

## عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية License contract to exploit the trademark

تاريخ الإرسال: 2020/10/11 تاريخ القبول: 2021/01/02

معنوية، بهدف توسيع النشاط وزيادة الثقة في المنتج، باعتباره عقدا قائما على مشروع تجاري منتشر على نطاق واسع وله خصوصية تميزه عن غيره من العقود، وقد نص عليه المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، من حيث طبيعته القانونية وأنواعه والحماية التي منحها المشرع له.

**الكلمات المفتاحية:** الترخيص؛ العلامة؛ العقد.

### **Abstract:**

*A license contract to exploit the trademark is an important contract that responds to moral money, with the aim of expanding activity and increasing trust in the product, as a contract based on a widely disseminated business that is distinct from other contracts. Therefore, the*

عبد العلي حموته\*  
مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق  
جامعة باتنة 1 - الجزائر  
Abdelaali.hamouta@univ-batna.dz  
حامدي بلقاسم  
جامعة باتنة 1 - الجزائر  
Belkacem.hamdi@univ-batna.dz

### **ملخص:**

يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية من العقود المهمة التي ترد على أموال

### **\*- المؤلف المراسل.**

*Algerian legislature provided for by order N° 03/06 on trademarks, in terms of their legal nature and the protections granted by the legislature.*

**Keywords:** Licensee; mark; contract

### **مقدمة:**

تعتبر العلامة التجارية من بين عناصر الملكية الصناعية الأكثر أهمية في المجال الصناعي والتجاري لذا أولاهها المشرع الجزائري بتنظيم خاص بها، من خلال سن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، الذي ينظم مختلف التصرفات التي ترد على العلامات التجارية .

ومن بين هذه التصرفات عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، حيث نص المشرع الجزائري على عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، والصور التي قد يرد بها، محاولا بذلك مسايرة مختلف التشريعات الحديثة والاتفاقيات الدولية، كاتفاقية تريبس التي تمنع صراحة الترخيص الإجباري للعلامة التجارية وذلك بموجب المادة 21 منها .

وقد نظم المشرع الجزائري عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية وذلك من المواد 09 إلى 18، حيث أعطى لمالك العلامة التجارية الحق في منح الترخيص لاستغلال علامته التجارية من قبل الغير مقابل ثمن نقدي متفق عليه في العقد إضافة إلى المنطقة الجغرافية التي يتم من خلالها الاستغلال والتسويق وكذا طبيعة المنتجات والخدمات، ونوع السلع والأنشطة التي توضع عليها العلامة التجارية، وكذا نوع الترخيص المتفق عليه هل هو ترخيص كلي أو جزئي حصري أو غير حصري أو ترخيص وحيد وكذا ضرورة أن يفرغ عقد الترخيص في قالب شكلي مكتوب، وقيده ضمن السجل الخاص للعلامات التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية .

- **أهمية الدراسة:** نحاول من خلال هذا المقال إبراز أهمية العلامة التجارية في الملكية الصناعية، عن طريق دراسة أهمية الترخيص باستغلال العلامة التجارية ومختلف الصيغ التي يرد بها عقد الترخيص للعلامة التجارية .

- **أهداف الدراسة:** نهدف من خلال دراستنا لهذا الموضوع إلى:

- دراسة عقد الترخيص للعلامة التجارية كتصرف قانوني وارد عليها .
- إبراز العلاقة بين شهرة العلامة ونوع الترخيص .
- التمييز بين عقد الترخيص وبعض العقود المشابهة له .

- **منهج الدراسة:** لإنجاز هذا المقال تتبعنا المنهج التحليلي الذي يقوم على تحليل النصوص القانونية، حيث قمنا بتحليل المواد الواردة في الأمر 06/03 السالف الذكر.

- إشكالية الدراسة: ولتسليط الضوء على عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية نطرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى نظم المشرع الجزائري عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية؟

وتدرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

ماهية عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية؟

ماهي الآثار القانونية الناجمة عن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية؟

وللإجابة عن الإشكالية والتساؤلات الفرعية نستعرض الخطة التالية:

المحور الأول: مفهوم عقد الترخيص

أولاً: تعريف عقد الترخيص

ثانياً: تمييز عقد الترخيص عن العقود المشابهة له

ثالثاً: الطبيعة القانونية لعقد الترخيص

رابعاً: أنواع عقود ترخيص استغلال العلامة التجارية

المحور الثاني: آثار عقد الترخيص

أولاً: التزامات المرخص

ثانياً: التزامات المرخص له

**المحور الأول: مفهوم عقد الترخيص**

نتناول تعريف الترخيص، ثم تمييز عقد الترخيص عن مختلف العقود المشابهة له، ثم الطبيعة القانونية لعقد الترخيص، وكذا أنواع عقد الترخيص.

**أولاً: تعريف عقد الترخيص**

هو العقد الذي يتم بموجبه منح رخصة استغلال العلامة من قبل المالك إلى شخصاً آخر يسمى المرخص له، مقابل مبلغ مالي يسمى الإتاوات، وذلك في حدود منطقة جغرافية معينة بصورة استثنائية، أو غير استثنائية، كلية أو جزئية<sup>(1)</sup>.

فبعد استغلال العلامة التجارية من بين العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، حيث أن شخصية المرخص له محل اعتبار للمرخص الذي له الحق في منح الترخيص باستغلال العلامة التجارية مقابل ثمن متفق عليه في عقد الترخيص، حيث قد يكون الثمن دفعة واحدة أو عن طريق عدة دفعات، حسب الاتفاق المبرم بين المرخص والمرخص



له، وكذا يتم الاتفاق حول المنطقة الجغرافية التي يتم فيها مزاولة النشاط التجاري، وكذا التسويق، وطبيعة السلع والخدمات التي يشملها الترخيص تحت طائلة البطلان. وعرفته المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO بأنه: "مالك الحق الخاص - المرخص لشخص آخر - المرخص له - ليؤدي عمل معين، يكون هذا الترخيص محميا بحق المرخص"<sup>(2)</sup>.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص على عقد الترخيص في المادة 09 من الأمر رقم 06/03 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 لأجلها...". ونصت المادة 16 منه على أنه: "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل واحد من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

يفهم من نص المادتين أن المشرع الجزائري أجاز التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري، ولم يشترط ضرورة أن يكون محل عقد الترخيص المحل التجاري الذي يحمل العلامة التجارية، فهو بهذا يتبنى المذهب المؤيد لجواز التصرف في العلامة مستقلة عن المحل التجاري، وهذا عائد لأهمية العلامة التجارية، حيث يتبنى أصحاب هذا المذهب نظرية الجودة والضمان، التي مفادها أن العلامة التجارية هي في الحقيقة تعطي فكرة في ذهن المستهلك حول جودة وضمان السلع، مما يؤدي بالمستهلك إلى الاطمئنان حول جودة وسلامة السلع عن طريق العلامة التجارية التي تحملها، دون مراعاة المكان الذي تم فيه صنع هذه السلع، فالعبرة بالجودة والضمان وليس بالمصدر الذي أتت منه السلع، عكس ما يذهب إليه أصحاب المذهب المعارض لفكرة التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري، حيث لا يجيزون هذا التصرف استنادا إلى فكرة المصدر، أي أن المستهلك يقع في اللبس حيث يقتني سلعا لنفس العلامة التجارية، يظن من خلالها أن السلع تعود إلى المصدر الرئيسي للشركة الأم للعلامة التجارية<sup>(3)</sup>.

غير أنه من الناحية العملية نجد أنه لا يثور إشكال، لأن مالك العلامة - المرخص - غالباً ما يورد بنوداً في عقد الترخيص تسمح له بممارسة نوع من الرقابة على جودة المنتجات والسلع محل الترخيص للعلامة التجارية، وذلك للحفاظ على سمعة العلامة التجارية، وهذا ما نجده مثلاً في إحدى الأمثلة، حيث قامت شركة كوكاكولا للمشروبات الغازية بمنح الترخيص باستعمال علامتها التجارية من طرف شركتين لتعبئة المياه الغازية، وورد في عقد الترخيص بند يقضي بحق شركة كوكاكولا في التفتيش والإشراف على جميع مراحل التعبئة لمراقبة الجودة، وكذا ضرورة تعبئة هذه المشروبات في العبوات المعتمدة من قبل شركة كوكاكولا، وكذا ضرورة حصول الشركة المرخص لها على التركيبة مباشرة من طرف شركة كوكاكولا دون إضافة أي تركيب لهذه التركيبة الفنية<sup>(4)</sup>.

#### ثانياً: تمييز عقد الترخيص باستغلال العلامة عن بعض العقود المشابهة

سوف نستعرض بعض العقود المشابهة لعقد الترخيص باستغلال العلامة، كعقد الامتياز التجاري، والتنازل عن العلامة، وعقد التمثيل التجاري، وعقد الترويج.

**1- تمييز عقد الترخيص باستغلال العلامة عن عقد الامتياز التجاري:** عقد الامتياز التجاري والذي يسمى أيضاً بعقد الفرانشايز، هو عقد يتم بين طرفين مستقلين مالياً وقانونياً، من أجل التعاون الدائم والوثيق بين طرفين المانح من جهة والمتلقي من جهة أخرى، مقابل إتاوات مالية مباشرة أو غير مباشرة يدفعها المتلقي للمانح مقابل استخدامه للعلامة التجارية أو الاسم التجاري أو المعرفة الفنية والطرق التجارية والنظم الإجرائية، وذلك بمساعدة الخبرة الفنية التي يحوزها ويقدمها المالك<sup>(5)</sup>. وقد عرفت تشريعات ولاية كاليفورنيا الأمريكية الصادرة في عام 1970، وهو أول تشريع في الولايات المتحدة الأمريكية يتناول عقد الامتياز التجاري "هو العقد أو الاتفاق الصريح أو الضمني، المكتوب أو الشفهي المبرم بين شخصين أو أكثر والذي بموجبه:

- يمنح المتلقي الحق في الانضمام لنشاط بيع أو توزيع السلع أو الخدمات وفقاً لخطة تسويقية أو نظام محدد بصفة أساسية بمعرفة المانح.



- يرتبط المتلقي في إدارته للنشاط بالعلامة التجارية أو علامة الخدمة أو الاسم التجاري أو الشعار بمعرفة المانع.  
- يطالب المتلقي بأن يدفع إتاوة مقابل الامتياز الممنوح بصفة مباشرة أو غير مباشرة.<sup>(6)</sup>

من خلال هذه التعاريف يتبين لنا بوضوح الفرق بين عقد الترخيص باستغلال العلامة وعقد الامتياز التجاري، حيث يعد الأول مقصوراً على الترخيص باستغلال العلامة التجارية، غير أن عقد الامتياز التجاري تطور ليشمل الترخيص باستغلال باقي حقوق الملكية الصناعية، وكذا الأساليب والطرق الحديثة التي أثبتت نجاحها عن طريق التجربة، وكذلك نقل المعرفة الفنية تحت إشراف ورقابة المانع، فعقد الترخيص باستغلال العلامة جزء من عقد الامتياز التجاري .

**2- عقد الترخيص باستغلال العلامة والتنازل عنها:** عقد الترخيص باستغلال العلامة عقد مبرم بين المرخص والمرخص له، يكون محله استعمال العلامة دون انتقال ملكيتها، ويجب على المرخص له بذل العناية اللازمة للحفاظ على سمعة العلامة، وأن لا يقوم بمنح تراخيص من الباطن، لأنه عقد يقوم على الاعتبار الشخصي، إلا إذا تضمن عقد الترخيص بندا يسمح له بمنح الترخيص من الباطن، وكذلك لا يجوز له رفع دعوى التقليد إلا إذا تضمن عقد الترخيص ذلك صراحة.  
أما بالنسبة لعقد التنازل عن العلامة التجارية فهو عقد يتم بين المالك والمتنازل له، يتم من خلاله نقل الملكية سواء بعوض أو دون عوض<sup>(7)</sup>.

**3- عقد الترخيص باستغلال العلامة وعقد التمثيل التجاري:** عقد التمثيل التجاري هو عقد يسمح للممثل التجاري عن طريق وكالة تجارية، بإبرام الصفقات والمفاوضات من أجل شراء أو بيع أو تأجير أو تقديم الخدمات، باسم الموكل ولحسابه الخاص مقابل عمولة يتقاضاها، أو قيامه عن طريق عقد التوزيع الحصري ببيع المنتوجات لحسابه الخاص<sup>(8)</sup>.

ولقد نص المشرع الجزائري على الوكالة التجارية في المادة 34 من القانون التجاري بقوله: "عقد الوكالة التجارية اتفاقية يلتزم بواسطتها الشخص عادة بإعداد أو إبرام البيوع أو الشراءات، وبوجه عام جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر، والقيام

عنه بعمليات تجارية لحسابه الخاص، ولكن دون أن يكون مرتبط بعقد لإجارة خدمات .

وإذا كان عقد الوكالة التجارية غير محدد المدة، فلا يجوز لكلا الطرفين فسخه دون إخطار مسبق ومطابق للأعراف، إلا في حالة صدور خطأ من أحد الطرفين.“  
انطلاقاً من نص المادة أجاز المشرع التمثيل التجاري باسم ولحساب تاجر، وفي حالة كون العقد غير محدد المدة فإنه لا يحق لطرفي العقد فسخه إلا عن طريق إخطار مسبق وفق ما تقتضيه الأعراف التجارية، إلا في حالة صدور خطأ من طرف أحد أطراف العقد.

**4- عقد الترخيص باستغلال العلامة وعقد الترويج:** عقد الترويج هو عقد ترخيص ممتلكات مشهورة ومعروفة للعامة كالعلامة التجارية المشهورة والأسماء الرياضية والفنية، لأجل وضعها على المنتجات أو الخدمات لتسهيل عملية بيع المنتجات، فهو عقد ترخيص لكن لا يرد على نفس البضائع، بل يختلف عنها بتاتا اختلافاً كلياً، وأن عقد الترويج لا يمارس فيه مالك العلامة الرقابة والتفتيش مما يعكس جودة وضمأن المنتجات<sup>(9)</sup>.

#### **ثالثاً: الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية**

اختلف الفقهاء في تحديد الطبيعة القانونية لعقد الترخيص، فهناك جانب من الفقه يرى أن عقد استغلال العلامة ماهو إلا عقد انتفاع يقوم المنتفع على إثره بالانتفاع بالعلامة واستغلالها<sup>(10)</sup>، لكن انتقد هذا الاتجاه بكون حق الانتفاع واحد من الحقوق العينية الأصلية التي تنفرع عن حقوق الملكية والتي لا توجب توسط شخص آخر لاستعمال هذا الحق، بخلاف عقد الترخيص الذي يستوجب تدخل المرخص لمنح الرخصة للمرخص له، ومراقبته والإشراف على استغلال العلامة.

ويرى جانب آخر من الفقه أن عقد الترخيص باستغلال العلامة يشبه عقد الإيجار، ومركز المرخص له يشبه مركز المستأجر، حيث يقوم المرخص له بدفع مقابل الترخيص إلى المرخص مالك العلامة، ما يقابله في الإيجار قيام المستأجر بدفع بدل الإيجار إلى المؤجر مالك العين المؤجرة، كذلك في عقد الترخيص لا يمتلك المرخص له

العلامة التجارية محل الترخيص، وهذا يشبه تماما المستأجر الذي ينتفع بالعين المؤجرة دون انتقال ملكيتها إليه<sup>(11)</sup>.

وهناك اتجاه آخر من الفقه يرى أنه عقد ذو طبيعة خاصة، فرضته الطبيعة الخاصة لمحل العقد، حيث أن ملكية هذه العلامة تمنع الغير من استعمالها دون ترخيص، وإلا كنا بصدد جنحة تقليد<sup>(12)</sup>.

#### رابعاً: أنواع عقود الترخيص باستغلال العلامة

تصنف عقود تراخيص استغلال العلامة لاعتبارات منها، حسب شمولية الترخيص، ترخيص كلي وآخر جزئي، وحسب القيود المفروضة على مالك العلامة إلى حصري وغير حصري ووحيد، وأخيراً فيما يتعلق بإرادة المالك إلى ترخيص اختياري وأخر إجباري.

**1- الترخيص الكلي والترخيص الجزئي:** يقصد بالترخيص الكلي أن يرد عقد الترخيص على كافة المنتجات والخدمات التي سجلت العلامة لأجلها، عكس الترخيص الجزئي الذي قد يرد على بعض المنتجات دون البعض الآخر، ولفهم ما إذا كان الترخيص كلياً أو جزئياً نرجع إلى ما تضمنه عقد الترخيص، وهذا ما نصت عليه المادة 16 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات بقولها: "يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص...الخدمات التي منحت لأجلها الرخصة".

نفهم من خلال نص المادة السابقة أنه يجب تحت طائلة البطلان ذكر السلع والمنتجات والخدمات التي منحت لأجله الرخصة، وهذا لإزالة كل اللبس والمشاكل التي قد تثور حول مسألة المنتجات والخدمات المرخصة من قبل المالك أو المرخص، وكذا معرفة هل الترخيص هنا ترخيص كلي يشمل جميع البضائع والمنتجات والخدمات المقيدة للعلامة، أو أنه يشمل بعض المنتجات والبضائع والخدمات دون البعض الآخر.

فمسألة ذكر المنتجات والخدمات مسألة مهمة، فمن خلالها نستطيع معرفة هل المرخص له في حالة تقليد لمنتجات المرخص أم لا، ففي حالة قيامه بوضع العلامة التجارية على بضائع ومنتجات مستتناة صراحة في العقد فهذا نكون أمام تقليد واضح صادر من المرخص له.





**2- الترخيص الحصري والترخيص غير الحصري:** الترخيص الحصري أو ما يسمى بالترخيص الإستثنائي، هو أن يرد عقد استغلال العلامة لصالح المرخص له فقط، أي يكون الترخيص حكرا له، دون أن يكون لصاحب العلامة الحق في منح تراخيص أخرى لنفس السلع والخدمات المرخص بها، أو حتى استغلاله لنفس العلامة محل الترخيص.<sup>(13)</sup>

وتجدر الإشارة أن هذا النوع من الترخيص غالبا ما يكون المقابل فيه معتبرا، وهذا راجع إلى نوع الترخيص حيث لا يحق منح تراخيص أخرى للعلامة التجارية ولا يمكن استغلالها حتى من مالكاها .

أما الترخيص غير الحصري، أو غير الإستثنائي، يكمن في إمكانية منح المرخص تراخيص أخرى للغير وكذا إمكانية استغلاله لنفس العلامة محل الترخيص، فهو عكس الترخيص الحصري والمقابل فيه يكون أقل من الترخيص الحصري .

أما الترخيص الوحيد فهو عدم منح تراخيص أخرى قبل المالك صاحب الرخصة، مع احتفاظه بحقه في استغلال العلامة التجارية محل الترخيص، فالفرق بين الترخيص الحصري والترخيص الوحيد هو كون الأخير يسمح لمالك العلامة التجارية الذي منح الترخيص الحق في استغلال علامته التجارية دون منح تراخيص أخرى للغير.

**3- الترخيص الاختياري والترخيص الإلزامي:** الترخيص الاختياري هم ما يتم بإرادة المرخص مالك العلامة، الذي يقوم بإبرام عقد الترخيص مع المرخص له مقابل ثمن نقدي يدفعه المرخص له، أو مقابل حصوله على نسبة معتبرة من الأرباح الناجمة عن عقد الترخيص، فيقوم المرخص بإبرام عقد الترخيص للمرخص له مقابل شروط يتم الاتفاق عليها في مضمون العقد، كالاتفاق حول المنطقة الجغرافية التي يتم فيها المرخص له مزاولة نشاطه التجاري أو الصناعي أو الخدماتي وكذا المدة القانونية السارية للعقد، وكذا إمكانية حماية المرخص له للعلامة التجارية في حالة وجود اعتداء عليها، كقيامه برفع دعوى المنافسة غير المشروعة، ومدى صلاحيته في منح تراخيص أخرى من الباطن، كذلك تجدر الإشارة إلى إمكانية تضمين عقد الترخيص شرط الإشراف والمراقبة على عملية الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات وهذا راجع إلى حق

المرخص في الحفاظ على سمعة علامته التجارية وضمان جودة المنتجات والخدمات المقدمة للحفاظ على العملاء .

أما الترخيص الإجباري فهو نادر الحصول في مجال العلامات التجارية، عكس ما هو موجود في البراءات والرسوم والنماذج الصناعية، وقد يرد الترخيص الإجباري مثلا في حالة تواجد مؤسسة مهيمنة على السوق وفي حالة احتكار لها<sup>(14)</sup>، حيث تعتبر هذه المؤسسة في حالة ممارسة مقيدة للمنافسة ما يؤدي بها بالإضرار بالسوق، وكذا الاقتصاد الوطني.

فتتدخل الدولة بمنح الترخيص الإجباري، وهذا في حالة رفض المؤسسة المهيمنة على رفع الاحتكار والهيمنة على السوق وكذا رفضها منح تراخيص اختيارية .

وقد حاولت بعض المحاكم فرض الترخيص الإجباري كحل بديل لظاهرة تقليد العلامات، مقابل عوض مادي يقدمه المعني بالتقليد، إلا أن المحاكم العليا رفضت هذا التوجه معتبرة إياه بغير المعتاد، وكذا أنه غير متفق عليه مسبقا من قبل الأطراف<sup>(15)</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية تريبس منعت الترخيص الإجباري للعلامات التجارية بموجب المادة 21 منها. وقد يفهم من هذه المادة أنها أتت لحماية العلامات التجارية المشهورة وغير المشهورة للشركات التجارية الكبرى والمتعددة الجنسيات، إذ أنها قامت بحماية مصالح هذه الشركات على حساب الأفراد ولم تعطي الحق للدول إمكانية منح تراخيص إجبارية للحصول على هذه العلامة ولو في حالة الضرورة، أو في بعض الصناعات ذات الطابع الحيوي والإستراتيجي كالصناعات الدوائية مثلا، وهذا يعد تقصيرا واضحا في التشريع سواء الوطني أو الدولي عن طريق الاتفاقيات، وهذا ما يدل على هيمنة هذه الشركات على اتفاقية تريبس من خلال سلطة اتخاذ القرار .

فكان الأجدر تضمين الاتفاقية بينود تسمح للدول الأعضاء في الاتفاقية بمنح تراخيص إجبارية في حالة الضرورة، وفي حالة ما إذا كان مالك العلامة التجارية لا يرغب في منح ترخيص اختياري، كحالة نقص وندرة المنتج وكان المنتج من السلع الحيوية والتي لها بعد إستراتيجي في الاقتصاد وهذا لحماية المستهلك من الأمراض والمجاعة مثلا .

### المحور الثاني: آثار عقد الترخيص

تتمثل آثار عقد الترخيص في مختلف الالتزامات المترتبة على المرخص والمرخص له.

#### أولاً: التزامات المرخص

تقع على عاتق المرخص جملة من الالتزامات منها: الالتزام بتسليم العلامة التجارية، الالتزام بتقديم المساعدة التقنية، والالتزام ببذل العناية اللازمة والضمان.

**1- الالتزام بتسليم العلامة التجارية:** يجب على مالك العلامة الالتزام بتسليم العلامة التجارية للمرخص له، وتمكينه من الانتفاع بها واستغلالها في المجال المتفق عليه في العقد، ويضمن له استحقاق العلامة وعدم التعرض له من قبل الغير خلال مدة الترخيص، ويجب أن يضمن له الحماية اللازمة من مختلف الاعتداءات التي قد تقع عليها<sup>(16)</sup>، ويكون التسليم في المكان والزمان المتفق عليه في العقد، وكذا تسليم مختلف الوثائق والمستندات اللازمة للانتفاع بالعلامة .

**2- الالتزام ببذل العناية والضمان:** يقع على عاتق مالك العلامة التجارية الالتزام بضمان العيوب الخفية المتعلقة بالعلامة التجارية، والتي قد تحول دون الاستغلال الأمثل للعلامة التجارية من قبل المرخص له، وكذا الالتزام ببذل العناية اللازمة للاستغلال كتجديد إيداع العلامة عند انقضاءها.<sup>(17)</sup>

**3- الالتزام بتقديم المساعدة التقنية:** يتمثل هذا الالتزام، بقيام مالك العلامة بتقديم كافة الوثائق والمستندات التي من شأنها تسهيل عملية استغلال العلامة من قبل المرخص له، ويتجلى ذلك بكيفية الإدارة والتسويق والتنظيم، وكذا الوسائل المادية التي تساعد على الاستغلال الأمثل للعلامة، وتقديم الإرشادات والنصائح اللازمة من أجل الحفاظ على سمعة العلامة التجارية وضمان الجودة، عن طريق المراقبة المستمرة في تشغيل المصنع مثلما يتضح لنا في عقد أبرم بين شركة كوكاكولا للمشروبات الغازية وفروي تال رويبة، حيث نص العقد على التزام شركة كوكاكولا بتقديم المساعدة التقنية للشركة المحلية خلال مرحلة إنشاء وتشغيل المصنع الخاص بتعبئة مشروبات كوكاكولا، والمتمثلة أساساً في الإنشاءات الأساسية والهندسية والمدنية والميكانيكية.<sup>(18)</sup>

فيعتبر الالتزام بتقديم المساعدة التقنية للمرخص له من قبل الالتزامات الجوهرية للمرخص حتى يتمكن المرخص له من تحقيق النتيجة المرجوة من عقد الترخيص، فهناك أمور فنية وتقنية لا يتفطن لها المرخص له ما تؤدي بذلك إلى التقليل من الإنتاج والجودة، ما يؤثر سلباً على الاستغلال الأمثل للعلامة التجارية، وكذا على شهرة وسمعة العلامة التجارية، وكذا ربما يؤثر على صحة وسلامة المستهلك .

### ثانياً: التزامات المرخص له

تتمثل التزامات المرخص له في الالتزام بالسرية، دفع التعويض، وكذا الالتزام باستغلال العلامة، والالتزام بعدم التنازل للغير .

**1- الالتزام بالسرية:** يعتبر من بين الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق المرخص له، لأن مالك العلامة قد ينقل السرية عن طريق تقديم المساعدة التقنية والفنية للمرخص له، وذلك للاستفادة من العلامة، ففي حالة عدم الالتزام بالسرية يصبح لمالك العلامة الحق في فسخ العقد مع إمكانية المطالبة بالتعويض لجبر الضرر الذي لحقه جراء إفشاء المرخص له للأسرار التجارية المعهودة إليه<sup>(19)</sup>.

فالحفاظ على السرية يعتبر من بين الأسباب التي تساهم في نجاح المشروع التجاري وكذا في فاعلية عقد الترخيص مما ينتج أثراً إيجابية سواء للمرخص له أو المرخص، أو المستهلك عن طريق حمايته من التقليد الذي قد يحصل في حالة تقشي بعض تقنيات ووصفات المنتج، أو انتحال العلامة التجارية عن طريق المنافسة غير المشروعة .

**2- دفع التعويض:** وهو المقابل المالي الذي يدفعه المرخص له لمالك العلامة مقابل الترخيص الممنوح له، ويتغير التعويض وفقاً لشهرة العلامة ومدى انتشارها، وكذا حسب نوعية الترخيص، ففي حالة كون الترخيص استثنائي فإن المقابل يكون كبيراً جداً لأنه في هذه الحالة يمنع حتى المالك من استغلال علامته، أما في حالة الترخيص الوحيد فهو يكون أقل من الأول، لكون مالك العلامة الحق في استغلال علامته التجارية، ويكون المقابل أقل من الحالتين السابقتين في حالة الترخيص غير الاستثنائي.

ويقع على عاتق المرخص له دفع التعويض أو المقابل من الترخيص وفق ما تم الاتفاق عليه في عقد الترخيص من حيث مبلغ الترخيص وكذا من حيث المكان والوقت الذي

يتم فيه الأداء، فقد يكون دفعة واحدة أو عن طريق أقساط يتم الاتفاق من خلالها حول مبلغ التقسيط الأول والثاني .

**3- الالتزام باستغلال العلامة:** يجب على المرخص له استغلال العلامة وفقا ما تم الاتفاق عليه في العقد، ويجب عليه عدم إدخال أي تعديلات على العلامة، وفي حالة الإخلال بالعقد لمالك العلامة فسخ العقد وطلب التعويض، كما في قضية قام السيد آدم وهو صاحب براءة اختراع سخان المياه بالتريخيص لشخص آخر باستغلال البراءة، وأجاز العقد للمرخص له الحق في استعمال العلامة التجارية التي تدل على سخان المياه، وتم الاتفاق على فسخ العقد في حالة الإخلال بأحد بنود العقد، كإدخال التحسينات على محل العقد، وهو الشيء الذي لم يلتزم به المرخص له، فقامت المحكمة بإيقاف استغلال المرخص له للعلامة والبراءة معا نتيجة إخلاله بالالتزامات المترتبة عليه.<sup>(20)</sup>

كذلك يدخل ضمن هذا الالتزام، استغلال العلامة التجارية في المنطقة الجغرافية المحددة في العقد وتسويقها ضمن الإطار المتفق عليه . كذلك يجب أن يكون الاستغلال عقلانيا وفق منظور القانون وأن لا يتجاوز حدود القانون والبنود العقدية، حتى لا يصبح محل العقد مخالف للنظام العام والآداب العامة .

**4- الالتزام بعدم التنازل عن عقد الترخيص للغير:** يجب على المرخص له الالتزام بعدم التنازل عن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية للغير لأنه قائم على الاعتبار الشخصي، أو ما يسمى بالتنازل من الباطن، وفي حالة قيامه بذلك يكون الشخص المتنازل له من الباطن في مركز الشخص المقلد، إلا إذا كان عقد الترخيص الأول يجيز عملية التنازل من الباطن.

فالتنازل لشخص آخر ربما يقلل من قيمة العلامة التجارية وكذا من جودة الخدمات والبضائع والمنتجات وذلك لعدم قيام مالك العلامة على الإشراف والمراقبة الفنية والتقنية لعملية الإنتاج والتوزيع، ما قد يمس بصحة وسلامة المستهلك .  
كذا كثرة منح تراخيص من الباطن للعلامة التجارية قد يقلل من قيمتها التجارية في السوق، من خلال كثرة البضائع والمنتجات والخدمات وقلة جودتها .

وتجدر الإشارة أن ممالك العلامة التجارية الحق في أن يجيز التنازل الذي قام به المرخص له.

### خاتمة:

وفي الأخير يمكن القول أن المشرع الجزائري وفق إلى حد ما في تنظيمه لعقود استغلال العلامة التجارية، وذلك من خلال النص عليه في بعض المواد المتعلقة بالأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، كالنص على أنواع العقود المتعلقة باستغلال العلامة التجارية، وكذا بعض المعلومات التي يجب أن ترد في عقد الترخيص، وبعض الشروط المتعلقة بالترخيص كالكتابة والقيود في السجل الخاص بالعلامات التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، ومثل هذه الإجراءات الهدف منها هو حماية وإعلام الغير بمختلف التصرفات القانونية التي قد ترد على العلامات التجارية .

من خلال ما سبق نتوصل إلى مجموعة من النتائج والتي نورد منها:

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

2- إن أهمية العلامة التجارية بالنسبة لمختلف الشركات الكبرى التجارية، جعلت من اتفاقية تريبس تنص على حمايتها حماية فعالة من مختلف التصرفات التي قد ترد عليها، ومن بينها عدم منح تراخيص إجبارية للعلامة التجارية بخلاف براءة الاختراع، أي لا يحق للدولة منح التراخيص الإجبارية لاستغلال العلامة التجارية، وهذا ما يفسر لنا هيمنة الشركات الكبرى ومتعددة الجنسيات على اتفاقية تريبس، وذلك للحفاظ على حقها في استغلال العلامة التجارية لوحدتها دون الحق في تدخل الدولة في منح التراخيص الإجبارية لاستغلال العلامة التجارية .

3- يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية من بين العقود التي تساهم في توفير المنتج وضمان الجودة للسلع والبضائع عن طريق عملية الإشراف والمراقبة التي يقوم بها المرخص، من أجل حماية سمعة العلامة التجارية بالأساس، وحماية المستهلك والعملاء.



4- 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.

### الهوامش والمراجع:

- (1) - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، حقوق الملكية الفكرية، دار ابن خلدون، ص250.
- (2) - سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه العلوم في العلوم القانونية، قانون خاص، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012/2011، ص136.
- (3) - عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2012، ص482.
- (4) - عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2012، ص482.
- (5) - عجة الجيلالي: العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2015، ص100.
- (6) - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص476.
- (7) - عجة الجيلالي: مرجع سابق، ص100.
- (8) - سلامي ميلود، مرجع سابق، ص137.
- (9) - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص437.
- (10) - عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص99.
- (11) - عدنان غسان برانبو، مرجع نفسه، ص470.
- (12) - عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص99.
- (13) - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص218.
- (14) - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص488.
- (15) - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص489.
- (16) - سلامي ميلود، مرجع سابق، ص138.
- (17) - حمادي زويبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2012، ص108.



- (18) - مالح زهرة، دراسة عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، معهد الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002، ص92.
- (19) - مالح زهرة، مرجع سابق، ص113 .
- (20) - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص483.