



جامعة عبد الرحمان ميرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص



تراخيص استغلال العلامات التجارية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

فرع: القانون الخاص

تخصص: المهن القانونية والقضائية

تحت إشراف الأستاذ:

من إعداد الطالبتين:

غانم عادل

زموشي زينة

معزوزن وسام

لجنة المناقشة

الأستاذة: ماتسة لامية..... رئيسة

الأستاذ: غانم عادل..... مشرفا ومقررا

الأستاذة: عشاش حفيظة..... ممتحنة

السنة الجامعية: 2023-2024

سُبْحَانَ اللَّهِ الْعَظِيمِ



شكر و تقدير

من واجب من لم يشكر الناس لم يشكر الله

يسرنا أن نتقدم بأسمى عبارات الشكر و العرفان لكل من ساهم معنا من قريب و بعيد

في إنجاز هذا العمل و تقديمه في أحسن صورة

و نخص بالذكر الأستاذ خانم عادل الذي لم يبخل علينا بإرشاداته و توجيهاته القيّمة

كما نتقدم بالشكر إلى كل اللذين ساعدونا في هذا العمل



قال تعالى: "و قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون"

الحمد لله الذي يسهر البدايات و أكمل النهايات و بلغنا الغايات، الحمد لله الذي تتم بنعمته
الصالحات

إلى التي حملتني و منحتني الحياة، إلى من أحاطتني بدعواتها التي بفضلها وصلت للمواد
إلى أمي

إلى الذي كان ورائي في كل خطوات طريق العلم و المعرفة، إلى السيد الذي لا يميل
إلى أبي

إلى من هم أنس عمري

إلى أختي و إخوتي

إلى من ظل معي ووقف بجانبني في كل الصاحب

شريك حياتي و رفيق دربي

إلى زوجي

إلى كل الأشخاص الذين ساعدوني من أصدقاء و أصدقاء قديمين أم بعيد



قال تعالى: "و قل اعملوا فسيرى الله عملكم و رسوله و المؤمنون"

الحمد لله الذي يسهر البدايات و أكمل النهايات و بأنغنا الغايات، الحمد لله الذي تتم
بنعمته الطاعات

إلى التي حملتني و منحتني الحياة، إلى من أحاطتني بدعواتها التي بفضلها وصلت للمراد
إلى أمي

إلى الذي كان ورائي في كل خطوات طريق العلم و المعرفة، إلى السند الذي لا يميل

إلى أبي

إلى من هم أنس عمري

إلى أخواتي و أخي

إلى كل الأشخاص الذين ساعدوني من أستاذة و أصدقاء سواء قريب أم بعيد

قائمة أهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية:

ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ص: صفحة.

ص.ص: من الصفحة الى الصفحة.

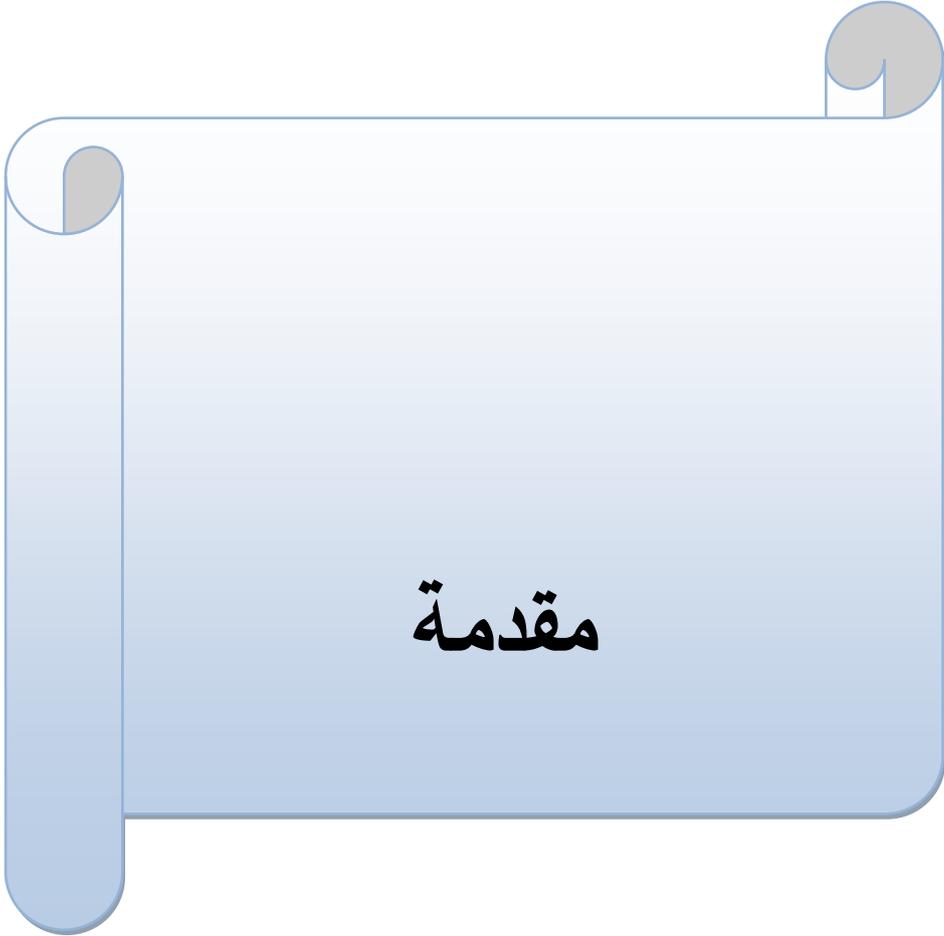
ط: طبعة.

ق.م.ج: القانون المدني الجزائري.

د.ب.ن: دون بلد النشر.

ثانياً : باللغة الفرنسية

P : page.



مقدمة

تعتبر "العلامة التجارية" إحدى العناصر الأساسية للملكية الصناعية، وركيزة أساسية لا غنى عنها لكل مشروع اقتصادي، فقد أضحت محورا أساسيا في الاقتصاد العالمي، كما أن للعلامة التجارية دور في حماية المستهلكين، فهي تبين المصدر الذي جاءت منه المنتجات التي تحملها والخدمات المرافقة لها، كما أنها تقوم بوظيفة الدعاية التي تؤثر كثيرا على قرار اقتناء المنتج أو الاستقادة من الخدمة لدى المستهلك، وتمنع اختلاط منتجات معينة لمنتجات مماثلة لها وتحمل علامة أخرى، وتعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها، كما أنها تؤدي وظيفة مزدوجة فهي وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو خدماته عن منتجات أو خدمات منافسيه ووسيلة المستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي يريدتها حتى لا يختلط عليه الأمر في تمييز المنتجات والخدمات.

هذا ما جعل العلامة التجارية تتمتع بأهمية كبيرة وإحاطتها من قبل الفقه والتشريعات بالعناية والاهتمام الكبيرين، ومناداتهم بضرورة توفير الحماية اللازمة لها ليس على الصعيد المحلي فقط بل على الصعيد الدولي أيضا، وهذا نتيجة لتبني العديد من البلدان النظام الرأسمالي المبني على الحرية والانفتاح الاقتصادي وتحرير السوق، إذ تمكنت الشركات من الترويج لمنتجاتها عالميا، مما زاد المنافسة وتخوف الشركات الكبرى من تقليد سلعها والتعرض لخسائر فادحة، ومن هذا المنطلق سعت الشركات إلى دخول الأسواق الوطنية بطرق جديدة وفعالة لتسويق منتجاتها بأقل تكلفة باستخدام آلية الترخيص.

وجدير بالذكر أن عقد الترخيص يُعرّف بأنه العقد الذي يخول بموجبه صاحب العلامة التجارية الغير، الحق باستغلال هذه العلامة خلال مدة زمنية معينة في مقابل أجر معلوم، مع بقاء صاحب العلامة محتفظاً بملكيتها⁽¹⁾.

للترخيص باستغلال العلامات التجارية أهمية كبيرة، فمعظم الشركات الكبيرة في عصرنا هذا أصبحت تلجأ إلى هذا الأسلوب كوسيلة لتسويق منتجاتها وبيعها ورفع قيمة علامتها التجارية، فضلاً عن كونها وسيلة لتحقيق أرباح وعائدات إضافية كما أن الترخيص باستغلال العلامات التجارية يعتبر أكثر أنواع عقود ترخيص حقوق الملكية الفكرية انتشاراً على مستوى العالم، بالإضافة إلى أن نموه الثابت والمستقر هو الأعلى.

يختلف حق المرخص له باستغلال العلامة عن حق الانتفاع بالعلامة التجارية، فحق الانتفاع هو واحد من الحقوق العينية الأصلية الذي يتفرع عن حق الملكية وللمنتفع حق عيني يقع مباشرة على الشيء المنتفع به ولا يتوسط بين المنتفع وبين الشيء ومالك هذا الشيء، في حين أن حق المرخص له يختلف عن حق المنتفع، فالمرخص له لا ينتفع بالعلامة إلا بمعونة مالكاها المرخص، ذلك أن التزام مالك العلامة المرخص ليس التزاماً سلبياً يتمثل بترك المرخص أن يستعمل العلامة حسب إرادته، وإنما على المرخص التزام إيجابي يتمثل بتمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة واستغلالها.

1- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 468.

تجدر الإشارة هنا أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية لا يرد على الحق في ملكية العلامة التجارية وإنما يرد على حق استعمالها فقط، أي أنه لا ينشأ للمرخص له سوى حق شخصي في استعمال العلامة وأن يؤثر هذا الحق في ملكية العلامة، ولذلك فإنه يمكن تشبيه عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية بعقد الإيجار، فالبعض يخلط بين عقد الترخيص وبعض العقود المشابهة له، وذلك أن عقد الترخيص من العقود المستحدثة فيجب تمييزه عن عقد الفرنشايز وعقد التنازل عن العلامة وبينه وبين عقد التوزيع الشامل، وكذلك اختلافه عن عقد العمل وعقد الإيجار⁽¹⁾.

وعليه فالترخيص باستغلال العلامة هو إذن، أو رخصة يمنحها مالك العلامة إلى الغير لاستغلال هذه العلامة، وبدون هذه الرخصة لا يمكن لهذا الغير استغلال هذه العلامة ويتم الترخيص بموجب عقد فيه على الأقل طرفان اثنان: المرخص وهو مالك العلامة والمرخص له هو المؤذن باستغلالها، إذ نظم المشرع الجزائري هذا العقد في الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات⁽²⁾.

مما يجدر التنويه به هنا أن الأهمية البالغة لعملية الترخيص تظهر بالاستغلال خصوصا إذا كانت العلامة ذات شهرة عالمية، وهو الأمر الذي يساهم في سرعة تصريف

¹ للتفصيل أكثر في تمييز عقد الترخيص المشابهة له، راجع:

. سلام عزيز محمد الخطيب، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في

الحقوق، قانون خاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018، ص71.

- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2020، ص 47.

²- أمر رقم 03 - 06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003، عدد67، صادر في 5 نوفمبر، 2003، WWW.JORADP.DZ.

المنتجات، كما أنه من شأن عقد ترخيص العلامة التجارية زيادة في الاستثمار وتشغيل اليد العاملة، وتحريك السوق الداخلي وزيادة المنافسة؛ إذ يضمن عقد الترخيص وجود منتجات ذات جودة في السوق المحلي من شأنها خلق المنافسة وتحفيز المنتجين الآخرين لتحسين نوعية منتجاتهم وأسعارهم، أما بالنسبة للمرخص له فيسمح له من الاستفادة من سمعة العلامة لتسويق منتجاته وتحقيق الأرباح.

بناءً على كل ما أنف ذكره هناك مجموعة من الأسباب دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نذكر منها: ميولاتنا الشخصية لمعرفة النظام القانوني الذي ينظم عقد الترخيص باستغلال العلامة، وسعينا الحثيث لمعرفة كيفية انتهائه.

وقد واجهنا العديد من الصعوبات في إنجاز موضوع الدراسة، وتتمثل في:

الصعوبات الرئيسية في هذه الدراسة تتمثل في قلة المراجع التي تخصصت في الموضوع كعنوان رئيس، وأن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية جاء كعنوان فرعي في معظم المصادر والمراجع.

وبالنظر إلى كل المسوغات السالفة الذكر، وباعتبار عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية إحدى عقود الأعمال الذي يستجيب لحاجيات المتعاملين الاقتصاديين، استدعى هذا الأمر منا طرح الإشكالية التالية:

إلي أي مدي وفق المشرع الجزائري في تنظيم عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي: إذ تم توظيفه بغرض الإلمام بمختلف أحكام الترخيص باستغلال العلامات التجارية، والمنهج التحليلي: من خلال شرح وتحليل النصوص القانونية التي اعتمدها لدراسة موضوعنا، والمنهج المقارن: من خلال الرجوع إلى بعض التشريعات الأخرى التي لها صلة بموضوع الدراسة، دون أن تكون هذه الدراسة دراسة مقارنة.

ومن هذا المنطلق تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين: إذ تطرقنا في الفصل الأول إلى ماهية عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية، في حين خصصنا الفصل الثاني إلى آثار وانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية.

الفصل الأول:

ماهية عقد ترخيص استغلال
العلامات التجارية

في ضوء التطورات الاقتصادية التي شهدتها العالم على جميع المستويات سواء التجارية والثقافية والاجتماعية والسياسية، أدت إلى ظهور تقنية جديدة للتعاقد ألا وهي عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية، الذي يعتبر من عقود الأعمال.

تعد العلامة التجارية عنصرا مهما من عناصر الملكية الصناعية التي تساهم في نجاح المشروع التجاري، وقيمتها الاقتصادية تكاد تحتل المكانة العليا بين تلك العناصر التي يعتمد عليها ذلك المشروع في نجاحه وارتقائه، إذ قام المشرع الجزائري في بادئ الأمر بتنظيم العلامات التجارية بمقتضى الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية⁽¹⁾، الذي ألغي وحل محله الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات⁽²⁾.

يتضح من خلال التشريع الراهن أن المشرع الجزائري قد حرص على تحديد نظام العلامات وبالأخص بيان الرموز المستبعدة وإبراز آثار المساس بحقوق صاحب العلامة. ولمعالجة موضوع عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية، لا بد من تبيان وتحديد مفهوم عقد الترخيص (المبحث الأول) والأركان المكونة لعقد الترخيص (المبحث الثاني).

¹ أمر رقم 66-57، مؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر ج، عدد 23، صادر في 22 مارس 1966 (ملغى)، WWW.JORADP.DZ.

² أمر رقم 03-06، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

المبحث الأول

مفهوم عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية من بين أهم الوسائل والآليات المعروفة للدول المتقدمة والدول النامية؛ إذ يؤدي عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية دورًا فعالاً في ازدهار الدول في المجال الاقتصادي أو التجاري ووسيلة هامة في يد مالكيها للحصول على الأموال، والذي يتمثل في تحقيق الأرباح وجذب أكثر عدد من العملاء والزبائن وتسويق أكبر قدر ممكن من السلع والمنتجات والخدمات، خصوصاً إذا حمل عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية في طياته العلامات ذات الشهرة العليا والأسواق الوطنية والدولية.

ولمعالجة موضوع الترخيص استغلال العلامات التجارية، لابد من التطرق أولاً إلى المقصود بعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (المطلب أول) وصوره (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المقصود بعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية أداة قانونية فعالة لتنمية الأعمال وتوسيع نطاق استغلال العلامات التجارية، فيمكن عقد الترخيص من انتقال ملكية العلامة من المرخص إلى المرخص له، وعليه سنحاول من خلال هذا المطلب التعرض إلى تعريف عقد الترخيص (الفرع الأول) ومن ثم نتطرق إلى مميزاته (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف عقد الترخيص

سنحاول من خلال هذا الفرع تناول أهم تعريفات عقد الترخيص سواء من الناحية الفقهية (أولاً) والتشريعية (ثانياً) والقضائية (ثالثاً).

أولاً: التعريف الفقهي

لقد تنوعت التعاريف التي قدمها الفقهاء في سبيل إعطاء تعريف لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، نذكر من أبرزها:

حيث عرفه جانب من الفقه عقد الترخيص هو "عقد أبرمه مالك العلامة التجارية ليمنح شخصاً آخر سواء كان طبيعياً أو معنوياً، حق استغلال العلامة التجارية على

منتجات معينة داخل نطاق جغرافي معين ولمدة محددة، مقابل مبلغ متفق عليه، والذي يكون في هذا عبارة عن حصص في رأس مال الشركة" (1).

ويرى البعض أن عقد الترخيص "عبارة عن اتفاقية أو رخصة يمنح فيها صاحب العلامة الحق لشخص آخر في استخدام هذه العلامة، ويتم الترخيص من خلال عقد يتم تشكيله على الأقل شخصين المرخص وهو مالك العلامة والمرخص له وهو المأذون باستعمالها" (2). أيضا يعرف بأنه "واحد من عقود التوزيع الذي يجمع بين شركة مالكة للعلامة التجارية (صاحب الترخيص)، أو تاجر أو عدة تاجر مستقلين يقوم بمقتضاه صاحب العلامة بوضع علامته، اسمه التجاري معارفه ومساعدته الفنية على ذمة المستغل بمقابل مالي" (3).

وكما عرفته الأستاذة فرحة زراوي صالح على أنه "العقد الذي يمنح به صاحب العلامة أو الحق الفكري للآخرين حق استخدامها كلياً أو جزئياً بصورة استثنائية أم لا مقابل دفع رسوم مناسبة الاستغلال تسمى بالإتاوات" (4).

¹. ثابت إيمان، سجيح شريفة، أحكام تقديم العلامات كإسهام في الشركة، مذكرة لنيل درجة الماستر في الحقوق، قسم قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2019، ص 48.

² عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 468.

³. محمد فريد العلايني، دويدار هاني، قانون الأعمال، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2002، ص 125.

⁴. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الادارية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2000، ص 252.

وكما قام أيضا الأستاذ صلاح زين الدين بتعريفه بأنه "عقد بمقتضاه يسمح مالك العلامة التجارية باستعمال علامته التجارية من قبل شخص آخر لمدة معلومة ولقاء عوض معلوم"⁽¹⁾

نستخلص من خلال هذه التعاريف أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يهدف إلى منح الغير استغلال العلامة، ولا يؤدي إلى نقل ملكية العلامة، بل تظل في ملك صاحبها مقابل دفع هذا الأخيرة أجرا معلوما؛ إذ يمكن أن ينصب الترخيص باستغلال العلامة في مجموعها أو في جزء منها، كما يمكن أن يكون للترخيص طابع استثنائي أو غير استثنائي أو وحيد.

ثانيا التعريف التشريعي

نجد أن المشرع الجزائري قد نص على عقد الترخيص في المادة 9 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه "الحق في العلامة يخول صاحبه....ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه، على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها...."⁽²⁾.

¹. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة والنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 218.

². أنظر المادة 9 من الأمر رقم 03-06 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

كما نصت المادة 16 من نفس الأمر أنه "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة، أو استثنائية، أو غير استثنائية لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها"⁽¹⁾.

يتضح لنا أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف عقد الترخيص في استغلال العلامة التجارية، وإنما اكتفى بالنص على مضمون هذا العقد، وأنواع عقد الترخيص باستغلال العلامة على عكس بعض التشريعات الأخرى، وإنما ترك التعاريف للقضاء والفقهاء.

ثالثا: التعريف القضائي

لقد عرف مجلس قضاء باريس عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية كما يلي: " 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 في إطار استقلالية تامة بين طرفيه"⁽²⁾.

كما أضاف القضاء الفرنسي تعريف بشكل من التحليل والتفسير على ما يلي: "العقد الذي بموجبه يضع المرخص تحت إمرة المرخص له علامته التجارية أو اسمه التجاري بالإضافة إلى الأحرف الأولى والرموز ومجموعة من السلع والخدمات يتم إنتاجها بطرق

¹. أنظر المادة 16، المرجع نفسه.

². زهرة صالح، دراسة عقد استعمال العلامة التجارية، مذكرة ماجستير، فرع قانون الأعمال، معهد العلوم القانونية والإدارية، بن عكنون، الجزائر، 2002، ص22.

أصلية محددة ويجري اختبارها وضبطها باستمرار وذلك بمعرفة المرخص وتحت إشرافه رقابته⁽¹⁾.

كما حاول القضاء الأوروبي هو الآخر إعطاء تعريف لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية حيث قضت محكمة لوكسمبورغ وبموجب أحد قراراته الصادرة في 28 جانفي 1987 على "أنه المؤسسة التي تنشأ في السوق، كموزعة والتي استطاعت وضع مجموعة من الطرق التجارية التي تمكنها من إحراز النجاح"⁽²⁾.

المحاولات التي قام بها القضاء الفرنسي والأوروبي في تحديد مفهوم عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية لم تكن متجانسة؛ إذ ركز القضاء الفرنسي على عناصر الفرنشايز، بينما رأى القضاء الأوروبي أن هذا العقد يتطلب وضع استراتيجيات تجارية لتحقيق النجاح، ورغم أن القضاء الجزائري شهد العديد من القضايا المتعلقة بالترخيص إلا أنه لم يحضى بالفرصة لتعريف هذا العقد بشكل واضح، ويتضح لنا أنه تم الاعتراف رسمياً بشرعية عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية في أوروبا⁽³⁾.

¹. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص19.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص14.

³. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 14.

الفرع الثاني

مميزات عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يتميز عقد الترخيص بعدة مميزات فهو يخضع في بعض الزوايا منه إلى القواعد العامة التي تحكم كل العقود الواردة في القانون المدني الجزائري، ويخضع للأحكام الخاصة بالعلامة التجارية باعتبارها عنصرا معنويا مكونا للمحل التجاري.

لذلك سنتناول مميزاته كعقد (أولا) ثم باعتباره مشروع تجاري (ثانيا)

أولا: مميزات عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية كعقد

يتميز الترخيص كونه عقدا مثله مثل باقي العقود بخصائص عدة أهمها:

1. عقد الترخيص عقد رضائي: في مثل هذه العقود يطرح كل طرف شروطه بما يتوافق

مع مصلحته ويناقش كل طرف شروط الطرف الآخر ولا يتم إلا بتطابق الإرادتين⁽¹⁾ حيث

تنص المادة 59 من ق م ج على "يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما

المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية"⁽²⁾ لأن العقد شريعة المتعاقدين يبقى دائما

¹ عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، الطبيعة القانونية لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2021، ص 13.

² أنظر المادة 59 من الأمر 75 . 58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر ج ج، عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم، WWW.JORADP.DZ

خاضع لاتفاق أطرافه ولإرادتهم⁽¹⁾ إلا أن التقاء هاتين الإرادتين ليس سهلا لأنه يتميز بسرية التفاوض ويتطلب الدقة في مناقشة شروط كل طرف⁽²⁾ فالأصل في العقد عموما لا يحتاج إلى الشكلية وإن كان الغالب الأشمل أن تتم كتابته لأن الكتابة لا تؤثر على رضائية العقد، ويجب الإشارة إلى أنه يجوز إثبات عقد الترخيص بجميع طرق الإثبات لكونه عموما من العقود التجارية⁽³⁾ مع الأخذ بعين الاعتبار أن المشرع الجزائري استنادا لنص المادة 17 من الأمر 07.03⁽⁴⁾ يعترف بضرورة تسجيل رخصة الاستغلال في سجل العلامات التجارية الذي تحتفظ به الجهة المختصة، فالإرادة كافية لإبرام عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية، حيث يمنح المرخص رخصة استغلال للمرخص له الانتفاع بحق من الحقوق الملكية الصناعية أي العلامة التجارية لفترة زمنية محددة، مقابل مبلغ من المال محدد حسب الاتفاق المعمول به في العقد⁽⁵⁾.

العقد الرضائي يعرف بأنه يكفي لانعقاده تراضي الطرفين أي اقتران الإيجاب بالقبول

فالتراضي وحده هو من يكون العقد⁽⁶⁾.

¹. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع، المرجع السابق، ص18.

². عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، المرجع السابق، ص 13.

³. علاء عزيز حميد الجبوري، عقد الترخيص (دراسة مقارنة)، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003، ص47.

⁴. أنظر المادة 17 من الأمر 03-07، مؤرخ في 19 جويلية سنة 2003، متعلق ببراءة الاختراع، ج ر ج ج، عدد44 صادر في 23 جويلية 2003، WWW.JORADP.DZ.

⁵. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، صص18-19.

⁶. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، (نظرية الالتزام بوجه عام)، الجزء الثاني، ط 03، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000، ص 163.

2. عقد الترخيص عقد تبادلي ملزم لجانبين: العقد الملزم للجانبين يطلق عليه أيضا العقد التبادلي أي أن هذا العقد يلتزم فيه طرف بالالتزام نحو الطرف الآخر لمجرد انعقاده وعليه فعقد الترخيص ينشأ مجموعة من الالتزامات المختلفة تقع على كل من المرخص والمرخص له (1) ومثاله عقد البيع فهو يلزم البائع بنقل الملكية وتسليم المبيع ويلزم المشتري بدفع الثمن (2) فهناك ترابط بين هذه الالتزامات، ففي حالة إن بطل أو انتهى التزام أحد الطرفين يكون لهذا الإبطال نفس الأثر على الطرف الآخر، فنتيجة لتعدد الالتزامات من الجانبين، نجد أن التزام المرخص يتمثل في تمكين المرخص له من الاستفادة بالاختراع بينما يتعين على المرخص له دفع الأجرة بانتظام، فعقد الترخيص ينشأ عندما يكون الالتزامات متبادلة كشكل من أشكال الإيجار حيث تنشأ التزامات متبادلة وملزمة لكلا الطرفين ويخضع هذا العقد لقواعد الفسخ في حالة ما إذا أخل أحد الأطراف لأي التزامات (3).

3. عقد غير ناقل للملكية: يعتبر عقد الترخيص غير ناقل للملكية وإنما هو تنازل من مالك أو صاحب العلامة عن مجرد الانتفاع بحق الاستثمار خلال أجل محدد مع الاحتفاظ بحق الاستثمار ذاته ولا يكون للمرخص إلا حق شخصي لا يستطيع أن يحتج به على الكافة (4)

1. بوربوس لعيرج، قنارة سليمان، "دراسة تحليلية للطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال براءة الاختراع" مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، عدد 7، جامعة طاهري محمد، بشار، 2017، ص 261.

2. رمازنية سفيان، "النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري واتفاقية تريبس" مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلد 17، عدد 2، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، الجزائر، 2020 ص 269.

3. علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص 49.

4. عدلي محمد، خصوصية التراخيص في قانون الملكية الصناعية، مذكرة ليل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: مكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016، ص 14.

وإنما يعطي للمرخص له رخصة باستغلال العلامة موضوع البراءة أو بعض عناصره ولمدة معينة يتفق عليها الطرفين، حيث لا يمكن تأييد هذا العقد فالأصل أن مالك العلامة يحتفظ رغم الترخيص بحقه في استغلال العلامة، كما يظل صاحب الحق الوحيد في رفع التقليد على من يتعدى على حقه في الاحتكار وفي استصدار براءات إضافية في التحسينات كما أنه يتحمل وحده رفع الرسوم عن العلامة وهي غالباً سنوية⁽¹⁾.

يترتب على عقد الترخيص بالاستغلال حق شخصي للمرخص له يمكنه من استغلال الاختراع في نطاق صياغ العقد، في حين يبقى المرخص محتفظاً بحقه العيني وملكيته للعلامة، فيستطيع بيع العلامة كلها أو جزء منها أو يهبها للغير أو أن يوصي بها ولا يقيدده في ذلك وجود حق المرخص له إلا إذا اشترط المرخص له عدم جواز ذلك في نص عقد الترخيص، في حين أن المرخص له ليس له ذلك لأنه لا يملك سوى حق شخصي⁽²⁾.

4. عقد يقوم على الاعتبار الشخصي: يعد عقد الترخيص من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي، التي تكون فيها شخصية المرخص له محل اعتبار كالكفاءة الفنية والتجارية والائتمان المالي وثقة المرخص بالمرخص له، لذلك لا يجوز لهذا الأخير منح الغير ترخيصاً أو التنازل عنه⁽³⁾، ويجب على المرخص اختيار المرخص له بعناية لأنه في حالة ما كان

¹. علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص 42.

². عدلي محمد، المرجع السابق، ص 14.

³. علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص 45.

المرخص له لا يتمتع بالقدرات الفنية وحسن الإرادة المطلوبة قد يؤدي إلى تشويه صورة

المرخص واختراعه بسبب سوء نية أداء المرخص له.⁽¹⁾

5. عقد الترخيص من عقود المعاوضة: نصت المادة 58 القانون المدني الجزائري على

"العقد بعوض هو الذي يلزم واحد من الطرفين إعطاء أو فعل شيء ما"⁽²⁾، بمعنى أن عقد

المعاوضة هو العقد الذي يحصل فيه كل من المتعاقدين على مقابل لما يعطى، فالمرخص

يحصل على المقابل النقدي سواء كان دفعه واحدة أو بصفة دورية، والمرخص له يحصل

على منفعة الاختراع مقابل ما يدفعه، وما تجدر الإشارة له أن عقد الترخيص لا يولد إلا

حقوق شخصية وهذا هو الأصل، فهو يمكن المرخص له من استغلال العلامة ولمدة

معينة⁽³⁾.

فعقد الترخيص يتولد عادة عندما يفتقر مالك العلامة للقدرة المالية الكافية لاستخدامها

وبالتالي يبرم عقد ترخيص مع طرف آخر لضمان حق استخدام العلامة لفترة معينة مقابل

بدل مالي يتم الاتفاق عليه بين الطرفين⁽⁴⁾

¹. أحمد طارق بكر البشتاوي، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، رسالة شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية

الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2011، ص42.

². أنظر المادة 58 من الأمر 75-58، يتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

³. علاء عزيز محمد الجبوري، المرجع السابق، ص49.

⁴. بدرالدين تقي الدين، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مذكرة مكملة من مقتضاة نيل شهادة الماستر في

الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لمين دباغين، سطيف 2، 2017، ص11.

6. **عقد الترخيص من العقود المستمرة (زمني)** : أي أنه من عقود المدة التي لا يمكن فيها الحصول على كامل المنفعة فور انعقاد العقد ،بل يلزم الزمن لتحقيقها، يمكن الطرفين تحديد مدة معينة لانتهاء العقد سواء بشكل مباشر عن طريق تحديد المدة بوضوح، أو بشكل غير مباشر من خلال الإحالة إلى عناصر خارجية في حالة عقد الترخيص، إذ يعتبر عنصرا مؤقتا ولا يخضع لقاعدة التنفيذ المعاصر للالتزامات الطرفين⁽¹⁾ وبالرجوع إلى نص المادة 09 - من الأمر 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع نجد أنه وإن لم يتم تحديد مدة البراءة واستغلالها فإن حياة براءة الاختراع تقدر بمدة 20 عاما من تاريخ إيداع الطلب بشرط دفع رسوم التسجيل ورسوم إبقاء سريان المفعول والغرض من هذا الضبط هو تحديد التاريخ بدقة فتسجيل البراءة بدون دفع للرسوم يجعل المخترعين يتهافون على تسجيل أي طلب براءة لضمان وجود ما يفيد أسبقيتهم إلى الاختراع.⁽²⁾

7. **عقد الترخيص من العقود غير المسماة**: العقود غير المسماة هي التي لم ينظم المشرع أحكاما لها بشكل خاص، ولم يضع لها اسم يميزها، بل تبقى خاضعة للقواعد العامة في القانون المدني أو التجاري تنتج هذه العقود وفقا لإرادة الأطراف طالما لم تخالف النظام العام والآداب⁽³⁾.

¹ علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص50.

² سليم بلجراف، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020، ص21.

³ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص27.

قد ينظمها المشرع ضمن العقود المسماة في حالة التعامل بها بين الناس وفي حالة التشابه بين العقود غير المسماة والعقود المسماة يتم القياس على أحكام العقد المسمى، أما عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية فقد يعتبر بعضهم عقدا مسمى لخصائصه الخاصة بينما يرى آخرون أنه غير مسمى نظرا لتنوع الالتزامات المتضمنة فيه حيث تعتبر خليطا من عدة عقود.⁽¹⁾

8. عقد الترخيص من عقود الأعمال: عقد الأعمال هو اتفاق يخضع للقواعد العامة للقانون المدني الجزائري، يهدف إلى إقامة روابط بين أطرافه لنقل الخبرة والتكنولوجيا أو المال أو القيام بنشاط اقتصادي، غير أن عقد الأعمال وعلى الرغم من كونه اتفاقا إلا أنه يتميز بجملة من الخصوصيات التي تجعل إخضاعه للقانون مسألة قابلة للنقاش، فاعتبر عقد الترخيص من عقود الأعمال نظرا لطبيعتها التجارية والاقتصادية لأن أطرافها متعاملين اقتصاديين يعملون على تحقيق الربح.⁽²⁾

9. عقد الترخيص من بين العقود الاقتصادية: حيث أن عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية يؤثر على النشاطات الاقتصادية المختلفة والمتمثلة في نشاط الإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات، لذلك يعد عقد الترخيص من العقود الاقتصادية التي تتميز بخصائص معينة يمكن

¹. سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص70.

². الكاهنة ارزيل، "عن إخضاع عقد الأعمال للقانون" مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد10، عدد1، جامعة الجزائر، 2019، ص40.

لمسها بصفة خاصة في هذا العقد، والمتمثلة أساسا في اعتباره من العقود المركبة⁽¹⁾ التي تتكون من عدة عقود وهي:

. عقد توريد وذلك بتزويد المرخص له حق استغلال العلامة بمجموعة السلع المرسومة بعلامته التجارية موضوع الترخيص ويدفع المرخص له في المقابل ثمن هذه السلعة.

. عقد إعادة النجاح لاعتباره يقوم على أساس إعادة ما حققته العلامة التجارية لصاحب النظام من نجاح وما تحمله من شهرة.

. عقد إدماج على اعتباره يجمع بين طرفين مستقلين قانونيا وماليا ولكنهما يستعملان نفس وسائل النجاح الخاصة بصاحب النظام والمتمثلة في العلامة وكذا نفس الطرق التجارية وأساليب التسويق.

. عقد بيع من نوع خاص يعتمد على نقل صاحب العلامة التجارية ملكية سلعته المرسومة بعلامته لتجار مستقلين مرخص لهم باستخدامها، بهدف تقليل التكاليف مع فرض قيود لضمان الحفاظ على جودة السلع وتعزيز المنافسة⁽²⁾.

. عقد من العقود الواردة على حقوق الملكية الصناعية تظهر هذه الخاصية من خلال اعتبار أن موضوع هذا العقد أساسه حقوق الملكية الصناعية المتمثلة في براءة الاختراع، الاسم التجاري العلامة التجارية،... الخ التي تعتبر حقوق معنوية، لهذا اتسم عقد الترخيص

¹. بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص 10.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافس، المرجع السابق، ص 30.

باستغلال العلامات التجارية بالحدثة من جانب ووسيلة من وسائل استغلال حقوق الملكية الصناعية من جانب آخر⁽¹⁾.

ثانيا: مميزات عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية كمشروع تجاري

يتم عقد ترخيص العلامات التجارية بين مشروعين تجاريين هما المشروع المرخص والمشروع المرخص له، فتميز هذه العلاقة التعاقدية بخاصيتين أساسيتين هما: الخاصية الأولى: الرقابة والإشراف الخاصية الثانية: الاستقلال المالي والإداري والقانوني.

1. الرقابة والإشراف يمارسها المشروع المرخص على المشروع المرخص له وتهدف هذه الخاصية لتحقيق وتوفير شكل موحد وثابت لشبكة الترخيص، وضمان السير العادي للمنافسة في الأسواق، وضمان جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة للجمهور، وكفاءتها التي يسعى المرخص لتحقيقها لأنها مرتبطة بعلامته وسمعته التجارية⁽²⁾، ولعل الهدف الأساسي من وراء الرقابة والإشراف هو حماية المرخص من خلال ضمان عدم الإساءة لسمعته التجارية، وجمهور المستهلكين على حد سواء، فالرقابة والإشراف هي خاصية أساسية في عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية ولا يمكن تصوره خاليا منها⁽³⁾.

2. الاستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمشروع المرخص له:

¹. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص 32.

². المرجع نفسه، ص 32.

³. عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، المرجع السابق، ص 19.

يتمتع المرخص له بالاستقلال المالي والإداري والقانوني، فيمتلك ذمة مالية مستقلة عن الذمة المالية للمشروع المرخص له، مما يجعله يتحمل كل تكاليف الاستثمار في مشروعه، ويتحمل كل المخاطر التي تواجهه دون أن تتعدى أثارها للمشروع المرخص ويجب عليه أن يعلن استقلاله المالي عن المرخص ولا يجوز له الاعتقاد على أنه تابعاً للمشروع المرخص أو وكيل عنه أو مستخدم عنه⁽¹⁾.

المطلب الثاني

صور عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

في عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية نجد أنه لمالك العلامة التجارية الحرية الكاملة في اختيار نوع الترخيص الذي يمنح بموجبه للمرخص له الانتفاع بالعلامة واستغلالها، فعقد الترخيص يمكن أن يظهر بعدة أشكال مختلفة، يمكن أن يكون محددًا في المكان وذلك حتى داخل التراب الوطني وقد يبرم خارج إقليم الدولة وعليه سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الدولي (الفرع الأول) وعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الوطني (الفرع الثاني).

¹. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص 34-35.

الفرع الأول

عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الدولية

يعد هذا العقد من عقود التوزيع الحديثة، يركز أساسا على تكرار واستتساخ نجاح فكرة المرخص من طرف المرخص لهم، كما أنه يمتاز بنوع من التعقيد⁽¹⁾.

عندما يتجاوز عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية حدود الدولة المسجلة بها يكتسب لصفة الدولية وذلك عندما يكون العقد متعلقا بعلامة تجارية مسجلة في دولة ما ويقوم المستعمل باستخدامها في دولة أخرى⁽²⁾، إذ أن عقد الترخيص الدولي يتضمن دائما عنصرا أجنبيا واحدا على الأقل بالنسبة لدولة المستعمل، ألا وهي العلامة التجارية من حيث أنها مسجلة في دولة ويرد استخدامها في دولة أخرى غالبا ما تكون دولة المستعمل⁽³⁾، ومثال ذلك العقد المبرم بين الجزائر والأردن، وكذا العقد المبرم بين الجزائر وتونس في مجال التراخيص باستغلال العلامات التجارية، ويمكن تصور العقد الترخيص الدولي من الناحية العامة عندما نفترض أن شركة (أ) مسجلة ابتداء في دولة ألمانيا مثلا وأصبحت تمتلك حصرا علامة تجارية في تلك الدولة أو دولة أخرى، وشركة ثانية (ب)، حيث تسمح الأولى للثانية استغلال العلامة التجارية في الجزائر مثلا، فتبرم الشركة (أ) عقد الترخيص باستعمال

¹. بلعزام مبروك "عقد ترخيص التجاري الدولي" مجلة الاجتهاد القضائي، عدد 17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2018، ص 97.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 40.

³. حسام الدين عبد الغاني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دار القومية، القاهرة، 1993، ص 110.

العلامات التجارية مع الشركة (ب) ،حيث تسمح الأولى للثانية باستغلال العلامة التجارية في الجزائر ،هنا نكون في صدد عقد الترخيص الدولي في استغلال العلامة التجارية⁽¹⁾،غالبا ما يتسم هذا النوع من العقود بالطابع الدولي، نظرا لطبيعته التي لا تتيح الانعقاد الفوري بين الايجابي والقبول، إذ أن تلاقي الإيجاب والقبول في هذه العقود يتطلب سلسلة من المفاوضات والمباحثات الدقيقة والمفصلة، ترجع إلى أهمية المصالح المعنية لكلا الطرفين، هذا من جهة ومن جهة أخرى تتسم هذه العقود بالتعقيد نتيجة لما تتضمنه من تفاصيل⁽²⁾. لهذا السبب ينبغي فحص هذه العقود بدقة في جميع مراحلها من خبراء القانون المختصين والمستثمرين.⁽³⁾

الفرع الثاني

عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الوطنية

في حالة إبرام المرخص عقود التراخيص مع أشخاص آخرين لتغطية السوق المحلي في مختلف مناطق الوطن يكتسب عقد الترخيص الصفة المحلية، حيث نصت المادة 16 من الأمر رقم 06-03 على أنه "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامات التجارية موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية لكل أو لجزء من السلع أو

¹. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 40.

². حسن علي كاظم، تسوية المنازعات الناشئة عن عقد الترخيص الدولي، رسالة نيل شهادة الدكتوراه، في القانون كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005، ص 49.

³. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 41.

الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها" (1) وعلى إثر نص هذه المادة فإن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يأخذ إحدى الصور التالية:

عقد الترخيص الاستثنائي (أولا) عقد الترخيص غير الاستثنائي (ثانيا) عقد الترخيص الوحيد (ثالثا) والتي سنحاول معرفتها وهي كالتالي:

أولا: عقد الترخيص الاستثنائي

وهو ما يسمى بالترخيص الحصري، بمعنى أن هذا العقد يرد فقط على المرخص له، فالمرخص أي صاحب العلامة لا يكون له الحق في منح تراخيص أخرى لنفس السلع والخدمات المرخص بها⁽²⁾، ففي هذا النوع من التراخيص يعطي المرخص للمرخص له رخصة يتعهد فيها المرخص بعدم إعطاء أي رخصة في ذات الحق المرخص له به لأي شخص آخر، ويمكن أن تكون هذه التراخيص حصرية بمنطقة جغرافية معينة، يمكن أن يمنح صاحب العلامة رخص أخرى في أقاليم أخرى وأن يستغل فيها الاختراع بنفسه، وهذا في حالة ما إذا كان الاستثنائي محددًا إقليميًا⁽³⁾.

1- انظر المادة 16 من الامر 06-03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

2. عبد العلي حموتة، حامدي بلقاسم "عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 8، عدد 1، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021، ص 628.

3. حواس فتيحة، "الجوانب القانونية لعقد ترخيص براءة الاختراع"، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 6، عدد 1، جامعة الجزائر، 2022، ص 290.

الترخيص الاستثنائي يمنح للمرخص الحق الحصري في استخدام الاختراع ولا يمكنه منح تراخيص إضافية وإذا حدث ذلك يعتبر اعتداء على حقوق المرخص له مما يستوجب التعويض بينما يعتبر تقليداً من جانب المرخص له الثاني (1).

تجدر الإشارة هنا أن المرخص له يستأثر باستغلال العلامة التجارية لوحده وبجميع ما شمله من منتجات أو بعضها حسب بنود العقد، دون أن يكون للمرخص حق الاستغلال أو منح حق الاستغلال لغير المرخص له، بل يكون هذا الحق للمرخص له فقط على أن لا يتجاوز المدة أو المنطقة المحددة له وإلا يعتبر مقلداً للعلامة أو منافساً منافسة غير مشروعة (2).

ثانياً: عقد الترخيص غير الاستثنائي (العادي)

هو الترخيص الذي يمنح فيه المرخص ترخيصاً آخر لذات العلامة على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية لشخص آخر أو لأشخاص آخرين (3) ويمكن أن يستغل العلامة بنفسه مع منح ترخيصاً للغير، والمرخص له لا يجوز له منح تراخيص أخرى إلا بموافقة المرخص، وعندما يقوم المرخص له بمنح تراخيص أخرى دون موافقة المرخص يتعرض

¹. حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 103.

². المرجع نفسه، ص 102.

³. عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 166.

لعقوبة التقليد بينما يلزم المرخص من الباطن بالتعويض⁽¹⁾، وميزة هذا العقد هي عدم منح الحصرية للمرخص له على هذا الاستعمال، ففي الترخيص غير الاستثنائي يجوز للمرخص في نفسه أن ينافس المرخص له على نفس النطاق الجغرافي وعلى نفس السلع أو الخدمات التي يغطيها عقد الترخيص وبالعلامة التجارية ذاتها محل العقد، كما يمكن أيضا أن يرخص للغير على نفس محل العقد سواء كان لمرخص له واحد أو عدة مرخص لهم⁽²⁾.

يجب على المرخص له أن يتبع تعليمات المرخص ولا يجوز له أن يتجاوز في استعماله للبراءة أو العلامة أو غير ذلك الحدود التي يرسمها العقد، ويحترم الطرق والأساليب التجارية التي يحددها العقد، كما يلتزم بدفع الإتاوات المتفق عليها⁽³⁾.

ثالثا: عقد الترخيص الوحيد

بموجب عقد الترخيص الوحيد، يتمتع على مالك العلامة المرخص منح تراخيص أخرى لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها في العقد ومع ذلك يحتفظ

¹. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2014، ص210.

². عزيزة سيد محمد متولي الوسيمي " الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية " المجلة العلمية الفكرية وإدارة الابتكار، مجلد1، عدد1، جامعة الحلوان، مصر، 2018، ص49..

³. حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية، ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية، عن الملكية الفكرية لأعضاء الشورى من تنظيم المنظمة العالمية للملكية الفكرية وبالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة ومجلس الشورى، كلية الحقوق جامعة المنوفية، مسقط 23 و24 مارس 2004، ص4.

المرخص بالحق في استغلال هذه العلامة داخل هذه الحدود دون قيد⁽¹⁾ غير أنه لمالك العلامة الحق في استعمال علامته واستغلالها بنفسه في يده حيث يعطي نفسه الحق في استعمال العلامة التجارية إذ رأى مثلا أن المرخص له لا يحسن استعمالها واستغلالها⁽²⁾ وتجدر الإشارة هنا أن الترخيص الوحيد هو الترخيص الذي سيتأثر بموجبه المرخص له بحق استعمال العلامة محل الترخيص دون أن يكون للمرخص حق منح شخص ثالث باستعمال العلامة التجارية⁽³⁾.

¹. بلحاج فاطمة الزهراء، شيخ نسيم، "إبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع" مجلة صوت القانون، مجلد 9، عدد 1، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2022، ص 1518.

². عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 487.

³. قرمات أحمد الأمين " الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة" مجلة العلوم الإنسانية، عدد 51، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2019، ص 440.

المبحث الثاني

العناصر المكونة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يعد عقد ترخيص استعمال العلامات التجارية من العقود الملزمة لجانبين، إذ إنه لا يقوم عقد الترخيص إلا بتوفر الشروط الموضوعية اللازمة للعقود، من إيجاب وقبول متوافقين وأهلية قانونية كاملة، وتراض صحيح خال من العيوب ومحل وسبب مشروعين وبالإضافة إلى الأركان الموضوعية الخاصة، وقد نصت عليها المادة 17 من الأمر 06.03 المتعلقة بالعلامات⁽¹⁾، ونصت عليها المشرع بموجب قوانين خاصة، وهي شروط لا تقل أهمية عن أركان عقد الترخيص كون أنه تخلف أي منها قد يؤدي إلى بطلان العقد، ومع الإشارة بأن عقد الترخيص لا يلزم إفراغه في قالب معين وإنما يلزم قيد رخصة الاستغلال في السجل المتعلق بالعلامات التجارية.

وتنقسم هذه إلى العناصر إلى الأركان العامة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (المطلب الأول)، والأركان الخاصة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (المطلب الثاني).

¹. المادة 17 من الأمر 06-03 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

المطلب الأول

الأركان العامة لعقد الترخيص

يجب أن تتوفر في عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية شروط موضوعية حتى

يكون صحيحا ومنتجا للأثار القانونية التي أراد الطرفين تحقيقها وهذه الأركان هي التي

تتطلب في كل العقود القانونية بوجه عام، والتي تتمثل الرضا (الفرع الأول) والمحل (الفرع

الثاني) والسبب (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الرضا

يقصد بالتراضي الإرادة إلى إحداث الأثر القانوني المطلوب، ولكي يقوم الرضا بالعقد

فلا بد من وجود إرادة شخص محدد يتجه إلى إحداث أثر قانوني معين، أن تخرج هذه

الإرادة إلى العالم الخارجي بالتعبير عنها أو تتطابق مع إرادة أخرى، وهذا ما نص عليها

المشرع الجزائري في المادة 59 من القانون المدني الجزائري، حيث نصت على "يتم العقد،

بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون إخلال بالنصوص

القانونية"⁽¹⁾ ومن خلال هذا النص، نجد أن المشرع الجزائري اشترط وجود التراضي لانعقاد

العقد فالقاعدة العامة فيما يتعلق بانعقاد العقد هي الرضائية وعليه فعقد الترخيص باستغلال

¹. أنظر المادة 59 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

العلامات التجارية يتطلب توافر التراضي كل من المرخص والمرخص له والتراضي هو تطابق الإيجاب مع القبول، للتعبير عن إرادة طرفي عقد الترخيص⁽¹⁾.

ومن الناحية الواقعية فإن الاتفاق الذي يكون بين المرخص والمرخص له على استخدام العلامات التجارية لمدة معينة، تبدأ من تاريخ التوقيع على العقد والرضائية كافية لانعقاده دون الحاجة إلى إفراغه في شكل معين فالكتابة ليست ركنا لانعقاد بل مجرد شرط من شروط صحته⁽²⁾.

تعتبر الإرادة مصدر التراضي في عقد الترخيص، لأنها الركن الأساسي في العقد والتصرف القانوني المقصود به هنا هو أن يكون المتصرف مدركا لما يقدم عليه والإرادة تستدعي أن يكون المتصرف حاضر الذهن متمكنا وسالما من أي آفة عقلية وسليما من كل عيب يمس إرادته كالإكراه والغلط، والتدليس والغبن⁽³⁾.

ومنه يتضح أن عقد الترخيص لا يبرم إلا بعد توافق إرادتي كل من المرخص والمرخص له، هذا بقبول الالتزامات الناشئة على هذا العقد، يشترط لصحة هذا التراضي صدوره من أهلية كاملة إلى جانب خلوه من عيوب الإرادة.

¹. ابتسام لعيادة، وحيدة شرشار، النظام القانوني لرخص استغلال براءة الاختراع، مذكرة الاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم القانوني، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 45 قالمه، الجزائر، 2017، ص49.

². صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص220.

³. سليم بلجراف، المرجع السابق، ص37.

أولاً: الأهلية التجارية

1. بالنسبة للشخص الطبيعي

وقد استقر الفقه والقضاء على اعتبار الأهلية من الخصائص المميزة في صفة الإنسان حيث يتوقف على توافر عنصر الأهلية فيه معرفة مدى إمكانية تمتعه بالحقوق، ومدى إمكانية تحمله للالتزامات فإن كان شخص طبيعى يجب أن يكون قادر على مباشرة التصرفات القانونية بحيث يكون مسؤولاً عن الأعمال التي يقوم بها⁽¹⁾ وأن يكون قادر على القيام بالتصرفات التجارية ويتحمل المسؤولية القانونية عنها، ويجب ألا يكون من الأشخاص المحضوري عليهم ممارسة التجارة ، وقد حددت المادة 40 من ق م ج، ويتم اعتبار الشخص مؤهلاً لذلك بعد بلوغه سن 19 ، ولكن المادة 05 من القانون التجاري تقدم استثناء للقصر الذين يرغبون في ممارسة التجارة إذ لا يجوز لهم ذلك إلا بتحقيق شرطين: الأول هو بلوغ القاصر 18 سنة، إضافة إلى الحصول على إذن من الأب أو الأم أو مجلس العائلة مصادق من قبل المحكمة⁽²⁾.

2. بالنسبة للشخص المعنوي

بالرجوع إلى أحكام الشركات التجارية المنصوص عنها في القانون التجاري، حيث تنص المادة 544 من القانون التجاري الجزائري على "يحدد الطابع التجاري للشركة إما بشكلها أو موضوعها، تعد شركة التضامن، وشركات التوصية، والشركات ذات المسؤولية

¹. قرمات احمد الامين، المرجع السابق، ص 441.

². عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، المرجع السابق، ص 420.

المحدودة وشركات المساهمة وشركات المساهمة البسيطة تجارية بحكم شكلها ومهما كان موضوعها⁽¹⁾ أن هذه الشركات تكتسب صفة التجارية بحسب شكلها المعتمد وليس بحيث موضوع النشاط الذي يمارسه⁽²⁾.

حيث تنشأ أهلية الشخص المعنوي من تاريخ قيدها في السجل التجاري وبمجرد قيدها في السجل التجاري فان تصرفاتها تصبح صحيحة لان ذلك يجعلها أهلا للدخول في علاقات تعاقدية مع الغير، فتكون بذلك للشخص المعنوي أهلية في حدود استعمال المشروع للحقوق كما يجب أن تتوفر في الشخص المعنوي الأهلية القانونية وخلوها من عوارض أهلية الشخص المعنوي المتمثلة في الإفلاس والتسوية القضائية وأهلية الأداء لمن يصدر عنه الرضا⁽³⁾.

ثانيا: خلو الإرادة من عيوب التراضي

وفقا للقانون المدني، يجب أن يكون رضا الأطراف خالية من العيوب، مما يعني أن الإرادة يجب أن تكون صحيحة عند توقيع العقد ويشير أو ينص المشرع على العيوب في الإرادة مثل التدليس والإكراه والاستغلال، وقد نصت على هذا المادة 81 إلى المادة 91 من

¹. أنظر المادة 544 من الأمر 59.75، يتضمن القانون المدني، المرجع السابق.

². بلمهدي كريم، تودرت أمزيان، عقد ترخيص إيجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 21.

³. بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص 22،

القانون المدني الجزائري، أما في حالة انعدام الإرادة فيترتب عليه البطلان المطلق فهناك فرق بين إرادة موجودة ولكن معيبة وإرادة معدومة. (1)

1/ الغلط

يمكن القول: إن الغلط هو حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، أما أن تكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها، أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها (2) ويجب أن يكون الغلط جوهريا، أي أن الغلط هو الدافع الرئيسي إلى التعاقد حيث يتمتع المتعاقد من إبرام العقد لو علم بالحقيقة، وهذا ما يقصد به بالغلط حيث نصت عليه المادتين 81 و82، ورجوعا للقواعد العامة نجد المادة 83 من القانون المدني تنص "يكون العقد قابلا للإبطال لغلط في القانون إذا توافرت شروط الغلط في الواقع (3)".

2/ التدليس

هو إيقاع أحد الأشخاص في الغلط، يكون الدافع له بإبرام التصرف القانوني فالتدليس ليس بحد ذاته هو العيب الذي يؤثر على الإرادة سلبا وإيجابا، وإنما الغلط الذي يقع فيه الشخص نتيجة إيهامه بغير الحقيقة، عن بعض الحيل يستخدمها المتعاقد الآخر أو الغير

¹. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام (مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري)، ط 7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 56.

². عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المجلد الأول، ط 3، دار النهضة العربية، القاهرة 2011، ص 289.

³. عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، المرجع السابق، ص 41.

وهذا ما نصت عليها المادة 86 ق م ج⁽¹⁾ لكن وحتى يكون عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية قابلا للإبطال بسبب وجود عيب التدليس، يجب أن يكون التدليس نافعا بالمرخص أو المرخص له للتعاقد واتصال التدليس بالمتعاقد الآخر⁽²⁾

3/ الإكراه

هو الضغط الذي يقع على أحد المتعاقدين سواء المرخص أو المرخص له يولد في نفسه رهبة أو ضغط ناتج عن تهديد يجبر أحد الأطراف على القيام بالتعاقد مع الطرف الآخر، إذا وصل الضغط لحد إعدام الإرادة يعتبر العقد بطلانا تاما، هذا ينطبق أيضا على عقود الترخيص لاستغلال العلامات التجارية، حيث يجب أن يتوفر عنصران: الضغط على الإرادة والتأثير الشخصي الذي يؤدي إلى إبرام العقد بسبب الخوف أو الرهبة، ولكي يبطل عقد الترخيص بسبب وجود عيب الإكراه، لابد من توفر شروطه الثلاث: التعاقد تحت سلطان رهبة، الرهبة الدافعة إلى التعاقد، اتصال الإكراه بالمتعاقد الآخر⁽³⁾.

4/ الاستغلال

يقصد بالاستغلال الطيش البين أو هوى جامع فيستغله، ويبرم عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية معه، وهو ما يرتب تفاوت في التزامات أطراف العقد فيقع على أحد طرفيه غبن كبير، حيث أجازته القانون المدني في المادة 90 ق م ج حيث يتضح لنا من

¹. بوضري محمد بلقاسم، "الغلط والتدليس في القانون الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلد 15، عدد 1 جامعة الجلفة، الجزائر، 2020، ص 493.

². عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني: نظرية الالتزام بوجه عام، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، القاهرة، 1952، ص 424.

³. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 55.

خلال المادة أن الاستغلال يقوم على عنصرين عنصر شخصي هو استغلال طيش بين 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 وعنصر مادي يتمثل في تعادل التزامات الطرفين مطلقاً (1).

الفرع الثاني

المحل

تعد العلامة التجارية محل عقد الترخيص بين مالك العلامة وبين المرخص له، فيتم

عقد الترخيص بين الطرفين حول العلامة التي تقدم كحصاص في الشركة، على سبيل

الانتفاع (2).

كما عرفه عبد الرزاق السنهوري "بالشيء الذي يلتزم المدين القيام به، أما ينقل حق

عيني أو بعمل والامتناع عن عمل" (3).

وأقر قانون الملكية الفكرية على أن الحق في العلامة يمكن أن يكون موضوع

الترخيص إذ يلتزم المدين وهو المرخص به، باستغلال العلامة التجارية محل العقد، وفق

شروط خاصة هي:

¹. بدار محمد أنيس، قاسي أحلام، النظام القانوني لعقد ترخيص العلامة التجارية، مذكرة لنيل الماستر في الحقوق وتخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2022، ص 33.

². ثابت إيمان، سجيح شريفة، المرجع السابق، ص 65.

³. المرجع نفسه، ص 65.

. أن تكون العلامة موجودة عند إبرام العقد، ذلك أن المشرع الجزائري أوجب ذكر العلامة التجارية في عقد الترخيص، بحيث تخضع للإجراءات المنصوص عليها في القانون.

. أن تكون العلامة مشروعة، ومما يجوز التعامل فيه.

. أن يكون موضوع العقد ممكنا، حيث أن لا يكون محل العقد الذي يتمثل بقيام بعمل أو بامتناع عن عمل مستحيلا⁽¹⁾.

الفرع الثالث

السبب

يستوجب أن يتوفر في عقد الترخيص في العلامات التجارية ركن السبب، ويقصد به الباعث الذي يدفع المتعاقدين إلى إبرام العقد والذي يشترط فيه أن يكون متفقا مع النظام العام والآداب العامة⁽²⁾، فغاية المرخص من إبرامه هذا العقد هو توسيع نشاطه التجاري على قدر أوسع من المناطق، فضلا عن رغبته في تحقيق فوائد اقتصادية جديدة، أما المرخص له فيهدف إلى جلب الزبائن لتحقيق أرباح مالية وذلك بالاستفادة من مكانة العلامة التجارية وشهرتها⁽³⁾، ورجوعا للقواعد العامة نجد المادة 98 من ق م ج أوجبت أن يكون السبب من

¹. قرمات أحمد الأمين، المرجع السابق، ص 442.

². سرايش زكريا، الوجيز في العقود الخاصة (الإيجار، المقاوله، الوكالة، الشركة المدنية)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص48

³. قدارة خليل أحمد حسن، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، (مصدر الالتزام)، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص49.

وراء الالتزام مشروعاً بينما جعل كل من يدعى عدم مشروعية السبب عبء إثبات ما يدعيه⁽¹⁾.

المطلب الثاني

الأركان الخاصة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

إضافة للأركان العامة التي يتميز بها عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية نجد الأركان الخاصة التي نص عليها المشرع في نص المادة 17 من الأمر 03 . 06 على "يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 من نفس الأمر المبرم وفقاً للقانون المنظم للعقد، العلامة فترة الرخص، 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، والتي يؤدي إلى تخلفها بطلان عقد الترخيص".⁽²⁾

لذا سنقوم بدراسة هذه الأركان الخاصة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية في

هذا المطلب على النحو التالي: العلامة التجارية (الفرع الأول)، مدة الترخيص (الفرع

الثاني)، المنتجات والخدمات (الفرع الثالث) إقليم الترخيص (الفرع الرابع).

¹. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المرجع السابق، ص 541.

². المادة 17 من الأمر 03 . 06، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

الفرع الأول

العلامات التجارية

سنتناول في هذا الفرع تعريف العلامات التجارية (أولاً)، وأنواع وأشكال العلامة (ثانياً) وشروط العلامة (ثالثاً).

أولاً: تعريف العلامة التجارية

تتمثل العلامة في الرموز والإشارات التي من شأنها تمييز منتجات وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن منتجات غيره، لذلك سنحاول التعرف على المقصود بها من الناحية التشريعية، ومن ثم نعرفها من الناحية الفقهية:

1. التعريف التشريعي للعلامة

لقد عرف المشرع الجزائري العلامة في المادة 2 من الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما 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 أو معنوي على سلع وخدمات غيره"⁽¹⁾.

¹. المادة 2 من الأمر 06 . 03 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

2. التعريف الفقهي للعلامة

لقد تنوعت التعاريف التي قدمها الفقهاء في سبيل إعطاء تعريف للعلامة التجارية

نذكر منها:

تعرف الدكتورة سميحة القيلوبي العلامة بأنها: "كل إشارة أو دلالة يصنعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها، لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"⁽¹⁾.

ونجد أيضا أن الدكتور حسني عباس عرف العلامة بأنه "رمز يوضع على المنتجات

أو مصدر بيعها أو مصدر الخدمات مما يساعد على جذب العملاء"⁽²⁾

وعرفها أيضا أحمد طه السنوسي بأن: "العلامة التجارية تتخذ لتمييز السلعة المادية كما

تتخذ لتمييز الخدمة المعنوية، ولذلك فإنها أي صورة أو إشارة تستخدم للتعريف بالمادة، أو

الخدمة وهي من القوة بحيث تتخذ لفصل إنتاج شخص أو خدمة عن إنتاج أو خدمة

الأشخاص الآخرين"⁽³⁾.

ويتضح مما سبق أن العلامة التجارية ميزة أساسية للمنتج، فهي تتيح إيجاد تمايزات

وكسب ولاء المستهلكين، وتعد عنصرا أساسيا في استراتيجية المؤسسة، إذ تساهم في زيادة

¹. سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، ط4، دار النهضة العربية، مصر، 2003، ص422 .

². حمياز ليندة، بوخيمة نوال، التمييز بين عقد ترخيص العلامة وعقد الفرنشايز، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق،

تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017، ص9 .

³. المرجع نفسه، ص9 .

قيمة العرض،⁽¹⁾ وتعد العلامة التجارية من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على منتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه، وتضمن هذه الوسيلة عدم خداع المستهلكين وتحفز الصانع أو التاجر لبذل أقصى ما في وسعه، لرفع جودة منتجاته أو خدماته إلى أعلى مستوى لضمان تفوقها وانتشارها في مجال المنافسة⁽²⁾

ثانيا: أنواع وأشكال العلامات التجارية

للعلامة التجارية عدة أشكال وأنواع سنتطرق إليها وهي كالتالي:

1. أنواع العلامات التجارية:

تنقسم العلامة إلى علامة المصنع والعلامة التجارية وعلامة الخدمة، وسنتعرف على هذه

العلامات فيما يلي:

أ. علامة المصنع

هي العلامة الخاصة المتعلقة بالصانع أو المنتج، فهي العلامة التي يضعها الصانع

أو المنتج على المنتجات التي يتولى صنعها أو انتاجها، وذلك لتمييزها عن مثيلتها.⁽³⁾

¹. مغراوي محي الدين عبد القادر، العلامة التجارية من منظور استهلاكي، د ط، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2019، ص 76 .

². منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2000، ص 11 .

³. ALBERT Chavannes et Jean Jaques Buerst ,Droit de la propriété industrielle ,Daloz ,Paris , 1998 ,P02.

فالمشرع الجزائري جعل علامة المصنع إلزامية، حيث يلزم الصانع بوضع علامة على منتجاته حتى في الحالات التي يتولى فيها المنتج تسويق للقطاع العام أو الخاص، كما أن استخدام العلامة التجارية لا يعفى من الالتزام بوضع علامة المصنع⁽¹⁾.

ب - العلامة التجارية

هي العلامة التي يضعها تاجر لتمييز المنتجات التي يصنعها، ولكن يضمن توزيعها لذلك تعرف باسم علامات التوزيع⁽²⁾، فهي علامة يضعها التاجر سواء كان بائعا بالتجزئة أو بالجملة، على المنتجات لتسويقها فقط دون التدخل في عملية إنتاجها أو تصنيعها في بعض الأحيان، قد يكون الشخص الذي يسوق المنتجات هو نفسه من قام بإنتاجها أو تصنيعها، وفي هذه الحالة يمكن استخدام علامة واحدة كما قد تحمل المنتجات في نفس الوقت علامة تصنيع وعلامة تجارية مختلفين، العلامة التجارية تشير إلى المصدر التجاري، أي المكان الذي تباع فيه السلعة⁽³⁾.

¹ . حمادي زوبير، المرجع سابق، ص 47 .

² . بلعزم مبروك، عقد الترخيص التجارية، (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، 2016، ص 112.

³ . جعيجع كريمة، قارة مولود، أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2016، ص 12.

ج - علامة الخدمة

هي تلك العلامة التي يستخدمها مقدموا الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرها⁽¹⁾ عرفت

المادة 02 الفقرة 04 من الأمر 03-06 سالف الذكر الخدمة بأنها "كل أداء له قيمة اقتصادية"⁽²⁾ .

تعرف علامة الخدمة بأنها: "كل إشارة تستعملها مؤسسات تعرض الخدمات وذلك

لتمييز خدماتها عن خدمات غيرها"⁽³⁾ .

2- أشكال العلامات التجارية

يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة، وذلك من حيث الأسماء

أو الحروف أو الأشكال أو أي مجموعة منها، فالرجوع إلى نص المادة 02 من الأمر 03-

06 نجد أنها تضمنت تعدادا لأكثر عناصر العلامة استعمالا وشيوعا، وعلى هذا الأساس

سوف نتطرق إليهما فيما يلي:

أ- الأسماء

وفي السياق، يقصد بها أسماء الصناعات أو التجار أو مقدمي الخدمات، وأسماء

مؤسساتهم أو الأماكن التي توجد فيها تلك المؤسسات، يمكن استخدامها هذه الأسماء كعلامة

تجارية، بشرط أن تصمم بشكل مميز مثل كتابتها بأسلوب زخرفي أو هندسي يميزها عن

¹ عاشوري عبد العزيز، غول ياسين، تنازل العلامات مع أسماء النطاق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، ص 9 .

² . المادة 02 الفقرة 5 من الأمر 03-06 يتعلق بالعلامات، المرجع سابق.

³ . عطوي مريم، النظام القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر، 2022، ص 17 .

الأسماء الأخرى، أو كتابتها في شكل دائري بألوان مختلفة تجعلها فريدة⁽¹⁾، ويجب أن يكون الاسم واضحاً ومفهوماً ومعروفاً، بغض النظر عن اللغة المستخدمة، فالهدف الأساسي من الاسم هو تعريف التاجر أو المنشأة أو البضاعة، لذا يجب أن يتميز بصفة فريدة تميزه عن غيره من الأسماء⁽²⁾.

ب - الحروف والأرقام

قد تستخدم الحروف والأرقام كعلامة تجارية كاستخدام الحروف (t,w,a) للدلالة على شركة الطيران الأمريكي⁽³⁾ ويمكن للعلامة التجارية أن تتكون من حروف أو أرقام أو كلاهما، ومثال ذلك اتخاذ تاجر أرقاما كعلامة تجارية لتمييز نوع من العطور "555"، إلا أنه لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية، إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية أما إذا كان جزء من العلامة أو أنه أبرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيل هذه العلامة⁽⁴⁾.

¹ . عطوي مريم، المرجع نفسه، ص17.

² . بلحميتي كاملة غنية، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2023، ص37.

³ . عبد الله حسين الخرشوم، المرجع السابق، ص147 .

⁴ . قرار عدل عليا رقم 53/4، منشور سنة (1953) ص155، نقلا عن: محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفقا للقوانين النافذة في فلسطين، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006، ص14 .

ج . الأشكال والألوان

يسمح باعتبار الأشكال والألوان علامات إذا كانت لا تطلبها طبيعة الصناعة بشرط أن تكون تلك الأشكال والألوان جذابة لجمهور المستهلكين، ولطالب العلامة الحق في أن يحدد اللون أو الألوان التي يريد أن يضعها على علامته، فيصبح اللون جزء من العلامة⁽¹⁾ وأتاحت المادة 2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات إمكانية استخدام الألوان سواء كانت مفردة أو مركبة كعلامة تجارية⁽²⁾ ولا ينبغي أن يكون اللون جزءا ضروريا من السلع أو المنتجات لأنه سيؤدي إلى رفض تسجيله.⁽³⁾

د . الدمغات والأختام والنقوش البارزة

قد تستخدم دمغة أو ختم أو نقش بارز كعلامة تجارية، لأنها تشير إلى طريقة وضع العلامة على البضائع والمنتجات والخدمات لتمييزها أكثر، من كونها تمثل العلامة التجارية نفسها، فهي تعد وسائل لوضع العلامات على المنتجات لأن العلامات توضع بطريقة الختم أو الدمغ أو النقش البارز⁽⁴⁾.

¹ . بن دحمان خولة، بن عريوة راضية، النظام القانوني في العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة باستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2022، ص 39 .

² . ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 62 .

³ . بلقيرة عيدة، بوجلابة تيزيري، ملكية العلامة التجارية بين التسجيل والاستعمال، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، 2022، ص 38 .

⁴ . حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 49 .

ثالثاً: شروط العلامة التجارية

لكي تصلح العلامة التجاري كمثل لعقد الترخيص يجب أن تجتمع شروطها الموضوعية

والشكلية المتمثلة في:

1. شروط موضوعية العلامة:

أ. أن تكون العلامة مميزة: أي أن العلامة بغض النظر عن شكلها أو صورتها يجب أن تتسم بخصائص، تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لمنتجات مشابهة فدور العلامة التجارية هنا هو تمييز المنتجات للمستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بناء على العلامة المميزة التي تحملها⁽¹⁾.

لا تحظى العلامة بالحماية القانونية إلا إذا كانت ذات طابع مميز، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري، وقد استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو تلك التي تفتقر إلى صفة التمييز، فالهدف منه هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلع لتجنب اللبس لدى المستهلك العادي، وعلى ذلك لا تحظى بالحماية العلامات التي تتكون من كلمات ورسوم شائعة تستخدم بشكل اعتيادي في التجارة.⁽²⁾

¹. غرت عبد القادر، شرح أحكام المنازعات التجارية، مكتبة شادي، 1993، د. ب. ن. ص 314 .

². راشدي سعيدة "ترخيص العلامة،" المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، "عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2010، ص 194.

ب . أن تكون العلامة جديدة

بمعنى أنه يجب ألا يكون قد تم استخدام العلامة نفسها سابقا على نفس السلع أو المنتجات، المراد استخدام العلامة التجارية عليها داخل حدود الدولة⁽¹⁾ ويعني ذلك أن العلامة التجارية المتخذة لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل، والمقصود هنا ليست بالضرورة أن تكون العلامة مبتكرة تماما، بل أن تكون جديدة نسبيا، بحيث يكفي أن تكون غير مملوكة لشخص آخر في نفس قطاع النشاط في الوقت الذي يتم ابتكارها فيه⁽²⁾ .

ج . أن تكون العلامة مشروعة

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة أو جديدة فقط وإنما يتطلب القانون أن تكون العلامة مشروعة بمعنى عدم مخالفتها للنظام العام أو حسن الآداب⁽³⁾ وأن تكون قد اتخذت احد الأشكال التي يحضرها القانون بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها، وكذلك الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام.⁽⁴⁾

¹ . غرت عبد القادر، المرجع السابق، ص 314 .

² . راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المرجع السابق، ص 195 .

³ . غرت عبد القادر، المرجع السابق، ص 314 .

⁴ . راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المرجع السابق، ص 194 .

2. الشروط الشكلية للعلامة

أ. إيداع طلب التسجيل

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة ،حيث نصت عليه المادة 13 من الأمر 06.03 على ما يلي: "تحدد شكليا إيداع العلامة وكيفيا وإجراء فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم ، عدا حالة اتفاق متبادل يجب أن يمثل طالبوا الإيداع المقيمون في الخارج أمام المصلحة المختصة بممثل يتم تعيينه وفقا للتنظيم الجاري به العمل"⁽¹⁾ حيث يتضح من هذه المادة أنه يتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري الملكية الصناعية، أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأية طريقة أخرى مناسبة تثبت الاستلام ،وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع⁽²⁾ ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة ويجب أن يشترط على بيانات إجبارية منها، خاصة اسم المودع وعنوانه⁽³⁾ ولقد نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع وتسجيل العلامة على كيفية تسجيل وإيداع العلامة⁽⁴⁾.

¹. أنظر المادة 13 من الأمر 06.03 ، يتعلق بالعلامات ،المرجع السابق.

² . ونوغي نبيل، "شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري"، مجلة أفاق للعلوم، مجلد 04، عدد 15 ، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2019، ص142 .

³ . مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2016، ص22

⁴ . للتفصيل أكثر راجع: المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 ، مؤرخ في 02 أوت 2005 يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر ج ج ، عدد 54، صادر بتاريخ 07 أوت 2005.

ب . فحص الإيداع

يلعب الإيداع دورا مهما في تسجيل الملكية الفكرية للعلامات التجارية ،لذلك يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، بفحص الطلب المقدم من حيث الشكل والمضمون وإذا كان القرار ايجابيا من الناحيتين يعتبر الإيداع مقبولا، ومن ثم تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ووقته وموقعه، بالإضافة إلى رقم التسجيل وتسديد الرسوم وبالنظر إلى البيانات المدرجة فيه، تعتبر هذه الوثيقة ذات أهمية كبيرة لحل النزاعات المحتملة التي قد تنشأ بين عدة مقدمي طلبات (1).

ت . التسجيل والنشر

إن التسجيل هو عملية لاحقة عن الإيداع أي أن تاريخ الإيداع سابق لتاريخ التسجيل(2) فالتسجيل هو قرار يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية قصد قيد العلامة في الفهرس العمومي، وهو دفتر يمسكه المدير الوطني الجزائري للملكية الصناعية، يذكر فيه كافة العلامات التجارية أو الصناعية، أو الخدمة وكذا الرسوم والنماذج الصناعية والاختراعات وتسميات المنشأ، فتاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع لأن التسجيل له أثر رجعي وذلك حماية لمصلحة المودع ضد تصرفات الغير السيئ النية(3).

¹ . رمزي حوحو، كاهينة زواوي، " التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري" مجلة المنتدى القانوني، عدد 05، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018، ص 39 .

² . حمادي محمد رضا، صفات علي هاشم "الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية، دراسة مقارنة " مجلة صوت القانون" مجلد 7، عدد 3، جامعة احمد دراية، أدرار، 2012، ص 465

³ . عاشور مريم، عبد الكريم تسعديت، التصرفات الواردة على العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بجاية، الجزائر، 2014، ص 42 .

في حالة استيفاء جميع الشروط الموضوعية للعلامة التجارية، وبعد إتمام إجراءات إيداعها وتسجيلها بشكل صحيح بعد فحصها من قبل المعهد الوطني للملكية الصناعية، يتم إجراء نفس التسجيلات والتحديدات المتعلقة بالعلامة التجارية بالإضافة إلى إمكانية إبطالها أو إلغائها، وكل هذا وفقاً للأمر 06.03 المتعلق بالعلامات، وتنص المادة 29 من المرسوم التنفيذي 277.05 على نشر العلامة وكذلك تنص المادة 17 الفقرة 4 على "يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة، تحدد كيفية مسك السجل، عن طريق التنظيم، وتمسك المصلحة المختصة مستخرجا لسجل مرقم ومؤشر عليه"⁽¹⁾، حيث يتضح من هذه المادة أنه يتم النشر في الجريدة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية على نفقة صاحب العلامة، كما يتم تسجيلها في سجل خاص يسمى سجل العلامات التجارية، الذي يدون فيه كافة التصريحات والعقود والأحكام القضائية المتعلقة بالعلامات نشر العلامة التجارية لا ينشأ حقا جديدا، بل هو مجرد وسيلة لإثبات الحق الموجود مسبقا نتيجة الإيداع السابق⁽²⁾.

¹. المادة 17 من الأمر 06.03، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

². عاشور مريم، عبد الكريم تسعديت، المرجع السابق، ص46.

الفرع الثاني

مدة الترخيص

من هذا البند يثبت اتفاق الطرفين على مدة الترخيص وعلى كيفية انتهائه، أنه وبحسب طبيعة عقد الترخيص كإذن معطى من صاحب الحق في العلامة للمرخص له في الاستعمال هذه العلامة، فإنه من حق المرخص أن يحدد أو يؤقت مدة هذا الإذن بفترة زمنية معينة يصبح بعدها لا غيا ويتوقف بعدها حق المرخص له باستعمال العلامة (1).

المدة الزمنية لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تعتبر شرطا أساسيا في العقد وتخضع لمبدأ سلطان الإرادة ، هذا ما نصت عليه المادة 5 من الأمر 06.03 (2) حيث يمكن للأطراف تحديدها وفقا لرغبتهم مع ذلك يجب على المرخص له أن يتجاوز هذه المدة المحددة، وإذا فعل ذلك فإنه يعتبر مخالفا لحقوق صاحب العلامة التجارية مما يسمح الأخير باتخاذ إجراءات قانونية للحفاظ على حقوقه (3).

ويبقى لأطراف العقد يحتفظون بحريتهم الكاملة في تجديد العقد بعد انتهائه، لكن بعض الفقهاء يفرضون شرطا على المرخص له في عدم التجديد وهو اشتراط وجود سبب مشروع يبرر الإنهاء أو عدم التجديد بهدف حماية المرخص له من تعسف الطرف الآخر في

¹. كنعان الأحمر، الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية، لأغراض عقود التراخيص، والامتياز "ندوة الويبير الوطنية" عن الملكية الصناعية من أجل زيادة الأعمال والبحث والتطوير، من تنظيم المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالتعاون مع وزارة الاتصال والتجارة وغرفة التجارة الدولية، لسمرية، دمشق، سوريا، يومي 11.12 ماي، 2004 ص12.

². أنظر المادة 5 من الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

³. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص502.

استخدام حقه⁽¹⁾، حيث نصت المادة 12 من الأمر 06.03 "يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه"⁽²⁾

الفرع الثالث

المنتجات والخدمات

ويقصد بالسلع والخدمات المرخص بها أسماء السلع والخدمات موضوع عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الممنوح وفقا لمجموعة الأصناف، أي أن عقد الترخيص يجب أن يحتوي على هذه القائمة التي على أساسها منحت رخصة استغلال العلامة⁽³⁾، ويتضح من نص المادة 16 من الأمر 06.03⁽⁴⁾ أنه قد يكون الترخيص جزئياً فينحصر موضوع العقد في بيع السلع فقط، أو يقتصر على التصنيع دون البيع، أو يكون الترخيص كلياً، وذلك بالصنع والتسويق في آن واحد كما يمكن لموضوع عقد الترخيص أن يكون استثنائياً أو غير استثنائياً⁽⁵⁾، وذلك فإن عقد الترخيص هو الذي يحدد أوجه الاستغلال ومدة الإنتاج وكميته

1. عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، المرجع السابق، ص 50.

2. أنظر المادة 12 من الأمر 06.03 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

3. قرمط احمد الأمين، المرجع السابق، ص 442.

4. أنظر المادة 16 من الأمر 06.03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

5. قنارة سليمان، "الاشكالات القانونية الواقعة على عقد ترخيص استغلال براءة الاختراع في مرحلة تكوينية" (دراسة تحليلية)

مجلة القانون العلوم السياسية، عدد 7، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018 ص 435 .

وعدد الوحدات، بل قد يشمل مناطق التوزيع، ومن يشتري المواد الخام لازمة الإنتاج ويتم ذلك في صالح صاحب المرخص والمرخص له⁽¹⁾.

الفرع الرابع

إقليم الترخيص

يمتد عقد الترخيص أساسا كأصل عام إلى كافة إقليم الدولة التي منحت عقد الترخيص فيجوز للمرخص له استغلال العلامة على كافة الإقليم المسموح به قانونا دون إشكال، ولكن هناك فرض يحتمل أن يتم فيه تحديد رقعة جغرافية لا يجوز للمرخص له لاستغلال خارجها ومتى تجاوز الحدود المرسومة له، جاز للمرخص له في هذه الحالة طلب فسخ العقد⁽²⁾، حيث نصت عليه المادة 4 من الأمر 06.03 على " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها، أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".⁽³⁾

ولقد أزم المشرع الجزائري ضرورة تحديد الإقليم الذي سمح في إطاره الترخيص باستغلال العلامة التجارية سواء من حيث مجاله، ونوعية الخدمات المقدمة، وعقد الترخيص يمكن أن يكون مطلق أو محدد المجال فيكون بذلك الاستغلال إما كلياً بمنح المرخص له

¹. بن زواوي سفيان، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم القانون الخاص، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2020، ص 114 .

². قنارة سليمان، المرجع السابق، ص 435.

³. أنظر المادة 4 من الأمر 06.03 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

حق الاستغلال على جميع الإقليم وطوال مدة الحماية أو جزئياً يتحدد بحسب شروط العقد (1) وهذا ما في المادة 16 من الأمر 06.03 (2).

والمقصود بالإقليم تحديد مكان الترخيص بدقة بحيث لا يجوز للمرخص له تجاوزه وإلا فإنه يخل بالالتزامات التعاقدية (3).

1. راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المرجع السابق، 195 .

2. أنظر المادة 16 من الأمر 06.03، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

3. قرمات أحمد الأمين، المرجع السابق، ص 442 .

ملخص الفصل الأول:

نستخلص من خلال هذا الفصل أن المشرع الجزائري من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، نص على إمكانية الترخيص باستعمال العلامة؛ وتناولنا مختلف التعاريف المتعلقة بالعقد، وتطرقنا إلى مختلف خصائصه التي عرفنا من خلالها أن هذا العقد من عقود المعاوضة وملزم للجانبين ويقوم على الاعتبار الشخصي... الخ .

وقد نص المشرع على ثلاثة أنواع لعقد الترخيص باستعمال العلامة؛ إذ يمكن أن يكون ترخيص العلامة بعقد استثنائي أو غير استثنائي أو عقد وحيد، كما عالجت الأركان العامة المتمثلة في الرضا، والمحل والسبب، دون أن ننسى الأهلية، والأركان الخاصة المتمثلة في العلامة التجارية، ومدة الترخيص، والمنتجات والخدمات، وإقليم الترخيص.

الفصل الثاني:

آثار وانتهاء عقد الترخيص
باستغلال العلامات التجارية

إن إبرام عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية يترتب على صحته أثار قانونية هامة، تتمثل في مجموعة من الالتزامات، التي تقع على عاتق طرفي عقد الترخيص وهذا كون أن هذا العقد، هو من العقود الملزمة للجانبين وللإشارة إلى أن المصدر الرئيسي لهذه الالتزامات هو العقد والشروط الواردة فيه، حيث تعتبر هذه الشروط واجبات قانونية يقوم كل من المرخص والمرخص له بأدائها كما أن الالتزامات الملقاة على عاتق المرخص له في الغالب ما تكون محددة في العقد.

ففي حالة منح الترخيص فإنه مثل أي عقد آخر إذا توفرت أسباب قانونية لسحب الترخيص أو أسباب من أسباب انقضاء العقد فإنه يزول وبالتالي تزول معه القوة الملزمة له كما تزول معه أيضا الالتزامات العقدية لأطراف عقد الترخيص باستعمال العلامة التي نشأت عن هذا العقد.

ولإمام بذلك سنخرج إلى دراسة أثار عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بالنسبة لأطرافه والذي تناول فيه التزامات المرخص، كحق استعمال العلامة من جهة والتزامات المرخص له من جهة أخرى، (المبحث الأول) لنختم هذا الفصل بدراسة أسباب انقضاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية وأثار انقضاءه (المبحث الثاني).

المبحث الأول

آثار عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يرتب عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية التزامات على عاتق طرفيه، عليهما الالتزامات بها وذلك في مقابل حقوق يستحقانها بموجب العقد، بما أن الترخيص لا ينقل ملكية العلامة إلى المرخص له بل يعطيه حق الانتفاع بها فهذا الحق شخصي لا عيني وبالتالي فإن الآثار التي تترتب على الترخيص باستغلال العلامات التجارية تتجلى في الالتزامات التي ينشئها العقد، يعد عقد الترخيص من العقود الملزمة للجانبين ومن عقود المعاوضة، لأنه ينشئ التزامات متبادلة بذمة طرفيه فتحدد التزامات كل طرف والجزاء المترتبة عن مخالفتها (1).

يتبين لنا أن هذا الأخير يفرض مجموعة من الالتزامات على أطرافه تدور كلها حول فكرتين أساسيتين أولهما سعي المرخص للحفاظ على تجانس وصورة العلامة وثانيها رغبة المرخص له في تكرار نجاح المرخص، ويتضح ذلك من خلال تحليل التزامات المرخص (المطلب الأول) التزامات المرخص له (المطلب الثاني).

¹ ديبية عبد الحفيظ، بوغازي شعيب، عقد الترخيص التجاري والصناعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون شركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018، ص 46 .

المطلب الأول

التزامات المرخص

إن عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية يفرض على مالكيها مجموعة من الالتزامات التي يجب عليه الالتزام بها بمجرد الحصول على الترخيص، ومن بين هذه الالتزامات توسيع شهرة العلامة من خلال دخولها إلى مجموعة واسعة من الأسواق، لهذا السبب يعتقد البعض في كثير من الأحيان أن المرخص هو الطرف القوي في عقد الترخيص وبالتالي يقع على عاتقه مجموعة من الالتزامات نلخصها في الالتزام بالإعلام قبل التعاقد (الفرع الأول) والالتزام بالتسليم (الفرع الثاني) والالتزام بالضمان (الفرع الثالث) والالتزام بتقديم المساعدة التقنية (الفرع الرابع) والالتزام بإيداع العلامة في الخارج (الفرع الخامس).

الفرع الأول

الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

الالتزام بالإعلام في فترة ما قبل التعاقد هدفه ضمان حماية حقوق المرخص له، حيث يتعين على المرخص تقديم جميع المعلومات الضرورية حول علامة التجارية، وبيان شهرتها ومركزها القانوني والمالي وذلك لضمان تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين⁽¹⁾ يأخذ الالتزام بإعلام ما قبل التعاقد في مجال عقود التوزيع بترخيص استغلال العلامة التجارية مظهرًا

¹ حريدي لبنى، عكلوش نهال، الأثار القانونية لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون، أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2022، ص14.

شكليا، فيتحقق من خلاله تجميع المعلومات المتعلقة بالعلامة التجارية محل الترخيص، وحجم سوق المنتج أو الخدمة، والوضعية المالية والمحاسبية الاقتصادية لمنشأة المرخص، والمؤسسات المنخرطة في شبكة الترخيص، ضمن وثيقة تسلم للمرخص له بهدف تمكين المرخص له من تشكيل تصور واضح للمنافع والالتزامات المقرر التعاقد عليها⁽¹⁾ ويبرز هذا النوع من الالتزام فيما يلي:

أولاً: التزام المانح بنقل محل العقد للمرخص له

يعد هذا الالتزام بالغاً للأهمية، حيث يشمل نقل المعرفة الفنية والمساعدة الفنية الضرورية التي يستفيد منها المرخص له، بالإضافة إلى نقل العلامات الفارقة والتحسينات التي قد تطرأ على المعرفة الفنية⁽²⁾.

ثانياً: التزام المرخص بإعلام المرخص له بالمعلومات الجوهرية

اشتراط كل من القانون الفرنسي والأمريكي على المانح في الفترة التي تسبق إبرام العقد أن يلتزم بتقديم وثيقة تضم معلومات عن المشروع محل الترخيص.

حيث يظهر أن ظهر المشرع الفرنسي ألزم المرخص أو المانح تقديم للمرخص له قبل 20 يوم من توقيع العقد وثيقة تشمل المعلومات الضرورية كالترخيص بالاسم التجاري

¹ ساسان رشيد، "المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقد" مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون"، عدد 39، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014، ص 161.

² ديبية عبد الحفيظ، بوغازي شعيب، المرجع السابق، ص 47.

والعلامة الفارقة والشعار ونشاطه التجاري... وغيرها، ويتضح أن المشرع الفرنسي لم يتوقف على تقديم المعلومات السالفة الذكر بل ألزم المانح بالتقيد بمبدأ حسن النية في إعلامه⁽¹⁾.

ويرى المشرع الأمريكي إلزام المرخص أو المانح بإعلام الطرف الآخر بكل المعلومات الضرورية والمتعلقة بموضوع العقد وذلك بموجب وثيقتين هما وثيقة معلومات أساسية ووثيقة استعلامات مادية، توضح هاتان الوثيقتان جميع التفاصيل المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المتفق عليها بموجب العقد⁽²⁾.

حيث يظهر أن المشرع الأمريكي نص بوضوح على الالتزامات الملقاة على عاتق المرخص والمتمثلة في إعلام المرخص له بموجب مستندات عشرين نوعاً من المعلومات وأهم هذه المعلومات ما يلي الخاصة بالمؤسسة والتسجيل في السجل التجاري وتاريخ إنشاء المؤسسة والمعلومات المتعلقة بالأحكام القضائية⁽³⁾.

الفرع الثاني

الالتزام بالتسليم

الالتزام بالتسليم يعد من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المرخص ، حيث يكمن مفهوم التسليم بأن يتيح المرخص للمرخص له من حيازة العلامة والاستفادة منها بشكل

¹. دبية عبد الحفيظ، بوغازي شعيب، المرجع السابق، ص 47.

² المرجع نفسه، ص 48.

³ المرجع نفسه، ص 48.

كامل، حيث يجب على المرخص توفير جميع الوثائق والخطط والتحليل والوصف والرسوم الضرورية لضمان الاستخدام الفعال للعلامة التجارية في مجال الإنتاج⁽¹⁾.

إذا قام المرخص بتطوير أو تغيير شكل العلامة التجارية دون التأثير بقدرتها على التمييز فيجب عليه إخطار المرخص له بذلك دون تأخير⁽²⁾، حيث يطلب منه أن يضع العلامة تحت تصرف المرخص له، مما يمكنه من استخدامها وفق الشروط المتفق عليها في العقد على الرغم من أن الترخيص لا يمنح الملكية الكاملة للعلامة وإنما يمنح حق الاستخدام فقط⁽³⁾.

في المقابل يتعين على المرخص له اتخاذ الإجراءات المعقولة لتكييف استخدامه للعلامة التجارية مع التطورات الحديثة التي يدخلها المرخص عليها، هذا يعني أن المرخص له يعترف بحق الملكية للعلامة التجارية لصاحبها، بناءً على ذلك فإن عقد الترخيص لا ينقل ملكية العلامة للغير، بل تبقى الملكية لمالكها الأصلي، الاستثناء الوحيد لهذه القاعدة هو وجود اتفاق بين الأطراف ينص على خلاف ذلك⁽⁴⁾.

إن التزام الترخيص الممنوح يسمح للمرخص له بالاستفادة من العلامة التجارية التي تميز منتجاته وخدماته، ويعود ذلك إلى أهمية العلامة التجارية في جذب العملاء، مع توفر

¹- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص 19.

². المرجع نفسه، ص 19.

³. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجديد، المرجع السابق، ص 216.

⁴. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 92.

الحماية القانونية المناسبة لتلك العلامات⁽¹⁾، ويكون التسليم في المكان والزمان المتفق عليه في العقد وكذلك تسليم مختلف الوثائق والمستندات اللازمة للانتفاع بالعلامة⁽²⁾.

الفرع الثالث

الالتزام بالضمان

يجب على المرخص أن يساعد المرخص له على المستوى التقني من أجل أن تصبح فكرته عملية في استغلال العلامة، لضمان تطور فكرتها بشكل مستقل عن المرخص، يشمل هذا توفير المشورة والمعلومات حول استراتيجيات العلامة التجارية وتصميم الواجهات ونقاط البيع وتحليل تغييرات السوق، ويجب أن يتم استمرار هذا الدعم خلال فترة العقد، مع إشعار العلامة المرخص لها بجميع التحسينات والتعديلات التي تطرأ على المعرفة الفني وعادة ما يتم ذلك عن طريق النشرات الدورية التي يصدرها المرخص بشكل مركز ويتم توزيعها على المرخص له⁽³⁾ ومن ثم يمكن تطبيق أحكام الضمان سواء كان ضمان التعرض أو ضمان الاستحقاق أو ضمان العيوب الخفية وهذا ما سوف نتطرق في النقاط التالية:

¹ يوعش وافية، عقد ترخيص العلامات في القانون الجديد، المرجع السابق، ص92.

² عبد العلي حموتة، حامدي بلقاسم، المرجع السابق، ص630.

³ بلعزام مبروك، عقد الترخيص التجاري الدولي، المرجع السابق، ص103.

أولاً: ضمان التعرض والاستحقاق الصادر من صاحب الترخيص

من بين الالتزامات التي تقع على عاتق المرخص الالتزام بعدم التعرض لأي عمل يمكن أن يحرم المرخص له من الاستفادة من محل عقد الترخيص بشكل كامل أو جزئي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، سواء كان ذلك مادياً مثل المنافسة في نفس المكان باستخدام نفس المعرفة الفنية، أو قانونياً مثل نقل المعرفة الفنية بدون إذن ولا يمكن لصاحب الترخيص أن يتنازع على هذا الالتزام ويجب ألا يتم الاتفاق على إعفاء صاحب الترخيص من هذه الالتزامات الشخصية⁽¹⁾.

يلزم المرخص بتأمين الانتفاع الهادئ بالحق المرخص به كما يجب عليه حماية المرخص له ضد كل إزعاج صادر عن الغير وبإبطال أعمال التقليد والدفاع عن المرخص له في كل دعاوى التقليد المرفوعة ضده من طرف الغير، في الواقع وبما أن هذا العقد يبرم عادة بين المهنيين فالبنود الواردة يمكن أن تكون مضيقة أو موسعة لالتزامات الطرفين إلا ما تعلق منها بالتعرض الشخصي من طرف المرخص الذي لا يمكن إلغاؤها⁽²⁾، رغم أن الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق أوسع من ذلك، كونه يشمل ضمان التعرض المادي الصادر

¹. ديبه عبد الحفيظ، بوغازي شعيب، المرجع السابق، ص 51.

². بلمهدي كريم، تودرت أمزيان، المرجع السابق، ص 43.

من المرخص ، وكما يقول الدكتور سليمان مرقس "ولا يضمن المرخص ومن في حكمه التعرض المادي الذي يصدر من الغير لأن السلطة العامة هي التي تضمنت ذلك"⁽¹⁾ .

ثانيا: ضمان العيوب الخفية

الالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد الترخيص يعتبر الالتزام المانع بتسليم العلامة التجارية كمحل في هذا العقد بكامل عناصرها وخالية من أي عيب يجعلها غير صالحة للاستعمال المخصص لها، وفي حالة العكس لا تحقق العلامة التجارية النتيجة المرجوة التي قصد الطرفان تحقيقها في العقد، وضمان العيوب الخفية يعني أنه إذا كان هناك عيب في المحل الذي تم ترخيصه ولو كان هذا العيب معروفا، فإن المرخص له قد لا يكون قد تعاقد عليه، أو دفع قيمة أقل، فمثلا إذا كان المرخص له يعرف بأن هناك تراخيص أخرى لنفس العلامة التجارية دون علمه، فقد لا يكون قد قرر التعاقد أو دفع المبلغ المطلوب لو علم ذلك خلال فترة العقد⁽²⁾ .

¹ . وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا (الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية)، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 126.

² . بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 93.

ثالثا: ضمان تحقيق النتيجة

الضمان بتحقيق نتيجة ذو أهمية كبيرة في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية لأن طرفيه يحرصا على توضيح شروط الضمان، من حيث نوعية النتائج ونوعية الخدمات والسلع محل الترخيص وظروف العمل⁽¹⁾.

إذ أثبتت الممارسة العملية أن التقليل من أهمية هذا الالتزام بالنسبة للمرخص له يعتبر إجحاف في حقه وإضعاف لقيمته، فيتعين على الشخص المرخص أو الموافق لاستخدام منتج معين تحمل المسؤولية عن عدم تحقيق النتيجة المطلوبة إذا كانت الغاية من ذلك التعرض أو الاستحقاق ما لم يثبت تصرفه بحسن نيته⁽²⁾.

الفرع الرابع

الالتزام بتقديم المساعدة الفنية

تقديم المساعدة الفنية في إطار الرخص يعتبر التزاما أساسيا يجب على المرخص له الالتزام به طوال فترة العقد، وفي حال عدم الالتزام به يحق للمرخص له طلب إلغاء العقد أو إثبات وجود عيب في المنتج، فالمساعدة الفنية تتمثل أساسا في تزويد المرخص له بالمعرفة الفنية اللازمة والتحسينات المتعلقة بالمنتج⁽³⁾.

¹. حسن علي كاظم، المرجع السابق، ص 113.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 95.

³. بلمهدي كريم، تودرت امزيان، المرجع السابق، ص 44.

حيث يمكن تقسيم المساعدة الفنية إلى ثلاث مراحل:

. المرحلة الأولى تشمل دراسة السوق واختيار مكان المنشأة.

. المرحلة الثانية تشمل بدء النشاط والاشارة الى عناصر المنتج

. المرحلة الثالثة تمتد من بدء النشاط حتى انتهاء العقد وتتضمن الدعم الفني المستمر

وتهدف هذه العملية الى حماية سمعة العلامة وضمان جودة المنتج المقدم للمستهلكين⁽¹⁾.

التزام تقديم المساعدة الفنية هو التزام قانوني وعدم ذكره أو استبعاده في العقد لا يعفى

منه، حيث يعتبر جزء لا يتجزأ من العقد، وتشمل المساعدة الفنية تزويد المرخص له

بالمعلومات والتدريب اللازم لاستخدام المعرفة الفنية بشكل صحيح، دون التدخل في

استقلاليتها، وفي حالة عدم الامتثال لهذا الالتزام يحق للمرخص له طلب فسخ العقد او

الطعن في صحته⁽²⁾.

¹. بلمهدي كريم، تودرت امزيان، المرجع السابق، ص44.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص96.

الفرع الخامس

الالتزام بإيداع العلامة في الخارج

بالإضافة إلى الالتزامات السابقة فإن عقد الترخيص يتضمن الالتزام بإيداع العلامة في الخارج ، وهذا يعني أن عقد الترخيص يسمح باستخدام العلامة التجارية خارج الإقليم المختص لبلد صاحب التسجيل مما يعني أنه يتطلب إيداع العلامة في بلد المرخص له هذا الإجراء يهدف إلى حماية حقوق المرخص والاستفادة من العلامة ، والتي تتضمن خاصة منع الآخرين من استخدام غير المشروع للعلامة عبر التقليد، ومع ذلك يبقى هذا الالتزام نسبياً وغالبا ما يتعلق للعلامات التجارية الشهيرة التي تحظى بحماية قانونية حتى لو لم يتم تسجيلها، وتكتسب أهمية عالمية اذا كانت العلامة ذات سمعة دولية⁽¹⁾.

والمشروع الجزائري هو الآخر أقر بكيفية فحص العلامة التجارية الدولية إذ نصت المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 على "تخضع التسجيلات الدولية للعلامات الممتدة حمايتها إلى الجزائر، في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر، إلى الفحص التلقائي بهدف التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المذكورة في المادة 7 من الأمر 03-06..... في حالة الرفض لأسباب المذكورة في المادة 7 من الأمر 03-06 تمنح مهلة شهرين لصاحب التسجيل

¹. فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 253.

الدولي لتقديم ملاحظاته ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة بنفس المدة على طلب
معل من صاحب الطلب " (1) .

المطلب الثاني

التزامات المرخص له

يمكن للشخص المرخص له لاستخدام العلامة التجارية أن يكون فردا طبيعيا أو
شخصا معنويا حيث يسعى المرخص له لتحقيق هدف محدد من خلال عقد الترخيص حيث
يكون المالك الفعلي لحق استعمال العلامة التجارية والذي يستفيد من قيمتها نتيجة لهذا
الاستعمال.

حيث يتعين عليه أن يلتزم بأداء المقابل المالي والمحافظة على سمعة العلامة
المرخص له باستعمالها.

فستتطرق إلى هذه الالتزامات في هذا المطلب، من خلال بيان الالتزام بدفع المقابل
المالي (الفرع الأول)، والالتزام باستغلال العلامة التجارية (الفرع الثاني)، الالتزام بالشروط
التقييدية (الفرع الثالث).

¹. المرسوم التنفيذي رقم 277.05 المؤرخ في 02-08 يحدد كيفية ايداع العلامات وتسجيلها، ج ر ج ج، عدد 54، صادر بتاريخ 07 اوت 2005.

الفرع الأول

الالتزام بدفع المقابل المالي

يعتبر الالتزام بدفع المقابل المالي أحد الأركان الأساسية لعقد الترخيص لأنه سبب

التزام المرخص بتمكين المرخص له من استخدام العلامة (1).

وبما أن عقد الترخيص من عقود المعاوضة، فإنه يترتب على منح الترخيص للمرخص له أن يكون هناك دفع مقابل، كحل مترتب عليه ويكون هذا الدفع حسب شكل المقابل وطريقة دفعه، ويمكن أن يكون الدفع نقدياً أو مقايضة لبضاعة أخرى ويكون إما بدفعه واحدة أو عن طريق أقساط دورية(2).

المرخص له ملزم بدفع الرسوم المتفق عليها للمرخص، وتحدد هذه الرسوم بناء على الفوائد المتوقعة التي سيحصل عليها المرخص له، من جهته والمرخص له يقارن بين تكلفة الرسوم والفوائد المتوقعة خلال فترة الرخصة وتحديد مبلغ المقابل يمكن أن يتم على أساس جزافي يدفع على أقساط دورية، أو على نسبة مأوية من المبيعات أو الأرباح ويمكن أيضاً أن يكون على شكل أجر أو أتعاب في حالة تقديم خدمات ومساعدات فنية(3).

قد يتم تقدير المقابل بناء على قيمة الخدمة ومدتها ويمكن جمع كل هذه الصور عند تحديد مبلغ المقابل للاستفادة من العلامة التجارية ففي كثير من عقود الترخيص يلتزم

1. راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المرجع السابق، ص199.

2. عدلي محمد، المرجع السابق، ص28.

3. حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص10.

المرخص له بدفع مبلغ نقدي في بداية التعاقد لتغطية تكاليف الانضمام لشبكة المشروعات التابعة للمرخص، بالإضافة إلى ذلك يتعين عليه دفع مبلغ بشكل دوري وفقا للعادات والتقاليد والأعراف المتبعة، ويمكن أن يتم تحديد هذا المبلغ بنسبة مئوية من الإنتاج والمبيعات أو الأرباح، قد يتم الاتفاق أيضا على حدود دنيا لهذا المبلغ، ويعتبر هذا لمبلغ مقابلا لاستخدام حقوق الملكية الفكرية والمعرفة الفنية⁽¹⁾.

وأخيرا المرخص له يلتزم بدفع المبلغ المتفق عليه مقابل استغلاله للعلامة، ويتم تحديد هذا المبلغ بناء على عوامل متعددة مثل شهرة العلامة والفوائد التي يحصل المرخص من استعمالها.⁽²⁾

الفرع الثاني

الالتزام باستغلال العلامة التجارية

يترتب على منح الترخيص التزام المرخص له باستغلال العلامة، وهو التزام مشتق من التزام مالك العلامة بالاستفادة منها وبدفع الأجرة، حيث نصت المادة 12 من الأمر 06-03 على "يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه"⁽³⁾، وفي حالة عدم التزام المرخص له بالاستفادة الفعلية والجادة فإنه يعتبر مخالفا للالتزام، لأن عقد الترخيص يعتمد على الثقة المتبادلة، حيث يقوم

¹. حسام الدين عبد الغني الصغير، ترخيص الملكية ونقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص10.

². رمازنية سفيان، المرجع السابق، ص274.

³. المادة 12 من الأمر 06-03، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

المرخص عادة بتقديم المعلومات للمرخص له لمساعدته في استخدام العلامة، بينما يجب على المرخص له وضع العلامة على المنتجات أو الخدمات في النطاق المحدد في عقد الترخيص⁽¹⁾ ويعتبر استغلال المرخص ضروريا وكافيا لتجنب إسقاط العلامة بسبب سوء الاستغلال وفي حالة عدم الاستغلال يمكن طلب فسخ العقد بسبب التقصير.

حيث يجب على المرخص له استغلال العلامة وفقا للشروط المنصوص عليها في العقد، وأي استغلال خارج هذا الإطار يعتبر تقليدا⁽²⁾.

حيث تنص المادة 11 من الأمر 03-06 على أنه "إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة .

يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عادي في الحالات الآتية:

1. إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث 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⁽³⁾.

¹ . بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص40.

² . بلعزام مبروك، عقد الترخيص التجاري الدولي، المرجع السابق، ص80.

³ . المادة 11 من الأمر 03-06 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

باستقراء هذه المادة يتضح لنا أن المؤسسة المرخص لها ملزمة باستعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص استغلالاً جدياً أو متتالياً وفقاً لما تم الاتفاق عليه في العقد ويعتبر التزام المرخص له باستخدام العلامة التجارية من بين أهم التزامات عقد الترخيص⁽¹⁾.

وفي الأخير نجد أنه يجب على المرخص له استغلال العلامة وفقاً لما تم الاتفاق عليه في العقد، وفي حالة انتهاك المرخص له الشروط العقد يحق لمالك العلامة فسخ العقد والمطالبة بالتعويض وهذا ما أشارت إليه المادة 18 من الأمر 03-06 وفي حالة ما إذا أخل المرخص له بالالتزامات المنصوص عليها في نص المادة 17⁽²⁾ ويشمل هذا الالتزام استخدام العلامة في المنطقة الجغرافية المحددة في العقد وتسويقها بالطريقة المتفق عليها يجب أن يكون الاستخدام معقولاً وفقاً للقوانين والبنود العقدية لتجنب مخالفة النظام العام والآداب العامة⁽³⁾.

الفرع الثالث

الالتزام بالشروط التقييدية

تستخدم هذه الشروط التقييدية بشكل شائع من الناحية المهنية والتطبيقية؛ إذ يفرض المرخص على المرخص له مجموعة من الشروط التي تهدف إلى الحد من ذبوع وانتشار تقنية العلامة، وذلك لضمان استمرار المرخص في السيطرة على التكنولوجيا المنقولة

¹ حريدي لبني، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص 29.

² انظر المادتين 18-17 من الأمر 03-06، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

³ عبد العلي حموتة، حامدي بلقاسم، المرجع السابق، ص 632.

للمشروع المتلقي وانتشار تقنية العلامة بشكل يضمن للمرخص الاستمرار في سيطرته على التكنولوجيا المنقولة للمشروع المتلقي⁽¹⁾ حيث تقع مسؤولية التقليد على المرخص له إذا لم يتقيد بالشروط الحصرية وذلك بسبب استعماله للعلامة التجارية على بضائع وخدمات غير عديدة بالحصر ضمن الاتفاق، فحتى ولو ألحقت به هذه المنتجات ضررا بالمستهلك فالمرخص له لا يحمل مسؤولية ذلك لأن هذا من قبيل جريمة التقليد وإخلال بالعقد في آن واحد⁽²⁾، حيث يشمل شرط القصر جانبين هما: الجانب المكاني والجانب النوعي فبالنسبة للجانب المكاني يعني تقييد نشاط المرخص له لمنطقة جغرافية محددة دون تجاوزها، قد تكون هذه المنطقة الجغرافية المحددة في دولة واحدة أو عدة دول مجاورة، مثل الشرق الأوسط أو منطقة الخليج العربي.... وغيرها، وبهذا يمكن للمرخص له استخدام العلامة التجارية وتسويق منتجاته ضمن هذا النطاق المحدد فقط⁽³⁾ تسمى المنطقة التي يباشر فيها المرخص له نشاطه "الإقليم الاستثنائي" وفقا للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، ففي هذا الإقليم لا يمكن لأي شخص آخر بما في ذلك المرخص نفسه أن يباشر نفس النشاط باستغلال العلامة المرخصة إلا إذا كان الترخيص غير استثنائي مما يسمح للمرخص بممارسة النشاط في منطقة المرخص له⁽⁴⁾.

¹ علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص131.

² بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص104.

³ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص58.

⁴ للتفصيل أكثر راجع:

بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص59.58.

فبالنسبة للجانب النوعي يتجسد في تحديد نوعية معينة من البضائع أو الخدمات التي يسمح للمرخص له باستغلال العلامة التجارية عليها دون غيرها، مثلا إذا كانت العلامة مسجلة لاستخدامها على المشروبات الغازية بكافة أنواعها وعلى المياه المعدنية وعلى أنواع الثلجات ثم عقد اتفاق يتيح للمرخص له استخدام العلامة على المشروبات الغازية فقط يكون المرخص له ملزما بهذا الشرط، فإذا تجاوز هذا الشرط يجعله مسؤولا عقديا تجاه المرخص حيث يدرج عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية شرط القصر عندما تكون المنتجات والخدمات غير معروفة في السوق مما يتطلب من المرخص له استثمار جهود وأموال لترقية السلعة ونجاحها إذا كانت العلامة جديدة وغير مشهورة، يلزم في العقد بند القصر، حيث تلجأ المؤسسة المرخصة صاحبة العلامة التجارية إلى الشرط المقيد في حالة إبرام عقد ترخيص استغلال استثنائي⁽¹⁾.

فالشروط التي تقع عاتق المرخص له تعتبر من الناحية القانونية صحيحة فأغلبها

تتمثل في:

أولا: شروط مواصلة الإنتاج والتقييد بشروط القصر المكاني والنوعي:

عندما يكون هناك اتفاق في عقد ترخيص استخدام العلامة التجارية بشكل رسمي يمكن تحديد حد أدنى أو أقصى للإنتاج لضمان استمرارية العملية الإنتاجية بكمية متفق عليها، وهذا يحمي مصلحة المرخص، ويمكن لمصلحة المرخص أيضا أن تتأكد من

¹. للتفصيل أكثرراجع: بوعش وافية، المرجع نفسه، ص 60-62.

المحافظة على مستوى معين من الإنتاج خاص إذا كانت العلامة التجارية ذات شهرة كبيرة، بالإضافة إلى ذلك يمكن للمرخص أن يحدد كيفية استخدام العلامة التجارية وتوزيع المنتجات والخدمات في منطقة جغرافية معينة⁽¹⁾.

أ. الالتزام بمواصلة الإنتاج:

إن الاستمرار في استخدام العلامة التجارية يتم بناء على أهداف محددة يسعى إليها كل طرف في العقد، وعادة ما تكون هذه الأهداف مرتبطة بتحقيق الربح المادي وبما أن المرخص لديه مصلحة في استمرار المرخص له، في الإنتاج يتم تضمين هذا الشرط في العقد والذي يمثل تحديدا على المرخص له، في حالة ظهور علامة تجارية جديدة وتحول اهتمام الجمهور إليها بدلا من المنتج الخاص به في حالة وجود شرط يتطلب من المرخص له مراعاة حجم الإنتاج من خلال تحديد حد أدنى ثابت للإنتاج أو الالتزام بحد أقصى وذلك للحفاظ على سعر المنتج أو تجنب المنافسة في الأسواق الأخرى⁽²⁾.

ففي بعض الأحيان، يشترط في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية أن يلتزم المرخص له بالامتثال لمعايير الجودة محددة، مما يضمن أن يكون المنتج على مستوى معين من الجودة وفقا لنص الاتفاق الالتزام بتلك المعايير يمنع الإضرار بسمعة المرخص، خاصة إذا تم السماح باستخدام علامته التجارية، في هذه الحالة يتعين على المرخص له

¹. حريدي لبنى، عكلوش نهاد، المرجع السابق، ص 35.

². المرجع نفسه، ص 36.

الحفاظ على جودة الإنتاج ويتحمل المسؤولية عن أي ضرر يلحق بسمعته نتيجة فقدان الجاذبية لمنتجاته⁽¹⁾ .

ب: التقييد بشروط القصرة:

إن الالتزام بشروط القصرية في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يعد جزءا ثانويا ومشاركا بين أطراف العقد، حيث يتوجب الاتفاق على مضمونه والالتزام بتنفيذه فالإخلال بهذه الشروط يؤدي إلى المسؤولية العقدية، لكن هذا الالتزام يعد سلبيا لأنه يقيد رخصة الاستغلال داخل إقليم معين، أو ترويج الإنتاج في منطقة جغرافية محددة، مما يعني أنه لا يخرج عن المنطقة الجغرافية المحددة أي أنه يقيد صاحبه تقييدا مكانيا⁽²⁾ .

هذا الشرط لا يمنع المرخص والمرخص له من التصرف في العلامة التجارية، إلا إذا كان هناك اتفاق قانوني في العقد يخالف ذلك، والهدف منه هو حماية المنافسة غير المشروعة لصالح مالك العلامة، مما يجعل هذا العقد يتضمن صفة الإذعان، فبناء على ذلك نجد أن معظم التشريعات تمنعه وتعتبره منافسة تجارية غير مشروعة ومخالفة للمنافسة الحرة، لذلك يتعين على الدول النامية خاصة تجنب تضمين هذا الشرط في عقود التراخيص⁽³⁾

¹ . حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص 37.

² . المرجع نفسه، ص 37.

³ . بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 116.

ثانيا: شرط السرية

يعد هذا الالتزام من بين الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق المرخص له، حيث يقوم المرخص بنقل المعلومات السرية من خلال تقديم المساعدة التقنية والفنية للمرخص له لاستفادة من العلامة، ففي حالة قيام المرخص له بإفشاء الأسرار التجارية، يحق للمرخص فسخ العقد مع إمكانية طلب التعويض عن الأضرار التي لحقت به بسبب عدم التزام المرخص له بالسرية⁽¹⁾.

يتقيد هذا الالتزام على كلا أطراف العقد على تبادل الأسرار التجارية بينهم، فيساهم هذا حفظ السرية في نجاح المشروع التجاري وفاعلية عقد الترخيص، مما يحقق آثار إيجابية للمرخص والمرخص له، فيعتبر إفشاء الأسرار أما الآخرين وخاصة المنافسين الذين يقدمون نفس المنتج أو الخدمة يؤدي إلى ضعف سمعة العلامة التجارية وتعرضها للتقليد والتزوير فيجب عليهم عدم كشف الأسرار من البداية إلى غاية نهاية العقد⁽²⁾.

ثالثا: شرط الشراء الجبري

بموجب هذا الشرط يفرض الطرف المرخص على الطرف المرخص له إلزامية الشراء من مصدر معين أو من مصدر محدد من إحدى شركات المرخص التابعة له، وبالتالي يفرض المرخص التبعية الاقتصادية للمرخص له بضرورة شراء مثلا المواد الأولية منه

¹. عبد العلي حموتة، حمدي بلقاسم، المرجع السابق، ص 631.

². سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص 97.

بصورة مباشرة أو غير مباشرة بحجة أنه يريد المحافظة على وجود المنتج⁽¹⁾ فالهدف الأساسي لهذه الشروط هو زيادة أرباح المرخص ، فقد يفرض مبالغ مرتفعة على أسعار المواد الأولية والاحتياطية للمشروع أو يقوم ببيع المواد الأولية للمرخص له بعسر متفق عليه مع بيع مادة أخرى إضافية حتى يتجنب كسادها أي ما يعرف بالبيع المتلازم.⁽²⁾

رابعاً: رقابة الجودة:

يفرض المرخص عادة شروط للرقابة على جودة المنتجات أو الخدمات لضمان حفظ سمعة علامته التجارية وشهرتها ، حيث يهدف ذلك إلى حماية الجمهور من الالتباس بشأن مصدر المنتجات والخدمات، حيث تشير العلامة التجارية إلى مصدر المنتج أو الخدمة، وتضمن الرقابة على الجودة لحماية المنافسة للمرخص والجمهور، مما يجعل المستهلك غير قادر على التمييز بين المنتج المرخص والمنتج المقدم من قبل المرخص⁽³⁾.

حيث تختلف درجات الرقابة على الجودة والنوعية التي يمارسها المرخص على المرخص له وهي كالآتي:

. الرقابة المباشرة: تتم عن طريق المرخص نفسه على جودة ونوعية المنتجات التي يقدمها كالفحص والتفتيش العادي والمفاجئ على عملية الإنتاج بكافة مراحلها.

¹. علاء عزيز محمد الجبوري، المرجع السابق، ص135.

². بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص106.

³. سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص96.

. رقابة التفويض لجهة محايدة: تتم في حالة ما تعذرت الرقابة المباشرة لسبب ما، فيلجأ

المرخص لجهة أو لشخص محايد لإتمام الرقابة على جودة ونوعية الخدمات أو المنتجات.

. رقابة الاعتماد والثقة بالمرخص له: هي رقابة يتفق عليها الأطراف في حالة ما لم يتمكن

المرخص من تطبيق الرقابة المباشرة أو من خلال الجهة المحايدة⁽¹⁾

خامسا: شرط التحكيم:

في العادة يلجأ أطراف العلاقة القانونية في حال وجود نزاع بينهما إلى التحكيم وذلك

بغرض المحافظة على السرية، وهذا ما يجري عليه العمل من الناحية القانونية في إطار

عقود التراخيص، إذ أن هذه العقود تعد حسب رأي جانب من الفقه نوعا من أنواع عقود نقل

التقنيات⁽²⁾.

في حالة ما كان عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية على المستوى الدولي فإن

المرخص دائما يحرص على اشتراط التحكيم، كوسيلة لفض المنازعات بعيدا عن القضاء

الوطني⁽³⁾.

¹. سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص 95.

². حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص 33.

³. بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 108.

المبحث الثاني

انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يحقق عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية مجموعة من الفوائد والمميزات لكلا طرفيه وذلك بغض النظر عن الالتزامات والقيود التي تحتويها، والتي غالباً ما تزيد من حدة الضغوطات التي تقع على الأطراف، ورغم اعتبار عقد ترخيص العلامة التجارية من العقود المستمرة والطويلة المدة إلا أنه ينقضي كغيره من العقود الأخرى متى توفر سبب يؤدي إلى نهايته.

فيعتبر عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية كغيره من العقود التي تتعدد أسباب انتهائه وزواله، فمن الطبيعي انتهاء العقد قبل انتهاء مدته وتحقيق الهدف منه، وهذه الأسباب قد تكون أسباباً عامة وخاصة، وكذلك هناك أسباب أخرى تؤدي إلى انتهاء مدته.

فتتضح هذه الأسباب من خلال تطرقنا إلى انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية قبل انتهاء مدته (المطلب الأول) وانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بانتهاء مدته وإمكانية تجديده (المطلب الثاني).

المطلب الأول

انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية قبل انتهاء المدة

قد يتعرض عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية إلى حالات انتهاء قبل المدة المتفق عليها لانتهائه، فمن هذه الحالات ما يكون عاما ينطبق على جميع العقود ومنها ما هو خاص بعقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية، وعليه سنقسم هذا المطلب إلى الأسباب العامة لانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (الفرع الأول) والأسباب الخاصة لانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الأسباب العامة لانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية كغيره من العقود خاضا للأحكام العامة في انتهاء العقود قبل انتهاء المدة، والانتهاء بتراضي الطرفين (أولا) والانتهاء بالإرادة المنفردة (ثانيا) والانتهاء بالاعتبار الشخصي (ثالثا) والانتهاء بالبطلان (رابعا) والانتهاء بالفسخ (خامسا).

أولاً: انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بتراضي الطرفين:

يمنح القانون للأطراف في أي عقد الحق في إنهائه بالتراضي، وبما أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يعد عقد ملزماً لكل الطرفين، فإنه يخول لأطرافه الاتفاق على إنهائه، فيمكن أن ينتهي عن طريق وضع شروط معينة في العقد تحدد كيفية الإنهاء، مثل إشعار مسبق بفترة معينة أو بدونها، وعادة ما يتم توثيق هذه الشروط في العقد نفسه⁽¹⁾.

ثانياً: انتهاء قد ترخيص استغلال العلامات التجارية بالإرادة المنفردة:

تنص المادة 106 من القانون المدني الجزائري على أنه: "العقد شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين، أو للأسباب التي يقرها القانون"⁽²⁾.
 فيمكن أن يكون الإنهاء من جانب المرخص له في حالة عدم امتثال المرخص عن تنفيذ التزاماته وهذا يكون مثلاً: عند تخلف المرخص عن تقديم المساعدة الفنية أو تخلف المرخص عن تمويله بالمنتجات أو يقوم المرخص بتعديل العقد دون إعلامه أو إخطاره مسبقاً⁽³⁾.

وفقاً للقواعد العامة، إذا كان هناك إنهاء لعقد الترخيص بواسطة أحد الطرفين بشكل منفرد فيجب أن يتم ذلك وفقاً لقواعد خاصة بالإشعار والمدة، ففي حال عدم احترام تلك

1- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص101.

2- أنظر المادة 106 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

3- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص50.

القواعد يمكن أن يعتبر الإنهاء تعسفياً وقد تستدعي التعويض وتحديد ما إذا كان الإنهاء تعسفياً يترك لتقدير القاضي المعني بالموضوع⁽¹⁾

ثالثاً: انتهاء عقد ترخيص العلامات التجارية عن طريق الاعتبار الشخصي

يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية من العقود التي تستند إلى الاعتبار الشخصي، إذ تكون شخصية كلا من المتعاقدين محل اعتبار عند المتعاقد الآخر وينهار هذا الاعتبار بسبب الوفاة أو الإفلاس أو في حالة الاندماج⁽²⁾.

1. الوفاة:

تعد الوفاة من بين أسباب انتهاء عقد الترخيص المتعلقة بالاعتبار الشخصي، حيث أن وفاة المرخص أو المرخص له تعد من أسباب انهيار الاعتبار الشخصي، والذي يؤدي إلى انهيار الرابطة العقدية⁽³⁾.

إن الالتزام الواقع بين المرخص والمرخص له ذو طابع شخصي، مما يجعل عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية ينتهي بوفاة أحد الطرفين، لذلك لا يمكن للورثة الحل محل المتوفي في العقد إلا بعد موافقة جديدة، حيث أنه لا يمكن لأي من الطرفين إلزام ورثة الآخر بتنفيذ شروط العقد السابق⁽⁴⁾.

1- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية وقواعد المنافسة، المرجع السابق، ص96.

2- حيمار ليندة، بوخيمة نوال، المرجع السابق، ص74.

3- المرجع نفسه، ص74.

4- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص132.

2. الإفلاس:

يعتبر الإفلاس في القانون التجاري نظام التنفيذ الجماعي على أموال التاجر المدين المتوقف عن دفع وتسديد ديونه في مواعيد استحقاقها، بحيث يتم جرد وجمع أموال هذا المدين ويتم بيعها قضائياً ثم يوزع حاصل وناتج هذا البيع بالتساوي على جماعة الدائنين كل منهم بنسبة الدين المستحق في ذمة المدين المفلس⁽¹⁾.

إذا تم إعلان إفلاس مؤسسة بسبب توقفها عن الدفع، فهذا قد يعني عدم قدرتها على تلبية التزاماتها، وبالتالي قد يؤدي ذلك إلى إنهاء عقد ترخيص استخدام العلامة التجارية حيث يعتبر الإفلاس تهديداً للاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه العقد، وبذلك يمكن أن يؤثر الإفلاس على العلامة التجارية المرخص باستخدامها وعلى المعرفة الفنية والسمعة التجارية وغيرها من الجوانب لا يعني هذا أن الإنهاء وقع تلقائياً أو بقوة القانون، وإنما يخضع غالباً للسلطة التقديرية للقاضي، إذا وجد شرط فاسخ في العقد يقضي بأنه منفسخاً من تلقاء نفسه⁽²⁾ فالحكم بشهر الإفلاس له أثر بالغ على استمرارية عقد الترخيص، فلا يمكن للمرخص له طلب إنهاء العقد أثناء مرحلة الإفلاس نظراً لعدم زوال الشخصية القانونية للمرخص له، فشهراً إفلاس المرخص يشكل تهديداً جدياً لمصلحة المرخص له الجدية في

1- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص52.

2- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص133.

استمرار العقد، فعند صدور حكم الإفلاس، يجد المرخص له نفسه تحت إشراف إدارة تقليسية المرخص. (1)

3 الاندماج:

يقصد بالاندماج الشركة انتقال جزء من أصول الشركة المندمجة المادية والمعنوية إلى الشركة الدامجة التي تكون قائمة من قبل أو أنشأت من أجل متابعة نشاط الشركة المندمجة مع ضم أصولها إليها بشراء جميع أو جزء كبير من عناصر الشركة (2)، حيث نصت المادة 744 من القانون التجاري على "للشركة ولو في حال تصفيتها أن تدمج في شركة أخرى أو أن تساهم في تأسيس شركة جديدة بطريقة الدمج، كما لها أن تقدم مالميتها لشركات موجودة أو تساهم معها في إنشاء شركات جديدة بطريقة الإدماج والانفصال كما لها أخيرا أن تقدم رأسمالها لشركات جديدة بطريقة الانفصال " (3).

والاندماج يأخذ صورتين إما طريقة الضم (أ)، أو بطريقة الدمج (ب).

أ/ الاندماج عن طريق الضم:

يكون في حالة دمج إحدى الشركتين مع الأخرى، حيث تنقضي الشركة المدموجة وتنقل أصولها إلى الشركة المستحوذة (4).

1- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص133.

2- حريدي ليني، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص53.

3- أنظر المادة 744 من الأمر 59-75 المتضمن القانون التجاري، المرجع السابق.

4- حيماز ليندة، بوخيمة نوال، المرجع السابق، ص75.

فمن الواضح أن دخول المرخص في عملية الدمج مع منشأة أخرى قد يعرض مصالحه للخطر ، حيث سيضطر إذا أراد الاستمرار في عقد الترخيص مع المرخص له إلى التعامل مع إدارة جديدة، قد لا توفر هذه الإدارة مستوى المعرفة التقنية والمساعدة والعلامة التجارية التي كانت متاحة من قبل للمرخص له ، والتي كانت سببا مهما لإبرام عقد الترخيص مع صاحب العلامة، هذا ما يبرز أهمية الاعتبار الشخصي في مثل هذه العقود⁽¹⁾.

ب/ الاندماج عن طريق المزج:

ينتج عن طريق المزج زوال الشركتين المندمجتين وقيام شركة جديدة لها كل رأسمال الشركة المندمجة⁽²⁾.

فالعقود المبرمة بواسطة هاتين الشركتين لا تنتهي بمجرد اندماجها، وذلك بانتقال جميع الحقوق والالتزامات للشركة الجديدة، فهذا الوضع يؤدي إلى القضاء عند ترخيص استغلال العلامة التجارية لفقدان الاعتبار الشخصي، وزوال الشخصية القانونية للطرف المندمج حيث يحق له بإلغاء العقد أو التنازل عن هذا الحق، والاستمرارية مع الشركة الأخرى⁽³⁾.

1- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص53.

2- حيماز ليندة، بوخيمة نوال، المرجع السابق، ص75.

3- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص54.

رابعاً: بطلان عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية:

ينتهي عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية إذا وجد سبب من أسباب الإبطال وطلب أحد الطرفين ذلك ، مثل عدم تطابق الإيجاب والقبول، أو عدم استقاء المحل لأحد شروطه، أو صدور الرضا من غير أهله، ويحق لأي طرف ذو مصلحة المطالبة بالإبطال ولا يمكن إجازة العقد لأنه يعتبر عقدا باطلا والبطلان من النظام العام⁽¹⁾ ، حيث تنص المادة 102 من القانون المدني الجزائري على "إذا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا جاز لكل ذي مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان وللمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها ،ولا يزول البطلان بالإجازة"⁽²⁾ .

فيقع الإبطال عند وجود خلل في محل العقد أو في جميع أركانه عند الانعقاد مما يجعله قابلا للإبطال إما بصورة نسبية أو مطلقة⁽³⁾.

يمكن المطالبة بالبطلان سواء المطلق أو النسبي في العديد من الحالات منها:

. بطلان عقد الترخيص لانعدام السبب: إذا تبين أن السبب الموجب غير صحيح أو غير مشروع يؤدي ذلك إلى بطلان العقد.

. بطلان عقد الترخيص لعيب في الرضا: إن عيب الغلط هو الأكثر انتشارا في هذا النوع من

العقود ،كذلك بالنسبة للإكراه والتدليس والاستغلال ، فالبطلان هنا هو نسبي بحيث يعود لمن

1- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص102.

2- المادة 102 من الامر 58-75، المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

3- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص77.

تعيب رضاه فقط، أن يطلب إبطال العقد مع طلب التعويض إذا كانت هناك أضرار، كما يبطل عقد الترخيص بسبب عدم تحديد قائمة السلع والخدمات المشمولة بالترخيص أو لعدم تحديد الإقليم الذي سوف يمارس فيه الترخيص أو خروج المرخص أو المرخص له على حدود النطاق الإقليمي المحدد لذلك⁽¹⁾، هذا ما أقرته المادة 17 من الأمر 06.03⁽²⁾.

. بطلان عقد الترخيص بطلان مطلق بسبب عدم مشروعية محله ومخالفته للنظام العام والآداب العامة:

يتضح من المادة 07 من الأمر 06-03 أنه يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة⁽³⁾.

لقد أجازت المادة 102 من ق م ج لكل ذي مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان وللمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها.⁽⁴⁾

خامسا: فسخ عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية:

عقد الترخيص ينشأ التزامات متبادلة بين طرفيه وفي حالة عدم تنفيذ أحد الطرفين لالتزاماته الجوهرية المتفق عليها في العقد، جاز للطرف المتضرر طلب الفسخ مع

1- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص - ص 143 - 144.
 2- أنظر المادة 17 من الأمر 06-03، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.
 3- أنظر المادة 7 من الأمر 06-03، المرجع نفسه.
 4- أنظر المادة 102 من الأمر 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

التعويض، وقد يختلف الوضع بحسب ما إذا كان المتخلف عن التنفيذ هو المرخص أو المرخص له⁽¹⁾.

ويعرف أيضا فسخ العقد بأنه حل الرابطة العقدية بناء على طلب أحد طرفي العقد إذا أخل الطرف الآخر بالتزاماته، فالفسخ جزاء عند إخلال العاقد بالتزاماته ليتحرر العاقد الآخر نهائيا من الالتزامات التي يفرضها عليه العقد⁽²⁾، هذا ما نصت عليه المواد 119، 120، 121 من ق م ج⁽³⁾.

أ/ شروط الفسخ: يجب لإمكان وقوع الفسخ أن تتوافر فيه الشروط التالية:

. أن يكون العقد المراد فسخه من العقود الملزمة لجانبين، حيث يكون هناك تقابل في الالتزامات فيسرى الفسخ على جميع العقود الملزمة للجانبين، دون استثناء ولا يسرى على العقود الملزمة لجانب واحد.

. أن لا يكون طالب الفسخ مقتصرًا في أداء التزاماته: يجب أن يكون المتعاقد طالب الفسخ قد نفذ ما عليه من الالتزامات أو مستعدًا لتنفيذها.

. إخلال المتعاقد بالتزاماته: يعتبر مخرًا بالتزاماته إذا لم يتم بتنفيذ المطلوب المتفق عليه في العقد، ويجب أن يكون الإخلال راجعًا إلى فعل المتعاقد نفسه، لا إلى سبب أجنبي عنه⁽⁴⁾.

1- بوهلال فاطمة الزهراء، دور ترخيص براءة الاختراع كآلية لنقل التكنولوجيا، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014، ص74.

2- إيمان علاق، المرجع السابق، ص67.

3- أنظر المواد 121، 120، 119 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

4- أحمد طارق بكر البشتاوي، المرجع السابق، ص92.

ب/ صور الفسخ: الأصل أن يقع الفسخ بواسطة القضاء ومع ذلك فقد يتم الفسخ باتفاق المتعاقدين فالفسخ صور عديدة هي:

. الفسخ القضائي نصت عليه المادة 119 من القانون المدني: يكون باللجوء إلى القضاء لإجبار المدين على تنفيذ التزامه أو فسخ العقد مع التعويض وذلك بعد إعداره⁽¹⁾.

. الفسخ الاتفاقي نصت عليه المادة 120 من ق م ج حيث يجوز للمتعاقدين أن يتفقا على وقوع الفسخ إذا لم يتم أحدهما بتنفيذ التزامه ويتم إدراج هذا الاتفاق كبند من بنود العقد⁽²⁾.

. الفسخ القانوني: نصت عليه المادة 121 من ق م ج، حيث يطلق عليه تسمية الانفساخ ويتم بحكم القانون إذا أصبح تنفيذ التزام أحد المتعاقدين مستحيلا لسبب أجنبي لا يد له فيه⁽³⁾.

الفرع الثاني

الأسباب الخاصة لانتهاء ترخيص استغلال العلامة التجارية

بعدما قمنا بدراسة الأسباب العامة التي ينتهي فيها عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية، سوف نتطرق الآن إلى الأسباب الخاصة لانتهاء عقد ترخيص باستغلال العلامة التجارية التي سوف نتناول فيه انتقال ملكية العلامة (أولاً)، وسقوط الحق بالعلامة التجارية (ثانياً) وانتهاء وزوال الشخصية القانونية، (ثالثاً)، وانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالعدر الطارئ (رابعاً).

1. أنظر المادة 119 من الأمر 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

2. أنظر المادة 120 من الأمر 58-75 المرجع نفسه.

3. أنظر المادة 121 من الأمر 58-75 المرجع نفسه.

أولاً: انتقال ملكية العلامة

يولد انتقال ملكية العلامة التجارية إلى شخص آخر حقوق متعلقة بملكية العلامة المبرزة لآثارها اتخاذ الحائز الجديد ولهذا السبب حدد المشرع الأحكام العامة التي ينبغي احترامها في هذا الصدد، ولذلك يجب أن يثبت كتابة جميع العقود المشتملة على نقل ملكية العلامة أو رهنها أو على منح تراخيص استغلال أو التنازل عن هذا الحق⁽¹⁾، حيث تضمن المادة 14 من الأمر 03-06⁽²⁾ المتعلق بالعلامات حق مالك العلامة في التنازل عن الحقوق التي اكتسبها بموجب تسجيله للعلامة سواء كان التنازل عن كامل المشروع أو جزء منه فقط. فمسألة التنازل عن العلامة التجارية يتناول نقل ملكية العلامة التجارية بكل ما يرتبط بها من حقوق لشخص آخر، وبهذا لا يكون من حق المالك القديم استعمال العلامة التجارية إلا إذا حصل على ترخيص بذلك من المالك الجديد، لكن هذا الانتقال يمكن أن يكون للغير كما يمكن أن يكون للمرخص له، وفي هذا الإطار نميز بين حالتين هما:

1. انتقال العلامة التجارية محل عقد الترخيص إلى المرخص له

في هذه الحالة عندما يتم نقل العلامة التجارية إلى المرخص له، لا يطرأ إشكالات فيما يتعلق بسريان الترخيص، فبموجب الاتفاق بين الطرفين، يصبح المرخص له صاحباً

1- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص249

2- أنظر المادة 14أمر 06-03 يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

للعلامة، بعد أن كان مخولاً بحق الاستخدام فقط وبالتالي يكتسب المرخص الحق الكامل في العلامة، وبطبيعة الحالة فإن عقد الترخيص سينتهي تلقائياً بعد انتهاء مدته⁽¹⁾.

يبدو أن المرخص يبقى ضامناً للمرخص له، على أن يتضمن العقد الناقل للملكية إلى المرخص له بيان كيفية انقضاء عقد الترخيص وبالتحديد بيان كل ما يتعلق بالمقابل للفترة المتبقية وأي شروط أخرى يتم إدراجها في العقد⁽²⁾.

ب/ انتقال العلامة موضوع عقد الترخيص إلى الغير

يترتب على عقد الترخيص كما سبق القول التزامات شخصية تتعلق بذمة المتعاقدين، ولا ترد هذه الحقوق والالتزامات مباشرة على العلامة التي انتقلت إلى الغير ولكنها قد تنتقل في بعض الأحيان، وذلك إذا ما كانت من مستلزمات محل العقد وكان الخلف الخاص يعلم بها وقد كسب ملكية العلامة⁽³⁾.

فبموجب القانون يمكن لمالك العلامة التجارية التنازل عن علامته للغير، بما أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يعتبر عقد إيجار، فإن انتقال ملكية العلامة إلى مالك جديد يؤدي إلى استمرار عقد الترخيص مع المالك الجديد ضمن مدة عقد الترخيص⁽⁴⁾ وعليه فإن نفاذ الترخيص في حق المتلقي لملكية العلامة يتوقف على مايلي:

. قيام عقد جديد ينشئ التزامات وحقوق لنفس العلامة، فينقل ملكيتها إلى الخلف.

1- علا عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص186.

2- بلمهدي كريم، نور الدين أمزيان، المرجع السابق، ص61.

3- علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص187.

4- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص136.

. ثبوت عقد الترخيص قبل العقد الجديد الناقل للملكية، وغالبا ما يثبت تاريخ عقد الترخيص

في السجل الخاص بالعلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

غالبا ما تتضمن بعض التشريعات شرط علم الخلف الخاص بعقد الترخيص، وقت إبرامه

بالاتفاق مع مالك العلامة⁽¹⁾.

وعليه بانقضاء الشخصية القانونية للمرخص يمكن للمرخص له فسخ العقد متمسكا

بالاعتبار الشخصي لمالك العلامة، فينقض التمكك بهذا الأخير زوال شخصية المرخص

وهو مالا يتحقق عند بيع مشروعه إلا إذا اتفق على عكس ذلك⁽²⁾.

ثانيا: سقوط الحق بالعلامة التجارية

حق ملكية العلامة التجارية يمنح للمالك السيطرة الكاملة على استخدام واستغلال

علامته بما في ذلك الترخيص للآخرين باستخدامها ومع ذلك يمكن أن يسقط هذا الحق في

حالات معينة مثل شطب العلامة، صدور قرار قضائي بنقل الملكية، أو بطلان التسجيل

لعدم قابليتها للتسجيل⁽³⁾.

في هذه الحالة، يجب التأكد من مصير البضائع التي أنتجها المرخص له ولم يبيعهها

بعد وذلك من خلال فترة العقد الذي تم بين المرخص والمرخص له، إذا تم الاتفاق مسبقا

على ماذا سيحدث بتلك البضائع، مثل الاتفاق على إرجاعها للمرخص بعد انتهاء العقد، أو

1- بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص53.

2- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص57.

3- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص108.

تحديد مدة زمنية للبيع فسيتم تنفيذ ذلك⁽¹⁾ أما إذا لم يتم الاتفاق مسبقا على مصير البضائع فإن المرخص له يحق له تسويقها خلال مدة زمنية يمكن تحديدها استنادا إلى معدل البيع السابق⁽²⁾.

ثالثا: انتهاء وزوال شخصية المرخص له

الأصل أن ينقضي عقد الترخيص باعتباره عقدا من نوع خاص بسبب زوال أو موت أحد الطرفين، فإذا ما مات أو زالت شخصية أحد الطرفين، فإنه من الممكن أن يستمر عقد الترخيص مع خلفه العام أو الخاص حسب الأحوال ونتطرق في هذه الحالة إلى حالتين: بطلان الشركة وحلها⁽³⁾.

1. بطلان شركة المرخص له: إن عقد الشركة يعد باطلا بطلانا مطلقا في الحالات التي ينعقد فيها أو إذا كان محل عقد الشركة أو سببها مخالفا للنظام العام والآداب العامة، ولما كان العقد باطلا بطلانا مطلقا فقد أجازت المادة 102 من القانون المدني الجزائري لكل ذي مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان وللمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها⁽⁴⁾.

البطلان المطلق لا يتطلب تمسك صاحب المصلحة به ، وبالتالي يمكن للمرخص التوقف عن تنفيذ العقد فور صدور حكم ببطلان شركة المرخص له ،وله أيضا المطالبة بالأثر الرجعي للبطلان إذا كان ذلك في مصلحته ،وإذا تمكن المرخص له من تصحيح سبب

1- كعنان الأحمر، المرجع السابق، ص16.

2- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص109.

3- علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص194.

4- انظر المادة 102 من أمر 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، المرجع السابق.

البطلان واستئناف نشاط الشركة ، يستمر العقد كما لو لم يكن هناك بطلان، حق المرخص في الإبطال يتم تحت رقابة القضاء وبقوة القانون ،إذا توفرت شروطه (1).

2- أثر حل الشركة على عقد الترخيص

عندما تنتهي شركة ،يمكن أن يحدث أمران بشأن عقد الترخيص إما أن يظل العقد ساريا إذا قرر الشركاء استمراره وتكاليفه، أو أن ينتهي عند إنشاء شركة جديدة بعد زوال الشركة السابقة وانتهاء شخصيتها القانونية، وبالتالي يحتاج المرخص لموافقة جديدة، وينتهي عقد الترخيص وينتهي عقد الترخيص قبل حلول المدة الاتفاقية إذا بلغ عقد الشركة أجل انتهائه فمن الأسباب التي تنتهي بها الشركة هناك أسباب عامة وأخرى خاصة فإذا كانت الشركة محددة المدة تنتهي بحلول أجلها، فإذا لم تكن محددة المدة فتنتهي بانتهاء مدة حياة الشركة المقدره ب 99 سنة. (2)

رابعا: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالعدر الطارئ

ينقضي عقد الترخيص إذا ما تحققت شروط العذر الطارئ، ولا يشترط عموما في هذا الأخير أن يكون خاص بالمرخص أو المرخص له، وتتمثل هذه الشروط بما يلي:

أن يكون العقد محدد المدة، وأن تستجد ظروف استثنائية تحيط بالمرخص له، بمعنى آخر أن تكون هذه الظروف طارئة نادرة الوقوع، وأن يجعل الظروف الطارئة تنفيذ الالتزامات في عقد الترخيص مرهقة للطرف المتمسك بها بمعنى مختصر يجب أن يكون محددًا بوضوح

1- بلمهدي كريم، تودرت أمزيان، المرجع السابق، ص64.

2- حريدي لبنى، عكلوش نهال، المرجع السابق، ص60.

وندره حدوثه مثل الوفاة أو الإعسار، فهذه الظروف الطارئة يجب أن تكون قادرة على تعطيل الالتزامات المتفق عليها ويجب أن يخطر الطرف الآخر بها⁽¹⁾ وهذا يختلف عن نظرية الظروف الطارئة التي يطلب فيها أحد أطراف العقد من القضاء تعديل أحكام العقد دون الحق بفسخه بسبب هذه الظروف⁽²⁾ وبما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يشابه مع عقد الإيجار فيعمل بنظرية العذر الطارئ لئتم فسخ العقد⁽³⁾.

إذا توفرت هذه الشروط يصبح عقد الترخيص قابلاً للفسخ، يحق للطرف المتأثر أن وتقديم تسوية عادلة لإنهاء العقد قبل انتهاء مدته، يحتفظ القضاء بالصلاحية في تحديد قيمة التعويض، على سبيل المثال، إذا كان الإخلال من جانب المرخص، يمكن تأمين الأضرار عبر وضع حجز تحفظي على العلامة التجارية المتعلقة بعقد الترخيص⁽⁴⁾.

المطلب الثاني

انتهاء عقد الترخيص باستغلال علامات تجارية بانتهاء مدته وإمكانية تجديده

تكون أغلب عقود الترخيص محددة المدة، حيث يتم استغلال العلامة من قبل المرخص له خلال هذه المدة ويتوقف بانتهائها، لكن قد يحدث أن يغفل الطرفان مسألة

1- علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص 191.

2- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص 111.

3- السنهوري عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود الواردة على الانتفاع بالشئ الإيجار والعارية، المرجع السابق، ص - ص 858-859.

4- بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص 54.

تحديد مدة انتهاء العقد، وقد يحدث أن تنتهي مدة العقد ويستمر المرخص له باستعمال العلامة بموافقة المرخص صراحة أو ضمناً، وبذلك سنقسم هذا المطلب إلى انتهاء عقد ترخيص العلامات التجارية بانتهاء مدته المتفق عليها (الفرع الأول)، وتجديد عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بانتهاء مدته المتفق عليها

ينتهي عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية بانتهاء مدته كبقية العقود، أنه يعد من العقود المحددة المدة، فلذلك تعد الالتزامات التي تقع على أطرافه ليست دائمة بل تنتهي بانتهاء المدة⁽¹⁾.

يمكن أن يتفق طرفي عقد الترخيص على مدة معينة لإنهاء العقد، حيث بنهاية هذه المدة يستعيد طرفي العقد حريتهما من مباشرة نشاطهما، فينتهي العقد ويعد ذلك طريقة مباشرة يستخدمها المتعاقدان لتجديد المدة الزمنية للوفاء بالالتزامات⁽²⁾.

وينقضي عقد الترخيص بانتهاء المدة المتفق عليها، عندما يكون هناك تحديد صريح لمدة العقد بحيث يعلن الطرفان بإرادة واضحة في استمرار العقد لمدة معينة من الزمن فيحددان مدة معينة مثلاً أو تاريخاً معيناً ينتهي العقد عند حلوله⁽¹⁾.

1- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 126.

2- ايمان علاق، المرجع السابق، ص 63.

يضاف إلى ذلك أن الحق الوارد على العلامة التجارية محل عقد الترخيص يتميز بالتأقيت، هذا ما جاء في المادة 05 من الأمر 03-06 على "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة دون المساس بحق الأولوية المكتسبة في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية المعمول بها في الجزائر تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب".(2)

يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر (10) سنوات وفقا للأحكام المحددة في النصوص القانونية المتخذة لتطبيق هذا الأمر.

يسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل(3).

فنستنتج من مضمون هذه المادة أن مالك العلامة التجارية يكتسب الحق في العلامة بعد تسجيلها لدى المصلحة المختصة وتحدد مدة التسجيل ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ الإيداع، كما يمكن التجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر 10 سنوات تبعا لأحكام المحددة في النصوص.

1- بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص48.

2- أنظر المادة 5 من الأمر 03-06، يتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

3- بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص48.

الفرع الثاني

تجديد عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية

يقصد بالتجديد الاتفاق على إبقاء الرابطة التعاقدية بعد انتهاء مدتها، سواء أكان هذا الاتفاق صريحا أم ضمنيا، وتجدر الإشارة إلى القول بأن التجديد لا يفترض، وإنما يشترط الاتفاق المسبق عليه أو يتم الاتفاق عليه لاحقا، وكما سبق القول فإن التجديد قد يكون صريحا أو ضمنيا، فقد يرد بند في عقد الترخيص ينص على أن العقد يجدد عند انتهاء مدته تلقائيا لمدة مماثلة للمدة الأولى، فهذا التجديد يعتبر صريحا، أو قد ينتهي عقد الترخيص ويستمر المرخص له باستغلال العلامة ودفع المقابل دون اعتراض من المرخص، وبنفس شروط العقد القديم، فهذا التجديد يعتبر تجديدا ضمنيا لعقد الترخيص⁽¹⁾.

ولحدوث التجديد الضمني يجب أن يفهم أن استمرار المرخص له في استعمال العلامة هو إيجاب ضمني، حيث أنه لا يمكن اعتبار استمرار المرخص له باستعمال العلامة التجارية دوما إيجابا هدفه التجديد، فقد يكون تصرفه تعديا على العلامة التجارية وليس رغبة في التجديد⁽²⁾.

هذا وقد تترتب على عقد التجديد الضمني أثار قانونية مهمة:

1- بدر الدين تقي الدين، المرجع السابق، ص50.

2- سلام عزيز محمد الخطيب، المرجع السابق، ص115.

يجب توفر الأهلية لدى الطرفين وقت التجديد، وكذلك الحصول على قرار من القضاء للتنفيذ في حالة الضرورة، وتجدر الإشارة إلى أن جميع التأمينات والكفالات الشخصية والعينية التي يقدمها الكفيل للغير، لا تنتقل إلى العقد الجديد إلا برضاه، أما بخصوص التأمينات التي يقدمها المرخص له في عقد الترخيص فإنها تنتقل إلى العقد الجديد⁽¹⁾.

ينتهي عقد الترخيص المجدد بالتنبيه من أحد الطرفين سواء أكان المرخص أو المرخص له في المواعيد التي يحددها القانون الواجب التطبيق، وهذا التنبيه بالإنتهاء يجب أن يتم قبل انقضاء الفترة الأولى من فترات الترخيص المجدد أوفي فترة لاحقة⁽²⁾.

1- علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص183.

2- المرجع نفسه، ص184.

ملخص الفصل الثاني:

لقد تناولنا في هذا الفصل مختلف آثار عقد الترخيص في استغلال العلامات التجارية المتمثلة في الالتزامات المتبادلة بين المرخص والمرخص له، وبالإعلام قبل التعاقد والالتزام بالتسليم والضمان الذي يقع على عاتق المرخص، والالتزام بدفع المقابل المالي، واستغلال العلامة التجارية، والالتزام بالشروط التقييدية التي تقع على عاتق المرخص له، وتعرفنا على طرق انقضاء عقد الترخيص باستغلال العلامات التجارية، قبل انتهاء المدة والمتمثلة في تراضي الطرفين، والإرادة المنفردة، والاعتبار الشخصي، وبالبطلان والفسخ وانتهاء عقد الترخيص في استغلال العلامات التجارية بانتهاء مدته وإمكانية تجديده.

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية، تبين لنا أن هذا العقد من العقود الحديثة التي واكبت التطورات الاقتصادية في مجال التقني والتكنولوجي كما يمثل آلية استثمارية تنتهجها المؤسسات الفنية في عالم الأعمال، لما يمنحها من إمكانية إنشاء شبكة تجارية واسعة بأقل التكاليف، فعقد ترخيص العلامات التجارية عقد رضائي يتم بين طرفين المرخص والمرخص له يمنح بمقتضاه مالك العلامة إذنا للمرخص له باستغلالها مقابل اجر متفق عليه.

يتميز عقد الترخيص بخصوصية تجعله ينفرد بها دون غيره من العقود المشابهة له ويظهر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في عدة صور وأشكال، حسب الزاوية التي ينظر له منها، ولكن هذه الأشكال كلها تنصب حول استغلال عناصر الملكية الفكرية الخاصة بالمرخص، ولا يكفي الاستغلال وحده بل يتعداه إلى ضمان تقديم المساعدة الفنية وكذا المراقبة المستمرة، لأن المرخص يهدف لضمان النجاح الذي حققه المرخص له.

ينفرد هذا العقد بمجموعة من الالتزامات والأحكام حيث نجد الالتزام بتقديم المساعدة الفنية، الالتزام بالضمان، الالتزام بأداء المقابل المالي، والالتزام بالضمان والتسليم، وهذا ما يميزه عن غيره من العقود باعتباره يرتب آثارا على أطرافه، وكذا قواعد المنافسة؛ إذ إن هذه الآثار تمتد إلى مرحلة ما بعد انقضائه.

من هذا المنطلق توصلنا دراستنا إلى النتائج التالية:

. بالرجوع للأمر 03. 06 المتعلق بالعلامات، نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يعرف عقد الترخيص باستعمال العلامة، وإنما اكتفى بالنص على مضمون هذا العقد فقط، على عكس بعض التشريعات المقارنة التي عرفت، وهذا ما يؤكد أن المشرع الجزائري قد فتح المجال للفقهاء للقيام بتعريفه، وقد أحسن المشرع بفعله هذا.

. يحق لمالك العلامة التجارية بجميع التصرفات الجائزة قانوناً، كونه يتصرف فيما يملك ومن هذه التصرفات الترخيص للغير باستعمال العلامة التجارية.

. يتبين لنا من خلال نص المادة 16 من الأمر 03. 06 المتعلق بالعلامات، أن عقد الترخيص باستعمال يأخذ ثلاثة أشكال في التشريع الجزائري، حيث يكون استثنائياً أو غير استثنائي أو وحيداً.

. عقد الترخيص من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، لذا لا يحق للمرخص له القيام بمنح تراخيص أخرى من الباطن دون علم المرخص إلا إذا تضمن عقد الترخيص شرط صريح يقضي لحق المرخص له منح تراخيص أخرى من الباطن للغير.

. إن عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية هو عقد ذو طبيعة خاصة حتى، ولو كان يقترب في مضمونه لعقد الإيجار؛ إذ تعود الخصوصية في هذا العقد في المحل الذي ينصب عليه.

. تتجلى أهمية عقد الترخيص ليس فقط بالنسبة لأطرافه، المرخص والمرخص له ، وليس لأنه ورد على أحد عناصر الملكية الصناعية الممثلة في العلامة التجارية بل لطابعه الدولي

لأنه يدخل في إطار العقود التجارية الدولية التي تتيح لمالكها توسيع مشاريعهم في مختلف أقاليم العالم.

. إن الترخيص باستغلال العلامة يؤدي إلى استثمار الكفاءات المحلية باعتباره نظام تعاون بين مستثمري المشروعات.

. الاتفاق على الأحكام القانونية المتعلقة بمدة عقد الترخيص فنجد بيان الآلية المتفق عليها

لتحديد مدة عقد الترخيص مهمة باعتبار أن تخلف أحد الطرفين في الوفاء بالتزامه يؤدي إلى مطالبة الآخر بإنهاء العقد خاصة إذا كان العقد غير محدد المدة وهذا لأهمية الاستثمارية.

وفي الأخير نذكر أهم الاقتراحات التي فضلنا أن نقدمها ونقترحها وهي كالتالي:

. على المشرع الجزائري القيام بتنظيم أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة، وذلك من

خلال تنظيم أحكامه ضمن قانون الملكية الصناعية أو لوضعه لقانون ينظم أحكامه.

. يجب على المشرع وضع حماية فعالة لعقد الترخيص باستعمال العلامة، وهذا بالنظر إلى

أهمية هذا العقد، وكذا نظرا للخطورة التي يتميز بها.

. نقترح كذلك التزام المرخص له بإضافة عبارة "منتج تحت الترخيص" بالبند العريض ضمانا

لحماية المستهلك من أساليب الغش والتدليس.

. الاعترافات باستغلال العلامة التجارية كوسيلة لاكتساب الحق فيها او على الأقل تعديل

المادة 4 من الامر 03 . 06، وإتاحة إمكانية استغلال العلامة التجارية لفترة محددة قبل

تسجيلها او إيداع طلب تسجيل بشأنها.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

أ / الكتب العربية

- 1 - حسام الدين عبد الغاني الصغير، الترخيص باستعمال العلامات التجارية، دار قومية القاهرة، 1993.
- 2 - حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت 2012.
- 3 - سرايش زكريا، الوجيز في العقود الخاصة (ايجار، المقاوله، الوكالة، الشركة المدنية)، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
- 4 - سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، ط 4، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
- 5 - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2006.
- 6 - عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مجلد 1، ط 3 دار النهضة العربية، القاهرة، 2011.
- 7 - _____، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، (نظريات الالتزام بوجه عام)، الجزء الثاني، ط 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000.
- 8 - _____، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، (نظريات الالتزام بوجه عام)، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1952.
- 9- عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.

- 10 - عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012.
- 11 - عطوي مريم، النظام القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر، 2022.
- 12 - علاء عزيز حميد الجبوري، عقد الترخيص (دراسة مقارنة) الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 13 - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، (مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري)، ط 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 14 - غرت عبد القادر، شرح احكام المنازعات التجارية، مكتبة شادي، د. ب. ن، 1993.
- 15 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الإدارية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.
- 16 - قعادة خليل احمد حسن، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، (مصدر الالتزام) ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 17 - محمد فريد العلايني، دويدار هاني، قانون الاعمال، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية 2002.
- 18 - مغراوي محي الدين، عبد القادر، العلامة التجارية من منظور استهلاكي، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2019.
- 19 - منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، العلامات والاسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2000.

20 - وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا (الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية) (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

ثانيا: الأطروحات والمذكرات الجامعية

1 - الأطروحات

1- بلعزام مبروك، عقد الترخيص التجاري، (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه في الحقوق، فرع قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، يوسف بن خدة، الجزائر 2016.

2- بن زاوي سفيان، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، قانون خاص، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2020.

3 - بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة نيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2020.

4 - حسن علي كاظم، تسوية المنازعات الناشئة عقد ترخيص الدولي، رسالة لنيل الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005.

5 - راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجدي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر، 2014.

6 - ميلود سلامي، النظام القانون للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية اطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

2- المذكرات الجامعية

أ. مذكرات الماجستير

1 - احمد طارق بكر البشتاوي، عقد ترخيص باستغلال براءة الاختراع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 2011.

2 - بوعش وافية، عقد ترخيص باستغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.

3 - زهرة صالح، دراسة عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، مذكرة ماجستير، فرع قانون الاعمال، معهد العلوم القانونية والإدارية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2002.

4 - سلام عزيز محمد الخطيب، عقد ترخيص باستغلال العلامة التجارية، (دراسة مقارنة) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018.

5 - محمود احمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفقا للقوانين النافذة في فلسطين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006.

ب - مذكرات الماستر

1 - ابتسام القيادة، وحيد شرشار، النظام القانوني لرخص استغلال براءة الاختراع، مذكرة الاستكمال شهادة الماستر في العلوم القانونية، تخصص: قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8ماي 45 قالمة، 2017.

قائمة المراجع

- 2 - بدار محمد انيس، قاسي أحلام، النظام القانوني لعقد ترخيص العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2022.
- 3 - بدر الدين تقي الدين، عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لمين دباغين، سطيف 2، 2017.
- 4 - بلجميتي كاملة غنية، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2023.
- 5 - بلقيرة عيدة، بوجلابة تيزيري، ملكية العلامة التجارية بين التسجيل والاستعمال، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2022.
- 6 - بلمهدي كريم، تودرت امزيان، عقد ترخيص ايجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 7 - بن دحمان خولة، بن عريوة راضية، النظام القانوني في العلامة التجارية في القانون التجاري، مذكرة الاستكمال شهادة الماستر اكااديمية في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، 2022.
- 8 - بوهلال فاطمة الزهراء، دور براءة الاختراع كألية لنقل التكنولوجيا، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014.

9- حريدي لبنى، عكلوش نهال، الاثار القانونية لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2022.

10- حمياز ليندة، بوخيمة نوال، التمييز بين عقد الترخيص العلامة وعقد الفرنشايز مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2017.

11- دبية عبد الحفيظ، بوغازي شعيب، عقد الترخيص التجاري والصناعي مذكرة استكمال متطلبات الشهادة ماستر اكايمي، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018.

12 - سليم بلجراف، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020.

13- عاشور عبد العزيز، غول ياسين، تنازل العلامة مع أسماء النطاق ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الشامل ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، 2015.

14 - عاشور مريم، عبد الكريم تسعديت، التصرفات الواردة في العلامة، تخصص القانون الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014.

15 - عدلي محمد، خصوصية التراخيص في القانون الملكية الصناعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: ملكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016.

قائمة المراجع

- 16 - عمورة سهيل، بركاني عماد الدين، الطبيعة القانونية لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020.
- 17 - مجناح عبد الطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016.
- 18 - نابت ايمان، سبيع شريفة، احكام تقديم العلامة كإسهام في الشركة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019.

ج - المقالات

- 1 - الكاهنة ارزيل " عن اخضاع عقد العمال للقانون " مجلة العلوم القانونية والسياسية جامعة الجزائر، مجلد 10، عدد 1، 2019، ص 38-51.
- 2 - بلحاج فاطمة الزهراء، شيخ نسيمية، " ابرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع " مجلة صوت القانون، مجلد 9، عدد 1، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2022، ص 1514 - 1533.
- 3 - بلعزام مبروك، " عقد الترخيص التجاري الدولي "، مجلة الاجتهاد القضائي، عدد 17 كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2018، ص 96 - 114.
- 4 - بوريوس العيرج، قنارة سليمان، " دراسة تحليلية للطبيعة القانونية بعقد ترخيص باستعمال براءة الاختراع "، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، عدد 7، جامعة طاهري محمد، بشار، 2017، ص 426 - 439.

قائمة المراجع

- 5 - بوضري محمد القاسم، " الغلط والتدليس في القانون الجزائري "، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، مجلد 15، عدد 1، جامعة الجلفة، 2022، (ص 491 - ص 503).
- 6 - حمادي محمد رضا، سفيان على هاشم، " الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية " (دراسة مقارنة)، مجلة صوت القانون، مجلد 7، عدد 3، جامعة احمد دراية ادرار، 2012، ص 454 - ص 473.
- 7- راشدي سعيدة ترخيص العلامة، " ترخيص العلامة "، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2010، ص 192 - ص 201.
- 8 - رمازنية سفيان، " النظام القانوني لعقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري واتفاقية دريس "، مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، مجلد 17، عدد 2، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، 2020، ص 267 - ص 278.
- 9 - رمزي حوحو، كاهينة زواوي، " التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري " مجلة المنتدى القانوني، عدد 5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018، ص 30 - ص 47.
- 10 - ساسان رشيد، " المسؤولية في الاعلام ما قبل التعاقد "، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة و القانون، عدد 39، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011، ص 159 - ص 173.
- 11 - عبد العلى حموته، حامدي بلقاسم، " عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية "، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، مجلد 8، عدد 1، جامعة باتنة 1، 2021، ص 620 - ص 635.
- 12 - عزيزة سيد محمد متولى الرسمي، " الاحكام العامة الترخيص باستعمال العلامة التجارية"، المجلة العلمية الفكرية وإدارة الابتكار، جامعة حلوان، مجلد 1، عدد 1 2012، ص 2 - ص 64.

قائمة المراجع

13 - قرمات احمد الأمين، " الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة "، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 51، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، 2019، ص 438 - ص452.

14 - قنارة سليمان، " الإشكالات القانونية على عقد ترخيص استغلال البراعة الاختراع في مرحلة تكوينية " (دراسة مقارنة)، مجلة القانون العلوم السياسية، عدد 7، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018، ص426 - ص439.

15 - ونوغي نبيل، " شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري"، مجلة افاق العلوم، مجلد 4، عدد 15، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص 136 - ص 145.

د - المداخلات

1 - حسام الدين الصغير، "ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا"، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء الشورى، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مسقط 24، مارس 2004، ص2- ص 13.

2 - كعنان الأحمر، " الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية الأغراض " عقود التراخيص والامتياز "، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من اجل زيادة الاعمال والبحث والتطوير من تنظيم المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالتعاون مع وزارة الاتصال والتعاون وغرفة التجارة الدولية، يومي 11 و 12 ماي 2004، ص 2- ص14.

هـ - النصوص القانونية

1 / النصوص التشريعية

1 - امر رقم 66 - 57، مؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر ج ج، عدد 23، صادر في 22 مارس 1966 (ملغى).

قائمة المراجع

2 - أمر رقم 75 - 58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، عدد 78 صادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتم.

3 - أمر رقم 75 - 59، مؤرخ في سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، ج ر ج ج عدد 101، مؤرخ في 19 ديسمبر 1975، معدل ومتم WWW.JORADP.DZ

4 - أمر رقم 03 - 06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، عدد 44، صادر بتاريخ 23 يوليو 2003، WWW.JORADP.DZ

5 - أمر 03 - 07، مؤرخ في 19 جويلية سنة 2003، متعلق ببراءة الاختراع، عدد 44، صادر في 23 /جويلية/ 2003.

2 / النصوص التنظيمية

- مرسوم تنفيذي رقم 05 - 277، مؤرخ في 02 اوت 2005، يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، ج. ر. ج. ج، عدد 54، صادر بتاريخ 07 اوت 2005.

ثانيا باللغة الفرنسية

- Alber Chavanne et Jean Jaques

buerst, Droit de la propriété industrielle ,Daloz, paris, 1998.

فهرس المحتويات

2.....	مقدمة
7.....	الفصل الأول: ماهية عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية
9.....	المبحث الأول مفهوم عقد استغلال العلامات التجارية
10.....	المطلب الأول المقصود بعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
10.....	الفرع الأول تعريف عقد الترخيص
	Erreur ! Signet non défini.:أولا: التعريف التشريعي
	Erreur ! Signet non défini.:ثانيا: التعريف الفقهي
13.....	ثالثا: التعريف القضائي:
15.....	الفرع الثاني مميزات عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
15.....	أولا: مميزاته كعقد
23.....	ثانيا: مميزاته كمشروع تجاري
24.....	المطلب الثاني صور عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية:
25.....	الفرع الأول عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الدولي
26.....	الفرع الثاني عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية الوطني
27.....	أولا: عقد الترخيص الاستثنائي
28.....	ثانيا : عقد الترخيص غير الاستثنائي (العادي)
29.....	ثالثا: عقد الترخيص الوحيد
31.....	المبحث الثاني العناصر المكونة لعقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
32.....	المطلب الأول الأركان العامة لعقد الترخيص

32	الفرع الأول الرضا
34	أولاً: الأهلية التجارية
35	ثانياً: خلو الإرادة من عيوب التراضي:
38	الفرع الثاني المحل
39	الفرع الثالث السبب
40	المطلب الثاني الأركان الخاصة لعقد ترخيص العلامات التجارية
41	الفرع الأول العلامة التجارية
41	أولاً: تعريف العلامة التجارية
43	ثانياً: أنواع وأشكال العلامات التجارية:
48	ثالثاً: شروط العلامة التجارية:
53	الفرع الثاني مدة الترخيص
54	الفرع الثالث المنتجات والخدمات
55	الفرع الرابع إقليم الترخيص
57	ملخص الفصل الأول:
59	الفصل الثاني: آثار وانتهاء عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية
60	المبحث الأول آثار عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
61	المطلب الأول التزامات المرخص
61	الفرع الأول الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
62	أولاً: التزام المانح بنقل محل العقد للمرخص له:

- 62 ثانيا: التزام المرخص بإعلام المرخص له بالمعلومات الجوهرية:
- 63 الفرع الثاني الالتزام بالتسليم
- 65 الفرع الثالث الالتزام بضمان
- 66 أولا: ضمان التعرض والاستحقاق الصادر من صاحب الترخيص:
- 67 ثانيا: ضمان العيوب الخفية:
- 68 ثالثا: ضمان تحقيق النتيجة:
- 68 الفرع الرابع الالتزام بتقديم المساعدة الفنية
- 70 الفرع الخامس الالتزام بإيداع العلامة في الخارج
- 71 المطلب الثاني التزامات المرخص له
- 72 الفرع الأول الالتزام بدفع المقابل المالي
- 73 الفرع الثاني الالتزام باستغلال العلامة التجارية
- 75 الفرع الثالث الالتزام بالشروط التقييدية
- 77 أولا: شروط مواصلة الإنتاج والتقييد بشروط القصر المكاني والنوعي:
- 80 ثانيا: شرط السرية
- 80 ثالثا: شرط الشراء الجبري:
- 81 رابعا: رقابة الجودة:
- 82 خامسا: شرط التحكيم:
- 83 المبحث الثاني انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
- 84 المطلب الأول انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية قبل انتهاء المدة

84	الفرع الأول الأسباب العامة لانتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية
85	أولاً: انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بتراضي الطرفين:
85	ثانياً: انتهاء قد ترخيص استغلال العلامات التجارية بالإرادة المنفردة:
86	ثالثاً: انتهاء عقد ترخيص العلامات التجارية عن طريق الاعتراف الشخصي
90	رابعاً: بطلان عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية:
91	خامساً: فسخ عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية:
93	الفرع الثاني الأسباب الخاصة لانتهاء ترخيص استغلال العلامة التجارية.....
94	أولاً: انتقال ملكية العلامة.....
96	ثانياً: سقوط الحق بالعلامة التجارية.....
97	ثالثاً: انتهاء وزوال شخصية المرخص له.....
98	رابعاً: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالعدر الطارئ
	المطلب الثاني انتهاء عقد الترخيص باستغلال علامات التجارية بانتهاء مدته وإمكانية
99	تجديده
	الفرع الأول انتهاء عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية بانتهاء مدته المتفق عليها
100
102	الفرع الثاني تجديد عقد ترخيص استغلال العلامات التجارية.....
104	ملخص الفصل الثاني:
106	خاتمة
110	قائمة المراجع.....
120	فهرس المحتويات

ملخص

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الحديثة التي لم ترد علي العلامة التجارية، والتي نص عليها المشرع الجزائري في الامر 03 - 06 المتعلق بالعلامات التجارية، حيث يتميز بأهمية بالغة على الصعيد الوطني والدولي، ويعتبر أيضا من العقود المهمة التي ترد على أموال معنوية بهدف توسيع النشاط وزيادة الثقة في المنتج باعتباره عقد قائما على مشروع تجاري منتشر على نطاق واسع وله خصوصية تميزه عن غيره من العقود، حيث اكتفى المشرع بذكر بعض البيانات وبعض الصور التي يتخذها هذا العقد، وهو ما حتم علينا الرجوع الى الأحكام العامة التي تنظم شروط تكوين العقد .

أما بالنسبة للأثار المترتبة عن هذا العقد فإنها تشمل مجموعة من الالتزامات التي يتحملها الأطراف، ويجب التنويه أيضا الى انه كغيره من العقود إذا توفر سبب من أسباب إبطال العقد فانه يزول، وتترتب عنه اثار بعد انتهائه باعتباره عقدا خاصا.

Résumé

Le contrat de licence d'usage d'une marque est considéré comme l'un des contrats modernes ne comportant pas de marque, et qui a été stipulé par le législateur algérien dans l'ordonnance 03-06 relative aux marques. Il se caractérise par une grande importance au niveau national et international. Au niveau international, et également considéré comme l'un des contrats importants qui reçoivent des fonds immatériels dans le but de... Expansion de l'activité et augmentation de la confiance du le produit, car il s'agit d'un contrat basé sur un projet commercial largement diffusé qui a une spécificité qui distingue des autres contrats, car le législateur s'est contenté de mentionner certaines données et certaines formes que prend ce contrat, ce qui nous a obligé à revenir aux dispositions générales qui régissent les conditions de formation du contrat.

Quant aux effets découlant de ce contrat, ils comprennent un ensemble d'obligations supportées par les parties. Il faut également noter que, comme les autres contrats, s'il existe un motif d'invalidation du contrat, celui-ci cessera et produira des effets. Après son expiration car il est considéré comme un contrat privé.