

آليات الإستثمار المستدام للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

Mechanisms of sustainable trademark investment in Algerian legislation

Āliyāt al-istithmār al-mustadām lil-'allāmah al-Tijārīyah fī al-tashrī' al-Jazā'irī

مصطفى بن أمينة *

أستاذ بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مصطفى اسطمبولي ، معسكر، 29000، الجزائر

Mustapha.benyamina@univ-mascara.dz

تاريخ الاستلام: 2018/04/28 تاريخ القبول: 2024/09/05 تاريخ النشر: 2024/10/15

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بموضوع استثمار القيمة الاقتصادية للعلامات التجارية باعتبارها من أبرز حقوق الملكية الصناعية أصبح ضرورة تملئها قواعد العولمة ومقتضيات تشجيع الاستثمار الأجنبي كمحاولة لتنويع مصادر الدخل خاصة بالنسبة لدولة كـالجزائر تعتمد على النفط و الغاز كمصدر رئيسي، وهذا الهدف لا يتحقق ما لم يتم توفير إطار قانوني يحدد آليات استثمار العلامات التجارية بصفة مستدامة مع الاحتفاظ بملكيته، وقد خلصنا إلى نتيجة مفادها وجود نقص تشريعي في مسألة التأطير القانوني للعمليات الاستثمارية المتعلقة بالعلامة التجارية في الجزائر من خلال العدد القليل من المواد التي تنظم عقد الترخيص باستغلال العلامة في قانون العلامات وغياب تام لأي إطار قانوني ينظم عقود الامتياز التجاري.

كلمات مفتاحية: العلامة. التجارية.؛ الاستثمار. المستدام.؛ الامتياز . التجاري.؛ الترخيص.

Abstract:

This study aims to surround the issue of investing the economic value of brands as one of the most prominent industrial property rights has become a necessity dictated by the rules of globalization and the requirements of encouraging foreign investment as an attempt to diversify income sources, especially for a country such as Algeria that depends on oil and gas as a major source, and this goal is not achieved unless a frame is provided Legal defines the mechanisms of investment of trademarks in a sustainable manner while retaining their ownership, and we have concluded a result that there is a legislative deficiency in the issue of legal framework for investment operations related to the brand in Algeria through the small number of articles that regulate the license contract by exploiting the brand in the Law of Signs and the complete absence of any framework Legal regulates commercial concession contracts.

Keywords: trademark; investment; franchise; license; brand.

مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية من أبرز حقوق الملكية الصناعية انتشارا و أكثرها شيوعا في المحيط الإقتصادي، إذ لا يخلو أي منتج، سواء سلعة أو خدمة، من علامة مميزة ترافقه و تميزه عما يشابهه من منتجات منافسة، وفي ظل تنامي القيمة الاقتصادية للعلامات التجارية واتساع سمعتها ضمن النطاق الجغرافي لانتشارها، سواء داخليا أو خارجيا، أصبحت قيمة ثابتة وموضوعا للاستثمار الاقتصادي في صداها لدى جمهور المستهلكين، وعليه يمكن القول أنها أضحت تمثل المشروع الاقتصادي الذي تتبعه، بل يمكن الجزم أن بعض العلامات التجارية ، خاصة المشهورة منها ، قد تجاوزت قيمتها المادية قيمة المشروع الاقتصادي في حد ذاته، حيث أن العائد المادي لاستثمارها مع الاحتفاظ بملكيته يحقق مداخيل مادية معتبرة مالمكها، وهذا ما يمكن تسميته بالاستثمار المستدام للعلامة التجارية.

وعليه تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول الإطار القانوني لهذا النوع من الاستثمار الاقتصادي للعلامات التجارية والآليات القانونية لتحقيقه في ظل أحكام التشريع الجزائري الساري المفعول، وما دفعنا لإثارة هذه الإشكالية هو أهمية الموضوع في حد ذاته من حيث ارتباطه بمناخ الأعمال في الجزائر وما يتطلبه من تغطية قانونية للتصرفات التي تتعلق باستثمار القيمة الاقتصادية للعلامة دون التنازل عن ملكيتها.

المبحث الأول

الاستثمار في العلامة بواسطة عقد الإمتياز التجاري (الفرنشايز)

يعتبر عقد الامتياز التجاري، أو كما يسمى أيضا عقد الفرنشايز، من أبرز الآليات القانونية التي تمكن مالك العلامة من استثمارها اقتصاديا مع الاحتفاظ بملكيته، وفي ما يلي سنتطرق لمفهوم هذا العقد و أركانه، ثم إلى مختلف صور الامتياز التجاري و آثاره.

المطلب الأول: تعريف عقد الامتياز التجاري و أركانه

نحاول في هذا المطلب تحديد تعريف واضح لعقد الامتياز التجاري مع الإشارة إلى الظهور التاريخي لهذا النوع من العقود وموقعه في المنظومة التشريعية في الجزائر فضلا عن الأركان التي يقوم عليها.

الفرع الأول: تعريف عقد الامتياز التجاري

يعرف عقد الامتياز التجاري أو الفرنشايز على أنه اتفاق بين مانح الامتياز و المستفيد منه يلتزم بمقتضاه الأول بالسماح للثاني باستعمال علامته التجارية ونقل معرفته الفنية في نطاق زمني ومكاني محدد مقابل مبلغ مالي يدفعه المستفيد وفق ما يحدده العقد بين الطرفين¹.

وقد ظهر هذا العقد للوهلة الأولى في الثلاثينيات في الولايات المتحدة الأمريكية ليصل ابتداء من الخمسينيات إلى أوروبا، ثم ظهر بشكل رسمي سنة 1972 بتأسيس الفدرالية الأوروبية للامتياز التجاري و التي ساهمت بشكل مباشر في وضع أحكام المدونة الأوروبية للامتياز التجاري².

وبالرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا النوع من العقود ، والذي يسمح بتبادل السلع والخدمات والمعرفة الفنية بين مناطق مختلفة من العالم، إلا أن المشرع الجزائري لم يخصه بأحكام قانونية خاصة، وعليه يخضع الإطار القانوني لعقد الامتياز التجاري لعدة نصوص قانونية نخص بالذكر القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات³ وقانون المنافسة⁴ والقانون التجاري⁵ والقانون المدني باعتباره الشريعة العامة⁶.

وبالتالي يصنف هذا العقد في خانة العقود غير المسماة، بالرغم من أن المشرع الجزائري قد حاول سنة 2009 وضع مشروع قانون يتعلق بالامتياز التجاري أو الفرنشايز يتضمن احدى عشر مادة، وذلك بعد الشكاوى العديدة للمستثمرين الأجانب حول غياب نظام قانوني خاص بهذا العقد، غير أن مشروع القانون لم يرى النور لأسباب مجهولة⁷، وهذا لا يعني غياب هذا النوع من العقود في الساحة الاقتصادية الجزائرية، إذ توجد العديد من الشركات العالمية التي منحت تراخيص لاستغلال علامتها التجارية ونقل جزء من معرفتها الفنية إلى متعاملين اقتصاديين جزائريين، نذكر على سبيل المثال شركة بيبسي الأمريكية للمشروبات الغازية وشركة رونو الفرنسية لصناعة السيارات وشركة

هونداي الكورية وشركة فولكسفاكن الألمانية و غيرها ، غير أن عددها يبقى محدودا مقارنة بدول الجوار خاصة المغرب وتونس ، إذ في ظل غياب الاطار القانوني للفرنشايز يمكن القول أن الشركات الأجنبية أصبحت تتوجس من السوق الجزائرية، وأغلب الامتيازات التجارية الموجودة حاليا هي نتيجة سعي المستثمرين المحليين لجلبها وليس العكس.⁸

الفرع الثاني: أركان عقد الامتياز التجاري

فضلا عن الأركان التي تقوم عليها العقود بصفة عامة، ألا وهي الرضا والمحل والسبب والشكل في بعض العقود ، وينفرد عقد الامتياز التجاري من حيث أركانه ببعض الخصائص التي تميزه عن غيره من العقود ، و أغلب هذه الخصائص تتركز في ركن الرضا و ركن المحل.

أولا: التراضي

إن تحديد مفهوم عقد الامتياز التجاري على النحو السالف بيانه و حجم الدور الاقتصادي الفعال الذي يؤديه يستلزم التسليم بخصوصية ركن الرضا في مثل هذا النوع من العقود، إذ كلما زادت أهمية العقد المراد إبرامه زادت بالمقابل الضمانات القانونية الممنوحة لأطراف العقد بهدف الوصول إلى رضا سليم خال من أي عيب قد يشوبه، فعقد الامتياز التجاري يمر بعدة مراحل قبل التوصل إلى صيغته النهائية، والبداية بمرحلة التفاوض بين مانح الامتياز والمستفيد منه حول موضوع العقد ومدته و قيمة الأقساط التي يلتزم المستفيد بتسديدها و ميعاد استحقاقها ، مروراً بمرحلة توقيع التعهدات التي يشترطها المانح على المستفيد وخاصة التعهد بعدم إفشاء المعلومات السرية التي يقدمها⁹، ووصولاً إلى مرحلة الصياغة النهائية للعقد التي تتضمن توثيق كل عناصر العقد المتفق عليها والرجوع إليها في حال النزاع ، وهذا ما يفيد ضرورة كتابة عقد الامتياز التجاري بالرغم من غياب النص الصريح بذلك حفظاً للحقوق و مراعاة للأهمية الاقتصادية لمثل هذه العقود .

ثانيا: العلامة التجارية

إذ يتضمن عقد الامتياز التجاري السماح للمستفيد باستعمال العلامة التجارية لمناح الامتياز على السلع أو الخدمات التي يحددها الاتفاق مع احتفاظ الثاني بملكيتها، مما يضمن انتشار هذه العلامة و اكتسابها مع مرور الزمن لعنصر الشهرة الذي يوفر لها الحماية القانونية الاستثنائية المكفولة لهذا النوع من العلامات، ونخص بالذكر عدم اشتراط تماثل السلع و الخدمات لرفض تسجيل العلامة وحمايتها جزائياً بدعوى التقليد¹⁰، وقد تكون العلامة التجارية محل عقد الامتياز التجاري عبارة عن

أسماء أو كلمات أو أحرف أو أرقام أو صور أو ألوان أو مزيج بين كل هذا أو أشكال مجسمة أو طريقة توضيب للمنتوج أو تقديم للخدمة بشرط أن تكون هذه الرموز مميزة وقابلة للتمثيل الخطي وفق مضمون المادة الثانية (1) من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات¹¹، كما يجب تحت طائلة البطالان أن لا تكون من الرموز المستبعدة من الاتحاد كعلامات بقوة القانون و المذكورة في نص المادة 7 من الأمر السابق ذكره.¹²

ثالثا: المعرفة الفنية

وتعد العنصر الأساسي الذي يقوم عليه عقد الامتياز التجاري ، بل يمكن الجزم أنه لا قوام لهذا العقد دون الالتزام بنقل المعرفة ، إذ في غيابها لا يعدوا أن يكون هذا العقد مجرد عقد تسويق للمنتوجات أو عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية ، وتتضمن المعرفة الفنية كل المسائل ذات الطابع التقني من طرق التصنيع أو التركيب وتكوين اليد العاملة وتقديم المخططات والنماذج الصناعية وغيرها مما تتطلبه بعض السلع و الخدمات من تقنية¹³، كما تتضمن كذلك براءات الاختراع والأسرار الصناعية إذا كان عقد الامتياز من نوع امتياز التصنيع أو امتياز التركيب ، إضافة إلى أصول وطرق تقديم الخدمة إذا تعلق الأمر بامتياز الخدمات ، وبالرغم مما قد تنطوي عليه عملية نقل المعرفة الفنية من مخاطرة بالنسبة لمانح الامتياز نظرا لكشفه لبعض الأسرار الصناعية أو التجارية لفائدة المستفيد إلا أنها تسمح له بضمان انتشار لمنتوجه في أسواق جديدة وبتكلفة أقل من تكلفة القيام باستثمار مباشر في هذه الأسواق ، أما بالنسبة للمستفيد فلا شك في أن هذه المعرفة الفنية ستتمكنه من اكتساب معارف وخبرات تفيده مستقبلا في تأسيس نشاط اقتصادي مستقل عن نشاط مانح الامتياز.

المطلب الثاني: صور الامتياز التجاري وآثاره

يتضمن هذا المطلب تحديد صور عقد الامتياز التجاري الأكثر انتشارا في مجال الأعمال ومن ثمة الانتقال إلى الظهور الآثار القانونية التي ينتجها هذا العقد بعد قيامه.

الفرع الأول: صور الامتياز التجاري

تتنوع صور الامتياز التجاري من خلال اختلاف طبيعة النشاط الاقتصادي الذي اتفق الأطراف عليه، ويمكن إجمالها في ثلاث صور.

1- امتياز التصنيع

ويعد أبرز صور الامتياز التجاري و أكثرها تجليا، إذ في هذه الحالة يتولى المستفيد بنفسه إنتاج أو تصنيع المنتج الذي يكون محلا لعقد الفرنشايز ، فضلا عن وضع العلامة التابعة لمناح الإمتياز، وكل هذا يتم تحت اشراف ورقابة الأخير ¹⁴، ويمنح امتياز التصنيع للمستفيد منه إمكانية اكتساب معرفة فنية كبيرة قد تمكنه على المدى البعيد من تصنيع منتجات منافسة وبجودة قريبة من جودة المنتج الأصلي، خاصة إذا تضمن العقد تمكينه من استخدام براءات اختراع تابعة لمناح الامتياز، وعليه يميل المستثمرون الأجانب في غالب الأحيان إلى تضمين عقد الفرنشايز بنودا تتعلق بارتباط زمني طويل الأمد بين الطرفين مع النص على تحديد النطاق الجغرافي لتصنيع المنتج وتسويقه منعا لظهور حالة منافسة من طرف المستفيد بعد اكتساب الخبرة الفنية اللازمة.

2- امتياز الخدمات

وهذه الصورة خاصة فقط بقطاع الخدمات، إذ يتيح منح الامتياز للطرف الثاني إمكانية تقديم الخدمات التي يملكها مع علامته التجارية وخبرته الفنية مرفوقة بفرض رقابة صارمة على مسار تأدية الخدمة من خلال إمداده بأصول وأعراف تقديمها المتبعة من طرف منح الامتياز وتكوين اليد العاملة وتأهيلها من خلال دورات تكوينية . ¹⁵

3- امتياز التوزيع

وهو يخص حصرية توزيع منتجات المناح بما تحمله من علامة تجارية في نطاق جغرافي معين وقد يمنح هذا الترخيص لشخص طبيعي أو شخص معنوي واحد أو لعدة أشخاص في ذات النطاق الجغرافي وفق نظام حصص يحدده . ¹⁶

الفرع الثاني: آثار عقد الامتياز التجاري

إن انعقاد الامتياز التجاري بأركانه سالفه الذكر ينتج مجموعة من الآثار القانونية والتي تتجسد في حزمة التزامات يرتبها في ذمة طرفي العقد ، أي منح الامتياز و المستفيد منه.

أولا: التزامات منح الامتياز

يلتزم المناح بمجموعة من الالتزامات بعضها سابق للعقد تهدف بالأساس إلى تعزيز شفافية المعاملة بينه وبين المستفيد ، وأغلبها أثناء تنفيذ العقد تمثل جوهره و الهدف منه .

1- الالتزام بالإعلام

إذ يلتزم مانح الامتياز بإحاطة المستفيد منه علما بكافة المعلومات المرتبطة بالمشروع التجاري ، وخاصة طبيعة النشاط التجاري الممارس و شكله القانوني الذي يكون غالبا في شكل مقاوله تقوم على عنصرى الاحترافية و التنظيم وفق لأحكام القانون التجاري ، إضافة لحدود الدعم الفني و الاستشارة التقنية التي يوفرها له.¹⁷

2- الالتزام بنقل المعرفة الفنية

وهو كما أسلفنا جوهر الامتياز التجاري، إذ يقع لزاما على المانح تقديم جميع المعلومات الفنية من مخططات وتصاميم وتعليمات وآلات ومعدات ، إضافة إلى الدعم التقني في حال وجود عطب فني في مسار التصنيع أو التركيب أو تقديم الخدمة دون إغفال تكوين العنصر البشري من تأطير لمستخدمي المستفيد والإشراف على تحسين مستواهم وتحكمهم في تقنيات الإنتاج¹⁸، هذا وقد يتضمن هذا الالتزام جميع العناصر المذكورة أعلاه، كما قد يقتصر على بعضها فقط ، وهذا ما يحدده اتفاق الطرفين خاصة في ظل غياب النص التشريعي الخاص المؤطر لهذه الالتزامات، بمعنى حلول الإرادة محل القانون، استنادا للقاعدة المعروفة " العقد شريعة المتعاقدين "

3- الالتزام بتمكين المستفيد من استعمال العلامة

وهو الآخر التزام جوهري في عقد الامتياز التجاري، إذ يلتزم مانح الامتياز بتمكين الطرف الآخر من وضع علامته التجارية على المنتجات موضوع العقد، وهنا تظهر أهمية عقد الفرنشايز كآلية قانونية للاستثمار المستدام للعلامات التجارية ، غير أن السؤال المطروح في هذا الصدد يتمحور حول مدى التزام المستفيد بتسجيل العلامة لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية ، أم الاكتفاء بالتسجيل السابق للعلامة من طرف مالكيها في بلد المنشأ، وبالرجوع لقانون العلامات رقم 03-06 وللاتفاقيات الدولية ذات الصلة التي صادقت عليها الجزائر ، وخاصة اتفاقية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا باتفاقية "تريبس" التي تسعى الجزائر للانضمام إليها يمكن القول أن الأصل هو عدم اشتراط تسجيل العلامة وطنيا بما أنها مسجلة في بلد المنشأ عملا باتفاقية مدريد 1891 المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات وبرتوكولها لسنة 1989¹⁹، غير أن هذا لا يمنع من تسجيل العلامة محل عقد الامتياز التجاري وطنيا على مستوى المعهد الجزائري للملكية الصناعية بإتباع الاجراءات المنصوص

عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفيات ايداع العلامات وتسجيلها وخاصة القسم الرابع المنظم لفحص العلامات الدولية²⁰.

4- الالتزام بعدم منافسة المستفيد من الامتياز

إذ يلتزم في مواجهته بعدم منافسته في النطاق الزماني و المكاني المحدد في العقد وإلا اعتبرت هذه المنافسة غير مشروعة توجب الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالعقد، إضافة إلى الجزاءات المنصوص عليها في قانون المنافسة رقم 12-08 المعدل والمتمم للقانون 03-03²¹، ولو أن نطاق التزام المانح بعدم منافسة المستفيد هو الآخر يحدده الاتفاق، فإذا كنا أمام امتياز حصري لشخص واحد فقط في منطقة جغرافية معينة فإن منح ترخيص لشخص آخر في ذات المنطقة وخلال مدة سريان العقد يعتبر منافسة غير مشروعة ، وهكذا يرجع دائما إلى العقد و ما تضمنه من بنود مالم تكن مخالف لقاعدة قانونية آمرة .²²

ثانيا: التزامات المستفيد من الامتياز

إن إبرام عقد الامتياز يجعل المستفيد منه في حالة تبعية اقتصادية للمانح، وعليه فإن الالتزامات الملقة على عاتق الأول تجسد في الواقع هذه التبعية .

1- الالتزام بالانخراط في المشروع الاقتصادي للمانح

إذ كما سبق القول يكون المستفيد من الامتياز في حالة تبعية اقتصادية للمانح²³، فيلتزم باتخاذ كل الإجراءات اللازمة لإنجاح المشروع الاقتصادي من العناية في تركيب أو تصنيع أو توريد المنتج محل الامتياز، والحرص على ضمان رقم أعمال معتبر لمبيعاته، وعدم القيام بأي عمل قانوني أو مادي من شأنه الإساءة إلى سمعة المشروع الاقتصادي وقيمة علامته التجارية، كما يلتزم باحترام الشروط التي يضعها المانح والمتعلقة بشكل عرض المنتج وتقديمه للمستهلك وطرق الإشهار عنه.

2- الالتزام بدفع الأقساط الدورية أو مقابل الامتياز

إذ يلتزم بدفع المقابل المتفق عليه في العقد والذي قد يكون عبارة عن مبلغ جزائي يدفع عند إبرام العقد و يسمى رسم الدخول لشبكة الامتياز²⁴، وفي هذه الحالة يتم تحديد المقابل وفق أسس تقديرية تقوم أساسا على النجاح السابق للمشروع الاقتصادي في بلد المنشأ وقيمة علامته التجارية وشهرتها، وعليه يكون المقابل احتماليا بالنسبة للمستفيد من حيث عامل الخسارة والربح ، كما قد يتخذ المقابل شكل أقساط دورية شهرية أو لمدد محددة في العقد، وقد يكون عبارة عن مبلغ ثابت أو

متغير حسب رقم الأعمال وحجم المبيعات التي يحققها المستفيد من الإمتياز ، وفي الفرضية الأخيرة يلجأ المانح إلى فرض رقابة مالية ومحاسبية على المستفيد لكي يتوافق المبلغ المحصل من هذا الأخير مع مداخله .²⁵

3- الالتزام بالمحافظة على السرية

إذ أن جوهر عقد الامتياز التجاري هو نقل المعرفة الفنية ، وهذه الأخيرة تتضمن أسراراً علمية ومخططات تقنية خاصة بمانح الامتياز ، كما قد تتضمن حتى براءات اختراع ، وعليه يلتزم المستفيد بعدم البوح بها وعدم نقلها للغير ، وهذا الالتزام يتميز بخاصية الامتداد الشخصي و الزماني ، فمن حيث الأشخاص لا يقتصر على المستفيد من الامتياز فقط بل يمتد إلى شركائه إن وجدوا، وإلى أعوانه وعماله، ومن حيث الزمان يمتد الالتزام بالمحافظة على السرية إلى الفترة اللاحقة لانقضاء العقد، فهو التزام ممتد من حيث الزمان، إذ يكون المستفيد ومن هم في حكمه مسؤولين قانوناً عن أي تسريب لأسرار تقنية لها علاقة بتصنيع أو تركيب أو عرض السلعة أو الخدمة التي يتضمنها عقد الامتياز التجاري .²⁶

4- الالتزام بعدم تسويق منتجات منافسة

إذ من مقتضيات عقد الفرنشايز أن لا يقوم المستفيد بعرض منتجات منافسة لتلك التابعة لمانح الامتياز، ولو أن هذه المسألة تخضع في أغلب الأحيان لإرادة الأطراف، إذ يمكن للمانح أن يسمح بعرض منتجات أخرى غير تابعة له في محل المستفيد مع تقييدها في منتجات معينة أو في عدد محدد ، وهذا الالتزام هو الآخر يجسد حالة التبعية الاقتصادية التي يكون فيها المستفيد، إذ بغض النظر عن الملائمة المالية التي قد يتمتع بها، وعلى الرغم من قدرته على تسويق وعرض منتجات تابعة لمنافسين آخرين، غير أن مقتضيات عقد الفرنشايز ووجوب التقيد بالالتزامات التعاقدية تجعله عرضة للمتابعة بدعوى المنافسة غير المشروعة فضلاً عن دعوى المسؤولية العقدية .²⁷

المبحث الثاني : الاستثمار في العلامة عن طريق عقد الترخيص

فضلا عن عقد الامتياز التجاري، يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة من الآليات القانونية التي تتيح لمالكها إمكانية استثمار القيمة الاقتصادية للعلامة مع الاحتفاظ بملكيتها، في إطار ما اصطلاحنا على تسميته بالاستثمار المستدام، وفي ما يلي نعطي لمحة عن مفهوم هذا العقد و أنواعه، ثم إلى انعقاد العقد وآثاره.

المطلب الأول: تعريف عقد الترخيص وأنواعه

في هذا المطلب نلقي الضوء على المفهوم العام لعقد الترخيص من خلال استعراض تعريفه وأبرز أنواعه المعمول بها في عالم الأعمال.

الفرع الأول: تعريف عقد الترخيص

لم يعرف المشرع الجزائري هذا العقد في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، إلا أنه يمكن تعريفه على أنه عقد يبرم بين مالك العلامة ويسمى المرخص، وشخص آخر يسمى المرخص له، يميز للثاني استعمال علامة الأول لمدة مُحدَّدة، وعلى المنتجات أو الخدمات والإقليم الجغرافي الذي يعينه الاتفاق، أو هو ذلك العقد الذي يخوّل صاحب العلامة بموجبه لغيره باستعمال العلامة خلال مدة معينة ومقابل أجر معلوم مع بقائه محتفظا بملكيتها²⁸.

وعليه فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة يرد على الحق في استعمالها، والذي يميزه المرخص للمرخص له ويتميز عن عقد الامتياز التجاري السالف بيانه في كونه يقتصر فقط على الحق في استعمال العلامة دون أن يمتد إلى نقل المعرفة الفنية والرقابة والإشراف، وبالتالي يكون نطاق عقد الترخيص ضيقا بالمقارنة مع عقد الامتياز التجاري أو كما يعرف "بعقد الفرنشايز"²⁹ "franshaizing".

الفرع الثاني: أنواع عقد الترخيص

بالنظر إلى طريقة استعمال العلامة، والتي هي موضوع اتفاق بين الطرفين، يمكن تقسيم أنواع تراخيص استعمال العلامة إلى ثلاثة أنواع، ذكرها المشرع الجزائري في المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والتي ورد فيها ما يلي: "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"³⁰ وعليه اكتفى المشرع الجزائري بذكر أنواع الترخيص دون تفصيل، والذي

يكون قد تركه لإتفاق الأطراف، وهذه الأنواع الثلاثة هي الترخيص الوحيد، الترخيص الإستثنائي والترخيص غير الإستثنائي.

أولاً: الترخيص الوحيد

يقصد به أن يتفق المرخص والمرخص له على أن لا يمنح الأول تراخيص أخرى لغير المرخص له، ولكن مع بقاءه محتفظاً بحق استعمالها هو فقط³¹ وبطبيعة الحال يشمل الإتفاق السلع والخدمات المحددة في العقد، وأيضاً الحدود الإقليمية إذا اتجهت إرادة الأطراف لتحديدها.

ثانياً: الترخيص الإستثنائي

يشبه هذا النوع من الترخيص إلى حد كبير الترخيص الوحيد، ففيه أيضاً يستأثر المرخص له بحق استعمال العلامة، ولكن مع امتناع المرخص -مالك العلامة- عن استعمالها طيلة مدة سريان الترخيص الإستثنائي، وعلى الخدمات أو المنتجات المعيّنة في الإتفاق³²، وعليه هذا النوع من التراخيص يعطي للمرخص له حقاً مطلقاً وحصرياً في استغلال العلامة، ولكن مع بقاء المرخص محتفظاً بملكيتها، ولهذا يسميه الفقه أيضاً بالترخيص المطلق³³.

ثالثاً: الترخيص غير الاستثنائي

في هذا النوع من التراخيص، وعلى خلاف النوعين السابقين، يجوز للمرخص أن يمنح تراخيص استعمال أخرى غير ذلك الذي منحه للمرخص له، غير أنه على هذا الأخير ألا يمنح تراخيص للغير من الباطن إلا بموافقة مالك العلامة³⁴، وبالنظر للسلطات المحدودة التي يملكها المرخص له فيما يتعلق باستعماله للعلامة في هذا النوع بالمقارنة مع النوعين السابقين يسميه الفقه أيضاً بالترخيص البسيط.

المطلب الثاني: انعقاد عقد الترخيص وآثاره

يتصدى هذا المطلب في مضمونه إلى مسألة الإطار القانوني لإبرام عقد الترخيص ومنه الانتقال إلى الآثار التي يترتبها في ذمة كل طرف من المتعاقدين.

الفرع الأول: انعقاد الترخيص

على اعتبار أن الترخيص باستعمال العلامة يتم عن طريق عقد بين الطرفين، فإنه يشترط فيه ما يشترط في سائر العقود من تراضي يتطابق فيه الإيجاب مع القبول ومحل فضلاً عن الشكل.

أولاً: الاتفاق على محل عقد الترخيص

يعتبر الرضا ركنا أساسيا في العقد ولكي يكون صحيحا ومنتجا لآثاره القانونية لا بد أن يكون صحيحا غير مشوب بأي عيب من عيوب الإرادة المعروفة، وأن يتم التفاهم حول محل عقد الترخيص ألا وهو العلامة والتي يشترط فيها ما يشترط في العلامة التي تكون موضوعا لعقد بيع أو المقدمة كإسهام في شركة ، من حيث ألا تكون محل إيداع أو تسجيل سابق لنفس السلع أو الخدمات باستثناء العلامات المشهورة، وألا تكون ضمن الرموز المستبعدة بقوة القانون وبنص المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

كما يجب الاتفاق أيضا على اقتصار عقد الترخيص على إمكانية استعمال العلامة التجارية ضمن النطاق المكاني والزمني المتفق عليه لأنه في حال امتداد التراضي إلى عناصر أخرى مثل نقل الخبرة الفنية أو الأسرار الصناعية أو تكوين العمال التابعين للمرخص له فقد يكيف العقد على أنه عقد امتياز تجاري وليس ترخيصا باستعمال العلامة، إضافة إلى تحديد السلع والخدمات التي يشملها عقد الترخيص.

ثانيا: كتابة عقد الترخيص

يشترط في عقد الترخيص أن يكون مكتوبا، ولو أن المشرع الجزائري لم يشر إلى ذلك صراحة غير أنه يستخلص من نص المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي نصت على مايلي : " يجب تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه، المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة، والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله، أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة، يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة، تحدد كيفيات مسك السجل عن طريق التنظيم، وتمسك المصلحة المختصة مُستخرجا لسجل مرقم ومؤشر عليه "35 وعليه يمكن القول أن المشرع الجزائري قد اشترط الكتابة في عقد الترخيص باستعمال العلامة بل ورتب جزاء البطلان على غيابه ، ذلك أنه باشتراطه لتحديد عناصر عقد الترخيص من علامة ومدة زمنية وإقليم جغرافي ومنتجات وخدمات، مع رصد جزاء البطلان في حال عدم تحديدها، يكون قد لمح إلى ضرورة كتابة العقد، ذلك أن العناصر السابقة الذكر لا يمكن تصور تحديدها في العقد دون أن يكون مكتوبا، ضف إلى ذلك أن المشرع اشترط في الفقرة الثانية من نفس المادة 17

أن يقيد العقد في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة، ألا وهي المعهد الجزائري للملكية الصناعية، والقيّد يتم عادة عن طريق تقديم نسخة من العقد المكتوب لهذه المصلحة.

الفرع الثاني: آثار الترخيص

بحكم أن عقد الترخيص ينصب على الحق في استعمال العلامة، فإنه يأخذ نفس الأحكام التي تنطبق على عقد الإيجار، مع ما يلزم من تغيير مراعاة لطبيعة محل العقد (العلامة)، وبالتالي فهو يرتب مجموعة من الالتزامات على عاتق طرفيه.

أولاً: إلتزامات المرخص

يلتزم المرخص بتمكين المرخص له من استعمال العلامة على المنتجات والخدمات وأثناء المدة الزمنية والإقليم الجغرافي المحدّد في العقد، كما يمتنع عن التّعريض للمرخص له بأن يقوم باستعمال العلامة بنفسه أو عن طريق غيره خلال المدة وعلى المنتجات أو الخدمات والإقليم المتفق عليه، ولو أن التزامه بعدم التعرض يختلف باختلاف نوع الترخيص إن كان وحيداً أو استثنائياً أو غير استثنائي، فإذا كان الترخيص وحيداً يلتزم بعدم منح تراخيص لغير المرخص له خلال المدة الزمنية والسوق الجغرافية والسلعية المحددة في العقد، وإذا كان الترخيص استثنائياً يلتزم بعدم منح تراخيص للغير وبعدم منافسة المرخص له طيلة مدة سريان الترخيص، أما إن كان ترخيصاً غير استثنائي فإن نطاق الالتزام بعدم التعرض يتقلص، بحيث يمكن للمرخص منح تراخيص للغير خلال مدة سريان العقد كما يلتزم المرخص أيضاً بالحفاظ على العلامة وذلك بتجديد تسجيلها عند الاقتضاء وهذا لضمان انتفاع المرخص له بها.³⁶

ثانياً: إلتزامات المرخص له

يلتزم المرخص له باستغلال العلامة خاصة إذا كان الترخيص وحيداً، وهذا لتفادي خطر سقوط الحق فيها لعدم استغلالها، كما يلتزم أيضاً باحترام عناصر عقد الترخيص المحددة فيه، وهي المنتجات والخدمات والإقليم الجغرافي والمدة الزمنية، هذا بالإضافة إلى إلتزامه بدفع المقابل المتفق عليه في العقد وفي آجال الاستحقاق المحددة، كما يمتنع المرخص له هو الآخر عن منح تراخيص استعمال للغير، عن طريق الترخيص من الباطن إلا إذا أجاز له العقد ذلك، وبطبيعة الحال هذا الإلتزام الأخير هو الآخر يتأثر بنوع الترخيص والسلطات الممنوحة للمرخص له في استعمال العلامة، فالترخيص الإستثنائي على اعتبار أنه يُعطي للمرخص له حق الإنفراد باستعمال العلامة، فمن الممكن أن

يرخص لغيره باستعمالها ترخيصا من الباطن يشاركه في الإنتفاع بها ، أما الترخيص غير الإستثنائي فإن السلطات المحدودة التي يحوزها المرخص له، تدفعنا للقول كأصل عام أن منح تراخيص من الباطن محظور على المرخص له، إلا بموافقة مالك العلامة ، والحكم ذاته ينطبق على الترخيص الوحيد، إذ وعلى الرغم من أن المرخص له في هذا النوع من التراخيص يتشارك وحده مع مالك العلامة في استعمالها إلا أن إمكانية منحه لتراخيص استغلال من الباطن يبقى متوقفا على إجازة المالك .

خاتمة:

إن غياب إطار قانوني واضح يحدد الآليات المتاحة لمالكي العلامات التجارية من أجل استثمارها بصفة مستدامة، وخاصة في ما يخص عقود الامتياز التجاري والتي لحد اليوم لم يخصصها المشرع الجزائري بنص تشريعي ينظمها يزيد من حالة الغموض والإبهام التي تشوب هذا النوع من العقود، وهذا ما ينعكس سلبا على مناخ الاستثمار في الجزائر، إذ أن إخضاع عملية استراتيجية كاستثمار العلامة التجارية للقواعد العامة للعقود أو حتى لنصوص قانونية تعد على الأصابع في قانون العلامات من شأنه أن يزعزع ثقة المستثمرين في الضمانات القانونية الممنوحة لهم وهذا يعتبر عاملا طاردا للاستثمار وعليه لا بد من تدخل تشريعي عاجل يهدف إلى وضع قواعد قانونية خاصة وصريحة ترسم المجال القانوني الذي من خلاله يمكن لأطراف العلاقة التعاقدية تحديد ما لهم من حقوق وما عليهم من التزامات وذلك من خلال إعادة بعض مشروع قانون الامتياز التجاري لسنة 2009 وطرحه للنقاش من طرف المختصين وذوي الشأن لإثرائه ولما لا تتميم قانون العلامات بنصوص إضافية تعزز من الأحكام الخاصة بالترخيص باستعمال العلامة .

الهوامش:

¹ نعيم مغيب ، عقد الفرنشايز ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، الطبعة وسنة النشر غير موجودين ، ص 20.

² ياسر سيد الحديدي ، النظام القانوني لعقد الإمتياز التجاري ، دار الفكر العربي ، مصر ، 2006، ص 4.

³ الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، مؤرخ في 23

يوليو 2003، ص 22.

⁴ الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد 43، مؤرخ في 20 يوليو 2003، ص 25، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، الجريدة الرسمية العدد 36، مؤرخ في 2 يوليو 2008، ص 11.

⁵ الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد 101، مؤرخ في 19 ديسمبر 1975، ص 1073، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-02، المؤرخ في 9 فبراير 2005، الجريدة الرسمية العدد 11، مؤرخ في 9 فبراير 2005.

⁶ الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78، مؤرخ في 30 سبتمبر 1975، ص 990، المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05، المؤرخ في 13 مايو 2007، الجريدة الرسمية العدد 31، مؤرخ في 13 مايو 2007، ص 3.

⁷ عروسي سامية ، الطبيعة القانونية لعقد الفرنشايز ، مذكرة ماجستير ، جامعة سطيف 2، نوقشت بتاريخ 2015/06/17 ، ص 2.

⁸ توكيلات الجزائر ، الامتيازات التجارية تنتظر التحرر من قيود الحكومة ، مقال منشور في موقع العربي الجديد ، قسم الاقتصاد العربي بتاريخ 2016/09/16.

⁹ George Vermelle , les contrats speciaux , 5eme edition , edition DALLOZ , PARIS 2006 , p158.

¹⁰ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، الإصدار الأول، 2006، ص 79.

المادة 7 ثامنا و المادة 9 الفقرة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

¹¹ المادة 2 (1) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003، ص 22

¹² المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003، ص 22

¹³ مصطفى سلمان الحبيب ، الاستثمار في الترخيص الامتيازي (الفرنشايز) ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى 2008 ، ص 19.

¹⁴ ماجد عامر ، عقد الامتياز التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1998 ، ص 54.

¹⁵ محمد الروي، عقد الامتياز التجاري في القانون الدولي الخاص ، دار النهضة العربية ، القاهرة 2013 ، ص 48.

¹⁶ البشتاوي دعاء طارق بكر، عقد الفرنشايز وآثاره ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين ، ص 83.

¹⁷ عروسي سامية ، المرجع السابق ، ص 134.

¹⁸ مصطفى سلمان الحبيب ، المرجع السابق ، ص 22.

¹⁹ صادقت الجزائر على اتفاقية مدريد دون المصادقة على بروتوكولها .

- ²⁰ المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 2 أوت 2005 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، مؤرخ في 7 أوت 2005، ص 11.
- ²¹ محمد سليمان الغريب، الإحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2004، ص 25.
- ²² الشواي محمد، محاضرات في العقود التجارية، مفهوم التبعية الاقتصادية، جامعة تطوان، المغرب، 2013.
- ²³ البشتاوي دعاء طارق بكر، المرجع السابق، ص 97.
- ²⁴ زكرياء غطراف، القواعد المنظمة لعقود التوزيع، عقد الامتياز التجاري نموذجاً، دراسة منشورة في بوابة المنهل للدراسات القانونية، المغرب، تاريخ الاطلاع: 15/04/2018 على الساعة 15:20
- ²⁵ نعيم مغبغب، المرجع السابق، ص 65.
- ²⁶ زكرياء غطراف، المرجع السابق.
- ²⁷ Louis vogel , droit de la concurrence europeen et français , traite de droit economique , tome 1, edition LAWEX , PARIS 2012 , p207.
- ²⁸ ياسر سيد الحديدي، المرجع السابق، ص 14.
- ²⁹ المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003، ص 22.
- ³⁰ حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص 104.
- ³¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 154.
- ³² Albert Chavanne, Jeans-Jeaque Burst, droit de la propriete industrielle, Precis Dalloz Delta, Paris, France, 5eme edition, 1998 , P540.
- ³³ حمادي زويير، المرجع السابق، ص 105.
- ³⁴ Albert Chavanne, Jeans-Jeaque Burst , opcit , P542.
- ³⁵ المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003، ص 22
- ³⁶ محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، الطبعة الأولى، 2011، ص 296.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

- (1) البشتاوي دعاء طارق بكر، عقد الفرنشايز وآثاره، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2008

- (1) زكرياء غطراف، القواعد المنظمة لعقود التوزيع، عقد الامتياز التجاري نموذجاً، دراسة منشورة في بوابة المنهل للدراسات القانونية ، المغرب، تاريخ الاطلاع: 2018/04/15 على الساعة 15:20
- (2) حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012
- (3) ماجد عامر، عقد الامتياز التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1998
- (4) محمد الروبي، عقد الامتياز التجاري في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة 2013
- (5) محمد سليمان الغريب، الإحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2004
- (6) محمد مصطفى عبد الصادق ، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، الطبعة الأولى، 2011
- (7) مصطفى سلمان الحبيب، الاستثمار في الترخيص الامتيازي (الفرنشايز)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2008
- (8) عروسي سامية، الطبعة القانونية لعقد الفرنشايز، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف 2، نوقشت بتاريخ 2015/06/17
- (9) ياسر سيد الحديدي، النظام القانوني لعقد الإمتياز التجاري، دار الفكر العربي، مصر، 2006
- (10) نعيم مغغب ، عقد الفرنشايز ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، الطبعة وسنة النشر غير موجودين.
- (11) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006
- (12) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، الإصدار الأول، 2006

13) توكيلات الجزائر، الامتيازات التجارية تنتظر التحرر من قيود الحكومة، مقال منشور في موقع العربي الجديد، قسم الاقتصاد العربي بتاريخ 2016/09/16، تاريخ الاطلاع 2018/04/17 على الساعة 18:14

ثانيا: باللغة الأجنبية

- 1) Albert Chavanne, Jeans-Jeaque Burst, droit de la propriete industrielle, Precis Dalloz Delta, Paris, France, 5eme edition, 1998.
- 2) George Vermelle , les contrats speciaux , 5eme edition , edition DALLOZ , PARIS 2006.
- 3) Louis vogel , droit de la concurrence europeen et français , traite de droit economique , tome 1, edition LAWEX , PARIS 2012.

REFERENCES IN ROMAN SCRIPT

- 1) al-Bishtāwī Du‘ā’ Ṭāriq Bakr, ‘aqd alfrnshāyz wa-āthāruh, Risālat mājistīr, Kullīyat al-Dirāsāt al-‘Ulyā Jāmi‘at al-Najāh al-Waṭanīyah Nābulus, Filasṭīn 2008 .
- 2) Zakarīyā’ ghṭrāf, al-qawā‘id al-Munazḏamah li-‘uqūd al-Tawzī’, ‘aqd al-imtiyāz al-tijārī namūdhan, dirāsah manshūrah fī bawwābat al-Manhal lil-Dirāsāt al-qānūnīyah, al-Maghrib.
- 3) Ḥammādī zwbyr, al-Ḥimāyah al-qānūnīyah lil-‘alāmāt al-Tijārīyah, Manshūrāt al-Ḥalabī al-Ḥuqūqīyah, Bayrūt, Lubnān, al-Ṭab‘ah al-ūlá, 2012
- 4) Mājīd ‘Āmir, ‘aqd al-imtiyāz al-tijārī, Dār al-Nahḏah al-‘Arabīyah, al-Qāhirah 1998

- 5) Muḥammad al-Rūbī, 'aqd al-imtiyāz al-tijārī fī al-qānūn al-dawlī al-khāṣṣ, Dār al-Nahḍah al-'Arabīyah, al-Qāhirah 2013
- 6) Muḥammad Sulaymān al-Gharīb, al-Iḥtikār wa-al-munāfisah ghayr al-mashrū'ah, Dār al-Nahḍah al-'Arabīyah lil-Nashr, al-Qāhirah, Miṣr, al-Ṭab'ah al-ūlá, 2004
- 7) Muḥammad Muṣṭafá 'Abd al-Ṣādiq, al-Ḥimāyah al-qānūniyah lil-'alāmāt al-Tijārīyah iqlīmīyan wa-dawlīyan, Dār al-Fikr wa-al-qānūn lil-Nashr wa-al-Tawzī', al-Manṣūrah, Miṣr, al-Ṭab'ah al-ūlá, 2011
- 8) Muṣṭafá Salmān al-Ḥabīb, al-istithmār fī al-tarkhīṣ alāmtiyāzy (alfrnshāyz), Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī', al-Urdun, al-Ṭab'ah al-ūlá 2008
- 9) 'Arūsī Sāmiyah, al-ṭabī'ah al-qānūniyah li-'aqd alfrnshāyz, Mudhakkirah mājistīr, Jāmi'at Siṭīf 2, nūqishat bi-tārīkh 17/06/2015
- 10) Yāsir Sayyid al-Ḥadīdī, al-niẓām al-qānūnī li-'aqd al-Imtiyāz al-tijārī, Dār al-Fikr al-'Arabī, Miṣr, 2006
- 11) Na'im Mughabghab, 'aqd alfrnshāyz, Manshūrāt al-Ḥalabī al-Ḥuqūqīyah, Lubnān, al-Ṭab'ah wa-sanat al-Nashr ghayr mwjwdyn.
- 12) Farḥah Zarāwī Ṣāliḥ, al-kāmil fī al-qānūn al-tijārī al-Jazā'irī, al-Ḥuqūq al-fikrīyah, Ḥuqūq al-Malakīyah al-Ṣinā'iyah wa-al-tijārīyah, Ḥuqūq al-Malakīyah al-adabīyah wa-al-fannīyah, Ibn Khaldūn lil-Nashr wa-al-Tawzī', al-Jazā'ir, 2006
- 13) Ṣalāḥ Zayn al-Dīn, al-'alāmāt al-Tijārīyah waṭanīyan wa-dawlīyan, Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī', al-Urdun, al-Ṭab'ah al-ūlá, al-iṣdār al-Awwal, 2006
- 14) twkylāt al-Jazā'ir, al-imtiyāzāt al-Tijārīyah tantaẓir al-taḥarrur min quyūd al-Ḥukūmah, maqāl manshūr fī Mawqī' al-'Arabī al-jadīd, Qism al-iqtisād al-'Arabī bi-tārīkh 16/09/2016.