

عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية وفقًا للتشريع الجزائري

Licensing contract for use of the brand in accordance with Algerian legislation

د. براهيمى بدیعة

¹ كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 (الجزائر)، badeabrahimi16@gmail.com

تاریخ القبول: 2025/09/20

تاريخ الإستلام: 2024/12/25

ملخص:

تُعد العلامة التجارية أحد أبرز عناصر الملكية الصناعية وأهمها في المجالين الصناعي والتجاري، ولهذا أولها المشـرع الجزائري اهتمامًا خاصًا عبر إصدار الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية. يهدف هذا الأمر إلى تنظيم مختلف التصرفات المرتبطة بالعلامات التجارية، ومن بينها عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية. وقد نص المشـرع الجزائري على هذا العقد وحدد الأشكال التي يمكن أن يتم بها، سعيًا لمواكبة التشريعات الحديثة والاتفاقيات الدولية، مثل اتفاقية تربس، التي تحظر بشكل صريح الترخيص الإجباري للعلامات التجارية.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الملكية الصناعية، عقد الترخيص، اتفاقية ترخيص

Abstract:

The trademark is considered one of the most significant elements of industrial property in both industrial and commercial fields. For this reason, the Algerian legislator has given it special attention by enacting Ordinance No. 03-06 concerning trademarks, which regulates various transactions related to trademarks. Among these transactions is the trademark licensing agreement, whereby the Algerian legislator has provided for the contract of licensing the use of a trademark and the forms in which it may be executed. This effort aims to align with modern legislation and international agreements, such as the TRIPS Agreement, which explicitly prohibits compulsory trademark licensing.

Keywords: Brand, Industrial Property, License Contract, TRIPS Agreement

1. مقدمة

يُعد عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية اتفاق قانوني يتم بموجبه منح مالك العلامة التجارية (المُرخص) لشخص آخر أو كيان آخر (المُرخص له) حق استخدام العلامة التجارية في إطار معين، وفقاً لشروط وضوابط متفق عليها بين الطرفين، هذا العقد يتيح للمُرخص له استغلال العلامة التجارية دون أن يفقد المالك الأصلي حقوقه عليها، حيث يظل هو صاحب الحق القانوني في العلامة. ويعد هذا العقد من العقود المهمة في المجالين الصناعي والتجاري، إذ يساعد في تعزيز انتشار العلامة التجارية وزيادة قيمتها السوقية من خلال توسيع نطاق استخدامها.

يتطلب عقد الترخيص تحديد العديد من البنود والشروط التي تحكم العلاقة بين الطرفين، مثل نطاق الترخيص (إقليمي أو دولي)، المدة الزمنية للاستخدام، المنتجات أو الخدمات التي يجوز استخدام العلامة التجارية عليها، والمقابل المالي أو الإتاوات التي يدفعها المُرخص له للمُرخص مقابل هذا الاستغلال. بالإضافة إلى ذلك، قد يتضمن العقد شروطاً تتعلق بجودة المنتجات أو الخدمات المقدمة تحت العلامة التجارية لضمان الحفاظ على سمعة العلامة وقيمتها.

عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية هو أداة قانونية وتنظيمية تساهم في تسهيل انتشار العلامات التجارية وزيادة قيمتها، مع ضمان الحفاظ على حقوق الأطراف المعنية وحماية سمعة العلامات التجارية في الأسواق التجارية والصناعية.

أحد الجوانب المهمة في عقد الترخيص هو التوازن بين مصلحة الطرفين، فمن جهة، يسعى المُرخص إلى الحفاظ على سمعته وحقوقه في العلامة التجارية، مع الاستفادة المالية من منح الترخيص. ومن جهة أخرى، يتطلع المُرخص له إلى استغلال العلامة لتحقيق أرباح وتعزيز وضعه في السوق من خلال ارتباطه بعلامة تجارية معروفة. لهذا السبب، تشمل التشريعات الوطنية والدولية حماية حقوق الطرفين في مثل هذه العقود، وتحدد حقوق والتزامات كل طرف.

على المستوى التشريعي، أقر العديد من الدول، إطاراً قانونياً لضمان حقوق المالك والمُرخص له ويمنع أي تجاوزات أو استغلال غير مشروع للعلامات التجارية، كما تواكب هذه التشريعات الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية تريبس، التي تهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية عالمياً وتحظر فرض الترخيص الإجباري على العلامات التجارية دون موافقة المالك.

نظم المشرع الجزائري عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية في الأمر رقم 03-06 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، وقيدته ضمن السجل الخاص للعلامات التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.

ومن هنا تبرز الإشكالية التالية: كيف نظم المشرع الجزائري عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية؟

للإجابة على هذه الإشكالية قسمت هذه الورقة البحثية إلى محورين:

أولاً: مفهوم عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية

ثانياً: الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

أولاً: مفهوم عقد الترخيص لاستعمال العلامة التجارية

نتناول تعريف الترخيص، ثم تمييزه عن مختلف العقود المشابهة له، ثم الطبيعة القانونية لعقد الترخيص، وأنواعه.

1. تعريف عقد الترخيص

هو العقد الذي يتم بموجبه منح رخصة استغلال العلامة من قبل المالك إلى شخص آخر يسمى المرخص له، مقابل مبلغ مالي يسمى الإتاوات، وذلك في حدود منطقة جغرافية معينة بصورة استثنائية، أو غير استثنائية، كلية أو جزئية (زراوي،، 2003، صفحة 250).

فعقد 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، والتسويق، وطبيعة السلع والخدمات التي يشملها الترخيص تحت طائلة البطلان (حسام الدين الصغير، 2004، صفحة 7).

وعرفته المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO بأنه: "مالك الحق الخاص المرخص لشخص آخر - المرخص له- ليؤدي عمل معين، يكون هذا الترخيص محميا بحق المرخص". (سلامي ميلود، 2012، صفحة 136) أما المشرع الجزائري فقد نص على عقد الترخيص في المادة 09 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه: "الحق في العلامة يخول صاحبه.... ومنح رخص استغلال، ومنع الغير من استعمال علامته تجارياً 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".

من استقراء نص المادتين نجد 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 و ضمان السلع، مما يؤدي بالمستهلك إلى الاطمئنان حول سلامة وجودة 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 استناداً 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. (عدنان غسان برانبو،، 2012، صفحة 482)

2. 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.

1.2. تمييز عقد الترخيص باستغلال العلامة عن عقد الامتياز التجاري

عقد الامتياز التجاري، المعروف أيضاً بعقد الفرانشايز، هو اتفاق يتم بين طرفين يتمتعان باستقلال مالي وقانوني، ويهدف إلى إقامة علاقة تعاون دائمة وقوية بين الطرفين: المانح من جهة والممنوح من جهة أخرى. يتضمن العقد التزام الممنوح بدفع مقابل مالي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، للمانح لقاء الاستفادة من العلامة التجارية أو الاسم التجاري، بالإضافة إلى المعرفة الفنية والأساليب التجارية والنظم الإجرائية. كما يتضمن العقد تقديم المانح الدعم الفني والخبرة اللازمة لضمان نجاح العملية.

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 المانح.

- يُطلب من الممنوح دفع إتاوة مقابل الامتياز الممنوح، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. ومن خلال هذه التعريفات، يتضح الفرق بين عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وعقد الامتياز التجاري. فالترخيص باستغلال العلامة التجارية يقتصر على منح الحق في استخدام العلامة فقط، بينما يمتد عقد الامتياز التجاري ليشمل الترخيص باستغلال حقوق الملكية الصناعية الأخرى، بالإضافة إلى تطبيق الأساليب الحديثة والفعالة التي أثبتت جدواها من خلال التجربة. كما يتضمن نقل المعرفة الفنية إلى الممنوح تحت إشراف ورقابة المانح. وبذلك، يُعتبر الترخيص باستغلال العلامة التجارية جزءاً من إطار أوسع يشكله عقد الامتياز التجاري.

2.2. 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 بنداً يسمح له بمنح التراخيص 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 سواع بعوض أو دون عوض (عجة الجيلالي، 2015، صفحة 100).

3.2. عقد الترخيص باستغلال العلامة وعقد التمثيل التجاري

عقد التمثيل التجاري هو اتفاق يتيح للممثل التجاري، من خلال وكالة تجارية، التفاوض وإبرام الصفقات المتعلقة بالشراء أو البيع أو التأجير أو تقديم الخدمات، باسم الموكل وحسابه، مقابل عمولة محددة. كما يمكن أن يتم ذلك عبر عقد التوزيع الحصري، حيث يقوم الممثل ببيع المنتجات لحسابه الخاص.

أما عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وعقد التمثيل التجاري فهما من العقود البارزة في عالم التجارة والأعمال، إلا أنهما يختلفان بشكل أساسي في طبيعة العلاقة بين الأطراف، نطاق الالتزامات المترتبة عليهما، والأهداف المرجوة من كل منهما. إدراك هذه الفروقات يتيح للشركات وأصحاب العلامات التجارية اختيار النموذج الأنسب الذي

يتمشى مع استراتيجياتهم التجارية واحتياجاتهم الفعلية.. (حموتة عبد العلي، حامدي بلقاسم، ، 2021، الصفحات 635-620)

1.3.2. من حيث الطبيعة القانونية للعقدين:

عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية هو عقد يُمنح بموجب المرخص له (الشخص أو الجهة المرخص لها) الحق في استخدام علامة تجارية مملوكة لآخر (المرخص) لفترة زمنية محددة، وذلك ضمن شروط معينة ودون أن يُنقل إليه حق الملكية. الطرف المرخص له يستفيد من السمعة والقيمة التسويقية للعلامة التجارية، ويتم استخدام العلامة عادةً لتسويق منتجاته أو خدماته الخاصة التي قد تكون غير مرتبطة بشكل مباشر مع نشاط المرخص. من ناحية أخرى، عقد التمثيل التجاري هو عقد تُعين بموجب الشركة أو المنتج (الممثل عنه) طرفاً آخر (الممثل التجاري) للقيام بأعمال ترويج وبيع منتجات أو خدمات الشركة، وغالباً ما يكون ذلك في منطقة جغرافية محددة. هنا، يكون الممثل التجاري بمثابة وكيل تجاري للشركة ويعمل على تسويق وبيع منتجاتها نيابة عنها، دون امتلاك هذه المنتجات أو تحمل المخاطر التجارية المرتبطة بها. (كنعان الأحمر،، 2004)

2.3.2. من حيث الهدف:

يهدف عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية إلى منح المرخص له الحق في استخدام العلامة التجارية للاستفادة من شهرتها وقيمتها السوقية لتعزيز منتجاته أو خدماته. في هذا الإطار، يكون المرخص له عادة جهة مستقلة تُقدم منتجاتها الخاصة تحت العلامة التجارية المرخصة، مستخدماً العلامة كأداة استراتيجية لتعزيز جهود التسويق. على الجانب الآخر، يهدف عقد التمثيل التجاري إلى تسهيل عملية توزيع وتسويق منتجات أو خدمات الجهة المُمثلة ضمن أسواق أو مناطق معينة. ويعمل الممثل التجاري كوسيط بين الشركة المصنعة والسوق المستهدفة، مع التركيز على زيادة مبيعات الشركة المُمثلة محلياً أو دولياً من خلال دوره كوكيل أو موزع لمنتجاتها.

3.3.2. من حيث طبيعة العلاقة بين الأطراف:

في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، العلاقة بين الطرفين تتعلق باستخدام العلامة فقط، حيث يتم تحديد حقوق استخدام العلامة والشروط المتعلقة بكيفية استخدامها ومكانها وزمانها. المرخص له لا يمثل المرخص بشكل مباشر، بل يعمل بشكل مستقل لتسويق منتجاته أو خدماته باستخدام العلامة التجارية الممنوحة. في المقابل، عقد التمثيل التجاري ينشئ علاقة تمثيل مباشرة بين الشركة المُمثلة والممثل التجاري، حيث يعمل الممثل نيابة عن الشركة لتعزيز مبيعاتها وزيادة حصتها في السوق. الممثل التجاري يعمل عادةً على تعزيز المبيعات وجذب العملاء والتفاوض بشأن الصفقات التجارية نيابة عن الشركة.

4.3.2. من حيث الالتزامات والمسؤوليات:

في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، المرخص له يتحمل مسؤولية الحفاظ على سمعة العلامة التجارية، ويجب عليه الالتزام بالشروط التعاقدية التي قد تتعلق بجودة المنتجات أو الخدمات التي يقدمها تحت العلامة المرخصة. كما أن المرخص له يتحمل عادةً تكاليف الإنتاج والتسويق والمخاطر التجارية المرتبطة بتقديم المنتجات أو الخدمات. أما في عقد التمثيل التجاري، فإن الممثل التجاري لا يتحمل مخاطر الإنتاج أو التكاليف المرتبطة بتصنيع المنتجات، لكنه مسؤول عن الترويج لها وبيعها في السوق، وعادةً ما يحصل على عمولة مقابل الصفقات التي يبرمها أو المنتجات التي يبيعها.

المخاطر التجارية هنا تبقى بشكل أساسي على عاتق الشركة المُمثلة، وليس الممثل التجاري. (كنعان الأحمر،، 2004، صفحة 8)

5.3.2. من حيث نطاق الاستخدام:

عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عادةً يحدد نطاقاً واسعاً لاستخدام العلامة التجارية، وقد يشمل عدة دول أو قطاعات اقتصادية، ويمنح المرخص له الحرية في استخدام العلامة بالشكل الذي يراه مناسباً لتحقيق أهدافه التجارية، طالما أنه يلتزم بالشروط التعاقدية. بالمقابل، عقد التمثيل التجاري غالباً ما يكون مقيداً بمنطقة جغرافية معينة أو فئة محددة من العملاء، حيث يكون الممثل التجاري مسؤولاً عن الترويج لمنتجات الشركة فقط في تلك المنطقة أو السوق المحددة، وقد يواجه قيوداً صارمة في كيفية الترويج للمنتجات أو الخدمات. (كنعان الأحمر،، 2004، صفحة 9)

6.3.2. من حيث المقابل المالي:

في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، المرخص له يدفع عادةً رسوماً ثابتة أو نسباً من العائدات مقابل حق استخدام العلامة التجارية. هذا المقابل قد يكون متغيراً بناءً على مدى النجاح التجاري الذي يحققه المرخص له من استخدام العلامة. في عقد التمثيل التجاري، يحصل الممثل التجاري غالباً على عمولات أو نسبة من الأرباح مقابل كل عملية بيع أو صفقة يبرمها نيابة عن الشركة، وبالتالي يرتبط دخله المباشر بحجم المبيعات التي يحققها لصالح الشركة المُمثلة. (حموتة عبد العلي، حامدي بلقاسم،، 2021، الصفحات 620-635)

يتفاوت عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عن عقد التمثيل التجاري في عدة جوانب أساسية تتعلق بطبيعة العلاقة بين الأطراف، وأهداف كل عقد، وكذلك الالتزامات والمسؤوليات الناشئة عنهما. بينما يهدف عقد الترخيص إلى منح طرف مستقل الحق في استغلال العلامة التجارية لتعزيز نشاطه التجاري، يركز عقد التمثيل على تمثيل شركة أو منتج معين داخل سوق محدد بغرض زيادة مبيعات منتجاتها أو خدماتها.

4.2. عقد الترخيص باستغلال العلامة وعقد الترويج

عقد الترويج هو عقد ترخيص ممتلكات مشهورة ومعروفة للعلامة كالعلامة التجارية المشهورة والأسماء الرياضية والفنية، لأجل وضعها على المنتجات أو الخدمات لتسهيل عملية بيع المنتجات، فهو عقد ترخيص لكن لا يرد على نفس البائع، بل يختلف عنها بتاتا اختلافاً كلياً، وأن عقد الترويج لا يمارس فيه مالك العلامة الرقابة والتفتيش مما يعكس جودة وضمان المنتجات. (عدنان غسان برانبو،، 2012، صفحة 437)

ثانياً: الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، وأنواعه

سنتناول فيما يلي مختلف الآراء الفقهية في تحديد الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ثم التطرق إلى أنواع عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

1. آراء الفقهاء في تحديد الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

اختلف الفقهاء في تحديد الطبيعة القانونية لعقد الترخيص:

1.1. عقد استغلال العلامة التجارية هو عقد انتفاع

عقد استغلال العلامة التجارية يُعتبر من العقود الهامة في مجال الأعمال، حيث يسمح لصاحب العلامة التجارية (المُرخص) بمنح طرف آخر (المُرخص له) حق الانتفاع بالعلامة التجارية لفترة زمنية محددة مقابل عوض مالي متفق عليه. يُعد هذا العقد من عقود الانتفاع لأنه يركز على منح حق استخدام علامة تجارية موجودة بالفعل، دون التنازل عن

ملكيتها. بمعنى أن مالك العلامة التجارية يحتفظ بحقوق الملكية الكاملة عليها، لكنه يتيح للمُرخص له فرصة الاستفادة من الشهرة والقيمة السوقية لهذه العلامة ضمن نطاق محدد وفقاً لشروط العقد. (حموتة عبد العلي، حامدي بلقاسم، 2021، الصفحات 620-635)

العقد يهدف إلى تحقيق منفعة متبادلة بين الطرفين، إذ يستفيد المُرخص له من السمعة التجارية والإقبال الذي تتمتع به العلامة التجارية، مما يمكنه من تحقيق أرباح أكبر وتسويق منتجاته أو خدماته بشكل أوسع. بالمقابل، يحصل صاحب العلامة التجارية على مقابل مادي يتمثل غالباً في رسوم أو نسب من الأرباح الناتجة عن استخدام العلامة. هذا النوع من العقود يتسم بأهمية بالغة في تعزيز التعاون التجاري وتوسيع نطاق انتشار العلامات التجارية دون الحاجة إلى استثمارات مباشرة كبيرة من قبل المالك. (كنعان الأحمر، 2004، صفحة 6)

من الناحية القانونية، يحدد عقد استغلال العلامة التجارية شروطاً وأحكاماً تفصيلية تنظم كيفية استخدام العلامة. وتشمل هذه الشروط نطاق الاستخدام، مثل الحدود الجغرافية المسموح بها، والمنتجات أو القطاعات التي يمكن أن تُستخدم فيها العلامة، بالإضافة إلى مدة الترخيص. كما قد يتضمن العقد قيوداً إضافية لضمان الحفاظ على جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة تحت العلامة التجارية، وذلك لحماية سمعة العلامة من أي تأثيرات سلبية محتملة نتيجة سوء الاستخدام.

إلى جانب ذلك، يتعين على الطرفين الالتزام بأحكام العقد وعدم الإخلال بها، حيث يجب على المُرخص له الالتزام بالشروط المتفق عليها في استخدام العلامة وعدم تحريفها أو تشويه سمعتها. من ناحية أخرى، يجب على المالك الأصلي للعلامة الالتزام بضمان حقوق الانتفاع وفقاً لما تم الاتفاق عليه، بما في ذلك عدم منح تراخيص متعارضة لطرف ثالث داخل نفس النطاق الجغرافي أو القطاع الصناعي (عيسى بخيت، 2022، صفحة 51).

تُعد عقود استغلال العلامات التجارية أداة فعالة لدعم الابتكار وتوسيع نطاق الأسواق، إذ تمنح الشركات الناشئة أو الأقل شهرة فرصة الاستفادة من قوة العلامات التجارية المعروفة وسمعتها الراسخة. كما تُسهم هذه العقود في تحسين جودة المنتجات والخدمات، نظراً لارتباط العلامة التجارية بمعايير صارمة تُحافظ على مكانتها. بالإضافة إلى ذلك، تُوفر هذه العقود وسيلة استراتيجية لزيادة انتشار العلامات التجارية على المستوى العالمي دون الحاجة إلى الاستثمار في إنشاء فروع أو مصانع جديدة، مما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي للشركات المالكة للعلامات.

فعقد استغلال العلامة التجارية هو عقد انتفاع اقتصادي وقانوني يتيح للمُرخص له استخدام العلامة التجارية ضمن شروط محددة لتحقيق مكاسب مالية وتجارية، مع الحفاظ على حقوق المالك الأصلي للعلامة في إطار يحيي المصالح المتبادلة للطرفين ويعزز من انتشار العلامة التجارية واستدامة قيمتها في السوق.

هناك جانب من الفقه يرى أن عقد استغلال العلامة ما هو إلا عقد انتفاع يقوم المنتفع على إثره بالانتفاع بالعلامة واستغلالها. (عجة الجيالي، 2015، صفحة 99)

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.

2.1. عقد الترخيص باستغلال العلامة يشبه عقد الإيجار

عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية يشبه إلى حد كبير عقد الإيجار في العديد من الجوانب القانونية والاقتصادية، حيث يشترك كلا العقدين في فكرة منح حق الانتفاع بشيء مملوك لطرف معين لفترة زمنية محددة مقابل عوض مالي، مع احتفاظ المالك بالأصل نفسه. في عقد الإيجار، يقوم المالك بمنح المستأجر الحق في استخدام شيء معين (مثل عقار أو سيارة) لفترة معينة مقابل الإيجار. بالمثل، في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، يمنح صاحب العلامة (المرخص) حق استخدام علامته التجارية إلى طرف آخر (المرخص له) لفترة زمنية محددة مقابل عوض مالي، سواء كان ذلك في شكل مبلغ ثابت أو نسبة من الأرباح. (كنعان الأحمر،، 2004، صفحة 5)

أوجه التشابه الأساسية تكمن في أن كلا العقدين يقوم على مفهوم "الانتفاع"، أي استخدام الأصل (سواء كان عقاراً أو علامة تجارية) دون التنازل عن ملكيته. فالمرخص له في عقد استغلال العلامة يستفيد من القيمة التجارية للعلامة، مثل الشهرة والاعتراف في السوق، ولكنه لا يمتلكها بشكل دائم. بالمثل، المستأجر في عقد الإيجار يحصل على حق استخدام العقار أو الأصل لفترة معينة، لكنه لا يمتلكه (كنعان الأحمر،، 2004).

في كل من عقد الإيجار وعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، يتحمل الطرف المستفيد من حق الانتفاع (سواء كان المستأجر أو المرخص له) التزاماً قانونياً بالحفاظ على الأصل المنتفع به واستخدامه بطريقة تضمن عدم الإضرار بسمعة أو قيمة المالك. في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، قد يفرض صاحب العلامة شروطاً صارمة تُحدد كيفية استخدامها، بهدف حماية جودتها وسمعتها في السوق. وبالمثل، يُلزم عقد الإيجار المستأجر باستخدام العقار أو الأصل بطريقة تضمن الحفاظ على سلامته وقيمه.

هناك أيضاً تشابه في الجوانب المالية بين العقدين، حيث يتطلب كلاهما دفع مقابل مالي نظير حق الانتفاع. في عقد الإيجار، يُدفع المقابل عادةً على شكل إيجار دوري (شهري أو سنوي)، بينما في عقد استغلال العلامة التجارية، قد يتخذ العوض المالي شكل مبلغ ثابت أو نسبة من الإيرادات الناتجة عن استخدام العلامة. ويتم تحديد هذا المقابل المالي في كلا العقدين بناءً على مدة الانتفاع وحجم الاستخدام.

علاوة على ذلك، يتميز كلا العقدين بوجود فترة زمنية محددة للاستغلال أو الانتفاع. فعقد الإيجار يتم تحديده لفترة زمنية قد تكون شهرية أو سنوية أو بحسب الاتفاق، وبالمثل، عقد استغلال العلامة التجارية يكون لفترة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها بين الطرفين. بعد انتهاء هذه الفترة، يمكن للطرفين إما تجديد العقد أو إنهاؤه، وفقاً لشروط التعاقد. (محمد سادات مرزوق،، 2013، صفحة 493)

أما الفارق الأساسي بين العقدين فيكمن في طبيعة الأصل المنتفع به. في عقد الإيجار، يكون الأصل عادة مادياً ملموساً (عقار، معدات، مركبات)، بينما في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، يكون الأصل غير مادي، أي علامة تجارية مسجلة تتمتع بشهرة واعتراف في السوق. هذا الفارق الجوهرى يجعل عقد استغلال العلامة أكثر تعقيداً من حيث الحفاظ على معايير الجودة والسمعة، إذ أن أي إساءة لاستخدام العلامة قد تؤثر سلباً على قيمة العلامة وسمعتها في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تتضمن عقود استغلال العلامة التجارية بعض الشروط الخاصة مثل تحديد النطاق الجغرافي الذي يمكن للمرخص له استغلال العلامة فيه، والقطاعات التجارية التي يمكن أن يستخدم فيها العلامة. أما في عقد الإيجار، فعادة ما يكون الاستخدام محددًا بالموقع الجغرافي (العقار) أو نوع الأصل (المركبة أو المعدات).

تشابه عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية مع عقد الإيجار يكمن في كونهما قائمين على مبدأ منح حق انتفاع لفترة زمنية محددة مقابل عوض مالي، مع احتفاظ المالك بالأصل. إلا أن الفروق تظهر في طبيعة الأصل المستغل (ملموس أو غير ملموس) والمعايير القانونية والاقتصادية التي تحكم كل منهما، لكن الفكرة الأساسية في كلا العقدين تدور حول منح طرف آخر الحق في استخدام شيء ذي قيمة دون التنازل عن ملكيته. (كنعان الأحمر،، 2004، صفحة 9)

وفي هذا الصدد، يرى 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 تمامًا المستأجر الذي ينتفع بالعين المؤجرة دون انتقال ملكيتها إليه. (عدنان غسان برانبو،، 2012، صفحة 470)

3.1. عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقد ذو طبيعة خاصة

عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يُعتبر عقدًا ذا طبيعة خاصة نظرًا لتداخل عدة جوانب قانونية وتجارية في تنظيمه، مما يجعله مختلفًا عن العقود التقليدية. هذا العقد يقوم على منح صاحب العلامة التجارية (المرخص) الحق لطرف آخر (المرخص له) في استخدام هذه العلامة ضمن شروط محددة ودون نقل ملكيتها، وهو ما يمنحه طابعًا فريدًا يجمع بين حق الملكية الفكرية والانتفاع التجاري.

أحد الجوانب التي تجعل هذا العقد ذا طبيعة خاصة هو طبيعة الأصل المنتفع به، إذ أن العلامة التجارية هي حق غير مادي يتعلق بالملكية الفكرية، وهي تمثل رمزًا أو اسمًا يعكس هوية المنتج أو الخدمة في السوق. بالتالي، استخدام العلامة لا يتعلق بانتفاع بأصل مادي، بل بالاستفادة من السمعة التجارية والشهرة والقيمة السوقية للعلامة، مما يُبرز أهمية الحماية القانونية لهذا الحق. فالعلامة التجارية قد تكون العنصر الأهم الذي يُميز منتجات الشركة ويمنحها ميزة تنافسية، وبالتالي، يجب أن تكون الشروط الموضوعية لاستخدام العلامة دقيقة لحماية سمعة العلامة وضمان عدم الإضرار بها.

من جهة أخرى، يتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالتوازن بين الحقوق والالتزامات، فالمرخص له يحصل على حق استخدام العلامة لفترة محددة بمقابل مالي، ولكن عليه التزام باستخدام العلامة وفقًا للمعايير والشروط المحددة في العقد. هذه الشروط تشمل الحفاظ على جودة المنتجات أو الخدمات المرتبطة بالعلامة، والامتثال للقوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية. على النقيض من عقود الانتفاع المادي مثل الإيجار، يتمحور هذا العقد حول حماية السمعة والتصور العام للعلامة التجارية في السوق، مما يجعل التزامات المرخص له ذات طابع خاص. (حسام الدين الصغير، 2004)

يمتاز عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية بخصائص فريدة، أبرزها تحديد الجانب الزمني والنطاق الجغرافي. يتضمن العقد عادةً مدة زمنية محددة يُسمح خلالها للمرخص له باستخدام العلامة التجارية، بالإضافة إلى نطاق جغرافي محدد قد يكون محليًا، إقليميًا، أو عالميًا، وذلك بناءً على استراتيجيات التوسع الخاصة بصاحب العلامة. كما يمكن أن يكون الترخيص حصريًا، حيث يُمنح الحق لطرف واحد فقط، أو غير حصري، مما يتيح لصاحب العلامة منح حقوق مشابهة لأطراف متعددة، مما يوفر مرونة وتخصيصًا إضافيًا للعقد.

جانب آخر يميز هذا العقد هو الحفاظ على الملكية الكاملة للعلامة من قبل صاحبها. في حين أن عقود بيع الممتلكات تنقل الملكية من طرف إلى آخر، يظل صاحب العلامة محتفظاً بحقوق الملكية التامة في عقد الترخيص. يُعتبر المرخص له مستفيداً مؤقتاً فقط من الحق في استخدام العلامة وفقاً للشروط المحددة في العقد، مما يبرز الاختلاف الجوهرى بين هذا النوع من العقود والعقود التي تنطوي على نقل الملكية بشكل دائم.

أحد الجوانب الأخرى التي تميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو الحماية القانونية المكثفة التي تتطلبها العلامة التجارية. العلامات التجارية تخضع لحماية حقوق الملكية الفكرية الدولية والمحلية، ولذلك يجب أن يتم تسجيلها في الهيئات المختصة لضمان حمايتها من التعدي أو التقليد. عقد الترخيص يجب أن يراعي هذه الحماية، حيث يكون على المرخص له الالتزام بالحفاظ على العلامة وعدم استخدامها بطريقة تضر بصاحبها أو تخل بقوانين حقوق الملكية. (طارق حموري، 2004، صفحة 9)

علاوة على ذلك، يتضمن هذا العقد طبيعة خاصة في تنظيم العلاقة المالية بين الطرفين. في معظم الحالات، يحصل صاحب العلامة على مقابل مادي مقابل منح حق الاستخدام. هذا المقابل قد يكون على شكل دفعات ثابتة أو نسبة من العائدات أو مزيج بين الاثنين، وهذا يعتمد على الاتفاق المبرم بين الطرفين، وهذا النموذج المالي يتيح للطرفين الاستفادة من نجاح العلامة التجارية بصورة مرنة ومتوازنة. (محمد سادات مرزوق، 2013، صفحة 494)

عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتمتع بطبيعة خاصة بسبب تعقيداته القانونية والتجارية. فهو يجمع بين منح حق انتفاع تجاري من جهة، وحماية حقوق الملكية الفكرية من جهة أخرى. تتطلب طبيعة هذا العقد مراعاة دقيقة للسمعة التجارية، القوانين المحلية والدولية، وضمان الحفاظ على الجودة والمصداقية في استخدام العلامة. لذلك، يُعتبر هذا العقد أحد العقود الأكثر حساسية في عالم التجارة والأعمال، حيث يساهم في دعم استراتيجيات التوسع والنمو للعلامات التجارية، مع الحفاظ على حقوق أصحابها وضمان استخدام فعال وآمن لها. (صفاء تقي عبد نور العيساوي، ميثاق طالب عبد، 2019)

فهناك اتجاه آخر من الفقه يرى أنه عقد ذو طبيعة خاصة، فرضته الطبيعة الخاصة لمحل العقد، حيث أنّ ملكية هذه العلامة تمنع الغير من استعمالها دون ترخيص، وإلا كنا بصدد جنحة تقليد. (عجة الجيلالي، 2015، صفحة 99)

2. أنواع عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية

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 و آخر إجباري. (كنعان الأحمر، 2004)

1.2. 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 03-06 المتعلق بالعلامات بقولها: "يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص ...الخدمات التي منحت لأجلها الرخصة". (كنعان الأحمر، 2004)

نفهم من خلال نص المادة السابقة أنه يجب تحت طائلة البطلان ذكر السلع والمنتجات والخدمات التي من منحت لأجله الرخصة، وهذا لإزالة يكل اللبس والمشاكل التي قد تثور حول مسألة المنتجات والخدمات المرخصة من قبل المالك أو المرخص، وبكذا معرفة هل الترخيص هنا ترخيص كلي يشمل جميع البضائع والمنتجات والخدمات المقيدة للعلامة، أو أنه يشمل بعض المنتجات والبضائع والخدمات دون البعض الآخر (أمال طرافي، ، 2013، صفحة 26). 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 مستثناة صراحةً في العقد فهنا نكون أمام تقليد واضح صادر من المرخص له.

2.2. الترخيص الحصري والترخيص غير الحصري

ما يسمى بالترخيص الإستثنائي، هو أن يرد عقد إستغلال العلامة لصالح المرخص له فقط، أي يكون الترخيص حكرًا له، دون أن يكون لصاحب العلامة الحق في منح تراخيص أخرى لنفس السلع والخدمات المرخص بها، أو حتى إستغلاله لنفس العلامة محل الترخيص. (زين الدين، ، 2006، صفحة 218)

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 إستغلالها حتى من مالكيها. (نادية زواني، ، 2021، الصفحات 32-47)

أما الترخيص غير الحصري، أو غير الإستثنائي، يكمن في إمكانية منح المرخص تراخيص أخرى للغير وكذا إمكانية إستغلاله لنفس العلامة محل الترخيص، فهو عكس الترخيص الحصري والمقابل فيه يكون أقل من الترخيص الحصري. (نادية زواني، ، 2021، الصفحات 32-47)

أما الترخيص الوحيد فهو عدم منح تراخيص أخرى قبل المالك صاحب الرخصة، مع احتفاظه بحقه في إستغلال العلامة التجارية محل الترخيص، فالفرق بين الترخيص الحصري والترخيص الوحيد هو كون الأخير يسمح لمالك العلامة التجارية الذي منح الترخيص الحق في إستغلال علامته التجارية دون منح تراخيص أخرى للغير. (نادية زواني، ، 2021، الصفحات 32-47)

2.3. الترخيص الإختياري والترخيص الإلزامي

الترخيص الإختياري هم ما يتم بإرادة المرخص مالك العلامة، الذي يقوم بإبرادة 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 الناتجة 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 و ضمان جودة المنتجات والخدمات المقدمة للحفاظ على العملاء. (طارق حموري، 2004)

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 (عدنان غسان برانبو، 2012، صفحة 488)، حيث تعتبر هذه المؤسسة في حالة ممارسة مقيدة للمنافسة ما يؤدي بها بالإضرار بالسوق، وكذا الاقتصاد الوطني.

فتدخل الدولة بمنح الترخيص الإجباري، وهذا في حالة رفض المؤسسة المهيمنة على رفع الاحتكار والمهيمنة 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.

II. 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 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، يكال نص على أنواع العقود المتعلقة باستغلال العلامة التجارية، وكذا بعض المعلومات التي يجب أن ترد في عقد الترخيص، وبعض الشروط المتعلقة بالترخيص كالكتابة والقيد في السجل الخاص بالعلامات التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، ومثل هذه الإجراءات تهدف إلى حماية وإعلام الغير بمختلف التصرفات القانونية التي قد ترد على العلامات التجارية.

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

- عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية هو من بين أهم العقود والتصرفات التي ترد على العلامات التجارية لذا نص عليها المشرع في الأمر 03-06، لكن لم يتطرق له بصفة واسعة ودقيقة.
- أهمية العلامة التجارية بالنسبة لمختلف الشركات الكبرى التجارية، جعلت من اتفاقية تريبس نص 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 لوحدها دون تدخل الدولة في منح التراخيص الإجبارية لاستغلال العلامة التجارية.
- عقد الترخيص من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، التي تساهم في توفير المنتج وضمان الجودة للسلع والخدمات عن طريق لاشراف والمراقبة التي يقوم بها المرخص، من أجل حماية سمعة العلامة التجارية بالأساس، وحماية المستهلك والعملاء.

III. الإحالات والمراجع:

• المؤلفات:

- فرحة زراوى صالح ، الكامل فى القانون التجارى، حقوق الملكية الفكرية ، دار ابن خلدون ، 2003 ، ص250
- حمادى زوير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1 ، 2012 ، ص108.
- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية ودوليا ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006 ، ص218
- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت، لبنان، ط1 ، 2012 ، ص482
- عجة الجيلالي: العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2015 ، ص100.
- عيسى بخيت، محاضرات في أحكام الالتزام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2021-2022، ص51

• المقالات:

- نادية زواني، الاستثمار في الملكية الفكرية، جامعة الجزائر 1، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد14، العدد2، الجزائر 2021، ص 32-47
- حمودة عبد العلي، حامدي بلقاسم، عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد8، العدد1، الجزائر 2021/01/26، ص 620-635
- محمد سادات مرزوق، الجوانب القانونية لعقد الفرنشايز، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 45، أكتوبر 2013، ص493
- صفاء تقي عبد نور العيساوي، ميثاق طالب عبد، المفهوم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، المجلة الاكاديمية العلمية العراقية، العراق، ص11

• المداخلات:

- حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشورى، منظمة من طرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة ومجلس الشورى، مسقط 23 و24 مارس 2004.
- طارق حموري، الجوانب القانونية للترخيص وفقا للقانون الاردني، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الاردنية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، عمان من 6 الى 8 ابريل 2004
- كنعان الأحمر، الإنتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والإمتياز، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، دمشق، 11 و 12 مايو 2004، ص 9

• الرسائل الجامعية:

- 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، 2011/2012
- أمال طرافي، التزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة ماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013.
- مزور سمية، قيطون مريم، التمييز محمد رضا، النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، 2023، ص36