المنافسة غير المشروعية في العلامة التجارية وأوجه حمايتها: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010م، ص 144.

³ لبي عمر مسقاوي: عقد الفرانشيز: دراسة على الضوء الفقه والاجتهاد والعقد النموذجي المعتمد في غرفة التجارة الدولية، المؤسسة الحديثة، لبنان، 2012م، ص 25.

⁴ حسام الدين عبد الغني الصغير: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، الدار الجامعية، القاهرة، 1993 م، ص 68.

الأخيرين و أن كل من الممنوح له والمرخص له يتمتعان بالاستقلالية القانونية إذ أن كلاهما تاجر مستقل يعمل لحسابه الخاص و يتحمل مسؤولية المخاطر الناتجة عن نشاطه¹ ، إلا أنه وعند دراسة كلا العقدين يتضح أن هناك اختلافا بينهما حيث إن عقد الفرانشيز يعتبر أشمل وأكثر تعقيدا من عقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية فيشترط في هذا العقد إضافة إلى الترخيص باستعمال العلامة تقديم المعرفة و الوسائل الفنية التي يستعملها المرخص (المائع) في توزيع المنتج أو الخدمة كتدريب العاملين مع العملاء و ضوابط تقديم الخدمة، والتقنيات التكنولوجية والحسابية².

1. تمييز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن عقد نقل التكنولوجيا:

يعتبر عقد نقل التكنولوجيا أو نقل المعرفة الحديثة من العقود التي تساهم بشكل كبير في زيادة معدلات التنمية الاقتصادية في الدول النامية، وقد وردت العديد من التعاريف لهذا العقد تنفق في أغلبها على أنه عملية نقل الأساليب هون الصناعة والإنتاج وهذا ما يدعمه تعريف منظمة الأمم المتحدة القابل بأن عملية نقل التكنولوجيا هي عبارة عن: "نقل جملة من المعارف إلى المنشأة قصد استخدامها في عملية إنتاج السلع وعملية تقديم الطلبات أو تقديم خدمة"³. ويعتبر عقد نقل التكنولوجيا أو نقل المعرفة الحديثة من العقود التي تمتاز بالطبيعة المعنوية وتتمثل في المعرفة الفنية الحديثة ويتكون عقد نقل التكنولوجيا من عناصر معنوية وأخرى مادية ولا يمكن اعتبار العناصر المادية وحدها كافية لقيام عقد

¹ مین سوسی: عقد الفرانشيز: دراسة في القانون الخاص، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2016 م، ص 53.

² حسام الدين عبد الغني الصغير: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 68.

³ Silvere seurat , Réalités du transfert de technologie, 2 édition , MASSON , PARIS, 1978,

نقل التكنولوجيا وكذلك الأمر بالنسبة للعلامات التجارية والأسماء التجارية إلى جانب الجزء الأهم في هذا العقد وهي المعرفة الفنية الحديثة¹.

من خلال تعريف عقد نقل التكنولوجيا يتبين لنا أن الترخيص باستعمال العلامة التجارية يمكن أن يكون جزءا من عقد نقل التكنولوجيا حيث يتفق كل من مورد التكنولوجيا و المستورد بالإضافة للنقل المعرفة الفنية أن يتم الترخيص باستعمال العلامة التجارية التي يملكها المورد على بضائع ومنتجات المستورد وهي ذاتها المنتجات المسجلة لها العلامة التجارية محل عقد الترخيص لتمييزها عن غيرها من المنتجات فلا يمكن أن يكون الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحده كافيا للحديث عن وجود نقل للتكنولوجيا بل يجب أن يكون الترخيص باستعمال العلامة التجارية مرافقا للمعرفة الحديثة المحل الأساسي لعقد نقل التكنولوجيا.²

و تجدر الإشارة هنا أن كلا من العقدين يرد على مال منقول معنوي ، بالرغم من أن عقد نقل التكنولوجيا يدخل فيه العنصر المادي كالأجهزة والآلات و غيرها، و لكن يبقى العنصر المعنوي هو جوهر هذا العقد و المتمثل في نقل المعرفة الفنية.³

2. تمييز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن عقد التوزيع:

هناك زمرة من العقود التي يبرمها المنتج مع أشخاص آخرين من أجل أن يوزعوا له منتجاته و هذه العقود تأخذ أشكالا مختلفة كأن تكون بمثابة عقد توزيع أو وكالة تجارية و في الحالتين فإن الموزع أو الوكيل الذي يوزع المنتجات التي تحمل علامة تجارية لا يكون له الحق باستعمال الحق المذكور بشكل منفصل عن المنتجات التي يوزعها فالموزع لا يحق

¹ حمدي محمود بارود: محاولة لتقييم التنظيم القانوني لنقل التمكين التكنولوجي في ظل الجهود الدولية ومشروع قانون التجارة القسنطيني، مجلة جامعة الأزهر، غزة فلسطين، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2010م، ص 839

² سفيان رمازنية: النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري و اتفاقية تريبس، مرجع سابق، ص 270

³ مراد محمود الواحدة : المسؤولية المدنية في عقود نقل التكنولوجيا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص 52.

له أن ينتج منتجات بنفسه أو أن يضع عليها العلامة التجارية الموضوعة على هذه المنتجات فمن أجل أن يحق له القيام بذلك يحتاج إلى ترخيص باستعمال هذه الحقوق و عقد التوزيع لا يتضمن ذلك¹.

عقد التوزيع الذي هو عبارة عن اتفاق مثله مثل عقد الترخيص يقوم بمقتضاه الموزع بتوزيع المنتجات وذلك بمقابل مالي فلا يجوز للموزع وضع علامة تجارية مسجلة على منتجاته إلا عن طريق الترخيص له باستغلالها طبقا لما هو معمول به قانونا مع الإشارة أن القانون التجاري الجزائري يكيف عقد التوزيع بأنه عقدا تجاريا لكن لم يستعمل مصطلح التوزيع بل استعمال مصطلح البيع والشراء²، وهذا ما نصت عليه الفقرة 01 من المادة 02 من نفس القانون " يعد عملا تجاريا بحسب موضوعه كل شراء للمنتجات لإعادة بيعها بعينها أو بعد تحويلها وشغلها".

و في هذا النطاق نصت أيضا المادة 02 من القانون رقم 04-02³ على أن يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية".

3. تمييز عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عن عقود ترخيص عناصر الملكية الصناعية الأخرى:

هناك مجموعة من الجوانب القانونية المشتركة لكل عقود تراخيص عناصر الملكية الفكرية الأخرى مثل براءات الاختراع النماذج والرسوم الصناعية، حق المؤلف ... و غيرها فجميع هذه العقود تتناول بشكل مبدئي إعطاء الإذن

¹ كنعان الأحمر: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، دمشق، سورية، في 11 و12 ماي 2004م، ص 4.

² وافية بوعش: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2019. 2020 م، ص 54.

³ أمر رقم 04 - 02 مؤرخ في 23 جوان 2004م، يحدد قواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج عدد 41، صادر في 27 جوان 2004 م، معدل ومتكّم.

من قبل صاحب حق ملكية أي من عناصر الملكية الفكرية هذه، لشخص آخر لاستعمالها لقاء مقابل معين و ضمن شروط عقد الترخيص مع بقاء ملكية الشيء موضوع الترخيص بيد المالك المرخص¹.

مع ذلك فإن هناك اختلافات بين عقود تراخيص هذه الحقوق المختلفة لعناصر الملكية الفكرية، مرتبطة بالفروق الأساسية بين هذه العناصر نفسها وكمثال على هذه الفروق نجد أن حق الملكية للعلامة التجارية يمكن أن يكون مؤبداً، طالما أن صاحب الحق يجدد تسجيلها و يستعملها بشكل متوافق مع القانون، بينما الحق على براءة الاختراع محدود من حيث المدة وغير قابل للتجديد بما يجاوز هذه المدة².

و على هذا الفرق بين الحق المؤبد في العلامة و الحق المؤقت في براءة الاختراع ينتج فرقا في عقد الترخيص لكل من الحقيقتين فترخيص العلامة يمكن أن تطول مدته طالما أن العلامة محمية، بينما لا يجوز أن تتجاوز مدة ترخيص براءة الاختراع عن مدة حمايتها المقررة قانونياً³.

وهكذا نجد بأن الصفات الخاصة بكل حق من حقوق الملكية الصناعية أو الفكرية بشكل عام تترك أثرها على عقد هذا الترخيص.

المطلب الثاني: أنواع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

¹ كنعان الأحمر: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، مرجع سابق، ص 4.
² بمقتضى المادة 33 من اتفاقية تريس يجب أن لا تقل المدة عن 20 سنة، نص المادة: "لا يجوز أن تنتهي مدة الحماية الممنوحة قبل انقضاء مدة عشرين سنة تحسب اعتباراً من تاريخ التقدم بطلب الحصول على البراءة"، /http://www.reyada/34917865/1/9- tripsarabic.pdf، تاريخ الزيارة 2024/05/14، على الساعة 23:31.
³ كنعان الأحمر: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، مرجع سابق، ص 5.

في عقد ترخيص العلامة التجارية نجد أنه لمالك العلامة الحرية الكاملة في إختيار نوع الترخيص الذي يمنح بموجبه للمرخص له حق الإنتفاع واستعمال علامته سواء عن طريق منحه ترخيص إستثنائي أو غير إستثنائي أو ترخيص وحيد كما نجد أنه يمكن أن يكون عقد الترخيص دوليا أو وطنيا.

الفرع الأول: الأنواع من حيث نطاق الحق المرخص

إن المشرع الجزائري على عكس التشريعات المقارنة قد قام بذكر صور معينة يتخذها عقد ترخيص العلامة التجارية وهذا ما هو واضح في نص المادة 16 من قانون العلامات التي تنص: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو إستثنائية أو غير إستثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها"¹.

وقوفا على مضمون هذه المادة فإن عقد ترخيص العلامة التجارية يتخذ إحدى الصور الآتية: عقد الترخيص الإستثنائي و عقد الترخيص غير الإستثنائي و عقد الترخيص الوحيد

أولا : عقد الترخيص الإستثنائي

يعرف عقد الترخيص الإستثنائي على أنه: " هو الترخيص الذي يستأثر فيه المرخص له بإستغلال العلامة لوحده وبجميع ما تشمله من منتجات أو بعضها حسب بنود العقد دون أن يكون للمرخص حق الإستغلال أو منح حق الإستغلال لغير المرخص له بل يكون هذا الحق للمرخص له فقط على أن لا يتجاوز المدة أو المنطقة المحددة له، وبعكسه يعد مقلدا

¹ ينظر المادة 16 من الأمر 06.03، مؤرخ في 19 [يوليو 2003م، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 44، الصادرة في 23 يوليو 2003م.

للعلامة أو منافسا منافسة غير مشروعة"¹

فبموجب هذا الترخيص لا يستطيع مالك العلامة إستغلال الإختراع أو منح ترخيص جديد لغير المرخص له، إذ يعتبر ذلك إعتداء على هذا الأخير مما يستلزم التعويض بينما يعد تقليدا من جانب المرخص له الثاني.²

وقد يلجأ صاحب العلامة التجارية إلى هذا النوع من الترخيص في حالة وجود صعوبات عملية تحول دون تسويق منتجاته بنفسه خاصة في الدول ذات النطاق الجغرافي الواسع أو عند وجود مشاكل مالية أو إدارية تمنعه من استغلال علامته فيلجأ إلى ترخيصها بصورة استثنائية كي يحافظ على هذه العلامة.³

ثانيا: عقد الترخيص غير الإستثنائي

يمكن لصاحب العلامة التجارية في هذا النوع من الترخيص أي مانح الترخيص أن يمنح ترخيص آخر أو أن يقوم بإستغلال العلامة هو بنفسه أو بواسطة شخص آخر⁴، في حين لا يجوز للمرخص له منح تراخيص أخرى إلا بموافقة المرخص وفي حالة منتج هذه التراخيص دون الحصول على الموافقة من المرخص يتعرض المرخص له من الباطن لعقوبة التقليد بينما يلزم المرخص من الباطن بالتعويض مع الإشارة إلى أن هذا النوع من عقود الترخيص لا يعتبر معارضا لقانون المنافسة ما دام أنها لا تقيد المنافسين للدخول للأسواق.⁵

¹ سمير جميل حسين الفتلاوي: الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 309.

² حمادي زوبر: الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012م، ص 103.

³ بوعش وافية: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 243.

⁴ حمادي زوبر: الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 103.

⁵ بوعش وافية: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 245.

ثالثا: عقد الترخيص الوحيد

يستطيع المرخص والمرخص له حسب الترخيص الوحيد أو الترخيص الأحادي كما يطلق عليه البعض أن يتفقا على أن يكون الترخيص وحيدا بموجبه يستطيع صاحب العلامة التجارية استغلالها إضافة إلى المرخص له دون غيره من المرخصين لهم، بحيث لا يجوز لطرفي عقد الترخيص منح تراخيص أخرى جديدة أو التنازل عنها¹.

إذ يعد هذا الترخيص بمثابة حل وسط بالنسبة للنوعين السابقين حيث لا يجوز فيه لصاحب العلامة أن يمنح ترخيص آخر لذات العلامة على ذات المنتجات لشخص أو الأشخاص آخرين في ذات المنطقة الجغرافية المتفق عليها ولكن يحق للمرخص نفسه أن يستعمل تلك العلامة على ذات المنتجات محل عقد الترخيص أو غيرها في نفس المنطقة الجغرافية ما يفهم من ذلك أن التنازل عن حقوق استغلال العلامة التجارية محصور في أحد الحدود الإقليمية مع مراعات كذلك المدة الزمنية المتفق عليها².

الفرع الثاني: الأنواع من حيث النطاق المكاني

كما يمكن تقسيم هذا العقد من النطاق المكاني أو الجغرافي إلى نوعين وهما عقد الترخيص الدولي والآخر يتمثل في عقد الترخيص الوطني.

¹ بوعش وافية: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 240.

² عبد الله الخشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005م، ص 167.

أولاً: عقد الترخيص الدولي

تكون بصدد عقد ترخيص دولي عندما يكون أطراف عقد ترخيص العلامة التجارية يخضعان لنظامين قانونيين مختلفين أي أنه كل طرف يحمل جنسية مغايرة عن الآخر، وتكون كذلك بصدده إذا كانت المنطقة الجغرافية المرخص باستعمال العلامة التجارية فيها خارج بلد تسجيل العلامة التجارية¹.

ثانياً : عقد الترخيص الوطني

يكون عقد ترخيص العلامة التجارية محلياً إذا كان المرخص والمرخص له في البلد نفسه ويخضعان لنظام قانوني واحد أو إذا كانت المنطقة الجغرافية المرخص باستعمال العلامة التجارية فيها تقع ضمن البلد نفسه، ويكون ذلك غالباً في الدول ذات المساحة الكبيرة أو التي فيها أسواق إستهلاكية متباعدة كالولايات المتحدة الأمريكية مثلاً².

المبحث الثاني: تكوين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يتم تكوين العقود بشكل عام عند توافق إرادة الأطراف على إحداث أثر قانوني لاتفاقهم على أمر محدد وإخراجه إلى حيز الوجود على شكل عقد نافذ ومنتج لآثاره، ويتم هذا التوافق بالتقاء الإيجاب بالقبول بين الأطراف وعلى هذا النحو يتم إبرام كافة العقود البسيطة والمعقدة إلا أن الوصول إلى تلك النقطة في بعض العقود المعقدة ليس بالأمر الهين ذلك لأن تلك العقود تحتوي على أمور معقدة ومهمة وحساسة تحتاج إلى دراية وبحث لما تحمله من التزامات مالية أو فنية ضخمة تجعل من دراستها وأخذ الاستشارات عنها أمراً ضرورياً جداً بالنسبة للطرفين لكي لا يلزموا أنفسهم بالتزامات قد لا يستطيعون الوفاء بها.

¹ أميمة عابدين عبد الرحيم زين العابدين: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، بحث تكملي لنيل درجة الماجستير في القانون كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، السودان، 2018م، ص 78.

² نفس المرجع، ص 79.

ويعد عقد الترخيص من العقود المعقدة التي تحتاج إلى دراسة وبجث عميقين من كلا الطرفين بالإضافة إلى أنه ذو طبيعة خاصة تميزه عن غيره من العقود حيث أن السرية وقيامه على الاعتبار الشخصي تعد من أهم خصائصه كما يرتب عقد الترخيص عدة آثار على طرفيه، حيث يلتزم كل طرف بعدة التزامات يتوجب عليه الوفاء بها وتعد تلك الالتزامات جوهر عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع أو من خلالها يتم الوصول إلى النتيجة التي أراد الأطراف الترخيص بعدة أسباب تتمثل بانتهاء مدته أو فسخه أو انفساخه.

وسيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: نتناول في الأول الأركان العامة والخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أما الثاني فنذكر فيه مراحل إبرام هذا العقد.

المطلب الأول: الأركان العامة والخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يُعتبر أن عقد ترخيص العلامة التجارية يخضع بشكل عام للأحكام المقررة في القانون المدني كغيره من العقود الأخرى وهذا ما يمكن فهمه من المادة 17 من الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات، وهذا ما يستدعي الوقوف أمام الأركان المكونة لهذا العقد باعتباره يخضع من حيث تكوينه للنظرية العامة للعقود، ومن جهة أخرى نجد أن محل هذا العقد يرد على العلامة التجارية التي تعد عنصر من عناصر الملكية الصناعية والتي أقرت لها أحكاما خاصة، فعقد ترخيص العلامة التجارية لا يقوم صحيحا إلا إذا كان مستوفيا لأركانه العامة و الخاصة .

الفرع الأول: الأركان العامة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

حتى يقوم عقد ترخيص العلامة التجارية صحيحا لابد أن يركز على الأركان العامة وذلك باعتبار أن هذا العقد يخضع للنظرية العامة للعقد، وتتمثل هذه الأركان العامة في التراضي، المحل و السبب .

أولاً: التراضي

إن التراضي في عقد ترخيص العلامة التجارية يكون طبقاً لما هو معمول به في القواعد العامة بإعتبار أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات لم يتطرق إلى هذه المسألة مما يستدعى الرجوع إلى القانون المدني الذي بعد المبدأ العام لمعظم العقود، حيث يتم التراضي بإيجاب وقبول متطابقين يتجهان إلى إحداث أثر قانوني وذلك بإنشاء حقوق والتزامات تترتب على الطرفين ويجب أن يصدر هذا الإيجاب والقبول من الطرفين توافرت لديهما أهلية التعاقد كما لا بد أن يكون القبول مطابقاً للإيجاب بحيث لا يعدل منه أو يقيد منه أو يزيد عليه وإلا إعتبر إيجاباً جديداً¹ وهذا ما أكدت عليه المادة 66 من ق.م: "لا يعتبر القبول الذي يغير الإيجاب إلا إيجاباً جديداً"².

وقد نص المشرع الجزائري على هذا الركن في المادة 59 ق.م التي تنص: "يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية"³.

ولكي ينعقد هذا العقد يجب أن يكون لدى الشخص إرادة ذاتية يعتد بها لدى القانون ولكن وجود إرادة ذاتية يعتد بها القانون لوحدها لا يكفي وإنما يجب التعبير عنها⁴.

ف نجد أن القانون لا يعتد بالإرادة الباطنة بل يأخذ بالإرادة الظاهرة حتى ولو اختلفت عن الإرادة الباطنة فإرادة المتعاقدين لا بد أن تأخذ مظهرها خارجياً حتى يعرف كل من المرخص والمرخص له إرادة الآخر⁵، حيث تنص المادة 60 ق.م: "على التعبير عن الإرادة يكون باللفظ وبالكتابة، أو بالإشارة المتداولة عرفاً كما يكون بإتخاذ موقف لا يدع أي

¹علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م، ط 1، ص 2.

²ينظر المادة 66 من القانون المدني الجزائري، 2007م، ص 12.

³ينظر المادة 59 من نفس المرجع، ص 12.

⁴نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007م، ص 93.

⁵نفس المرجع: ص 94.

شك في دلالاته على مقصود صاحبه، ويجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمنيا إذا لم ينص القانون أو يتفق الطرفان على أن يكون صريحا¹.

كما على من يمارس التجارة أن يتمتع بأهلية وتكون إرادته سالمة من العيوب وهذا ما فصله في هذه النقاط:

1. الأهلية التجارية

أ- بالنسبة للشخص الطبيعي: وجب أن تتوفر في الشخص الطبيعي الأهلية التجارية و تتمثل في صلاحية وقدرة الشخص على مباشرة التصرفات القانونية وتحمل المسؤولية عن جميع الأعمال التي يقوم بها، وبالرجوع إلى القانون التجاري نجد أن المشرع الجزائري لم يحدد سن الرشد التجاري مما يستدعي العودة إلى القانون المدني فنجد أن المادة 2/40 من تنص: "...وسن الرشد 19 سنة كاملة"²، غير إستثناء لذلك تم الاعتراف بنظام ترشيد القصر وذلك من خلال نص المادة 05 من القانون التجاري وللأعمال وبهذا الاستثناء يمكن للقصر الذين يريدون مزاوله التجارة مع توفر شرطين : بلوغ القاصر سن 18 سنة و الحصول على الاذن المسبق من والده أو أمه أو على قرار من مجلس العائلة مصادق عليه من المحكمة فيما إذا كان الوالد متوفيا أو غائبا أو سقطت من سلطته الأبوية أو استحال عليه مباشرتها أو في حالة إنعدام الأب والأم³.

مع الإشارة إلى أنه لتمتع الشخص الطبيعي بالأهلية التجارية وجب أن لا يكون من الأشخاص المحظورين من ممارسة التجارة والغرض من ذلك هو المحافظة على الصالح العام ومنع كل الأشخاص الذين لا تتوفر فيهم الخبرة الكافية للقيام بالأعمال القانونية⁴.

¹ ينظر المادة 60 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 12.

² ينظر المادة 2/40 من القانون المدني الجزائري، ص 8.

³ ينظر المادة 50 من القانون المدني الجزائري، ص 10.

⁴ بوعش وافية: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 49.

ب- بالنسبة للشخص المعنوي : إن أهلية الشخص المعنوي يطبق عليها ما هو موجود في القانون المدني من خلال نص المادة 50 منه التي تنص: " يتمتع الشخص الاعتباري بجميع الحقوق إلا ما كان ملازما لصفة الإنسان وذلك في الحدود التي يقررها القانون...." هذه الأهلية في الحدود التي يعينها عقد إنشائها أو التي يقررها القانون¹ كما يطبق عليه الأحكام المتعلقة بالشركات التجارية المشار إليه في القانون التجاري² من خلال نص المادة 544 منه: " يحدد الطابع التجاري لشركة إما بشكلها أو موضوعها"³.

ومن هنا يتضح لنا أنه من الصعب إستيعاب الأهلية التجارية للشخص الاعتباري وهذا ما يستدعي تدخل المشرع الجزائري بإصدار نصوص جديدة للتفصيل والتوضيح والتمييز بين أهلية الشخص المعنوي والشخص الطبيعي، فإن إضفاء الصفة القانونية والأهلية على الشخص المعنوي متوقف على موضوع الأهلية الكاملة للشخص الطبيعي أي

على الشركاء الذين يقومون بتأسيسها أو بإدارتها أو بتسييرها بأنظمة قانونية مختلفة⁴.

2. سلامة الإرادة من العيوب:

تكون إرادة مالك العلامة والمرخص له في عقد ترخيص العلامة التجارية صحيحة إذا صدرت عن ذي أهلية وكانت خالية من عيوب الإرادة فإذا كان الرضى غير صحيح بأن صدر من ناقص الأهلية أو شابه عيب من عيوب الإرادة كغلط أو تدليس أو إكراه أو إستغلال فإن العقد رغم إنعقاده يكون قابلا للإبطال⁵ أما في حالة إنعدام الإرادة فيتربط عليه البطلان المطلق فهناك فرق بين إرادة موجودة ولكن معيبة وإرادة معدومة⁶.

¹ ينظر المادة 50 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 10.

² بوعش وافية: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 49.

³ ينظر المادة 544 أمر رقم 75. 59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395هـ الموافق 26 سبتمبر 1975م يتضمن القانون التجاري، ص 97.

⁴ زايد خالد : القواعد الأساسية في الشركات التجارية، منشورات دار الخلدونية، الجزائر، 2020م، ص 25.

⁵ نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، مرجع سابق، ص 171.

⁶ علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 56.

أ- **الغلط:** " هو وهم في الذهن فيحمل على الإعتقاد بصحة أمر على خلاف الحقيقة فهو تصور كاذب للواقع يحمل على إبرام عقد ما كان الشخص يبرمه لو أدرك الحقيقة"¹، أي هو وهم يقوم في ذهن المتعاقد فيصور له الأمر على غير حقيقته فيتصور واقعة غير صحيحة في صورة واقعة صحيحة أو العكس²، وحتى يتم الطعن والتمسك بالغلط في عقد ترخيص العلامة التجارية لابد من الرجوع إلى المادتين 81 و 82 ق.م، حيث يجب توفر شرطان أساسيان لقيامه وهما أن يكون الغلط جوهريا وثانيهما إتصال المتعاقد الآخر بالغلط.

أن يكون الغلط جوهريا يقصد به أن يكون الغلط الذي وقع فيه المتعاقد قد بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد بحيث يعتبر الغلط جوهري إذا وقع الغلط في الشيء ذاته أو في صفة من صفاته إذا اعتبرت جوهرية في اعتقاد المتعاقد، كما بعد جوهريا إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت تلك الذات أو هذه الصفة.

إن إتصال المتعاقد الآخر بالغلط العلة في تقرير هذا الشرط هو تحقيق إستقرار التعامل وذلك بعدم مفاجأة المتعاقد الآخر بطلب إبطال العقد لا يعلم عن سببه شيئا³.

يتبين لنا من خلال ما سبق ذكره أن عقد ترخيص العلامة التجارية يكون قابلا للإبطال إذا وقع أحد المتعاقدين في غلط مما يستحيل مواصلة هذا العقد، ولكن ليس لمن وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقتضي به مبدأ حسن النية⁴.

¹ نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، مرجع سابق، ص 177.

² حنيش حورية: التراضي في العقود، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016م، ص 65.

³ نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، مرجع سابق، ص 166.

⁴ نفس المرجع، ص 167. 170.

ب- **التدليس:** يعرف التدليس على أنه: "استعمال طرق إحتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفع إلى التعاقد، ويفترض لقيامه توفر عنصرين فالعنصر المادي يتمثل في استعمال الحيل و عنصر شخصي و هو أن تكون هذه الحيل تبلغ قدرا من الجساماة بحيث لولاها ما أبرم المدلس عليه العقد ولا يشترط أن تأخذ مظهرها خارجيا بل يكفي أن تدفع المدلس عليه على التعاقد"¹، فنجد أن المشرع الجزائري نص على هذا العيب في المادة 86 ق.م وحتى يكون عقد ترخيص العلامة التجارية قابلا للإبطال بسبب وجود عيب التدليس وجب أن يكون هذا العيب هو من دفع المرخص أو المرخص له للتعاقد واتصال التدليس بالمعاهد الآخرة². مع الإشارة إلى أنه يمكن أن يكون السكوت تدليسا إذا كان المدلس قد سكن عمدا عن واقعة أو ملابسة حاسمة في العقد³.

ج- **الإكراه:** يقصد بالإكراه: "إجبار شخص بغير حق أن يعمل عملا دون رضاه يجعل إرادته غير حرة وإذا وصل الإكراه إلى حد إعدام الإرادة بتاتا كان العقد باطلا بطلانا⁴.

مطلقا لا بطلانا نسبيا⁵، ولقد نص المشرع الجزائري على هذا العيب في نص المادة 88/01 ق.م⁶، وقد يكون الإكراه ماديا أو معنويا فالإكراه المادي ينزع الإرادة عنوة لا رهبة ولا خوفا وبه تنعدم الإرادة لإن الإختيار معدوم وفي هذا النوع بعد عقد ترخيص العلامة التجارية باطلا بطلانا مطلقا، أما الإكراه المعنوي يكون فيه الإختار الذهني للمرخص أو للمرخص له تحت تأثير خوف من وقوع الأذى المهدد به⁷، ويتبين لنا من خلال ما سبق أنه يمكن إبطال عقد ترخيص

¹ ينظر المادة 85 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 15.

² علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 60.

³ السنهوري عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني (نظرية الالتزام بوجه عام)، منشورات حلبي الحقوقية، مصر، 1952م، ج 1، ص 424.

⁴ عبد الرحمان زعل الشرايعية: ضوابط القانونية والشرعية للرضا بالعقود(دراسة مقارنة)، رسالة لنيل درجة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2014م، ص 17.

⁵ علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 64.

⁶ ينظر المادة 01/88 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 15.

⁷ حنيش حورية: التراضي في العقود، مرجع سابق، ص 79.

العلامة التجارية لوجود عيب الإكراه إذا ما تم إبرام هذا العقد تحت سلطان رهبة وتكون هذه الأخيرة هي الدافع للتعاقد مع اتصال المتعاقد الآخر بالإكراه.

د- الاستغلال: هو أن تكون إرادة المرخص أو المرخص له عيبت بالطيش أو الهوى فاستغل المتعاقد معه هذا العقد وحصل منه على التزامات لا تتعادل مطلقاً مع ما التزم به¹.

نجد أن المشرع الجزائري نص على هذا العيب في المادة 90 ق.م حيث ينصح لنا من خلال هذه المادة أن الاستغلال يقوم على عنصرين، عنصر مادي والذي يتمثل في عدم تعادل التزامات الطرفين مطلقاً أما العنصر الثاني فيتمثل في عنصر شخصي وهو استغلال طيش ببن أو هوى جامع كان متسلط على إرادة أحد المتعاقدين وفي حالة وجود هذا العيب فإنه يعطي للمتعاقد المستغل الحق في إبطال العقد أو الإنقاص من الالتزامات التي يتحملها المتعاقد الذي وقع ضحية الاستغلال.²

ثانياً: المحل

يتمثل المحل في الأداء الذي تعهد به المدين من التزام بمنح أو إلتزام بفعل أو إلتزام بعدم فعل شيء ما وقد يتكفل هذا الإلتزام في تحقيق نتيجة أو بذل عناية³، أو هو الشيء الذي يلتزم القيام به إما بنقل حق عيني أو إتيان عمل أو الإمتناع عن عمل⁴، حيث يتمثل موضوع أو محل عقد ترخيص العلامة التجارية وفقاً لما أقر به قانون الملكية الفكرية في العلامة

¹علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 67.

²نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، مرجع سابق، ص 201.

³علي فيلاي: الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001م، ص 167.

⁴السنهوري عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني، مرجع سابق، ص 451.

التجارية التي تعد مالا منقولاً معنوياً وبالتالي يجوز نقل ملكيتها¹، وتطبيقاً لما هو معمول به في القواعد العامة يجب أن يكون محل عقد ترخيص العلامة التجارية مستوفياً للشروط التالية:

- أن يكون محل عقد ترخيص العلامة التجارية موجوداً عند إبرام العقد، حيث يجب أن يكون الشيء الذي يرد عليه الحق أو يتعلق به العمل موجوداً لأنه لا يصبح التعاقد على شيء غير موجود يوم وقوع الإتفاق.
- أن يكون موضوع العقد ممكناً، حيث ينبغي أن لا يكون محل العقد الذي يتمثل بقيام بعمل أو بإمتناع عن عمل مستحيلاً.
- أن يكون موضوع العقد مشروعاً، حيث يجب أن يكون محل العقد المتمثل في العلامة التجارية مشروعاً وقابلًا للتعامل فيه²، وهذا ما ورد في المادة 07 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات³.

ثالثاً: السبب

يقصد بالسبب هو الغاية المباشرة أو العرض المباشر من إبرام العقد⁴، حيث تنص المادة 97 ق.م. على: "إذا إلتزم المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام و الآداب كان العقد باطلاً"⁵، كما نجد أن المادة 98 من نفس القانون قد أفصحت على: "كل التزام مفترض أن له سبب مشروع، ما لم يقيم التدليل على غير ذلك ويعتبر السبب المذكور في العقد هو السبب الحقيقي حتى يقوم الدليل على ما يخالف ذلك فإذا قام الدليل على صورية السبب فعلى من يدعي أن للإلتزام سبب آخر مشروع أن يثبت ما يدعيه"⁶ فالسبب القصدي في عقد ترخيص

¹ صلاح زين الدين: العلامة التجارية الوطنية ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006م، ط 1، ص 170.

² إلياس ناصيف، موسوعة العقود المدنية والتجارية (أحكام العقد)، 2007م، ج1 (أركان العقد)، ط3، ص 427.409.

³ ينظر المادة 07 من الامر 03.06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁴ علي فيلاي: الإلتزامات (النظرية العامة للعقد)، مرجع سابق، ص 190.

⁵ ينظر المادة 97 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 17.

⁶ ينظر المادة 98 من القانون المدني الجزائري، نفس المرجع، ص 17.

العلامة التجارية يتمثل في استغلال المرخص له للعلامة التجارية محل عند الترخيص مقابل حصول مالك العلامة على مقابل نقدي¹ ويشترط في السبب القصدي لعقد ترخيص العلامة التجارية ما يلي²:

- أن يكون السبب موجود، حيث يترتب في حالة تخلفه انعدام العقد.
- أن يكون السبب صحيح، قد يثير هذا الشرط مشكلتين فالأولى تتمثل في الغلط في السبب فقد يعتقد المتعاقد شيئاً أو أمراً غير حقيقته، أما المشكل الثاني يتعلق بصورية السبب فهنا يكون المتعاقدان على علم بالسبب الحقيقي إلا أنهما يختفیان وراء ستار آخر الأغراض مختلفة قد تكون مشروعة وقد تكون عكس ذلك.
- أن يكون السبب مشروعاً، أي أن يكون غير مخالف للنظام العام والآداب العامة.

الفرع الثاني: الأركان الخاصة لانعقاد عقد ترخيص العلامة التجارية

بالرجوع إلى المادة 17 من الأمر 03-06 السابق الذكر نجد ما قضت بـ: " يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه المبرم وفقاً للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة" و إستناداً لهذه المادة يجب أن يتوفر عقد ترخيص العلامة التجارية على: العلامة التجارية ومدة الترخيص وقائمة السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة وتحديد الإقليم .

أولاً: العلامة التجارية

للتطرق لهذا العنصر لابد من تعريفه وذكر شروطه الموضوعية والشكلية.

¹ نسرين شريفي: حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وحقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس، الجزائر، ص155.

² علي فيلاي: الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، مرجع سابق، ص 192.

1. تعريف العلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية على أنها إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات والخدمات أو تعلم تميزا لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات، ويقصد بالعلامة كذلك على أنها كل إشارة أو دلالة أو رمز يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها وتهدف إلى تيسير التعرف على مصدر بيع المنتجات أو الخدمات أو صنعها بحيث لا تختلط بغيرها من السلع المماثلة في الأسواق مما يساعد على سهولة التعرف عليها من قبل المشتريين أو المتعاملين معها¹ وبالرجوع إلى المادة 02/01 من الأمر 03.06 المتعلق بالعلامات نجد المشرع الجزائري عرف العلامة على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطى لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"²، كما نجد أن المشرع الجزائري عرفها في المادة الثانية من الأمر 57/77 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية على أنها: "تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطابع والاختتام وطابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان والرسوم والصور أو النقوش الناتجة والحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة.

¹ عبد الله حسين الخرشوم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، ط 1، ص 135.

² ينظر المادة 2 الفقرة الأولى من الأمر 03.06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

2. شروط العلامة التجارية:

أ) **الشروط الموضوعية:** اشترط المشرع الجزائري لصحة العلامة التجارية ضرورة توفر مجموعة من الشروط الموضوعية والتي من شأنها إضفاء الطابع الرسمي للعلامة التجارية محل عقد الترخيص كما تمنح لها الحماية القانونية الكاملة وتمثل هذه الشروط فيما يلي:

- أن تكون العلامة التجارية مميزة: إن المشرع الجزائري بالرجوع إلى الأمر 06.03 نجد أنه لم يعطي تعريفا للطابع التمييزي وإنما اكتفى في المادة الثانية الفقرة الأولى من الأمر السابق الذكر على: "... والتي تستعمل كلها للتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"¹ حيث يفهم من هذه المادة أنه لا تصلح كعلامة الإشارة التي لا تتوفر على صفة التمييز.²

- أن تكون العلامة التجارية جديدة: يقصد بشرط الجدة أن تكون العلامة التجارية محل عقد الترخيص جديدة في مجملها العام بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص آخر حيث لا يشترط أن تكون المادة المكونة للعلامة التجارية جديدة لأن الألوان والحروف والأعداد وغيرها من الأشياء في ذاتها معروفة، وحتى تكون العلامة جديدة ينبغي ألا تؤدي إلى تظليل الجمهور المستعمل للمنتوج. والجدة كشرط موضوعي في العلامة التجارية ليست الجدة المطلقة في خلق وإنشاء وابتكار العلامة كما هو الشأن في براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية وإنما المقصود هو الجدة في الاستعمال والتطبيق على ذات السلع³، حيث نجد أن المشرع الجزائري لم يذكر هذا الشرط بشكل صريح وإنما يمكن أن نستشف ذلك من خلال نص المادة 07/8 من الأمر

¹ ينظر المادة 01/2 من الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² راشد سعيدة: العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014م، ص 114.

³ بن قوية مختار: دور العلامة في حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 يوسف بن خدة، الجزائر، 2017م، ص 102.

06-03 المتعلق بالعلامات حينما نص على ضرورة رفض تسجيل أي علامة تشمل على رموز مماثلة أو مشابهة
 اعلامة أو الإسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم إستخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى أو الرموز
 التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الإسم التجاري والتي بشأها تؤدي إلى إحداث تضليل بينهما¹.

- أن تكون العلامة مشروعة: لا يكفي للعلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية أن تكون مميزة أو أن تكون
 جديدة، وإنما يجب فوق ذلك أن تكون مشروعة أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة ولا تؤدي إلى
 تضليل الجمهور²، فلقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما نص في المادة 07 الفقرة الرابعة من الأمر 06-03 السابق
 الذكر على أنه: "تستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة و الرموز التي يحظر إستعمالها بموجب
 القانون الوطني أو الإتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها"³ حيث نجد أن المبدأ العام يمنح
 للشخص الحرية المطلقة في إختيار العلامة المناسبة لتمييز منتجاته وبضائه واختيار العناصر والرموز التي تتكون منها غير
 أن المصلحة العامة تقتضي أحيانا تقييد هذه الحرية المطلقة، فمن هذا المنطلق عملت التشريعات الوطنية والدولية
 المنظمة للعلامات التجارية على ضبط العلاقة بين حرية الأشخاص في اختيار علامتهم وبين حق المجتمعات بعدم
 الاضرار بمصالحها الخاصة .

(ب) الشروط الشكلية: بالإضافة للشروط الموضوعية للعلامات التجارية لابد من توفر شروط شكلية لتسجيل

العلامة التجارية محل عقد الترخيص وتمتعها بالحماية القانونية والتي يمكن ذكرها على النحو الآتي:

¹ ينظر المادة 07 الفقرة الثامنة من الأمر 03.06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص .

² ونوغي نبيل: شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، مجلد 04، عدد 15، جامعة زيان عاشور، الخلفة، الجزائر
 2019م، ص142.

³ ينظر المادة 04/07 من الامر 03.06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص

- **إيداع طلب التسجيل:** يقصد به " عملية تسليم وإرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد كافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة"¹. حيث يعتبر الإيداع أول مراحل تسجيل العلامة ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة لطلب تسجيل العلامة².

- **فحص الإيداع:** قبل تسجيل العلامة التجارية محل عقد الترخيص تقوم المصلحة المختصة بفحص ملف إيداع العلامة من الناحية الشكلية ومن الناحية الموضوعية، حيث تقوم بفحص الطلب من حيث الشكل ما إذا كان الإيداع مستوفي للشروط السابقة الذكر، وفي حالة عدم إستيفاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة من المودع بتسوية طلبه في أجل شهرين ويمكن تمديد هذا الأجل عند الاقتضاء لنفس المدة بناء على طلب مبرر من صاحب الطلب وفي حالة عدم التسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل مع إستبقائها للرسوم المدفوعة.³

- **التسجيل والنشر:** يقصد بالتسجيل ذلك القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد والذي تقيد فيه العلامات وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.⁴

ثانيا: مدة الترخيص

يعتبر عقد ترخيص العلامة التجارية من العقود الزمنية لأن الحق في انتفاع بها هو حق مؤقت محدد بمدة زمنية كما أنه لا يعد من عقود التمليك⁵ حيث نجد أن العلامة التجارية محل عقد الترخيص تتسم بخاصية التوقيت لأن الحماية

¹ راشد سعيدة: العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص 157.

² ينظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277.05، الذي يحدد كيفية إيداع العلامات التجارية وتسجيلها، مرجع سابق، ص .

³ المادة 10 من نفس المرجع، ص .

⁴ ونوغي نبيل: شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 142.

⁵ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2024/05/18م على

الساعة: 13:42، موقع: <https://almerja.com>

المقررة لها تسقط بمرور 10 سنوات يبدأ سريانها من تاريخ الإبداع وهذا طبقا لنص المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات¹ غير أنه يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بحقه في علامته وذلك بالحرص على الإستعمال الجدي والقيام بتجديدها² حيث نجد أن فترة ترخيص العلامة التجارية من الناحية الواقعية تبقى خاضعة لمبدأ سلطان الإرادة ولكن يحضر على المرخص تجاوز المدة المحددة في عقد الترخيص وفي حالة غياب الإتفاق بين الطرفين تكون المدة هي مدة صلاحية الحق في العلامة التجارية والتي تقدر بعشرة 10 سنوات من تاريخ الإبداع³.

ثالثا: المنتجات والخدمات

يقصد بقائمة السلع والخدمات المرخص بها هي أسماء السلع والمنتجات والخدمات موضوع عند الترخيص الممنوح وفقا لمجموعة الأصناف "تصنيف نيس"⁴ حيث نجد أن المشرع الجزائري قد تبنى هذه الإتفاقية وهذا ما هو واضح في نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 الذي يحدد كيفية إبداع العلامات وتسجيلها والتي تنص على: "يتم تعيين السلع والخدمات عند إبداع العلامات، طبقا للتصنيف الدولي للسلع والخدمات الغرض تسجيل العلامات المحدد بموجب إتفاق نيس⁵ مع الإشارة أن تصنيف نيس الذي وضع بموجب اتفاق نيس في سنة 1957 هو تصنيف دولي للسلع والخدمات يطبق لأغراض تسجيل العلامات⁶ حيث يجب أن يحتوي عقد ترخيص العلامة التجارية على

¹ ينظر المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات، مرجع سابق، ص

² رمزي حوجو و كاهنة زاوي: التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018م العدد 05، ص 40.

³ راشدي سعيدة: الترخيص العلامة المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2010م، ص 194.

⁴ عمورة سهيل و بركان عماد الدين: الطبيعة القانونية لعقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2021م، ص

⁵ ينظر المادة 02 من المرسوم التعدي رقم 05/277 الذي يحدد كيفية إبداع العلامات وتسجيلها.

⁶ إيقافية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات الأغراض تسجيل العلامات لعام 1957م، ثم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/05/18م على الساعة 13:44 على الموقع: <https://www.wipo.int/classifications/nice>.

القائمة التي على أساسها منحت رخصة إستغلال العلامة وذلك تحت طائلة البطلان وهذا ما هو وارد في نص المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي تنص: " يجب تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه ... السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة".¹

رابعا: إقليم الترخيص

يتمثل إقليم الترخيص في تحديد دائرة ومكان ممارسة الترخيص بدقة حيث يمنع على المرخص له تجاوز النطاق المحدد للترخيص الذي منح له وفي حالة تجاوزه للنطاق الجغرافي فإنه يحق لمالك العلامة رفع دعوى التقليد والمنافسة غير المشروعة² حيث بعد الإقليم من بين الشروط التقييدية التي يضعها ويفرضها المرخص على المرخص له في عقد الترخيص إذ يفرض على المرخص له الإلتزام بتسويق منتجاته وخدماته داخل الإقليم المرخص به دون غيره.³

المطلب الثاني: مراحل إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

إن عقد ترخيص استغلال العلامة هو من العقود الرضائية التي تلعب الإرادة فيها دورا هاما في رسم بنود العقد والتزامات كلا طرفيه وغالبا ما يبرم بين أطراف لا تتواجد في مجلس عقد واحد كما هو الحال في العقود العادية، بل كثيرا ما تبرم من خلال الوسطاء والوكلاء والمراسلة⁴ ، إن إبرام هذا العقد لا يمكن الإمام به إلا من خلال معالجته على مرحلتين الأولى تتعلق بمرحلة المفاوضات و تليها مرحلة الإبرام النهائي للعقد

¹ ينظر المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص

² بوعش وافية: عند ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، من 76.

³ عبد النور و بوناج رشيد ساسان: الشروط التقييدية في عقد الترخيص، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، جامعة باجي مختار، عنابة الجزائر، 2021م، مجلد 34، عدد 03، ص 1257.

⁴ علاء عزيز حميد جبور: عقد الترخيص (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003م، ط 1، ص 65.

الفرع الأول: مرحلة التفاوض

إن مرحلة إبرام النهائي للعقد تسبقها عادة مرحلة المفاوضات التمهيدية التي قد تؤدي مباشرة إلى إبرام العقد في حالة اقتران الإيجاب بالقبول الصادرين من المتعاقدين، ولهذا فمن الممكن انعقاد العقد مباشرة في العقود التجارية بالنظر إلى مبدأ الحرية المعتمدة في النشاط التجاري. إن هذه المفاوضات تدور حول الحق على العلامة التجارية التي ينوي المرخص ترخيصها للمرخص له من أجل استثمارها، وتشمل هذه المفاوضات على مدة الترخيص والإقليم الذي يتم فيه استغلال العلامة، هذا وإذا تمت المفاوضات بالصورة الطبيعية فإن ذلك يؤدي إلى اتفاقات مبدئية، وإذا كان الاتفاق النهائي ينصب على عقد شكلي فإذا لم يستوفي الاتفاق الابتدائي الشكل المطلوب عد باطلا.¹

الفرع الثاني: مرحلة إبرام العقد النهائي

إذا ما وصل عند ترخيص استغلال العلامة التجارية إلى مرحلته النهائية في الإبرام بعد نجاح المفاوضات التمهيدية يتم الانتقال إلى تحرير العقد ابن يحدد مضمون عقد الترخيص ومحله وقيود الاستغلال والتزامات الطرفين وجراء مخالفة الالتزامات وكيفية إنقضاء العقد ومدة سريانه وقائمة بأسماء السلع والخدمات موضوع الترخيص وكيفية تسوية المنازعات وتعيين القانون الواجب التطبيق على النزاعات التي قد تطرأ غير أن الميزات الخاصة التي تميز عند ترخيص العلامة كما رأينا سابقا، قد يكون لها الأثر في هذه المرحلة خاصة عندما يتعلق موضوع العقد بعلامة مشهورة، والتي يكون فيها صاحب الحق على العلامة أو المرخص في وضع أقوى من المرخص له مما قد ينتج عنه إملاء شروط الطرف القوي على الطرف الآخر.

¹ السنهوري عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني، مرجع سابق، ص 270.

الفصل الثاني

الآثار المترتبة عن عقد الترخيص باستعمال

العلامة التجارية

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من بين العقود الحديثة التي دخلت الأسواق ، وذلك من خلال قيام متنافسون بإبرام عقود التراخيص مع شركات عالمية مشهورة تجارية تترتب على هذه العقود التزامات بين الطرفين تتمثل في منح الطرف ترخيصا باستعمال علامة تجارية أما الطرف المقابل فهو مرخص له الذي يرغب في الحصول على ترخيص يسمح له باستغلال العلامة التجارية للطرف المرخص فتكون هذه الآثار إما حقوق أول الالتزامات تترتب على عائق الطرفين .

ويعتبر عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود المؤقتة والزمنية محددة المدة فينقضي هذا الأخير بمجرد توفر أي سبب من أسباب الانقضاء سواء كانت أسباب عامة منصوص عليها في القواعد العامة وهذا ما أقره الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أو أسباب خاصة ينفرد بها هذا العقد لكونه يتميز بطبيعة خاصة وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل .

الفصل الثاني: الآثار المترتبة عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

المبحث الأول: الالتزامات الناشئة عن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

باعتبار أن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين فهو بذلك ينشئ التزامات متقابلة ومتبادلة بذمة طرفية، منها ما تقع على عاتق المرخص ومنها ما تقع على عاتق المرخص له. مع الإشارة أن مضمون هذه الالتزامات لها طبيعة خاصة تختلف من عقد لآخر، لذا فعند تحرير هذه العقود يجب تحديد حقوق وواجبات كل طرف بدقة وبوضوح ومراعاة الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والمالية لكلا الطرفين لتحقيق النتائج المرجوة.

غير أن الالتزامات الناشئة عن عقد ترخيص لا تقتصر على أطرافه فحسب، إنما تمتد إلى المستهلك الذي يشتري سلعة تحمل علامة مرخص باستغلالها وفي باله أنه يتعامل مع العلامة الأصلية للمرخص من دون أن يعلم بأن السلعة التي بين يديه هي منتجة تحت الترخيص. لهذا سأحاول التفصيل أكثر في هذه الالتزامات بمعرفة الالتزامات الخاصة بكل طرف في العلاقة التعاقدية (المطلب الأول) ثم نعرض للالتزامات التبعية والتي تكون المشتركة في عقود التراخيص عامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الالتزامات الأصلية المتعلقة بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

يرتب عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية مجموعة من الالتزامات لا تقتصر على أحد الأطراف دون الآخر، بل تكون متبادلة بين المرخص والمرخص له على حد سواء. هذه الالتزامات تمثل في مجملها الالتزامات الخاصة بعقد الإيجار باعتباره عقدا يخضع في أحكامه للقواعد العامة، لكن قد يستأثر هذا العقد بمجموعة من الالتزامات ذات طابع خاص. فنظرا للاعتبارات التي يقوم عليها ولكونه من العقود التي تحمل في طيته التزامات غير متوازنة عند إبرامه ،

ف نجد منها ما يتعدى حد الإذعان ليمس ببعض مبادئ التجارة طالما أن هذه الأخيرة قائمة على مبدأ حرية المنافسة والأسعار، لذا سأحاول دراسة التزامات الخاصة بالمرخص باعتباره الطرف القوي الفرع الأول والتزامات المرخص له الفرع الثاني).¹

الفرع الأول: التزامات المرخص

خلال مراحل إبرام عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية يتجلى لنا وجود بنود وشروط قد يملئها المرخص مستغلا وضعيته الاقتصادية القوية في مواجهة الطرف الثاني، مما ينتج وضعية قانونية غير متوازنة تؤدي إلى اختلال في التوازن، وتستمد هذه الظاهرة في هذا النوع من العقود إلى العديد من العوامل القانونية والاقتصادية. لذلك يعتقد البعض في أغلب الأحوال أن المرخص هو الطرف القوي في عقد الترخيص لذلك يقع على عاتقه مجموعة من الالتزامات نلخصها في: الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة للتعاقد (أولا)، الالتزام بالتسليم والضمان (ثانيا)، الالتزام بنقل المساعدة الفنية (ثالثا)، الالتزام بإيداع العلامة بالخارج (رابعا)، الالتزام باحترام شرط الحصرية الإقليمية (خامسا).

أولا: الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة للتعاقد

إذا كان الهدف الذي وجد من أجله الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة للتعاقد هو حماية رضا المرخص له باعتباره المتعاقد الضعيف في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية فإن المرخص يلتزم بالإدلاء بكافة المعلومات الكاملة عن شبكته المنوطة بنظام الترخيص وفي الفترة التي تسبق التعاقد.

فلاعتقاد السائد بأن عقد ترخيص من العقود الرضائية لا يتجسد إلا بوجود معلومات كاملة يقدمها صاحب العلامة التجارية أي الإفصاح عن طريق وثيقة تضم معلومات مفصلة عن العلامة المزمع الترخيص بها كأقدمية وخبرة المؤسسة،

¹ - نداء كاظم محمد المولى الآثار القانونية لعقود التجارة الدولية لنقل التكنولوجيا، رسالة دكتوراه، كلية القانون، جامعة الأردن، 1996، ص.11.

توقعات السوق شهرة وسمعة العلامة لدى الزبائن... وغيرها. ومن هنا يتضح لي وبصفة غير مباشرة أن المرخص هنا ليس على قدم من المساواة مع الطرف الآخر سواء بسبب عدم ذرياته أو خبرته بالشيء محل العقد أو بسبب كونه محترفا ومحتكرا لمعرفة فنية معينة تجعله في مركز متفوق.¹

ثانيا: الالتزام بالتسليم والضمان

يعد عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عقد إيجار في إنتاج آثار القانونية، وهو بهذه الصفة يخضع إلى القواعد العامة المنظمة لعقد الإيجار، فيتحمل بذلك المانح للرخصة نفس الواجبات التقليدية المؤجر في عقد الإيجار وهما واجب التسليم وواجب الضمان والتي تسري هي الأخرى على عقد الترخيص:²

1- الالتزام التسليم: تلتزم الشركة المرخصة بتسليم وتزويد المؤسسة المرخص لها بكل وثيقة مطلوبة من الجهات الرسمية تخص الترخيص باستعمال العلامة التجارية وفقا للقانون، وتمكين المرخص له من حق التصرف والانتفاع من العلامة التجارية بوضعها ووضع كل الوسائل التي تضمن الاستغلال الكامل

لها بيد المرخص له ، وقبوله بكل أعمال الاستغلال التي يقوم به المرخص له وفي حدود النصوص التعاقدية، أما في حال قيام المرخص وطيلة فترة العقد بأي تطوير أو تغيير على شكل العلامة التجارية

في مقابل ذلك يقوم المرخص له بالإجراءات المعقولة لأجل ملائمة طريقة استخدامه للعلامة التجارية مع التطوير الحديث الذي أدخله المرخص عليها ، وهذا ما يبرر بأن المرخص له يعترف بحق الملكية العلامة التجارية لصاحبها، على أساس أن عقد ترخيص لا ينقل ملكية العلامة التجارية للغير بل تبقى لمالكها الأصلي إلا في حالة

¹ - نداء كاظم محمد المولى الآثار القانونية لعقود التجارة الدولية لنقل التكنولوجيا ، رسالة دكتوراه، كلية القانون، جامعة الأردن، 1996، ص.11.

² - بوجمة نصيرة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة لنيل درجة الدكتوراه، كلية القانون، جامعة الإسكندرية، 1978، ص.55.

واحدة وهي حالة وجود اتفاق بين الأطراف يخالف ذلك، وبالتالي فصاحب العلامة يحتفظ بحق الاستمرار في الاستغلال الشخصي لعلامته التجارية.

2- الالتزام بالضمان: تضمن الشركة المرخصة للمؤسسة المرخص لها باستغلال واستخدام العلامات التجارية وعدم التعرض لها أو الرجوع عليها أو الطعن في هذا الاستخدام ما لم ترتكب أية مخالفة مقررة بموجب القانون ، وفي هذا الإطار تلتزم الشركة المرخصة بتحديد تسجيل العلامات التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كل 10 سنوات.¹

فإذا كانت أحكام الضمان قد أوردتها مختلف التشريعات في باب عقد البيع فليست مغزاها بأنها لا تطبق على غيرها من العقود بل ولأن واضعي هذه التشريعات تأثروا بفكرة تاريخية في وضع هذه الأحكام في باب عقد البيع. والحقيقة أن أحكام الضمان في عقد البيع تعتبر قواعد عامة وإطار عام يتعين الرجوع إليه كلما اقتضى الأمر تطبيقها على العقود التي تستوجب طبيعتها ذلك ، فواجب الضمان الملقى على عاتق المرخص هو التزام تقليدي يظهر لنا بصورة جلية في عقد الإيجار وممثلا في: ضمان العيوب الخفية، ضمان التعرض والاستحقاق، ضمان تحقيق النتيجة.

أ- ضمان العيوب الخفية : وجود أي عيب في محل عقد ترخيص يجعله غير نافع أو أقل نفعاً بحيث لو عرفه المرخص له لما أقدم على التعاقد أو لكان دفع به مقابلا أقل، كالحالة مثلا التي يقدم فيها المرخص عدة تراخيص بشأن نفس العلامة التجارية التي قد رخصها للمرخص له من دون علم هذا الأخير خلال مرحلة فترة إبرام العقد.

¹-مصطفى سلمان حبيب، الاستثمار في الترخيص الامتيازي : الفرانشايز ، دار الثقافة، عمان، 2011، ص.49.

والالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد الترخيص يعتبر التزام المانح بتسليم العلامة التجارية كمحل في هذا العقد بكامل عناصرها وخالية من أي عيوب تجعلها غير صالحة للاستعمال المخصص لها، وفي الحالة العكسية لا تؤدي العلامة التجارية النتيجة التي قصدا الطرفان تحقيقها في العقد.

فعلى غرار ما هو مطبق في البيع فتحديد العيب الخفي في العلامة التجارية ليس بأمر سهل، إذ أن مجمل العيوب التي تلحق العلامة التجارية هي عيوب تمس بالحق في العلامة وتؤدي إلى إبطالها، نتيجة لذلك فعلى المرخص أن يضمن صلاحية العلامة التجارية الموضوعة تحت الترخيص¹.

ب - ضمان التعرض والاستحقاق: طبقا لما أقرت به المادتين 371 و 378 ق. م. ج يتضح لي أنه على المرخص أن يضمن الحياة الهادئة والمستقرة للعلامة التجارية في عقد الترخيص وأن يضمن عدم لا تعرض الغير للمرخص له.

فباعتبار أن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية عقد المعارضة يكون بذلك من آثاره التزام المرخص بضمان التعرض والاستحقاق ، إذ يضمن للمرخص له بأن العلامة التجارية التي تم التعاقد بشأنها خالية من أي نزاع، فلا يجوز للمرخص له استغلالها إذا لم يضمن له المرخص عدم استحقاق الغير لها لأن استغلال المرخص له للعلامة على هذا النحو يشكل مسؤولية مدنية وجنائية نتيجة لاستعماله حقا مملوكا للغير دون رضا أو يعد سارقا أو مقلدا أو مزورا لهذه العلامة التجارية.

إن حفاظ المرخص على تسجيل العلامة التجارية بالنسبة للمنتجات والخدمات موضوع تحت أسلوب الترخيص وتحديد التسجيل سيمكن بصفة غير مباشرة المرخص له من الانتفاع بالعلامة المسجلة وطيلة فترة العقد وبحسب الاتفاق³. إذ هذا يعد الشرط بمثابة ضمان من صاحب العلامة لضمان استمرارية الترخيص والانتفاع به،

¹-الكيلاني محمود، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص18.

ولا يمكن للمرخص أن يتنازل عن حقوقه التي اكتسبها خلال تسجيل علامته حماية للمرخص له كصورة العدول عن التسجيل الذي يمكن أن يحصل من طرفه.¹

إذ أثبتت الممارسة العملية أن التقليل من أهمية هذا الالتزام بالنسبة للمرخص له يعتبر إجحاف في حقه وإضعاف لقيمته عن طريق الشروط التي يفرضها عليه المرخص.²

ثالثا: الالتزام بنقل المساعدة الفنية

تلتزم الشركة المرخصة صاحبة العلامة التجارية بتقديم المعرفة الفنية للمؤسسة المرخص لها وبالمقابل تحتفظ بحقها في الرقابة المستمرة لضمان النوعية والجودة وتعزيز السمعة التجارية، فبما أن العلاقة التعاقدية بين أطراف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تتطلب توصلا مستمرا، فإن هذا لا يتحقق بمجرد نقل المرخص ما عليه من عناصر المعرفة الفنية . بل يلزم بمساعدة المرخص له على استيعاب مختلف التكنولوجيات الحديثة والمعارف واستخدامها استخداما أمثل طوال مدة تنفيذه، وذلك من خلال تقديم كافة أساليب العمل الناجعة ومختلف النصائح والآراء الفنية والتقنية والاقتصادية والقانونية ومساعدته على تنظيم شؤونه الخاصة، فكلما احتاج المرخص له في تطبيقه للمعرفة الفنية إلى أهل الاختصاص يلزم المرخص بتزويده بعدد منهم لتدريب عماله على استعمال المعرفة الفنية محل العقد، بالإضافة لزيارة المانح مراكز عمل المرخص له والإشراف على سير العمل وتقديم التوجيهات التي تهدف إلى المحافظة على العلامة التجارية وشهرتها ومركزها التجاري لنجاح المرخص له.

كما تعد طريقة البيع عنصر من عناصر المعرفة الفنية مثلة في شروط البيع التي يفرضها صاحب العلامة التجارية على المرخص له والمرتبطة بمعرفة كيفية البيع إلى العملاء باستعمال طرق بيع خاص وطريقة استقبال العملاء، وكذا كيفية

¹ - مصطفى سلمان حبيب ، مرجع سابق، ص.98.

² - مصطفى سلمان حبيب، المرجع نفسه، ص.99.

تقديم البضائع على الرفوف وعرضها على العملاء وبصفة خاصة إدارة المحل التجاري المنوط بعقد ترخيص استعمال العلامة التجارية.¹

يمكن أن تأتي المساعدة الفنية التي يقدمها المرخص على مجموعة من مراحل معينة سواء تعلق الأمر بالمرحلة السابقة عن بدء النشاط ودراسة السوق واختيار أنسب الأماكن لممارسة الترخيص إذ يقوم المرخص بالإشراف على عناصر دعاية المرخص له، أما بالنسبة للمرحلة الثانية لممارسة النشاط وحتى نهاية العقد، ففيها تبرز الى الصورة المألوفة للمساعدة الفنية حيث تعبر عن علاقة زمنية فنية تجمع بين طرفي العقد هذا ويمكن إضافة نوعين من التحسينات إلى المعرفة الفنية : نوع يدخله المرخص وآخر يدخله المرخص له. يجد الالتزام بالمساعدة الفنية أهميته في الحفاظ على سمعة العلامة التجارية موضوع عقد الترخيص لدى جمهور المستهلكين لأن اختلاف المواصفات في نفس المنتج الذي يحمل نفس العلامة قد يؤدي إلى عزوف المستهلك عن اقتنائها.²

رابعاً: الالتزام بإيداع العلامة في الخارج

يقصد بهذا الالتزام أن عقد الترخيص الذي يكون موضوعه رخصة استغلال علامة تجارية ويكون خارج الإقليم الجغرافي لبلد صاحب تسجيل العلامة محل العقد مما يستوجب عليه إيداع العلامة الموضوعية تحت الترخيص في بلد المرخص له، بغرض ضمان الحقوق الناتجة عن تسجيلها والمثلة على وجه الخصوص في عدم تعرض الصادر من الغير للمرخص له عن طريق أعمال التقليد. إلا أن الالتزام يظل نسبي خاصة وأن عقد ترخيص باستغلال العلامة التجارية غالباً ما يتعلق بعلامات تجارية مشهورة، التي تكتسب الحماية القانونية تلقائياً بغض النظر عن تسجيلها لأن عملية التسجيل ليس لها أهمية إذا كانت العلامات ذات سمعة عالمية.

¹- الكيلاني محمود، المرجع نفسه، ص.19.

²- الكيلاني محمود، المرجع نفسه، ص.19.

وأغلب الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية تناولت مجال الحماية الدولية للعلامة وأكدت بأن العلامة التجارية المشهورة تحمى تلقائياً بالرغم من عدم تسجيلها.¹

خامساً: الالتزام باحترام شرط الحصرية الإقليمية

نعني بالحصرية الإقليمية حظر مباشرة كل سياسة تجارية نشطة يقوم بها المرخص خارج نطاقه الإقليمي كما منعه عن كل عملية بيع أو أداء داخل النطاق الإقليمي المخصص للمرخص له، إذ يعد شرط القصر الإقليمي محلاً لاقتصار أطراف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التعامل مع بعضهم البعض في منطقة جغرافية محدودة ولفترة زمنية معينة ومن دون أن يكون أي منهم تابعا أو نائبا عن الآخر.

فالمرخص ملزماً باحترام شرط القصر الإقليمي في مواجهة المستفيد من العلامة المرخص بها وذلك بامتناعه عن منافسته في الإقليم المحدد له لنشاط الاستغلال وسواء أكان ذلك في نقطة بيع له في ذات الإقليم، أو في تعيين أشخاص آخرين بمقتضى إنشائه لهم في إقليم اختصاص المرخص له عقود موضوعها توزيع نفس المنتجات المرسومة بعلامته التجارية ضمن إطار عقود تراخيص استعمال علامات تجارية أخرى. كما يظهر التزام المرخص بشرط الحصرية الإقليمية في مجمل النقاط الآتية:

1- امتناع المرخص عن كل عملية بيع أو أداء خدمة داخل النطاق الإقليمي الممنوح لمتلقي الامتياز حق العمل فيه، كما يلتزم بتسليم المتلقي المنتجات التي يطلبها منه ضمن الشروط المنصوص عليها في العقد ويمتنع عليه توريد المنتجات والخدمات اللازمة لممارسة نشاط الامتياز لغيره .

¹ - الكيلاني محمود، مرجع سابق، ص.20.

2- ضبط الحصرية داخل شبكة المرخص لهم يجعل المرخص حكما بين المرخص لهم دون تجاوز أي منهم نطاقه الإقليمي على حساب الآخر .

3- وينتج عن هذا الالتزام أيضا التزام المرخص بالعمل على منع كل منافسة سواء أكانت منافسة شخصية أم منافسة الغير الذين يتعاقدون معه خارج إطار المنطقة المتفق عليها ، إذ يحق للمرخص مانح الامتياز الاحتفاظ بحق التعامل مع أشخاص آخرين في مناطق أخرى شرط ألا يمارسوا أعمالا تنافسية ضد بعضهم¹.

رغم أن المشرع الجزائري يجيز منح امتياز استغلال العلامة التجارية في إقليم محدد إلا أن هذا الالتزام من شأنه تقييد المنافسة انطلاقا من منظور قانون المنافسة على أساس أن اقتصر أطراف العقد في تعامل مع بعضهم البعض في منطقة جغرافية محدودة، ومنع المرخص من التعامل مع الغير في منطقة القصر الإقليمي الذي يختص به المرخص له عدا بمثابة تقييد لإرادته.

يضاف إلى ذلك أن منع المرخص له من بيع المنتجات الموسومة بالعلامة التجارية المرخص بها إلى الغير خارج نطاق الإقليم المقصود عليه، يعتبر في نظري رفض للبيع من دون مبرر مشروع والذي يعد اتفاقا منافيا للمنافسة. لكن المشرع الجزائري يقر بصريح العبارة أن الإقليم الذي يمكن استغلال العلامة التجارية فيه يعد عنصر مهم وجب أن يتضمنه عقد ترخيص وذلك تحت جزاء البطلان.²

¹- زروقي الطيب، النظام القانوني للعقود الدولية في القانون الجزائري، رسالة لنيل درجة الدكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1991، ص.98.

²- زروقي الطيب، النظام القانوني للعقود الدولية في القانون الجزائري، رسالة لنيل درجة الدكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1991، ص.98.

الفرع الثاني: التزامات المرخص له

على اعتبار أن عقد ترخيص استغلال العلامة من العقود الملزمة للجانبين فإنه يرتب ببقى مرتبا لالتزامات متقابلة ومتبادلة بين طرفيه، ويظل بذلك المرخص له هو الآخر ملزما بالوفاء بما تعهد به رغم أن البعض صوره بالطرف الضعيف نتيجة للشروط التعسفية التي يمكن أن يفرضها المرخص الطرف القوي، ومع ذلك يبقى مقيد بمجموعة من الواجبات التي نلخصها في الالتزام بأداء المقابل المالي (أولا)، الالتزام باستغلال العلامة التجارية (ثانيا)، الالتزام بالشروط التقييدية (ثالثا)، الالتزام الجبائي أو ما يعرف بالعبء الضريبي (رابعا).

أولا: الالتزام بأداء المقابل المالي

يقع على عاتق المرخص له واجب تسديد المقابل المالي لاستفادته من حق استغلال العلامة التجارية، فمناخ الامتياز دائما يهدف من وراء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تحقيق الربح، فيشكل بذلك المقابل المالي عنصرا مهما من عناصر عقد الترخيص إذ يجعله يقوم وظيفته الاقتصادية. وبالتالي يمثل أداء المقابل من طرف المرخص له الطابع الاقتصادي لهذا العقد لأنه في إحدى قرارات المحكمة الفرنسية أبطلته بسبب عدم تحديد المقابل المالي فيه.

إن المرخص له ملتزما بواجب دفع الثمن المقدر له في العقد حتى يمكن له الاستفادة من ترخيص الاستغلال، كما تحدد المبالغ المالية التي يدفعها وكيفية دفعها سواء كان الدفع جزائيا أو على شكل

أقساط إن كان عينا أو نقدا أو مقايضة طبقا لما تم الاتفاق عليه ، وعلى أغلب الأحوال في يكون الدفع جزائيا أو إتاوات التي تمثل نسبة من الأرباح المتأتية من استغلال العلامة، كعقد الترخيص مثلا المبرم في بين شركتان جزائريتان

الذي تم الاتفاق فيه على المقابل المالي وطرق الدفع، وحددا الطرفين لقاء استخدام العلامات المبينة على الجدول مقابل سنوي قدره مبلغ مائة ألف دينار جزائري (100.000.00 دج) تؤديه المؤسسة المرخص لها عند نهاية كل سنة.¹

فالمرخص له يقوم بدفع الثمن للمرخص بحسب مقابل حق الترخيص³ كأن يتفقا مثلا على دفع نسبة مئوية من المبيعات السنوية بشرط أن لا تقل هذه النسبة عن مبلغ معين أو دفع المبلغ مقدما سواء عند توقيع عقد ترخيص أو خلال فترة بسيطة ذلك وهذا يعد ضمانا لدفع الفوائد السنوية.

يمكن أن ينقسم الثمن في عقد الترخيص إلى قسمين: إما يكون ثابت فيدفع أثناء توقيع عقد الدخول² ترخيص استغلال العلامة التجارية، بحيث يجب أن يكون محدد بشكل ثابت لهذا يطلق عليه رسم أو الإتاوة أو نسي بحسب النسبة المئوية لحجم المبيعات أو الأرباح، ويجري دفعه خلال مدة تنفيذ العقد في مهلة التي يتفق عليها الطرفان.

بهذا يبقى الالتزام بدفع المقابل هو مقابل المنافع التي يستفيد منها المرخص له مع الآخذ بعين الاعتبار شهرة العلامة التجارية الخدمة موضوع العقد، المنطقة الجغرافية المنتشرة فيها وتلك المسموح العمل ضمن نطاقها.

ثانيا: الالتزام باستغلال العلامة التجارية

يتعهد الطرف الثاني في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تعهدا نهائيا وناجزا غير قابل للمعارضة أو الإنكار أو الدفع بما يخالف استخدام واستغلال العلامة التجارية استغلالا مشروعاً وفي الحدود والأغراض المقررة وسواء من حيث الترخيص بالاستخدام ونطاقه ومدته وبدله.³

¹ - عمر كامل السوادة، الأساس القانوني لحماية الأسرار التجارية : دراسة مقارنة، دار الحامد، عمان، 2009، ص 73.

² - ترخيص باستغلال العلامات التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

³ - نعمان وهيبة، مرجع سابق، ص. 58-59.

حيث تلتزم المؤسسة المرخص لها بالاستعمال الجدي والمتتالي والمشروع للعلامات المرخصة لها وفي الأغراض والحدود المقررة بموجب عقد الترخيص، ولا يجوز لها الانقطاع عن استعمالها لمدة تفوق 03 سنوات بحسب المادة 11 من الأمر رقم 03-06 أو ما يسمح بها القانون. ولا يجوز للمؤسسة المرخص لها التنازل عن استعمال واستغلال كل أو جزء من العلامات التجارية المرخصة لها إلى طرف ثالث، وبالمقابل يحول لها هذا الترخيص حق منع منافسيها من استغلالها بدون ترخيص من مالكيها الأصليين.

والمادة 12 من الأمر رقم 03-06 نصت على : « يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه »، كما أن المادة 11 منه تنص على: إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع وتوضيها أو على صلة مع الخدمات المعروفة بالعلامة. يترتب على عدم استعمال العلامة ابطالها ما عدا في الحالات التالية:

1- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوات دون انقطاع.

2- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر».

بتحليلي لمضمون هاتين المادتين نستنتج أن الالتزام باستغلال العلامة التجارية التزام جوهري في عقد الترخيص كأن المالك الأصلي هو من يستغل العلامة بنفسه. ولقد أثبتت الأحكام القضائية أن استغلال العلامة يكون واجبا وضروري وسواء أكان ذلك في الترخيص الوحيد أو الحصري إلا في حالة وجود قوة قاهرة مبررة ودليل ذلك المادة 11 أعلاه في فقرتها الثانية، فلا يمكن للمرخص له أن يستعمل علامة تجارية في منطقة جغرافية معينة بغرض إلحاق ضرر بعون اقتصادي أو تقليد لمنتجاته أو كسب زبائنه ولأنه يزرع شكوك وأوهام على تلك العلامة التجارية وما غير ذلك.

إن عدم استغلال العلامة التجارية قد يكون من الناحية الواقعية مستبعد أو بكيفية متفق عليها ليس بأية طريقة أخرى مختلفة، كأن يغير في العلامة أو في شكلها على أن لا يستعمل أي من العلامات المرخصة كجزء من اسمه التجاري أو اسم شركته أو شعار مجلة أو متجره ، من أجل تحقيق هذا يتعهد المرخص بأن يقدم للمرخص له نماذج من المفردات تحمل العلامة مثل ورق أو علب التغليف أو مواد الدعاية. مع العلم أن الحق في الاستغلال يبقى خاضع لما تم الاتفاق عليه الأطراف في الوثيقة التعاقدية أو ملاحق العقد، فاستغلال المرخص له للعلامة التجارية كاف لتجنيب صاحبها من سقوط هذا الحق بعدم الاستغلال.¹

وبالتالي يعد التزام المرخص له باستغلال العلامة التجارية أهم التزامات عقد الترخيص لأن عدم حصول ذلك يعرض مالك الأصلي إلى شطب علامته من سجل العلامات نتيجة لعدم استعمالها، وفي حال امتناع المرخص له عن استغلالها يجوز لمالك العلامة المطالبة بفسخ العقد مع التعويض إن لحقه

ثالثا: الالتزام بالشروط التقييدية

يلتزم المرخص له في عقد الترخيص بتنفيذ كل التعليمات المقدمة من طرف مالك العلامة والمنصوص عليها في بنود العقد وسواء كانت تجارية ومالية وتقنية، فهذا الالتزام ضروري لاستيعاب المرخص له لنظام الترخيص من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر وسيلة من وسائل التي يستعملها المرخص من أجل حماية صورة علامته التجارية.²

بالتالي بات من واجب المرخص له التقييد والشروط الحصرية لأنه إذا حدث وتجاوزها يقع عليه مسؤولية التقليد، نتيجة لاستخدامه للعلامة التجارية على بضائع وخدمات غير عديدة بالحصر ضمن الاتفاق، فحتى ولو ألحقت هذه المنتجات الحاملة لهذه العلامة ضررا بالمستهلك فلا يتحمل المرخص مسؤولية ذلك لأن هذا من قبيل جريمة التقليد

¹-مصطفى سلمان حبيب، مرجع سابق، ص 53.

²- الكيلاني محمود، مرجع سابق، ص.206.

وإخلاقاً بالعقد في آن واحد. لكن فرض المرخص لمثل هذه الشروط على عاتق المرخص له تعتبر من الناحية القانونية صحيحة فأغلبها تتمثل في:

1- الالتزام بقصر التعامل قصر التعامل لا يخرج عن كونه أداءً ينبغي لطرفي عقد الترخيص الاتفاق على مضمونه والالتزام به من حيث تنفيذه، لأن الإخلال به يترتب المسؤولية العقدية، فالقصر هو منع مباشرة كل سياسة تجارية يقوم بها المرخص له خارج نطاق الإقليمي لممارسة نشاطه، بمعنى آخر أن المرخص له لا يستطيع تجاوز حدوده الإقليمية المرخصة في ظلها إلا في حالة الاتفاق على خلاف ذلك أو حين يكون ذلك لمواجهة طلب طارئ تعرض له المرخص له دون أن يكون هذا الأخير قادراً على مواجهته.¹

ويراد بالالتزام المرخص له بالشروط التقييدية عمله داخل حدود المنطقة الجغرافية المحددة له أو في الحدود المتفق عليها في عقد الترخيص دون غيرها. فغالباً ما تتضمن عقود التراخيص هذا النوع من الالتزام بهدف الحد من منافسة المرخص له لغيره من المرخصين لهم، وإيجاد نوع من التكامل الاقتصادي بين المرخصين لهم ووضع حدود للمسؤولية عن الالتزامات المترتبة على كل من أعضاء الشبكة ومدى وفائه ونجاحه في ذلك.

لقد كان المشرع الجزائري صريحاً في نص المادتين 16 و 17 من الأمر رقم 03-06، حيث أقر بجزء البطلان على عدم توفر عنصر الإقليم في عقد الترخيص، فعلى المرخص له إذن أن يتعهد بإضافة كل كتابة أو إشارة تدل على أنه يستغل تلك العلامة المرخص بها على المنتجات أو الخدمات بموجب تقنية الترخيص والقيام بالجهود المعقولة كي يوزع المنتجات في المنطقة المقيد بها.²

¹-أنظر المادة 27 الفقرة 03 قانون رقم 04-02، مرجع سابق

²-صلاح زين الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص.154.

كما يكون من حقه أن يبيع هذه المنتجات بحسب الشروط والأسعار التي يحددها هو ويراها مناسبة لأن إجباره على البيع بسعر محدد يعد من قبيل التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، والتي اعتبرها المشرع الجزائري من قبيل الممارسات المنافية للمنافسة طبقا لنص المادة 11 من قانون المنافسة. ففي مقابل ذلك وجب على المرخص له أن يتعهد بأن لا يقوم بأي شيء من شأنه أن يضر بحق ملكية المرخص للعلامة التجارية أو ينتقص منه، خاصة وأن الفوائد التي يحصل عليها العلامة التجارية نتيجة هذا الاستغلال تعد زيادة في سمعتها التجارية التي تعود لمالكها وبأنه لن يدع لنفسه أيا من هاته الفوائد.

2- شرط الشراء الإجباري : قد يحدث ويفرض المرخص على المرخص له بمقتضى هذا الشرط إلزامية الشراء من مصدر معين أو من إحدى الشركات التابعة للمرخص ، هذا الشرط يدخل ضمن ما يعرف بالتبعية الاقتصادية التي يفرضها المرخص على المرخص له من خلال القيام بشراء مواد أولية منه بصورة مباشرة أو غير مباشرة بحجة أنه يريد المحافظة له جودة المنتج، إلا أن المبرر الحقيقي لهذه الحجية هو زيادة وتكثير أرباح المرخص. فقد يفرض مبالغ باهظة على أسعار المواد الأولية والاحتياطية لمشروع أو يقوم ببيع المواد الأولية للمرخص له بسعر متفق عليه مع بيع معها مادة أخرى حتى يتجنب كسادها أي ما يعرف بالبيع المتلازم.

3 شرط رقابة الجودة: القاعدة العامة هو عدم تضمين عقد الترخيص لأي شرط من شروط التقييدية التي تحد من إرادة المرخص له أو الاستعانة بقيود غير ضرورية للحفاظ على الحقوق المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية إلا في حالات استثنائية، حيث يكفل لمالك العلامة مراقبة جودة المنتجات والسلع والخدمات الموضوعة تحت أسلوب الترخيص على

شرط أن لا يتعارض هذا وحرية المرخص له في الإدارة والتشغيل ولا يجد من سلطاته وصلاحياته . فالالتزام بالجودة إذن شرط قانوني يجد مصدره ضمن النصوص الصريحة للقانون أو العرف.¹

الجدير بالملاحظة أن عقد الترخيص دائما ما ينص على شروط رقابة الجودة، فقد يحدث وينص مثلا كأن تكون جودة منتجات العلامة المصنعة من قبل المرخص له من نفس جودة المنتجات التي ينتجها المرخص نفسه ويوزعها تحت ذات العلامة ومن ثمة وجب على المرخص له أن يولي اهتماما بنوعية وتصميم المواد جيدا وبطرق وكيفيات خاضعة للأحكام القانونية وللتنظيمات المقررة لها، كما يلتزم بالتعهد بتصنيع المنتجات التي لا تضر بصحة المستهلكين أو لا تسيء لشهرة وسمعة العلامة التجارية التي منح الترخيص بها، فتقدم كل المعلومات والنماذج من المواد المستعملة في التصنيع وكل ما تطلبه رقابة المرخص على التصنيع ليصل لقناعة بجودة المنتجات وبأنها مصنعة وفقا لتعليماته المعطاة للمرخص له.

ويتم تضمين مثل هذه التعليمات إما ضمن بنود عقد الترخيص أو في أحد ملاحقه، بحيث تكون رقابة جودة المنتجات والسلع بصورة دورية ومتكررة، وأن تلتزم الشركة المنتجة بالمعايير الدولية والوطنية لجودة مختلف المنتجات، ولا ينبغي أن تسمح بانخفاض جودتها في المنتج تحت أية ظرف من الظروف لتتمكن من المحافظة على سمعة وشهرة العلامة التجارية.²

¹ - صلاح زين الدين، عقود نقل التكنولوجيا ، مرجع سابق، ص.154.

² -عدنان غسان برانوب، مرجع سابق، ص.505.

4- شرط التحكيم: غالبا ما يلجأ أطراف العلاقة القانونية في حال وجو نزاع بينهما إلى التحكيم وذلك بغرض المحافظة على السرية، وهذا ما يجري عليه العمل من الناحية الواقعية في إطار عقود التراخيص، إذ أن هذه العقود تعد حسب رأي جانب من الفقه نوعا من أنواع عقود نقل التقنيات.¹

رابعا: الالتزام بتحمل العبء الضريبي

تتحمل المؤسسة المرخص لها جميع المصاريف والرسوم المترتبة عن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وهذا تطبيقا لاستقلالية علاقة المرخص له فلا يخضع لإرادة المرخص، إذ ينفرد المرخص له بتحمل العبء الضريبي، وبذلك يجنب المرخص بالإدلاء بمعلومات خاصة بمشروعه والمشاركة في الخسائر، فالإدلاء بالمعلومات الخاصة ينطوي على قدر من المخاطرة.²

ولقد سبقت الإشارة بأن المرخص له كطرف في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية قد يتخذ احدي الصورتين: إما تاجرا فردا واما شركة من الشركات التجارية المنصوص في ق. ت. ج، فبالنسبة لشخص الطبيعي الذي لديه امتياز ترخيص استغلال العلامة تخضع مداخله الخاصة بالأرباح الصناعية والتجارية إلى الضريبة على الدخل الإجمالي هذا من ناحية.

ومن ناحية أخرى يخضع صاحب العلامة أو ورثته جبائيا لصنف الأرباح غير التجارية، والدليل على ذلك المادة 22 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، أما الأشخاص المعنوية فتعد امتيازات ترخيص استغلال العلامة الصادرة عن المؤسسات الصناعية والتجارية خاضعة جبائيا للقواعد المطبقة على الأرباح الصناعية والتجارية .

¹ - وفاء جلال، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000، ص95.

² - خلاصي رضا النظام الجبائي الجزائري الحديث: جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، الجزء الأول، دار هومة، ص.35-36.

كل هذا أكدته المواد 135 و 136 و 148 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، علما بأن نوع الضريبة يختلف بحسب اختلاف شكل الشركة المرخص لها باستغلال العلامة بحيث تطبق على شركات الأموال الضريبة على أرباح الشركات وبشكل إجباري أي أن الضريبة تكون إجبارية، إذا تعلق الأمر بشركات الأسهم وشركات المسؤولية المحدودة وشركات التوصية بالأسهم والهيئات العمومية ذات الطابع التجاري والصناعي والشركات المدنية المنشأة في شكل شركات أسهم.

المماثلة وبشكل اختياري عندما يتعلق الأمر بشركات التضامن وشركات التوصية البسيطة، على أن يخضع المرخص له للمعدل المخفض والمقدر في نص المادة 150 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم ب 24 ، طالما يخضع للحاصلات المدفوعة بموجب منح امتياز استغلال العلامة التجارية أو علامات الصنع، هذا لا يكون إلا في حالة وحيدة وهي الحالة التي يكون فيها الشخص مقيما بالخارج، فيعد استثناء من القاعدة العامة المقدرة ب 30%¹.

إن المشرع الجزائري وبهدف تشجيع الاستثمار في مجال عناصر الملكية الصناعية عامة والعلامات التجارية خاصة، أخضع جل المشاريع التي تقوم بعملية استغلال علامة تجارية من خلال أسلوب ترخيص العلامة إلى المعدل المخفض ، بشرط واحد وهو أن يكون صاحب التسجيل أو المرخص غير مقيم في الجزائر، أي أن هذا يقودنا لمعرفة أن كافة عقود تراخيص استغلال العلامات التجارية التي تتم في إطار الإقليم الوطني لا تخضع لهذا الاستثناء السالف الذكر ، وإنما يخضع للمعدل العادي المقدر بنسبة (30%) من الحواصل المدفوعة لأصحاب العلامات.

والجدير بالملاحظة أن الالتزامات الملقاة على عاتق طرفي عقد ترخيص استغلال العلامة تؤدي إلى خلق مراكز قانونية غير متوازنة التزامات، وظهور فكرة الإذعان أساس نفي وجود علاقة الاستقلالية الفعلية بينهما، وتكريس مبدأ سيطرة مشروع المرخص وهيمنته على مشروع المرخص له باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

¹ - أنظر المادة 136 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، مرجع سابق.

إذ يمكن للتبعية والهيمنة الوصول لحد الإخلال بمبدأ حرية المنافسة المكرس في قانون المنافسة الجزائري ومبادئ حرية التجارة والسوق، يتضح لي هذا أكثر من خلال الشروط التقييدية التي تفرض على المرخص له في عقد الترخيص كشرط الحصرية الإقليمية، شرط الشراء الجبري .

لذا نأمل من المشرع الجزائري التدخل في العلاقة التعاقدية وبدل جهد أكثر في تحقيق التوازن بين طرفي عقد الترخيص، بفرض نصوص قانونية تجسد الحماية الفعلية للمرخص له كطرف ضعيف في العلاقة سواء ضمن القواعد العامة أو بموجب أحكام خاصة. لكن عقود التراخيص رغم خضوعها للقانون المنظم للعقد العامة إلا أنها يبقى في حاجة ماسة للقواعد الخاصة التي ترسم إطارها القانوني خاصة إذا تعلق الأمر بالمستوى الدولي.¹

المطلب الثاني: الالتزامات التبعية المتعلقة بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

كخصوصية في عقد الترخيص أنه ينشئ بالإضافة للالتزامات الفردية التزامات أخرى تكون مشتركة بين طرفيه خصوصا إذا تعلق الأمر بعقد الترخيص الدولي، إذ يلتزم بتنفيذها كل منهما وبصفة مشتركة وطبقا لبند العقد.

لكن هناك نقطة جد مهمة مرتبطة بآثار هذا العقد والتي لا يمكن قصرها على أطرافه فحسب، بل

تحت وتمتد إلى الغير الذي يتعامل مع المشروع الذي تحمل منتجاته وسلعه العلامة التجارية موضوع الترخيص، كالمستهلك الذي يشتري سلعة حاملة لعلامة تجارية مرخص باستغلالها ظنا منه بأنه يتعامل مع العلامة التجارية أصلية من دون علمه أن السلعة التي بين يديه منتجة تحت أسلوب الترخيص، على أساس أن شرائه لمثل هذه السلع يرجع إلى الثقة التي اكتسبتها العلامة التجارية بين جمهور المستهلكين لذلك يستدعي البحث عن هذه الالتزامات الثانوية والتي

¹ -- أنظر المادة 136 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، مرجع سابق.

تكون المشتركة بين طرفي هذا العقد كالتالي: الالتزام بتبادل التحسينات الفرع الأول)، الالتزام بمواصلة الإنتاج والتقيد بشروط القصر الفرع الثاني)، وأخيرا الالتزام بالضمان في مواجهة المستهلك (الفرع الثالث).

الفرع الأول: الالتزام بتبادل التحسينات

يلتزم طرفي عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بأن ينقل كل منهما للآخر ما يتوصل إليه من تحسينات والتي من شأنها أن تحقق زيادة في التعاون والارتقاء بما يعود عليهما بالفائدة، فقد يطرأ على العلامات التجارية تحديث وتحسينات واكتشافات جديدة تشكل فائدة لمصلحة كلا من أطرافه خاصة إذا تعلق الأمر بعلامات مشهورة ككوكا كولا بالتالي وجب تبادلها بينهما . فلا بد عليها معرفة الحلول لكافة المسائل والصعوبات والإشكالات التي يمكن أن تعترض تنفيذ عقد ترخيص استغلال العلامة نتيجة لتخلف أحد طرفيه في الوفاء بالتزامه بتزويد الآخر بما توصل إليه من التحسينات.¹

مع التنويه إلى عدم الخلط بين المعرفة الفنية وتبادل التحسينات على الرغم من تشابههما إلا أنهما يختلفان فكل واحد لها معنى خاص بها ووظيفة يقوم بها في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، فصاحب العلامة التجارية ملزم بتزويد المرخص له بكافة التحسينات التي يحدثها على علامته باعتبارها من الالتزامات الواجب تنفيذها أي جل التعديلات التي يمكن أن تطرأ على عقد الترخيص والعلامة التجارية محله.²

إن إلزامية هذا الالتزام يجد سنده في الغاية الأساسية من التعاقد التي تستهدف اللحاق بالتقدم ومواكبة التطورات التكنولوجية في إطار ما يسمى بتكريس مبدأ التعاون في المجال العقدي، على أن تكون مدة الالتزام بذلك معقولة .

¹ -حامق ذهبية،الالتزام بالاعلام في العقود،مجلة المحكمة العليا،العدد02، قسم الوثائق والدراسات القانونية والقضائية،المحكمة العليا،الجزائر،2011،ص82.

² -حسن علي كاظم، المرجع السابق، ص. 121

ولقد أثبتت الممارسة العملية أن المرخص أحياناً يلجأ إلى اشتراط حصوله أما الاتجاه الثاني يقر بأن عدم النص على الالتزام بالإعلام بالتحسينات يجعله خارج نطاق العقد، وبالتالي فإنه يجب أن يكون الالتزام بتبادل التحسينات أو التعديلات المضافة محلاً لعقد آخر مستقل عن عقد الترخيص . بيداً أن الرأي الأخير لا يستقيم بحسب تقديري وطبيعة الالتزام بتبادل التحسينات، وأميل بقدر الإمكان إلى اعتماد الاتجاه الثاني، الذي يرى أن عدم النص على الالتزام بالإعلام في العقد يعد أمراً خارجاً عن نطاقه ولا يلتزم به تبعاً لذلك.

الفرع الثاني: الالتزام بمواصلة الإنتاج والتقييد بشروط القصر

عندما يكون المقابل في عقد ترخيص العلامة على شكل إتاوة، يسعى صاحب العلامة التجارية إلى تحديد الحد الأدنى أو الأعلى للإنتاج لضمان مصلحته التي تكمن في استمرار عملية الإنتاج بالكمية المتفق عليها، فتتحقق له ذات المصلحة عندما يشترط المحافظة على مستوى معين من الإنتاج وخصوصاً عندما تكون العلامة التجارية ذات شهرة معتبرة.

كما تتحقق مصلحة المرخص حينما يشترط قصر استخدام العلامة التجارية باعتبارها منقول معنوي في ميادين معينة دون غيرها أو توزيع المنتجات والخدمات الحاملة لتلك العلامة التجارية المرخصة بها في منطقة جغرافية معينة، علماً بأن أن البعض التشريعات تعتبر مثل هذه الشروط قيوداً محظورة ومقيدة لمبدأ المنافسة الحرة كالتشريع الأردني مثلاً، لكن بعضها الآخر يعتبرها مشروعة. ولغرض تسليط الضوء عليها سنتناول كل واحد على حدى : الالتزام بمواصلة الإنتاج (أولاً) ، التقييد بشروط القصر (ثانياً).

أولاً: الالتزام بمواصلة الإنتاج:

إن الاستمرار في استغلال العلامة التجارية يعد هدفا يسعى من ورائه المتعاقدين إلى تحقيق غاية كل منهما، وهذه الغاية في العقود التجارية هي تحقيق الربح المادي ، ولما كان المرخص ذا مصلحة في ضرورة مواصلة المرخص له في الإنتاج، فإنه يشترط ذلك بموجب بند في العقد، مما يشكل عبئا على المرخص له في حالة ظهور علامة تجارية أحدث من التي بحوزته وانصراف الجمهور عما ينتجه إلى غيره.¹

وقانون المنافسة الجزائري حظر مثل هذه الممارسات ودليل ذلك المواد 06 و 07 و 13 منه، إلا في حالات استثنائية وبغرض تحقيق النمو والتطور الاقتصادي والرقى بمجال المنافسة، أجاز البعض منها وفقا لشروط خاصة رغم خطورتها. والالتزام بضمان جودة الإنتاج يكون وفق المعايير والضوابط المتفق عليها في بنود العقد، حتى لا تتعارض والتشريعات الوطنية وخاصة إذا كانت لا تستهدف تقسيم الأسواق بما يؤدي إلى الاحتكار أو إلى استمرار تبعية المرخص له لصاحب العلامة.²

ثانيا: التقييد بشروط القصر

إن التقييد بالشروط القصرية في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية لا يخرج عن كونه أداء ثانوي مشترك بين طرفي العقد، إذ ينبغي الاتفاق على مضمونه والالتزام به من حيث التنفيذ، خاصة وأن الإخلال به يرتب المسؤولية العقدية.

¹ - حسن علي كاظم، مرجع سابق، ص. 121

² - علاء عزيز حميد الجبوري، مرجع سابق، ص. 204.

ومن الناحية الواقعية يعد هذا الالتزام التزاما سلبيا على أساس أن اقتصر رخصة الاستغلال ضمن حدود إقليم معين أو تسويق الإنتاج على إقليم معين أي عدم التعامل خارج منطقة جغرافية معينة مثل هذا التصور يقيد الملتزم به تقيدا مكانيا، ضف إلى ذلك أنه بمقتضى شرط القصر يتم تحديد مجال الانتفاع باستغلال العلامة التجارية وأن التعامل لا يكون إلا مع شخص معين يحدده العقد بالذات.

التقيد بشرط القصر لا يحرم المرخص والمرخص له من حقوق التصرف في العلامة التجارية ما لم يوجد نص يخالف ذلك أو اتفاق في العقد، والغرض من هذا الأداء هو حماية المنافسة غير المشروعة في المنطقة المحددة أو بالنظر إلى إنتاج معين بيذا أن أهمية هذا الأداء يقرر عادة لمصلحة المرخص باعتباره مالك العلامة التجارية لذا يضيفي على العقد صفة الإذعان.

حدود على هذا الأساس نجد معظم التشريعات تمنعه وتعتقد بأنه ممارسة تجارية غير مشروعة ومنافية للمنافسة الحرة، لذا يبقى على الدول النامية خصوصا تجنب النص على مثل هذا الشرط في عقود التراخيص.¹

الفرع الثالث: الالتزام بالضمان في مواجهة المستهلك

يثير عقد الترخيص مشكلة جد حقيقية بالنسبة للمستهلك ممثلة في صورة المنتج أو البضاعة أو الخدمة الحاملة للعلامة التجارية محل عقد الترخيص، خاصة إذا كانت هاته الأخيرة حائزة على ثقة المستهلك قبل أن يقع عليها أسلوب الترخيص ، حيث يستمر في شرائها إلى غاية اكتشافه بأن هذه السلع بعد عملية الترخيص تكون أقل جودة من قبل الترخيص ، ومثل هذه المسائل يؤيدها الواقع العملي بكثير ويثبتها كعلامة "كوكاكولا" ، إذ يشعر المستهلك

¹ - علاء عزيز حميد الجبوري، مرجع سابق، ص.204

بأن طعم ومذاق هذا المشروب ليس على نفس الدرجة والجودة في جميع البلدان، على اعتبار ذلك يشكل صورة من صور خداع المستهلك باستغلال ثقته بالعلامة محل الترخيص.¹

وهذا ما يلمسه أيضا المستهلك ليس فقط في المنتجات الاستهلاكية العادية بل يمتد إلى الأدوية ومنتجات الزينة والتجميل، فالمستهلك مثلا عندما يشتري عبوتين من كريمة للتجميل حاملة لنفس العلامة التجارية، بحيث تكون الأولى مصنوعة في البلد الأصلي والثاني مصنوعة تحت أسلوب الترخيص، يجد العديد من الفروق سواء في لون العبوة وجودتها ونوعية الكريمة ولونه وطريقة الكتابة، هذا ما سيؤدي إلى قيام مسؤولية أطراف العقد على اعتبار أن الفرق في الجودة يشكل صورة من ضمن صور خداع المستهلك، والسبب هنا راجع إلى عدم وجود معايير يضعها مالك العلامة لمراقبة جودة السلع الحاملة لعلامته، فإثبات مثل هذه الأمور من قبل المستهلك العادي صعب من الناحية الواقعية.

وفي مقابل ذلك يعفى المرخص من أي مسؤولية اتجاه أي شخص آخر يمكن أن تنجم عن مخالفة المرخص له لبنود عقد الترخيص، أو نتيجة لعدم التزامه بشروط جودة المنتجات سواء نجم ذلك عن تصنيع المنتجات أو توزيعها من قبل المرخص له أو موزعيه أو ووكلائه. مع ملاحظة أن تفضيل المرخص له التعاقد مع صاحب العلامة التجارية يرجع إلى معرفته المسبقة بشهرة وكفاءة علامته التجارية الواقعة تحت تقنية الترخيص، فالمستهلك دائما يسعى إلى التعامل مع علامة تجارية تحظى بالثقة ناجحة وكونت اعتقادا راسخا في كفاءتها.²

فإذا كان عقد الترخيص ينتج العديد من الالتزامات تتكفل أطرافه بتنفيذها فإن مثل هذه الالتزامات لا تنحصر عليهما فقط بل تمتد إلى الغير، عندما يصبح هذا العقد مشكلة حقيقية بالنسبة للمستهلك بالنظر إليه من منظورين مختلفين هما:

¹ -منادي مليكة، « حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد في القانون الجزائري»، أعمال الملتقى الوطني حول: حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية المركز الجامعي مولاي الطاهر ، سعيدة، يومي 22 و 23 أبريل 2008، ص03

² -محمد شفيق، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مطبعة جامعة القاهرة، 1984، ص97.

- صورة خداع المستهلك الذي يظن أنه يتعامل مع المالك الأصلي للعلامة التجارية عند اقتنائه للسلع في حين هي علامة مرخص بها.

- وصورة مسؤولية ضمان وصيانة هذا المنتج، وبعيدا عن الخلاف الفقهي فإن البحث يثور عن الأساس الاتفاقي (أولا) والقانوني (ثانيا) لمسألة التضامن المرخص والمرخص له في مواجهة المستهلك.

أولا: الأساس التعاقدي للالتزام بالضمان

نتيجة للتطورات التي عرفتها بيئة الأعمال مما أدى إلى ضرورة منح الحماية للمستهلك والتي لا تكتمل إلا عن طريق سياسة ضمان متكاملة ومستمرة وفعالة، إذ يضمن البائع للمستهلك حتى فترة الخدمة ما بعد البيع، لكن قد يحدث ويتم النص في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية على تحديد المسؤول عن الضمان ، بأن تكون المسؤولية تضامنية مشتركة بين المرخص والمرخص له وسواء ضمن اتفاق صريح أو ضمني ، وفي هذا الإطار ظهر اتجاهين هما:

1- الإلتزام الأول أكد على عدم مسؤولية المرخص في التزامه بالضمان والسبب راجع لكونه أجنبي عن البيع المبرم بين المرخص له والمستهلك، ولأنه غالبا ما تتضمن عقود البيع المبرمة بينهما الجهة التي يمكن أن تقدم الصيانة لها وتضمن للمستهلك ، هذا البيان يعد بمثابة شرط تعاقدى سواء بين المستهلك والمرخص له بائع السلعة أو مجموع المرخص لهم حتى ولو كانوا خارج إقليم المرخص له.¹

ففي حال عدم تضمين عقد الترخيص مثل هذا الشرط، فإن أثر العقد يصبح نسبي إذ يرجع المستهلك في مسألة الضمان على المرخص له فقط. لكن مشروع المرخص له معرض للزوال بأي سبب من الأسباب التي تؤدي في النهاية إلى انقضاء وجوده القانوني كالإفلاس، مثلاً ، وبصرف النظر عن هذه الأسباب فإن الأمر يبرز حين يكون هذا

¹ - محمد شفيق، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مطبعة جامعة القاهرة، 1984، ص97.

الانقضاء قبل انتهاء مدة الضمان المنصوص عليها في عقد البيع، هنا لا ينتقل الضمان بحسب الأصل للمرخص بسبب احترام مبدأ نسبية العقد.

لكن وحتى تبقى فكرة ضمان العيوب الخفية قائمة في عقد الترخيص لا بد من توافر شروط جاءت ضمن القواعد العامة، كأن يكون العيب خفياً ومؤثراً وأن لا يكون المستهلك عالماً به، فلا يكون العيب الخفي مؤثراً إلا إذا كان غير صالح لإشباع الحاجة التي ينتظرها المستهلك، وفي الحالة الأخيرة يمكن للبائع دفع مسؤوليته عن طريق إثباته لسوء استعمال المستهلك لسلعة أو منتجات استعمالها في غرض غير مخصص لها.¹

1- أما الاتجاه الثاني فيرى باتساع التزام المرخص له بالضمان على أساس أنه في حالة قيام المرخص بتقديم البضاعة للمرخص له أو زوده بالجهة التي سوف تقدم له هذه البضاعة، فإن مسؤوليته هنا لا تقوم إلا إذا ثبت أنه ارتكب خطأ في تصنيع السلعة أو في مجال تصميمها مثلاً، أما إذا كان المرخص له هو مصنع السلعة أو مصممها فمسؤوليته تظل قائمة أثناء وجودها لديه. لكن يمكن إثارة وفي حال إخلال المرخص له بمستوى الجودة فهذا يعبر عن إخلال المرخص بدوره الرقابي فيهدد علامته التجارية بالسقوط، وهنا يجد المرخص نفسه بين خياران إما تحمل عبء الضمان أو سقوط حقه في استغلال علامته في إقليم المرخص له فحسب اعتقادي سوف يختار المرخص الحل الأول.

وما ألاحظه أن المستهلك لا يستطيع الرجوع على المرخص مباشرة، طالما يملك المرخص له وجوداً قانونياً، فالعودة على المرخص له يكون أولى من جواز اختصام المرخص أو الرجوع عليه مباشرة إذا انقضت الشخصية القانونية للمرخص له، فهنا تقوم مسؤولية تبعية المرخص وإن كانت على سبيل التضامن باعتباره صاحب العلامة التي تم الإخلال بمنتجاتها.²

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، الاطار القانوني لحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية في العلامات التجارية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، يومي 7 و 8 سبتمبر 2004، ص13.

² - حسام الدين عبد الغني الصغير، الاطار القانوني لحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية في العلامات التجارية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، يومي 7 و 8 سبتمبر 2004، ص13.

ثانيا: الأساس القانوني للالتزام بالضمان

الضمان هو التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتج يقوم باستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته.

لقد أقر المشرع إلزامية أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك، من حيث طبيعته ومصدره وصنفه ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله، كما يجب أن يستجيب للنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه وكيفية استعمالها، وغيرها، أي أن المرخص له يقع عليه واجب الرقابة سواء بنفسه أو بواسطة المرخص الذي طالما كان مت دخلا في عرض المنتج للاستهلاك، والمتدخل قد يكون بائعا أو وسيطا أو موزع.¹ كما أفصحت المادة 12 من نفس القانون على : « يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.

تناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم وتنوع المنتوجات التي يضعها للاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال...»، وأضافت المادة 13: « يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون.

والمشرع الجزائري في تعريفه للمتدخل قصد منه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك أي مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع... إلخ 2، فقد يقوم المرخص بإنتاج سلعة

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، الاطار القانوني لحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية في العلامات التجارية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، يومي 7 و 8 سبتمبر 2004، ص13.

يقدمها للمرخص له لكي يقوم ببيعها مع الترخيص له باستغلال علامته التجارية. ففي حال وجود عيب في السلعة يعود المتضرر على المرخص له بشرط أن تكون هذه السلعة منتجة تحت ترخيص، أما إذا لم يقدر المرخص له على التعويض للطرف المتضرر يتم الرجوع إلى المرخص¹.

لا بد معرفة مسألة مهمة تتعلق بمدى وجود استقلال في العلاقة بين المرخص والمرخص له في عقد الترخيص، فإذا كانت القاعدة العامة في أي مشروع تجاري أنه يكتسب الشخصية القانونية التي تكفل له وضعاً مستقلاً عن كافة المشروعات المماثلة له، حتى وإن كانت الشركات الأجنبية تزوده بالمواد الأساسية لممارسة نشاطها، لكن الإستثناء يكون في عقود تراخيص الملكية الصناعية بما فيها عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، ذلك أن هذا العقد يسمح للشركات القابضة من أن تبرم هذا العقد بغرض استغلال علامتها².

وأهم ما يميز الشركات القابضة أنها تكون بيدها صفة الرقابة على الشركات التابعة، هذا ينفي وجود استقلالية الشركة المرخص لها باستغلال العلامة التجارية المملوكة للشركة القابضة. تأسيساً على هذا فلا يكفي للقول ذكر استقلالية أطراف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في العقد فقط، إنما لابد أفصحت المادة 14 على : « كل ضمان أحر مقدم من المتدخل بمقابل أو مجاناً، لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13.

أن ينظر إلى الواقع الفعلي للعلاقة بينهما لتقرير مدى توافر الاستقلال من عدمه، في الحالة التي لا يكون فيها الاستقلال ظاهراً أو محددًا تقوم مسؤولية المرخص لأن المرخص له يعد بمثابة مفوض ظاهر له. وعليه فاستقلالية المشروع لا تحول دون أن تجعل من مسؤولية طرفي عقد ترخيص في الضمان مسؤولية تضامنية، بصرف النظر عن مصدر إن كان أساسها تعاقدية أو قانونية من خلال النصوص القانونية كالمواد من 11 إلى 14 والمادة 03 الفقرة 7

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 20.

² - حسام الدين خليل فرج محمد، المرجع السابق، ص 81.

من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وبالنسبة لنفي علاقة استقلالية مشروع المرخص له فحاء نص المادة 731 الفقرة 03 ق. ت. ج صريح على ذلك فالطابع الخصوصي لهذا العقد ووجود الفجوة الاقتصادية في الإلتزامات بين أطرافه كان له انعكاس على بعض آثاره في مواجهة الغير، إذ تم توسيع مسؤولية المرخص له في مواجهة المستهلك مقابل تقليص مسؤولية المرخص، وهذا ما يجسد الأهداف الخفية للمرخص في إبرام عقد الترخيص، خاصة إذا تعلق الأمر بمسألة تجنب مخاطر الإستثمار .. وبهذا تقوم المسؤولية الشخصية في الضمان لمواجهة المستهلك، ويصعب إثباتها في خصم تشابك الإلتزامات بين الطرفين، فالقاعدة العامة أن التضامن لا يفترض دائما إنما يتولد استنادا إلى نص في القانون أو اتفاق بين الأطراف سواء أكان اتفاق أو ضمني. إذ تبقى مسؤولية الضمان في عقد الترخيص مسؤولية مشتركة وتضامنية بين المرخص له والمرخص على حد سواء، هذا أكدته لنا القضاة العاملون على مستوى المحكمة العليا صريح بالتالي يبقى المرخص له خاضع لسلطة وسيطرة وهيمنة وتبعية المرخص التي تظهر لنا جليا من خلال فرض العديد من الشروط والإلتزامات تحد من حرية المرخص له، وتفرض عليه التبعية الاقتصادية طالما أن المرخص يظل المالك لعنصر العلامة التجارية التي تعد هي الأخرى وسيلة لنجاح وركيزة أساسية لاستمرار المرخص له في النشاط الذي يشمل الترخيص.¹

¹-قرمات أحمد الأمين، مرجع سابق، ص.90

المبحث الثاني: انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

باعتبار عقد الترخيص من العقود المستمرة والمحددة المدة فإن المبدأ العام الذي يحكم سريانه هو

أن الرابطة التعاقدية بين المرخص والمرخص له، تبقى مستمرة إلى حين حلول الأجل الذي تم تحديده، فينتهي العقد دون سابق تنبيه، فالصفة الأصلية له أنه ينقضي فعلا بانقضاء المدة ولا يستطيع خلالها الطرفين كقاعدة عامة أن يستقيل بنقضه أو تعديله ما لم يجز له القانون أو الاتفاق بذلك.

لقد أقر الأمر رقم 03-06 بخضوع عقد الترخيص للنظرية العقد التي تحكم سائر العقود، فزوال الالتزامات التي ينشئها يؤدي لزواله، إلا أنه يتميز بطبيعة خاصة به على اعتبار أن بعض إلتزاماته تبقى سارية إلى ما بعد نهايته. وعلى هذا الأساس ارتأيت دراسة طرق انقضائه المطلب الأول)، والنتائج المترتبة على النهاية والتي جعلته استثناء من حيث الخضوع للقواعد العامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: طرق انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

بما أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين فإنه ينشئ التزامات متقابلة تقع على عاتق كلا طرفيه فيصبح كل منهما دائما ومدينا في نفس الوقت، كما ينشئ في نفس الوقت ارتباطا بين الالتزامات، إذ تبقى مستمرة إلى حين تنفيذها خلال مدة العقد.¹

فالمصير المألوف للعقد الصحيح هو الوفاء أي تنفيذ الالتزامات الناشئة عنه، ولا يؤدي هذا التنفيذ إلى زوال العقد بل يؤكد وجوده واستمرار بقاءه كسند للحقوق التي نشأت عن تنفيذ الالتزامات المترتبة عنه، إلا أن هناك حالات تؤدي إلى زوال الرابطة التعاقدية قبل أو بعدها.

¹ -نداء كاظم محمد، المرجع السابق، ص115.

وهنا يجب التمييز بين الأسباب الطبيعية التي تنهي العلاقة التعاقدية في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية أي النهاية الأصلية الفرع الأول، وتلك التي تنهيها بطريقة غير طبيعية والتي اصطلحنا عليها بالنهاية التبعية (الفرع الثاني).

الفرع الأول : انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بصفة أصلية

ما جرت عليه العادة أنه إذا ما أكمل المرخص عمله الذي تعهد به وفقا للشروط التعاقدية ونفذ المرخص له كذلك عمله المتفق عليها، فإن عقد الترخيص ينقضي أصوليا ، وهو الانتهاء المألوف في العقود التجارية عموما.

بيد أنه يمكن أن تنتهي مدة العقد دون أن يتم تنفيذ بعض أو كل الالتزامات المتبادلة، هذا ما يؤدي إلى الإخلال من قبل الطرف الممتنع أو المتأخر عن التنفيذ، ومع ذلك قد يتفق الطرفان على إبقاء العقد قائما بعد انتهاء مدته سواء كان الاتفاق صريحا أو ضمنيا. لذا فانقضاء العقد بصفة أصلية يكون إما بانتهاء مدة العقد (أولا) أو بالإرادة المنفردة (ثانيا) أو بانقضاء الاعتبار الشخصي (ثالثا).

بما أن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود المحددة المدة، فالقاعدة العامة أنه ينقضي بانقضاء مدته شأنه في ذلك شأن بقية العقود ، وبذلك تكون التزامات التي تنشأ بين أطرافه ليست بالتزامات أبدية بل تنتهي بانتهاء المدة المحددة له.¹

وبالعودة لنص المادة 17 من الأمر رقم 03-06- نحد المشرع الجزائري يقر بتحديد فترة الرخصة كعنصر من عناصر عقد الترخيص تحت طائلة البطلان، فتحديد فترة الترخيص أمر هاما جدا لكل من المرخص والمرخص له، والسبب راجع أن تحديد المدة ضرورية ولازمة لتنفيذ عقد الترخيص، ولأنه يتعلق بطبيعة قائمة السلع والخدمات التي تكون موسومة بالعلامة التجارية محل الترخيص ومتعلقة بمدة معينة لحياة المنتجات وبقاء الجمهور مرتبطا بها .

¹-مصطفى سلمان حبيب، المرجع السابق، ص124.

تنصت المادة 05 من الأمر رقم 03-06 على: « يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى

المصلحة المختصة. دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الإتفاقات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب. يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر (10) سنوات وفقاً للأحكام المحددة في النصوص القانونية المتخذة لتطبيق هذا الأمر يسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل»¹.

أستنتج من مضمون هذه المادة أن مالك العلامة التجارية يكتسب الحق في العلامة بعد تسجيلها لدى المصلحة المختصة، وتحدد مدة تسجيل العلامة التجارية بـ 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ الإيداع. كما يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بـ 10 سنوات تبعا للأحكام المحددة في النصوص، حيث يبدأ سريان التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ نهاية التسجيل.

يضاف إلى ذلك أن الحق الوارد على العلامة التجارية محل عقد الترخيص يتميز بالتأقيت، والسبب أن الحماية القانونية التي تكتسبها العلامة التجارية بموجب تسجيلها تسقط بمرور 10 سنوات تسري ابتداء من تاريخ تسجيل الطلب. ويرجع هذا التوقيت إما لمحدودية النطاق الزمني للحماية القانونية أو سقوط العلامة لأسباب واقعية أهمها عدم استعمال العلامة التجارية، وينقضي العقد ولو لم تكن المدة المتفق عليها لسقوط الحماية مما يؤدي إلى سقوط القيمة التبادلية لمحل العقد.

¹- نعمان وهيبة، المرجع السابق، ص58.

ومدة الترخيص لا يمكنها أن تزيد عن المدة المقررة لحماية العلامة وفق تسجيلها ، وبهذا تكون أن تتعدى المدة المفترضة في عقد الترخيص 10 سنوات إلا في حالة اتفاق الأطراف على مدة أقل من ذلك كما هو الحال في الواقع العملي.¹

كما يجب أن يقيد طلب تجديد عقد الترخيص في سجل العلامات مع دفع الرسوم المستحقة. وهنا يتضح أن المشرع الجزائري أفصح صراحة على فكرة تجديد عقد ترخيص تبعاً لشروط والشكليات التي يراعاها مناسبة سواء من حيث البيانات التي يشملها الطلب أو في الطلب ودفع الرسوم المستحقة وغيرها.²

وفكرة التجديد في عقد الترخيص لا تفترض، إنما يشترط أن تتجه إرادة كل من المرخص والمرخص له إلى الاتفاق المسبق عليه، وبالتالي فالالتزام بالتجديد غير قائم إلا باتفاق عليه. خاصة وأن انقضاء العقد من دون تجديده يوقع الأطراف في مشكلات فض النزاع، وتظهر بذلك أهمية التجديد في مدى استمرار وجود مشروع المرخص له باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

تتجلى أهمية التجديد أيضاً في أنه يحقق نوع من المصلحة المشتركة بين المرخص والمرخص له، ما يجب التنويه إليه أنه إذا كان التجديد مهما للمرخص له على استمرار وجود مشروعه فإن إرادته في ذلك ثانوية بالنظر إلى إرادة المرخص، إذ أن انحصار إرادة المرخص له في فرض التجديد على المرخص يبني على فقد الأول لتفاصيل المعرفة الفنية، تلك المعرفة التي يبقى المرخص على جزء منها سوياً يسيطر عليه بما المرخص له ويحول دون استغلاله المنفرد لها، يضاف إلى ذلك المساعدة الفنية المستمرة في العقد.³

¹ - نعمان وهيبة، المرجع السابق، ص58.

² - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.135.

³ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.135.

هذا وكان نقاد للمشروع الجزائري الذي لم يتطرق لا في الأمر رقم 03-06 ولا في المرسوم التنفيذي رقم 05-277 إلى مثل هذه الحالات أي أنه عندما نص على الأحكام المنظمة لمثل هذه العقود لم يذكر مثل هذه النقاط، وهذا ما يؤدي بطريقة غير مباشرة إلى عدم وجود قواعد قانونية تفرض حماية للطرف الضعيف.¹

أخيرا وفي حالة انتهاء مدة الترخيص وعدم اتفاق طرفي عقد الترخيص على تجديده، فإن مالك العلامة التجارية أو المرخص له يستطيع طلب شطب قيد رخص الاستغلال من سجل العلامات، فما يعاب على مشرعا الجزائري أنه لم يشير إلى هذه النقطة كذلك لا ضمن أحكام الأمر رقم 03-06 ولا في المرسوم التنفيذي رقم 05-277.

بمقتضى القوة الملزمة للعقد فلا يجوز لأطراف عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تعديله أو نقضه إلا باتفاق الطرفين على ذلك، ولا يجوز لأي من المتعاقدين التحلل من التزامات العقد بالإرادة المنفردة. غير أنه ولما كان العقد يقوم بتوافر إرادتين متطابقتين ومتوافقتين فإنه من المتصور إمكانية التحلل من العقد بالإرادة المنفردة، هذا في حال وجود اتفاق في شروط العقد يخول لأحد الأطراف القيام بذلك .

فيمكن للمرخص له إنهاء عقد الترخيص في أي وقت على شرط أن ينفذ التزامه المتعلق بدفع المقابل المالي، وعليه أن يقوم بإخطار المرخص خلال مدته معينة عن طريق رسالة مضمونه الوصول. وكذا يمكن للمرخص إنهاء عقد الترخيص ومن دون تعويض أو إخطار منه إلى المرخص له بسبب مثلا قيام المرخص له بخطأ جسيم كإدانته بعقوبة مدنية أو جزائية، والتي تلحق ضررا بالمرخص وبحق ترخيص استعمال العلامة التجارية وسمعتها، والتي يمكنها أن تؤثر على المسار

¹ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.136.

العادي لتجارته، كذا التصفية القضائية كإفلاسه أو أي إجراء إداري يأخذ ضده، وقوعه في عارض قاهر ولمدة طويلة يحول دون إمكانية سريان العقد.¹

ثالثا: الاعتبار الشخصي

تقوم عقود الأعمال عامة وعقد الترخيص خاصة على مفهوم الاعتبار الشخصي، إذ تكون شخصية كل من المتعاقدين محل اعتبار عند المتعاقد الآخر، وفقدان هذا الاعتبار يترتب سببا من أسباب انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، أي أن اهتزاز هذا الاعتبار بأي بطريقة تؤثر على العقد تجير للطرف الآخر إنهاؤه.

وما تجدر الإشارة أن الحق في إنهاء العقد بسبب اهتزاز الشخصي خارج الموت أو فقدان الأهلية أو الإفلاس مقيد بحسن استعماله، ذلك أنه ليس كل تغيير في الإدارة أو ضعف معين في الإمكانيات يبيح فسخ العقد، بل لا بد أن تكون هذه التغييرات أو الطوارئ من الخطورة والجدية بحيث تبرر الإنهاء لعدم إمكانية استمرار العقد بالطريقة الفعالة، والتي تضمن عدم اهتزاز عقد الترخيص وعدم إلحاق الضرر بالعلامة التجارية المرخص باستغلالها، والقول بغير ذلك يعرض اقتصاديات العقد للخطر من دون وجه حق.²

- الإفلاس إذا كان إفلاس أي مؤسسة تجارية من الأسباب العامة لانقضائها، حيث يعد ذلك دليلا على عدم قدرتها الوفاء بالتزامات المنوطة على عاتقها، فإن تأثير الإفلاس يكون له علاقة إنهاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

¹ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.137.

² - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.138.

أقوى وأشد ذلك أن إشهار الإفلاس يهدد الاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه عقد الترخيص، مما يمس بالعلامة التجارية المرخص باستغلالها والمعرفة الفنية والسمعة التجارية وغيرها.¹

لكن ليس معنى هذا أن الإنهاء وقع تلقائياً أو بقوة القانون وإنما يخضع غالباً لسلطة التقديرية للقاضي، إلا إذا وجد شرط فاسخ في العقد يقضي بأنه منفسخاً من تلقاء نفسه، فللحكم بشهر الإفلاس له أثر بالغ على استمرارية عقد الترخيص.

فمن ناحية لا يستطيع المرخص له طلب إنهاء العقد أثناء مرحلة الإفلاس نظراً لعدم زوال الشخصية القانونية للمرخص بعد، ومن ناحية أخرى يكون الانقضاء المحتوم للعقد عقب زوال هذه الشخصية بتصفيتها، أو حق المرخص له في طلب الإنهاء وإن لم تزل شخصية المرخص إذا كان في حكم شهر الإفلاس ما يهدد مصلحته الجديدة، وذلك في إطار السلطة التقديرية للمحكمة.

يؤدي شهر إفلاس المرخص إلى تهديد مصلحة المرخص له الجديدة في بقاء العقد، فبمجرد الحكم بشهر الإفلاس يجد المرخص له نفسه مع إدارة تفليسة المرخص وهو ما يهدد انسياب المساعدة الفنية.

الفرع الثاني: انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة تجارية بصفة تبعية

قد ينقضي عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية قبل حلول أجله وسواء باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون الواجب التطبيق على العقد.²

¹ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.139.

² - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.140.

وإذا كانت القاعدة العامة التي تحكم العقود المستمرة والمحددة المدة بالنسبة لانقضائها هي أن تظل هذه الرابطة قائمة إلى غاية نهاية الأجل المحدد لها، فإن هذه القاعدة ليست مطلقة فهناك حالات يكون فيها لأحد المتعاقدين أو كلاهما وضع حدا لهذه الرابطة التعاقدية.

وهذا الحق في إنهاء الرابطة التعاقدية إما أن يكون مستمدا لنص قانوني أو خاضع للاتفاق، فلا يؤثر هذا الحكم من كون عقد الترخيص من العقود المحددة المدة، فطبيعة العقد تبقى كما هي ولا يؤثر اشتراط أحد الطرفين للحق المذكور أو للطرف الآخر مع عدم استعماله.

أولاً: انتقال ملكية العلامة التجارية

بالعودة لنص المادة 14 من الأمر رقم 03-06 نجدها تقر ب « بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهناً¹. يعد انتقال الحق باطلاً إذا كان الغرض منه تظليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي يشملها العلامة وباستقراء مضمون هذه المادة يتضح أنه يحق لمالك العلامة التجارية في التنازل عن الحقوق

1- انتقال العلامة التجارية محل عقد الترخيص إلى المرخص له هذه الحالة لا تثير المشاكل لا فيما يتعلق بسريان عقد الترخيص من عدمه، ذلك أن المرخص له بموجب اتفاق مع المرخص يصبح مالكا جديدا للعلامة التجارية بعدما كان مخولا فقط بحق استغلالها بمفهوم آخر أنه يتمتع بحق الانتفاع من دون حق الرقابة، وبالتالي يمتلك المرخص له العلامة محل هذا العقد عقد بموجب بيع مستقل عن عقد الترخيص وهذا ما أفصحت عليه المادتين 14 و 15 من الأمر رقم

¹ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.141.

06-03 وبذلك ينقضي عقد الترخيص بهذا التنازل ما بقيت له من مدة، مع الإشارة بأن المرخص يقيم ضامنا للمرخص له أي المالك الجديد للعلامة التجارية من أي عيب من العيوب الخفية وأن يضمن له كذلك عدم التعرض له سواء من طرفه أو من طرف الغير وهذا طبقا للقواعد العامة.¹

إن انتقال العلامة التجارية محل عقد الترخيص إلى الغير يؤدي إلى انقضاء الشخصية القانونية للمشروع المرخص، وي طرح انقضاء الشخصية القانونية للمرخص حقا للمرخص له في طلب الفسخ متمسكا بمسألة الاعتبار الشخصي لمالك العلامة التجارية، فيقتضي التمسك بذلك الاعتبار زوال شخصية المرخص وهو لا يتحقق بيع مشروعه، إلا إذا اتفق على العكس.²

ثانيا: الفسخ

إن المبدأ الذي يسود العقود الملزمة للجانبين هو عدم إمكانية فسخها أو تعديلها بالإرادة المنفردة أي إرادة أحد طرفي العقد لأن ذلك ينطوي على المساس بمبدأ القوة الملزمة للعقد. إذ يقصد بالفسخ انحلال الرابطة التعاقدية بأثر رجعي كجزاء لعدم قيام المدين بتنفيذ التزامات التعاقدية المنوطة إليه فيطلب الطرف الآخر فسخ العقد. وباعتبار أن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو الآخر عقد ملزم للجانبين، فإنحلال أحد طرفي بالتزاماته يبيح للطرف الآخر فسخ العقد مع المطالبة بالتعويض عن الضرر، وهذا الفسخ قد يكون اتفاقيا بمعنى اتفاق المتعاقدين مقدما على استبعاد اللجوء إلى القضاء لتقرير فسخ العقد في حاله إخلال أي منهما بالتزاماته العقدية، ويتم ذلك بإدراج بند فاسخ بمقتضاه يعد العقد مفسوخا دون حاجة إلى حكم قضائي، وقد يكون الفسخ قضائيا يقع بحكم من القضاء أي

¹ - هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص.142.

² - ترخيص باستغلال العلامات التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية،

أنه في حالة إخلال أحد طرفي العقد بالتزاماته يستطيع الطرف الآخر أن يرفع الأمر إلى القضاء للحكم بالفسخ، وتبقى السلطة التقديرية للقاضي.¹

وللقضاء بالفسخ لا بد من توافر الشروط الأربعة التي هي أن يكون الدائن طالب الفسخ مستعدا لتنفيذ التزاماته، وأن يظل المدين متخلفا عن تنفيذ التزاماته مع أنه يمكن أن ينفذها، وأن يطالب الدائن بالفسخ، وأن يكون الدائن قادرا على إعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل العقد.²

وهكذا ينصرف أثر الفسخ في هذه العقود إلى مستقبلها تاركا ما حدث في ماضيها لأطراف العقد يطالب من تضرر منهم بالتعويض إذا رغب.³

ثالثا: الانفساخ

صحيح أن العقد عموما ينحل إما بالفسخ كما سبقت الإشارة إليه سابقا وإما بالانفساخ، لكن هناك فرق بين الفسخ والانفساخ لأن الفسخ يكون اتفاقيا أو بحكم من القضاء، أما الانفساخ فيكون بحكم القانون. ولقد نصت المادة 121 ق . م . ج على: « في العقود الملزمة للجانبين إذا انقضى بسبب استحالة تنفيذه انقضت معه الالتزامات المتقابلة له وينفسخ العقد بحكم القانون». وتضيف المادة 307 من نفس القانون: « ينقضي الالتزام إذا أثبت المدني أن الوفاء به أصبح مستحيلا بسبب أجنبي عن إرادته». وأيضا المادة 176 التي تنص على: « إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا بد له فيه، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدني في تنفيذ التزامه».

¹ - ترخيص باستغلال العلامات التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

² - ترخيص باستغلال العلامات التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

³ - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.356.

وتحليلاً لهذه النصوص القانونية يظهر أنه إذا استحال تنفيذ الالتزام العقدي بسبب أجنبي عن المدنى كالقوة القاهرة مثلاً أو بفعل الغير، فإن الالتزام هنا ينقضي وينقضي معه الالتزام المقابل ويسمى في هذه الحالة انفساخ العقد. ويقصد بالانفساخ إنهاء الرابطة التعاقدية نتيجة لاستحالة تنفيذ الالتزام فينقضي معه الالتزام المقابل وينفسخ العقد من تلقاء نفسه. يلزم لانفساخ العقد شروط وهي:

1- يجب أن تكون استحالة تنفيذ الالتزام ناشئة في تاريخ لاحق لقيام العقد، لأنه إذا كانت الاستحالة قائمة عند إبرامه فلا ينعقد العقد أصلاً، أي فلا مجال للحديث عن الانفساخ على أساس أن العقد يقع باطلا لاستحالة محله.¹

2- يجب أن تكون الاستحالة في تنفيذ الالتزام كاملة، أما إذا كانت جزئية فلا يقع الانفساخ، إذ يمكن لدائن الخيار في طلب الفسخ أو التنفيذ العيني لما بقي من محل الالتزام.

3- يجب أن تكون استحالة التنفيذ راجعة لسبب أجنبي عن المدنى فلا يد له فيه.

وكما يترتب على الانفساخ زوال العقد من تلقاء نفسه وبقوة القانون وله نفس الأثر الذي يترتب على فسخ العقد بحكم القضاء أو بناء على الاتفاق، إذ يعاد المتعاقدين إلى الحالة التي كان عليها قبل التعاقد، ويلاحظ هنا أنه لا مجال للتعويض لأن عدم وفاء المدين بالتزامه يرجع إلى سبب أجنبي لا بد له فيه.²

2- بطلان عقد الترخيص لعيب في الرضا: فبالرغم من تعدد العيوب التي يمكن أن تصيب رضا المرخص له في هذا العقد، فإن عيب الغلط هو السبب الأكثر انتشاراً في هذا النوع من العقود، إذ يفترض أساساً قيام أحد المتعاقدين بمناورات احتيالية أوقعت المتعاقد الآخر في الغلط فلو كان عالماً لما أبرم العقد، كذلك الحال بالنسبة للإكراه والتدليس

¹ - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.357.

² - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.358.

والاستغلال. وفي كل الأحوال وبما أن الأمر يتعلق بإبطال هذا العقد لعيب من عيوب الرضا، فإن البطلان هنا هو نسبي بحيث يعود لمن تعيب رضاه فقط أن يطلب إبطال العقد مع طلب التعويض إذا كانت هناك أضرار¹.

رابعاً: البطلان

هناك فرق بين إبطال العقد وفسخه، ففي حالة الفسخ يكون العقد قد أبرم بشكل صحيح لكن الصعوبات التي حصلت أثناء التنفيذ تحول دون إمكانية تنفيذه، أما الإبطال فيقع إذا حصل في محل العقد أو سائر أركانه عند الانعقاد خلل يجعله قابلاً للإبطال إما بصورة مطلقة أو نسبية.

ويمكن للعلاقة التعاقدية في عقد الترخيص أن تنتهي لعدم صحته ، أساساً، فقد يحدث أن يتفاوض الأطراف ويتم الاتفاق بينهما دون أن ينتج هذا الاتفاق أي أثر من الآثار القانونية بسبب البطلان الذي أصاب العقد إما لغياب أحد عناصره أساساً أو نتيجة لعيب أصاب رضا أحد أطرافه عند إبرامه، مما يؤدي إلى إعلان بطلان العقد وانقضاء العلاقة بين الطرفين بمفعول رجعي.

المطلب الثاني: النتائج المترتبة عن انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

إن الأصل في العقد هو أن التزاماته تنتهي بانتهاء المدة المحددة له قانون أو اتفاقاً إلا أن الأصل في عقود التراخيص عامة وعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية خاصة ليس كذلك، فبالرغم من زواله إلا أنه يبقى مترتباً لمجموعة من الآثار القانونية تبقى سارية المفعول حتى بعد نهاية المدة له، وهذه هي خصوصية فيه.²

¹- اتفاقية ترخيص استخدام العلامة التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أنظر الملحق رقم 03

²- اتفاقية ترخيص استخدام العلامة التجارية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أنظر الملحق رقم 03

لذلك سوف نحاول معرفة هذه النتائج المترتبة على انقضائه عن طريق التطرق إلى عدم استعمال المرخص له عوامل الاتصال بالعملاء بعد نهاية العقد الفرع الأول استمرارية المرخص له بالتزامه بالسرية الفرع الثاني)، عدم منافسة المرخص له للمرخص بعدم إنشاء نشاط مشابه بعد نهاية العقد (الفرع الثالث).

الفرع الأول : عدم استعمال عوامل الاتصال بالعملاء

يعد عنصر الاتصال بالعملاء الثمرة التي تعطى للمرخص له حقا موضوعيا عليها تتسع عن سلطة الاستغلال الواردة على مجمل العناصر الأخرى في محل عقد الترخيص، غير أن سلطته في الاحتفاظ بهذا الحق تتوقف على استمرار هذا العقد. فيجبر على التصرف فيه على أثر استعادة المرخص بمجمل عناصر الترخيص عند انقضاء العقد، ذلك ما يبرر من جديد تلاشي كل حق يكتسبه المرخص له بموجب العقد أو بسببه عند الإنتهاء ويجعل من مصلحة المانح غالبية في كل الأحوال. يظل المرخص له خاضعا للمرخص لا طوال المدة العقد فقط وإنما يتعدى ذلك إلى لحظة انتهاء العقد، وما يعقبها بحيث يخرج المرخص له لا من نظام الترخيص فحسب، وإنما من فرع النشاط وإن كان ذلك مؤقتا.¹

ويستوجب على المرخص له في هذا العقد وبعد نهايته أن يتوقف عن استعمال كافة ما وفره له العقد من عناصر معنوية كالعلامات التجارية والمساعدة الفنية والمعرفة الفنية وكذلك تسليم كافة الوثائق المادية المرتبطة . هذه العناصر باعتبارها ملك للمرخص ، فبموجب هذا العقد يسمح للمرخص له استعمال هذه العناصر خلال المدة المتفق عليها ، ويسقط هذا الحق بانتهاء هذه المدة وبالتالي يزول مشروع المنوط بعقد الترخيص الاستعمال.

ذلك أن انتهاء العقد لأحد الأسباب السالفة الذكر يترتب عنه امتناع المرخص له من مواصلة نشاطه تحت نفس النظام، حيث يلزم هذا الأخير بمجرد انتهاء العقد ينزع الشعار الذي يطبع محله التجاري، والكف عن استخدام مختلف

¹ - محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص.295.

الوثائق التي كان يستعملها في وقت سريان العقد واللوازم التجارية والآلات الخاصة بنظام الترخيص، ونزع الشارات الخاصة بالمرخص¹.

أما إذا لم يرد في عقد الترخيص أي إشارة إلى هذا الموضوع، فيمكن استعمال هذه التقنية من قبل الممنوح له وبدون إذن المانح ، حتى لا يحق هذا الأخير منعه من ممارستها طالما أن هذه المعلومات قد نشرت وتم إنشاؤها فلا يمكن منع أي شخص من استعمالها، لكن لا يجوز للمرخص له إيصال هذه المعلومات إلى شخص ثالث خارج في التعاقد.²

الفرع الثاني: استمرارية المرخص له في التزامه بالمحافظة على السرية

يلتزم المرخص له بالمحافظة على سرية المعرفة الفنية والأسرار التجارية التي يستأثر بها من أسلوب الترخيص، والتي بإمكانها أن تعطي للعلامة التجارية ميزة تنافسية وشهرة على غرار غيرها من العلامات التجارية.

إذ يكمن مجال السرية في كيفية توزيع المنتجات الموسومة عليها العلامة التجارية المرخصة وكيفية استعمالها ، طريقة عرضها وطريقة تركيب المواد أو في طريقة التعليب والتبريد أو مزج السوائل

كما يسأل المرخص له في حالة إفشائه لهذه السرية سواء وقع في مرحلة التفاوض على إبرام العقد أو غير ذلك، بتعويض الضرر الذي ينشأ عن إفشاء الأسرار ، كذا يلتزم المرخص له بالمحافظة على سرية التحسينات التي يدخلها المرخص وينقلها إليها بموجب شرط صريح في العقد.³

¹ - محمد محسن إبراهيم النجار، مرجع السابق، ص.295.

² - حسن على كاظم، المرجع السابق، ص.185.

³ - حسن على كاظم، المرجع السابق، ص.184.

فالالتزام بالمحافظة على السرية بعد إبرام العقد ترعاه قواعد المسؤولية العقدية، إذ يجد هذا الالتزام أساسه في القواعد العامة التي تحتم تنفيذ الالتزام بما يستلزمه مبدأ حسن النية ، وكذا الشروط التعاقدية التي تلزم المرخص له بحفظ سرية المعلومات التي تحصل عليها من عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تنفيذاً لمبدأ لقوة الملزمة للعقد.¹

فضلا عن طبيعة المعرفة الفنية ذاتها التي تتصف بالسرية، باعتبارها السمة التي تتميز بها وتحدد قيمتها المالية، والتي يمثل استمرار المحافظة عليها شرطا لضمان حمايتها من أن تصل للغير بدون وجه حق. باعتبار المعلومات غير السرية لا يمكن حمايتها من الناحية الفعلية أي لا يكون من شأنه حائزها من استغلالها، وإنما فقط ينشأ عليه التزام باتخاذ الاحتياطات الكفيلة بمنع تسربها للغير وإلا فقدت قيمتها المادية من الناحية الاقتصادية.

الفرع الثالث: التزام المرخص له بعدم المنافسة

يمكن أن يرد في عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية بند يلزم المرخص له بعدم منافسة صاحب العلامة التجارية ، وعلى إثر هذا الالتزام يمتنع عن ممارسة أي نشاط موازي لنشاط المرخص بعد انتهاء مدة العقد أو ممارسة نشاطه في قطاع أو إقليم يمكن أن ينافس المرخص لهم الآخرين ولمدة معينة.

إن الالتزام بعدم المنافسة الذي يلتزم به المرخص له بعدم استغلال المعرفة الفنية في أي مشروع آخر منافس، والذي قد يصل إلى إلزامه بعدم الدخول في أية علاقة عمل مع شركة أو مشروع منافس، وحتى بعد انقضاء عقد الترخيص مع الشركة المالكة للعلامة والمعرفة الفنية.²

إذ يعد الالتزام بعدم المنافسة من أهم التزام يترتب انقضاء عقد الترخيص ومعناه أن المرخص له ملزم بعدم منافسة صاحب العلامة التجارية التي كانت تحت الترخيص أو كانت موسومة على سلع ومنتجات وخدمات المرخص له،

¹ --حسن على كاظم، المرجع السابق، ص.185.

² - جلال وفاء محمد، « فكرة المعرفة الفنية والأساس القانوني لحمايتها: دراسة في القانون الأمريكي»، مرجع سابق، ص.36.

وهذا يكون في نطاق جغرافي محدد وفي مدة زمنية معينة، الأمر الذي يعتبر قيذا على حرية المرخص له بممارسة التجارة

أو أي مهنة أخرى مشابهة للنشاط الذي كان يمارسه في هذا العقد.¹

¹ -- جلال وفاء محمد، « فكرة المعرفة الفنية والأساس القانوني لحمايتها: دراسة في القانون الأمريكي»، مرجع سابق، ص36.



الخاتمة:

تكتسي دراسة عقود تراخيص الملكية الصناعية بوجه عام، وترخيص العلامة التجارية بوجه خاص أهمية بارزة لاسيما مع الانفتاح الذي شهدته الجزائر على اقتصاد السوق، الأمر الذي أغرى العديد من الشركات العالمية الكبرى على الوفود إليها باعتبارها سوق استهلاكية لها شأنها، مثل شركات السيارات وكذا الشركات التي تعمل في قطاع الصناعات الدوائية و الغذائية.

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة رسم معالم عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، و الذي يمكن أن يرمه مالك العلامة على علامته، باعتبارها المحل في هذا العقد، أين اعتبرها البعض بمثابة المراقب الاقتصادي في تحديد أصل المنتج ، و قد تهدف بالدرجة الأولى إلى حماية المستهلك، كما أن العلامة قد تمثل ضمان لمصدر المنتج أو الخدمة، بحيث تسمح للتاجر بجذب جمهور المستهلكين و الحفاظ عليهم.

من كل ما تقدم يتضح لنا أهمية دراسة النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية و التعرف على جوانبه القانونية ، لاسيما بعد انتشار هذا العقد باعتباره نظاما للتعاون المستمر بين المشروعات، و يتيح أفضل الفرص للتوسع اعتمادا على شهرة العلامة التجارية و التكييف القانوني لأي عقد من العقود تعني إعطائه الوصف القانوني الذي يتلائم والآثار الأساسية التي يرتبها هذا العقد والتي اتجهت إرادة الأطراف لتحقيقها . فهذا الوصف يتحدد من خلال الغايات العملية التي اتجه الأطراف إلى تحقيقها بصرف النظر عن أي تسمية يطلقونها على ذلك. فالتكييف عمل قانوني صرف ولا سلطة فيه لإرادة المتعاقدين ، فهؤلاء لهم الحق في تحديد الآثار التي يرغبان بتحقيقها في العقد ، فإن تحددت ، يكون وصف هذا العقد عملاً قانونياً محضاً ، لأنه يعني إدخال صورة الآثار كما حددها المتعاقدون في إطار قانوني معين.

و مما سبق ذكره في دراستنا هذه، توصلنا إلى جملة من النتائج، نورد أهمها في النقاط الآتية:

1- إن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو اتفاق بين مالك العلامة التجارية ويطلق عليه (المرخص) ، وشخص طبيعي أو معنوي يطلق عليه (المرخص له) ، بموجبه يأذن المرخص للمرخص له باستغلال حقه الاستثنائي في استغلال العلامة التجارية على كل أو بعض بضائعه أو خدماته ، لمدة محدودة ، وفي نطاق محدد ، ولقاء أجر متفق عليه.

2 عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو واحد من العقود التجارية التي ترجع في أصل وجودها إلى البيئة التجارية، فهو عقد مبتكر ابتدعه حاجات التجارة، يركز بصورة أساسية على شهرة العلامة التجارية.

3- على الرغم من شيوع و انتشار هذا العقد إلا أنه مازال غير واضح المعالم ، و يخضع في الكثير من أحكامه إلى القواعد العامة و الأعراف التجارية، زيادة على إرادة الأطراف المتعاقدة.

4 سعت الجزائر على غرار الدول النامية إلى إيجاد نظام تشريعي وطني لحماية العلامة التجارية، تمهيدا لانضمامها لمنظمة التجارة العالمية، وهو ما تجسد من خلال الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

5- عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو من بين أهم العقود والتصرفات التي ترد على العلامات التجارية لذا نص عليها المشرع في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ، لكن لم يتطرق له بصفة واسعة ودقيقة.

6- عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، هو عقد ذي طبيعة قانونية خاصة يقترب في مضمونه من عقد الإيجار وتعود الطبيعة الخاصة لعقد ترخيص استغلال جارية إلى المحل الذي ينصب عليه العقد، والمتمثل بالعلامة التجارية التي ما حق احتكار استغلالها دون غيره ، وهذه الطبيعة الخاصة لمحل العقد ، هي التي جعلت من الاعتبار الشخصي عنصراً جوهرياً في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية على خلاص الحال في عقد إيجار الأشياء المادية، لأن

العلامة التجارية المرخص باستغلالها في عقد الترخيص تشكل رمزاً للثقة بجودة المنتجات أو الخدمات العلامة التجارية إلى المحل الذي ينصب عليه العقد، والمتمثل بالعلامة التجارية التي تمنح مالكيها حق احتكار استغلالها دون غيره ، وهذه الطبيعة الخاصة لمحل العقد ، هي التي جعلت من الاعتبار الشخصي عنصراً جوهرياً في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية على خلاف الحال في عقد إيجار الأشياء المادية، لأن العلامة التجارية المرخص باستغلالها في عقد الترخيص ،تشكل رمزاً للثقة بجودة المنتجات أو الخدمات التي توضع عليها.

كما تظهر الطبيعة الخاصة لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية ، في كونه يتميز عن غيره من العقود المشابهة له، كعقد الفرانشيز الذي يعد أكثر تعقيدا منه بالنظر إلى مشتملاته، والتي تمتد للاسم التجاري وبراءات الاختراع والنماذج الصناعية والتصاميم والمعرفة الفنية والمساعدة التقنية ... وغيرها، في حين أن عقد الترخيص مضمونه ينصب على استغلال العلامة التجارية فقط . بالإضافة إلى ذلك أن كلاهما من عقود التوزيع فالأول يوزع مستغلا العلامة التجارية فقط، أما الثاني فإنه وسيلة تسويق المنتجات وتقديم الخدمات باستغلال حقوق الملكية الفكرية ونقل المعارف الفنية والتدريب والمساعدات التقنية للمانح... وغيرها.

7- يحدد نوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية في العقد المبرم بين الطرفين ، فهو إما أن يكون استثنائي للمرخص له أو ترخيص غير استثنائي، وقد يكون ترخيص وحيد ،و أن الفرق الأساس بين الأنواع الثلاثة يتجسد في مدى حصر حق استعمال العلامة التجارية بالمرخص له وحده دون غيره.

8- لا يعد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحده كافيا للحديث عن وجود عقد لنقل التكنولوجيا بل يجب أن يكون الترخيص باستعمال العلامة التجارية مرافقاً للمعرفة الحديثة المحل الأساسي لعقد نقل التكنولوجيا، فالترخيص باستعمال العلامة يمكن أن يكون جزءاً من عقد نقل التكنولوجيا، حيث يتفق كل من مورد التكنولوجيا بالإضافة لنقل

المعرفة الفنية أن يتم الترخيص باستعمال العلامة التجارية التي يسبب مورد على بضائع و منتجات المستورد، وهي المنتجات ذاتها المسجلة لها العلامة التجارية عقد الترخيص لتمييزها عن من المنتجات.

9- إن عملية الإشراف والمراقبة التي يقوم بها المرخص من أجل حماية سمعة والمستورد ، بالإضافة لنقل المعرفة الفنية أن يتم الترخيص باستعمال العلامة التجارية التي يملكها المورد على بضائع و منتجات المستورد وهي المنتجات ذاتها المسجلة لها العلامة التجارية محل عقد الترخيص لتمييزها عن غيرها من المنتجات.

10 - إن عملية الإشراف والمراقبة التي يقوم بها المرخص من أجل حماية سمعة العلامة التجارية من جهة ، وحماية المستهلك والعملاء من جهة أخرى، تساهم في توفير المنتج و ضمان الجودة للبضائع.

11- إن التراخيص التعاقدية باستغلال العلامة تؤدي إلى استثمار في الكفاءات المحلية باعتباره نظام تعاون بين مستثمري المشروعات.

في خضم النتائج المقدمة، توصلنا إلى عدة اقتراحات و توصيات متمثلة في:

1- بهذا لو قام المشرع الجزائري بوضع تنظيم قانوني خاص بعقد ترخيص العلامة التجارية و ليس الاكتفاء بمادتين قانونيتين (المادة 16 و 17 من الأمر 03 06 المتعلق بالعلامات) ، مستنيرا بذلك باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية والمعروفة باتفاقية " ترينس - Trips " واتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، وكذلك القوانين الوطنية السبقة في هذا المجال.

2- نقترح كذلك إلزام المرخص له بإضافة عبارة " منتج تحت الترخيص " بالبنت العريض، ضمانا لحماية المستهلك من أساليب الغش والتدليس.

3- إلى حين إعداد مشروع قانون موحد لحماية حقوق الملكية الفكرية إعداد تنظيم خاص بترخيص العلامة التجارية،
نوصي العاملين في مجال القانون من باحثين و رجالات القانون، إلى عقد ملتقيات وندوات تتناول عقود التها العقد
محل دراستنا هذه على وجه الخصوص.



قائمة المصادر والمراجع

1- القوانين والأوامر

1. أمر رقم 66.57 مؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، ج ر ج ج عدد 23 صادر في 22 مارس 1966م (ملغى).
2. أمر رقم 75.78 مؤخر في 26 سبتمبر 1975م، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975م، معدل ومتمم.
3. المادة 351 من أمر رقم 75.78 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975م، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975 م، معدل ومتمم.
4. ينظر المادة 544 أمر رقم 75.59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395هـ الموافق 26 سبتمبر 1975م يتضمن القانون التجاري .
5. ينظر المادة 16 من الأمر 03.06، مؤرخ في 19 [يوليو 2003م، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 44، الصادرة في 23 يوليو 2003
6. أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جويلية 2003 ، يتعلق بالعلامات ، ج ر ج ج عدد 44 ، صادر في 23 جويلية 2003م، مصادق عليه بموجب قانون رقم 03-18 مؤرخ في 04 نوفمبر 2003م، ج ر ج ج عدد 67 ، صادر في 5 نوفمبر 2003م
7. المادة 16 من الأمر رقم 03.06.
8. أمر رقم 04.02 مؤرخ في 23 جوان 2004م،، يحدد قواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج عدد 41، صادر في 27 جوان 2004 م، معدل ومتكتم.
9. بمقتضى المادة 33 من اتفاقية تريس يجب أن لا تقل المدة عن 20 سنة، نص المادة: " لا يجوز أن تنتهي مدة الحماية الممنوحة قبل انقضاء مدة عشرين سنة تحسب اعتبار من تاريخ التقدم بطلب الحصول على البراءة"،
10. ينظر المادة 66 من القانون المدني الجزائري، 2007م.

11. ينظر المادة 2/40 من القانون المدني الجزائري.
 12. ينظر المادة 50 من القانون المدني الجزائري.
- 2- الكتب:**
1. أحمد محرز: القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981م.
 2. أنور سلطان: العقود المسماة شرح عقدي البيع و المقايضة، دار النهضة العربية، بيروت، م1998.
 3. حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، مجلة المحكمة العليا، العدد 11 ، قسم الوثائق والدراسات القانونية والقضائية، المحكمة العليا، الجزائر، 2011
 4. حسام الدين عبد الغني الصغير: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، الدار الجامعية ، القاهرة، 1993 م.
 5. حسن علي كاظم المجمع: الشروط المقيدة في عقد الترخيص: دراسة مقارنة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016م.
 6. حمادي زوبير: الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012م.
 7. خلاصي رضا النظام الجبائي الجزائري الحديث: جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، الجزء الأول، دار هومة
 8. زايد خالد : القواعد الأساسية في الشركات التجارية، منشورات دار الخلدونية، الجزائر، 2020م.
 9. سمير جميل حسين الفتلاوي: الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
 10. السنهوري عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني (نظرية الالتزام بوجه عام)، منشورات الحلبي الحقوقية، مصر، 1952م، ج 1، ص 424.
 11. صلاح زين الدين: العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط 2، 2009م.
 12. عبد الله الخشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005م.
 13. عدنان غسان برانبو: التنظيم القانوني للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012م.
 14. علاء عزيز حميد جبور: عقد الترخيص (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003م، ط 1.
 15. علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م، ط 1.
 16. علي فيلاي: الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001م

17. عمر كامل السواعدة، الأساس القانوني لحماية الأسرار التجارية : د راسة مقارنة، دار الحامد، عمان، 2019
18. فايز نعيم رضوان: عقد الترخيص التجاري، مطبعة الحسين الإسلامية، القاهرة، 1995م، ص 133.
19. كنعان الأحمر: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، دمشق، سورية، في 11 و12 ماي 2004م.
20. الكيلاني محمود، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991
21. لبنى عمر مسقاوي: عقد الفرانشيز: دراسة على الضوء الفقه والاجتهاد والعقد النموذجي المعتمد في غرفة التجارة الدولية، المؤسسة الحديثة، لبنان، 2012م.
22. محمد حسني عباس : الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة ، القاهرة، 1971 م.
23. محمد شفيق، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مطبعة جامعة القاهرة، 1984.
24. مراد محمود المواجهة : المسؤولية المدنية في عقود نقل التكنولوجيا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م.
25. مصطفى سلمان حبيب ،الاستثمار في الترخيص الامتيازي : الفرانشايز ، دار الثقافة، عمان، 2011.
26. منذر الفضل: النظرية العامة للالتزامات دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1996م.
27. منصور عبد السلام الصرايرة،:الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني ، دار رند ، الكرك، 2004م.
28. نادر السلامات: عند الترخيص باستعمال العلامات التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة مطبعة الجامعة الأردنية ، عمان، 2011 م.
29. نبيل إبراهيم سعد: النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007م.
30. نسرین شريفی: حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف وحقوق المجاورة وحقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس، الجزائر.
31. نعيم سلامة، المنافسة غير المشروعية في العلامة التجارية وأوجه حمايتها: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010م.
32. نعيم كغبغب : عقد الفرانشايز: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006 م.

33. هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني، منشور ا رت الحلبي الحقوقية، بيروت، 2019.
34. وفاء جلال، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.
- 3.المذكرات الجامعية:**
35. اسمهان بن يوسف: عقود استغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم القانون صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية
36. أميمة عابدين عبد الرحيم زين العابدين: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية(دراسة مقارنة)، بحث تكلمي لنيل درجة الماستر في القانون كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، السودان، 2018م.
37. بن قوية مختار: دور العلامة في حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1 يوسف بن خدة، الجزائر، 2017م.
38. بوجمعة نصيرة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة لنيل درجة الدكتوراه، كلية القانون، جامعة الإسكندرية، 1979
39. حنيش حورية: التراضي في العقود، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016م.
40. راشد سعيدة: العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014م.
41. زروقي الطيب، النظام القانوني للعقود الدولية في القانون الجزائري، رسالة لنيل درجة الدكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1991
42. سلام الخطيب: عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في الخاص، تخصص قانون، قسم الحقوق كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2018 م.
43. سوسي: عقد الفرنشايز: دراسة في القانون الخاص، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2016 م
44. عبد الرحمان زعل الشرايعة: ضوابط القانونية والشرعية للرضا بالعقود(دراسة مقارنة)، رسالة لنيل درجة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط ، الأردن، 2014م.
45. عمورة سهيل و بركان عماد الدين: الطبيعة القانونية لعقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2021م.

46. كريم بالمهدي ومزيان تودرت: عقد ترخيص إيجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018. 2019 م.
47. ميثاق طالب الجبوري: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص
48. نداء كاظم محمد المولى الآثار القانونية لعقود التجارة الدولية لنقل التكنولوجيا ، رسالة دكتوراه، كلية القانون، جامعة الأردن، 1996
49. وافية بوعش: عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2019. 2020 م.
- 3.المجالات**
50. أحمد قرماط: الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، الجزائر، العدد 51، 2019 م.
51. سفيان رمازنية: النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري و اتفاقية تريبس ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية كلية الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة سطيف 2 الجزائر المجلد 17، العدد 02، 2020م.
52. ربيعة بن عزوز : اشكالية تقنين عقود الأعمال في الجزائر، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مستغانم، الجزائر، العدد ،05 2018م.
53. رمزي حوجو و كاهنة زاوي: التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018م العدد 05.
54. الكاهنة ارزيل: عن إخضاع عقد الأعمال القانون، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 10، عدد 01، 2019 م.
55. حمدي محمود بارود: محاولة لتقييم التنظيم القانوني لنقل التمكين التكنولوجي في ظل الجهود الدولية ومشروع قانون التجارة القسنطيني، مجلة جامعة الأزهر، غزة فلسطين، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2010م.
56. ونوغي نبيل: شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، مجلد 04، عدد 15، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر 2019م.
57. راشدي سعيدة: الترخيص العلامة المحلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2010.

58. عبد النور و بوناج رشيد ساسان: الشروط التقييدية في عقد الترخيص، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، جامعة باجي مختار، عنابة الجزائر، 2021م، مجلد 34، عدد 03.
59. حامق ذهبية، الالتزام بالاعلام في العقود، مجلة المحكمة العليا، العدد 02، قسم الوثائق والدراسات القانونية والقضائية، المحكمة العليا، الجزائر، 2011.

4. المراجع باللغة الأجنبية

60. Albert Chavanne et Jean Jaques Buerst, **Droit de la propriété industriel**, Dalloz delta ,5eme édition, paris, 1998.
61. MARIE Molorie et DANIEL Mai, Op.cit., P.17.
62. Silvere seurat , Réalités du transfert de technologie,2 édition ,MASSON ,PARIS, 1978,

5. المواقع الإلكترونية

63. الموقع الإلكتروني: http://www.eur_lex_europu_eu ، تم الاطلاع عليه في: 2024/05/7، الساعة 19:15.
64. ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2024/05/18م على الساعة: 13:42، موقع: [/https://almerja.com](https://almerja.com)
65. إتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات الأعراض تسجيل العلامات لعام 1957م، ثم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/18م على الساعة 13:44 على الموقع: [.https://www.wipo.int/classifications/nice](https://www.wipo.int/classifications/nice)
66. [http://www.reyada 34917865/1/9/](http://www.reyada.com/34917865/1/9/)، تاريخ الزيارة 2024/05/14، على الساعة 23:31.



فهرس المحتويات

البسمة

ج	شكر وعران
	إهداء
أ	مقدمة :
6	الفصل الأول: مفهوم عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية
7	المبحث الأول: التعريف بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
7	المطلب الأول: التطور التاريخي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
9	الفرع الأول: التعريف التشريعي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
12	الفرع الثاني: مميزات عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
19	الفرع الثالث: تميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن غيره من العقود
27	المطلب الثاني: أنواع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
28	الفرع الأول: الأنواع من حيث نطاق الحق المرخص
30	الفرع الثاني: الأنواع من حيث النطاق المكاني
31	المبحث الثاني: تكوين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
32	المطلب الأول: الأركان العامة والخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
32	الفرع الأول: الأركان العامة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
40	الفرع الثاني: الأركان الخاصة لانعقاد عقد ترخيص العلامة التجارية
46	المطلب الثاني: مراحل إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
47	الفرع الأول: مرحلة التفاوض
47	الفرع الثاني: مرحلة إبرام العقد النهائي
50	الفصل الثاني: الآثار المترتبة عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
50	المبحث الأول: الالتزامات الناشئة عن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية

50.....	المطلب الأول: الالتزامات الأصلية المتعلقة بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية.
51.....	الفرع الأول: التزامات المرخص
59.....	الفرع الثاني: التزامات المرخص له
68.....	المطلب الثاني: الالتزامات التبعية المتعلقة بعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية
69.....	الفرع الأول: الالتزام بتبادل التحسينات
70.....	الفرع الثاني: الالتزام بمواصلة الإنتاج والتقييد بشروط القصر
72.....	الفرع الثالث: الالتزام بالضمان في مواجهة المستهلك
79.....	المبحث الثاني: انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية
79.....	المطلب الأول: طرق انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية
80.....	الفرع الأول : انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بصفة أصلية
85.....	الفرع الثاني: انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة تجارية بصفة تبعية
90.....	المطلب الثاني: النتائج المترتبة عن انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية
91.....	الفرع الأول : عدم استعمال عوامل الاتصال بالعملاء
92.....	الفرع الثاني: استمرارية المرخص له في التزامه بالمحافظة على السرية
93.....	الفرع الثالث: التزام المرخص له بعدم المنافسة
97.....	خاتمة:
103.....	قائمة المصادر والمراجع:

ملخص :

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على ماهية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية حسب القانون النافذ في الجزائر مقارنة مع التشريعات الأخرى كما تهدف لبيان أهمية ومكانة هذا العقد ، بحيث تعتبر للعلامة التجارية أهمية بالغة من الجانب الاقتصادي نظرا لقيمتها المادية وعلاقتها بالمستهلك نظرا لتهافت هذا الأخير على المنتج ذو الوسم ونظرا لأهميتها مما جعل الفرد يسعى إلى استغلالها من أجل الاستثمار حيث نشأ عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، فهذا التصرف القانوني وجد عدة تعريفات فقهية وتشريعية خاصة بعد الثورة الصناعية ، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ونظرا لطبيعته فهو عقد تجاري يخضع لقواعد عامة في القانون المدني له أركان عامة وأخرى خاصة وتبرز هذه الأخيرة بخصائص العلامة التجارية التي هي محل العقد ، ومن مميزاته أنه عقد من العقود الغير المسماة وعقد رضائي قائم على اعتبار شخصي ملزم للجانبين كما أنه من العقود الممتدة ومن العقود الأعمال وقد تعددت أنواعه من حيث نطاق الترخيص الاستثنائي والغير الاستثنائي والعقد الوحيد ، أما من حيث النطاق الجغرافي فهما نوعان العقد الوطني والدولي ، أما بالنسبة لمراحل التكوين هذا العقد فهي مرحلة التفاوض ومرحلة إبرام العقد النهائي والذي ينتج عنه التزامات أصلية وأخرى تبعية . أما بالنسبة انقضاء العقد فهي بصفة أصلية أخرى تبعية ، كما أن هناك نتائج مترتبة عن انقضاء هذا العقد .

الكلمات المفتاحية : العلامة التجارية ، المستهلك ، عقود الترخيص .

summary:

The study aims to shed light on the nature of the trademark licensing contract according to the law in force in Algeria compared to other legislation. It also aims to demonstrate the importance and status of this contract, as the trademark is considered to be of great importance from the economic aspect due to its material value and its relationship with the consumer due to the latter's rush for the product with high quality. The trademark, due to its importance, made the individual seek to exploit it for the sake of investment, as the licensing contract to use the trademark arose. This legal behavior found several jurisprudential and legislative definitions, especially after the industrial revolution. The licensing contract to use the trademark, due to its nature, is a commercial contract subject to general rules in the civil law for it. General elements and other special elements. The latter is highlighted by the characteristics of the trademark that is the subject of the contract. Among its characteristics is that it is an unnamed contract and a consensual contract based on a personal consideration binding on both sides. It is also an extended contract and a business contract. Its types are numerous in terms of the scope of the exclusive and non-exclusive license and the contract. The only one. In terms of geographical scope, they are the two types of contract, national and international. As for the stages of formation of this contract, it is the negotiation stage and the stage of concluding the final contract, which results in original and subsidiary obligations. As for the expiration of the contract, it is in an original and subsidiary manner, and there are consequences arising from it. Expiration of this contract.

Keywords: trademark, consumer, licensing contracts.