

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

The franchise contract and its role in technology transfer

بن زيد فتحي *

مخبر تطبيقات التكنولوجيا الحديثة على القانون - جامعة سطيف 2 - الجزائر

S_benzid@yahoo.fr

تاريخ إرسال المقال: 2022/07/03 تاريخ قبول المقال: 2022/08/14 تاريخ نشر المقال: 2022/09/15

الملخص:

يعود عقد الفرنشيز في أصله إلى البيئة التجارية فهو عقد مبتكر ابتدعته ظروف التجارة يرتكز أساسا على استغلال المعرفة الفنية وحقوق الملكية الفكرية. تظهر أهمية البحث في بيان أساس العلاقة التعاقدية بين المرخص للمرخص له وذلك بالترخيص باستغلال المعرفة الفنية وحقوق الملكية الفكرية التي تسيطر عليها الدول المتطورة والشركات المتعددة الجنسيات بما يساهم في تحقيق التنمية، ومدى قدرة هذا النوع من العقود على نقل التكنولوجيا المرتبطة به إلى الدولة التي يقام فيها المشروع الاقتصادي، وذلك دون تدخل أو دعم من الدولة، بما يخفف عنها الأعباء المرتبطة بالمشاريع الاقتصادية، كما يظهر لنا لجوء الكثير من الدول السائرة في طريق التقدم الاقتصادي لتنظيم وتشجيع العمل بمثل هاته العقود. **الكلمات المفتاحية:** عقد الفرنشيز؛ العلامة التجارية؛ التكنولوجيا؛ المعرفة الفنية؛ المصلحة.

Abstract:

The franchise contract is rooted in the commercial environment. It is an innovative contract created by trading conditions, based mainly on the exploitation of technical knowledge and intellectual property rights.

The importance of the research appears in the statement of the basis of the contractual relationship between the licensee and the licensee by licensing the exploitation of technical knowledge and intellectual property rights controlled by developed countries and multinational companies in a way that contributes to achieving development, and the extent of the ability of this type of contracts to transfer the technology associated with it to the country in which it is established The economic project, without interference or support from the state, in a way that eases the burdens associated with economic projects.

It also appears to us that many countries on the path of economic progress have resorted to regulating and encouraging the work of such contracts.

Keywords: franchise contract; trade mark; technology; technical knowledge; interest

المقدمة:

تباينت الأفكار واختلفت حول طبيعة عقد الفرنشيز، لما يمثله من وسيلة ناجحة لنقل التكنولوجيا وتمويل الاستثمارات والمشاريع الاقتصادية وبأسلوب يحقق أهداف أطرافه المتعاقدة (المانح LE FRANCHISEUR) و(الممنوح له LE FRANCHISE) مع المحافظة على جودة السلع والخدمات وسمعة العلامة التجارية.

يعتبر عقد الفرنشيز من منظور المانح طريقة أو وسيلة لتوسيع وإبراز نجاحه من خلال التعاقد مع الممنوحين بموجب شبكة متكاملة ومنظمة، أما الممنوح له فعقد الفرنشيز يمثل وسيلة ناجحة تساعد على الاستفادة من سمعة العلامة التجارية، والمعرفة الفنية والمساعدة التقنية، وتجنب أخطاء بداية الاستثمار الناتجة عن نقص الخبرة في الميدان التجاري الذي يتسم بقوة المنافسة وقوة رأس المال المستعمل.

أما من الناحية الاقتصادية، فإن عقد الفرنشيز يسهم في تقليص البطالة كونه مشروع قائم على اقتصادي، من خلال تشغيل اليد العاملة، زيادة الاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة، تحفيز الأعوان الاقتصاديين المحليين حتى يتمكن من المنافسة بما يرفع من جودة المنتج المحلي ويشجع على الرفع من طلبات المنتج، كما يسهم من رفع كفاءة اليد العاملة المؤهلة لمسايرة هذا المشروع من خلال التدريب الذي يحظى به من طرف المانح والوسيلة هي المعرفة الفنية المنقولة.

يشكل عقد الفرنشيز إحدى التقنيات الجديدة التي تحل محل بعض النشاطات التجارية بأشكالها التقليدية، فقد أعاد الأمريكيون استعمال المصطلح الفرنسي فرنشيز الذي شاع استعماله في العصور الوسطى ثم طواه النسيان، كان ذلك في القرن العشرين، ثم ما لبث هذا المصطلح أن تبلور على المستويين الاقتصادي والقانوني وبخاصة في الفترة التالية للحرب العالمية الثانية¹.

يعد ظهور عقد الفرنشيز كغيره من العقود الحديثة، نتيجة للتطور الاقتصادي الذي رافق التطور التكنولوجي ما رافقه من انفتاح العالم على بعضه، وحلول عصر العولمة. لقد أصبح العالم قرية صغيرة، والفضل في ذلك ينسب إلى الاتفاقية العامة للتجارة والتعريف الجمركية الأمر الذي (WTO) التي مهدت بشكل تدريجي إلى ظهور منظمة التجارة العالمية (GATT) أدى إلى انحسار دور المشروعات الصغيرة، فأصبح اعتماد التجارة وتغلغلها إلى الأسواق العالمية يعتمد بدرجة كبيرة على مؤسسات تجارية عريقة تنشأ التوسع المطلوب، في ظل وجود قوانين المنافسة، وعقد الفرنشيز هو أحد هذه الأساليب التي تسعى إلى توسيع دائرة المشروع التجاري، ولقد بدأ هذا النظام بالانتشار في الكثير من دول العالم، معتمداً على ما يقدمه من معرفة تكنولوجية أو فنية

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

تحت اسم أو علامة تجارية لشركة ناجحة، إذ يراعى فى عملية نقل المعرفة الفنية للعلامة التجارية ما يتطلبه ذلك من عقد اتفاقيات محددة بين المانح والممنوح له، لذا فإن الدخول فى مثل هذا النوع من الأنشطة يتطلب المزيد من المعرفة القانونية والمالية والمعلوماتية.

ومنه تتبلور إشكالية المقالة البحثية: باعتبار أن عقد الفرنشيز من حقوق الملكية الفكرية الذى ظهر حديثاً، فكيف يمكن له المساهمة بنقل التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تطوير اقتصاديات الدول ؟ فالهدف من هاته الدراسة هو بيان الأحكام القانونية الموضوعية التى يخضع لها عقد الفرنشيز وبالتالي مختلف مزاياه التى يمنحها للطرف الآخر الراغب فى تطوير منشأته الاقتصادية ومنه الرفع من أدائه الاقتصادي، بما ينعكس إيجاباً على تقوية المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين.

إن الغاية من هذا البحث له دلالة علمية وعملية، إذ تظهر لنا القيمة القانونية لعقد الفرنشيز من خلال الكشف عن نظامه القانوني كغيره من العقود سواء فى الميدان المدني أو التجاري عن طريق توضيح أحكامه، كما يظهر لنا أهمية من حيث دوره فى نقل التكنولوجيا التى تتمتع بها الشركات الكبرى إلى الشركات والمتعاملين الذين يبحثون عن القوة الاقتصادية والتطور التكنولوجي من خلال إبرام هذا العقد.

ولدراسة هذا الموضوع اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي للقواعد والحكام التى تنظم عقد الفرنشيز، والمنهج المقارن من خلال الاستعانة بمختلف القوانين المقارنة لتوسيع دائرة فهم المنظومة القانونية لهذا العقد، وللإجابة على هاته الإشكالية سيتم دراسة هذا المقال فى مبحثين هما: المبحث الأول نتناول مفهوم عقد الفرنشيز، أما المبحث الثانى فننتاول فيه دور عقد الفرنشيز فى نقل التكنولوجيا.

المبحث الأول: ماهية عقد الفرنشيز:

يعتبر عقد الفرنشيز من بين أحدث العقود التى ظهرت فى العالم، نتيجة التطور العلمي والتكنولوجي الذى تميز به هذا العصر، الشيء الذى ترتب عنه اختلاف التعاريف التى أعطيت لهذا العقد.

فالعقد الفرنشيز هو أسلوب تجاري يشكا إحدى الاستراتيجيات الحديثة المعتمدة فى التسويق الدولي، والتى تقوم على نقل فكرة أو مهرة من بلد إلى آخر⁽²⁾، لتحقيق هدف اقتصادي محدد يتمثل فى تكوين شبكة تجارية⁽³⁾، لقد كان أول ظهور لهذا العقد فى الولايات المتحدة الأمريكية حيث سيطرت هذه الدولة على الاقتصاد العالمي واحتلالها المرتبة الأولى عالمياً تجارياً وعسكرياً تكنولوجياً، الشيء الذى تولد عنه ضغط الجماعات المالية والشركات الكبرى فى المطالبة بتحديد مفهوم لهذا العقد.

المطلب الأول: مفهوم عقد الفرنشيز وخصائصه

إن تعريف هذا العقد قد تعدد واختلف، والسبب في ذلك يعود إلى أن كل نظام قانوني يقوم بتعريفه حسب التطبيقات العملية لديه، ويتوقف ذلك على العلاقة بين المرخص والمرخص له، فبعض الأنظمة القانونية كيف هذا العقد على أنه _____ نوع من أنواع الوكالة التجارية كالنظام الكويتي الذي يرى فيه وكالة عقود، وبعضهم الآخر قد تتصل من هذه الف_____ ككرة القانونية وأسبغ على عقد الفرنشيز خصوصية لا توجد في الوكالات التجارية.

أولاً- تعريف عقد الفرنشيز:

1- المفهوم القانوني:

يعرف الاتحاد البريطاني الفرنشيز **The British Franchising Association** عقد الفرنشيز بأنه: "عقد يتم بين شخص يسمى المرخص _____ وشخص آخر يسمى المرخص له وفقاً للبنود الآتية:

- * يُسمح أو يُطلب من المرخص _____ ص له أن يمارس _____ لال فترة معينة، عملاً _____ بنا تحت اسم معين يخص أو مملوك للمرخص أو مرتبط به.
- * يمارس المرخص سيطرة ورقابة مستمرة خلال مدة الترخيص على الأعمال التي يقوم بها المرخص له، والتي تشكل موضوع الترخيص.
- * يلتزم المرخص بتزويد المرخص _____ ص له بكل ما ي_____ لزم لتأدية الأعمال موضع _____ وع الترخيص، ومساعدته في ذلك وبالأخص تنظيم عمل المرخص له، وتدريب موظفيه، وبيان نوع البضائع المستخدمة و مسألة التسيير وكيفية تشكيل وعمل الإدارة... الخ.
- * يلتزم المرخص له خلال فترة الترخيص بدفع للمرخص أتعاب الترخيص (**Royalties**) والعمولات المستحقة نتيجة المبيعات التي يقوم بها المرخص له".

أما الاتحاد الدولي للفرنشيز **International Franchising Association**

فيعر _____ رف عقد الفرنشيز على أنه: "هو علاقة تعاقدية بين المرخص والمرخص له، يلتزم بمقتضاها المرخص بنقل المعرفة الفنية والتدريب لل_____ مرخص له الذي ي_____ وم بالعمل تحت اسم معروف وعام، أو شكل أو إجراءات مملوك أو مسيطر عليها من قبل المرخص. وفي هذا العقد يقوم المرخص _____ ص له باستثمار أمواله الخاصة في

العمل المرخص به بحيث تكون مخاطر نجاح هذه العملية عليه ويتحملها وحده دون غيره".

ويلاحظ على هذه التعريفات أنها متفقة على النقاط التالية:

* أن عملية الفرنشيز: هي علاقة عقدية بين الأطراف، فيها يقوم طرف المانح بترخيص الطرف الآخر الممنوح له ليقوم بمباشرة المشروع تحت الاسم أو العلامة أو السمعة التجارية المملوكة بالمرخص، حيث تظهر سيطرة المرخص على الطريقة التي يعمل بها المرخص له في المشروع المرخص.

* في هذه العلاقة ينص على ضرورة تقديم المساعدة الفنية know how من قبل المرخص للمرخص له.

* يَعدّ في مفهوم عقد الفرنشيز أن كل من المشروع المملوك أصلاً للمرخص منفصلين، أيّ أنّ المرخص له يقدم ويخاطر برأس ماله.

- أما المشرع التونسي: فقد عرفه كما يلي بموجب الفصل 14 : " عقد الاستغلال تحت التسمية الأصلية هو عقد يمنح بمقتضاه صاحب تسمية أو علامة تجارية حق استغلالها لشخص طبيعي أو معنوي يسمى المـــــــستغل تحت التسمية الأصلية قصد قيامه بتوزيع منتجات أو إهداء خدمات لقاء مقابل مالي، ويشمل حق استغلال التسمية الأصلية نقل الخبرات المكتسبة والمهارات الفنية واستغلال حقوق الملكية الفكرية(4) " .

- **المشرع المغربي:** لم يضع تعريفا لهذا العقد في مدونة القانون التجاري المغربي، وإنما ترك مفهومه للقواعد العامة التي تنظم العقود في القانون المدني والتجاري، رغم التطور الملحوظ والكبير في عدد المشاريع التي تقوم على أساس الفرنشيز في المغرب، لذا نجد أن عقد الفرنشيز يخضع لعدة قوانين في أحكامه كالقانون المدني، التجاري وقانون المنافسة.

- وعرفه المشـرع الفرنسي وكان له ذلك في مرسوم 29 نوفمبر 1973 بأنه: " عقد يتم بموجبه تـخلي مقاول لـفـائدة مقاولات مسـتـقلة في مقابـل إتاوات عن حق استـعـمـال علامتها التجارية وضمن غرضها التجاري من أجل بيع منتجات أو خدمات و يكون هذا العقد مرفقا بالمساعدة التقنية"⁽⁵⁾.

وفي فرنسا كذلك فقد عمد قانون دوبان بموجب المادة 3-330L في فصله الأول إلى تعريف الترخيص التجاري بأنه: " الترخيص التجاري هو أن يضع كل شخص تحت تصرف شخص آخر اسمه التجاري والعلامة والشعار التجاريين تحت شرط قصري أو شبه قصري متبادل من أجل ممارسة النشاط التجاري، مع التزام كل منهما بتقديم جميع الوثائق والمعلومات الأساسية من أجل المصلحة العامة للطرفين"(6).

أما المشرع الجزائري فقد لم يخرج عن هذه القاعدة حيث لم يتناول مفهوم هذا العقد لا في القانون التجاري ولا قانون المنافسة، وإنما تخضع أحكامه لأحكام القانون المدني الجزائري في القواعد المنظمة للعقود.

2- المفهوم الفقهي والقضائي:

نظرا لقصر العديد من التشريعات على إعطاء تعريف أو مفهوم لهذا العقد فقد عمل الفقه والقضاء على سد هذا الفراغ من خلال التصدي للنزاعات التي ترفع للمحاكم في قضايا تخص الفرنشيز.

- عرفه الفقيه نعيم مغيب: أن عقد الفرنشيز هو عقد خطي يقدم بمقتضاه مانح الفرنشيز حقوق ملكية فكرية، من علامة ومعرفية سرية وشعارات عائدة للشبكة التابعة له في الميدان التجاري أو التقني أو الخدماتي إلى المتلقي، مقابل أن يدفع هذا الأخير أداءات مالية طبقا للشروط التعاقدية المبرمة بينهما(7).

- الدكتورة فرحة رزوي صالح: ترى بأن عقد الفرنشايز يسمح لتاجر مستقل بالحصول على الحق في استغلال نظام التسويق الذي وضعه شخص ما، المعروف لدى الجمهور تحت شكل شعار أو علامة، ويترتب على هذا أن التاجر المستقل يستفيد من وجود عنصر الاتصال بالعملاء مقابل تدخل صاحب الشعار في تسيير مؤسسة التاجر(8).

- الدكتور ياسر سيد الحديدي: يعرف عقد الفرنشايز بكونه وسيلة عقدية للتعاون فيما بين المشروعات المستقلة، التي تعتمد على نقل المعارف الفنية والتجارية وما يرتبط بها من حقوق الملكية الفكرية والصناعية إلى جانب المساعدة التقنية من المانح للمتلقي، لممارسة نشاطه وفقا لمعايير وشروط يضعها المانح في مقابل أداءات مادية له، بهدف تكرار النجاح الذي حققه المانح في نشاطه التجاري(9).

أما من الناحية القضائية فصدرت الكثير من الأحكام القضائية التي تناولت تعريف هذا العقد فنقتصر على التعريفين التاليين:

* - **حكم محكمة استئناف باريس:** أنه ذلك العقد الذي تضع بموجبه المؤسسة المانحة اسما تجاريا أو شعارا ومساعدة تجارية تحت تصرف المؤسسة المتلقية لمساعدتها على إنشاء نشاط تجاري وتزويدها بالمعرفة الفنية (حكم 2002/06/04)⁽¹⁰⁾.

* - **حكم محكمة العدل الأوروبية:** في قضية PRONUPTIA 1986/01/28، إن نظام فرنشيز التوزيع الذي قام به أحد الأطراف لممارسة نشاط توزيع في سوق معينة، مطورا نفسه وطرق عمله، ثم منح تجارا مستقبلين الحق بالتوزيع في أسواق أخرى مستخدمين بالإضافة إلى الاسم التجاري، طرق التوزيع الخاصة به وأساليب العمل التي أدت إلى نجاحه، مقابل الحصول على فائدة مالية من ورائه دون أن يستثمر رأسماله الخاص، بينما يوفر للطرف الآخر إمكانية الوصول إلى الطرق التي ليس من السهل نقلها دون جهد وتكلفة باهظة⁽¹¹⁾.

ثانيا- خصائص عقد الفرنشيز

بالرجوع إلى التعاريف السابقة سواء في الإطار التشريعي أو الفقهي أو القضائي، نجد أن لهذا العقد عدة خصائص تميزه باعتباره عقدا جديدا بين خصائص عامة وأخرى خاصة نوردتها كما يلي وهي أنه:

أ- الخصائص العامة:

أ-1- **عقد الفرنشيز عقد غير مسمى:** يخضع العقد غير المسمى في تنظيمه للقواعد العامة في الالتزامات التي تحكم وتخضع لها كافة العقود⁽¹²⁾، والعقد غير المسمى هو الذي لم ينظمه المشرع بقواعد خاصة ولم يضع له اسما خاصا، وإنما تركه للقواعد التي تحكم العقد بشكل عام، وبالتالي فليس المقصود بالعقد غير المسمى أنه لا يكون له اسم معين⁽¹³⁾.

أ-2- **من العقود الملزمة للجانبين:** حسب المادة 55 من القانون المدني الجزائري: " يكون العقد ملزما للجانبين متى تبادل المتعاقدان الالتزام بعهدهما بعضا"⁽¹⁴⁾، فالعقد إذا قائم على تقابل بين التزامات أحد الطرفين والتزامات الطرف الآخر⁽¹⁵⁾، وهو رابطة بين شخصين طبيعيين أو معنويين يتمتعان بالاستقلالية المالية والقانونية حيث يلتزم المانح اتجاه نقل المعرفة الفنية وحقوق الملكية الصناعية، المساعدة الفنية والإدارية، كما يلتزم الممنوح له بدفع مستحقات استغلال هاته الحقوق الإتاوات المترتبة عليها إضافة إلى وجوب المحافظة على سرية المعرفة الفنية.

أ-3- **من عقود المعاوضة:** عقد المعاوضة هو العقد الذي يتلقى فيه كل طرف مقابلا لما يلتزم به في العقد⁽¹⁶⁾، وحسب المادة 58 من القانون المدني الجزائري " العقد بعوض هو الذي يلزم كل واحد من الطرفين إعطاء أو فعل شيء ما"⁽¹⁷⁾، ومنه فكل واحد من طرفي العقد المانح والممنوح له

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

أخذ عوضاً من الآخر، ذلك أن المانح يمكن الممنوح له من استغلال كل من العلامة التجارية والمعرفة التقنية أو الفنية المملوكة له، وبالمقابل فإن المانح يستفيد من مقابل أو رسم محدد يتم دفعه من الطرف الآخر.

أ-4- من عقود الإذعان: ذلك أن الغالبية العظمى من المرخصين قد عمدوا إلى إنشاء شبكات خاصة بجلب المستثمرين، فكان من نتائج ذلك ظهور فئتين الأولى تتسم بقلة العدد وهي فئة المرخصين وثانية تشكل الغالبية وهي فئة المستثمرين الذين يتهافنون على شركات الامتياز ونظراً لهذا التهافت أصبح التعاقد مع المرخص يخضع لشروطه وأنظمته بما في ذلك تحديد التزامات المرخص له، كما أن المرخص قد يتدخل حتى في تنظيم عمل المرخص له كتحديد طريقة عرض المنتجات وحتى القيام بعمليات تفتيش رقابية.

أ-5- عقد الفرنشايز عقد قائم على الاعتبار الشخصي: يقصد بالعقد القائم على الاعتبار الشخصي، ذلك العقد الذي تراعى فيه شخصية المتعاقد عند إبرام العقد وأثناء تنفيذه، فالعقد يعتمد في قيامه وتنفيذه على شخصية المتعاقد ومدى الثقة في سمعته وملاءمته⁽¹⁸⁾، وإن كان لهذه الفكرة مضمونها الخاص في الفرنشيز، ذلك المفهوم الذي يحدد حقيقة المراكز الواقعية للأطراف ومدى اختلاف الاستناد إليها بين المانح والمتلقي.

يترتب على قيام عقد الفرنشيز على الاعتبار الشخصي عدة نتائج؛ فلا يقبل هذا العقد التنازل لمغير جزئياً أو كميّاً دون موافقة مسبقة من الطرف الآخر⁽¹⁹⁾ كما لا ينتقل العقد إلى الغير ولو كان ناتجاً عن الوفاة أو فقدان الأهلية أو أي تغيير يطرأ على وضعية أي من المتعاقدين كالوفاة أو الإفلاس أو حل الشركة، يبرر فسخ العقد من قبل الطرف الآخر.

أ-6- الفرنشيز عقد مصلحة مشتركة: قائم على الاعتبار الشخصي، يتطلب وجود الثقة المتبادلة، لأنه يقوم على التعاون بين طرفين في تحقيق هدف موحد، يشكل المصلحة العليا للطرفين⁽²⁰⁾، الذي تنصب في مصلحة كل منهما، والهدف الأساسي لعقد الفرنشيز هو جذب الزبائن وكسب وفائهم، والنتائج الإيجابية التي يولدها تحقيق هذا الهدف تعود بالنفع على طرفي العقد؛ فتوسيع شبكة الفرنشيز، يعود بالنفع على المانح، لأنه يساهم في انتشار أكبر لعلامته التجارية والزيادة من شهرتها، وزيادة عدد الزبائن الأوفياء لها، والزيادة من قيمة عناصر محله التجاري، مما يحقق في ذات الوقت مصلحة المتلقي، لأنه ينعكس إيجاباً على رقم أعماله وعدد زبائنه.

ب: الخصائص الخاصة:

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

يتمتع عقد الفرنشيز بخصائص تميزه عن غيره من العقود وتعطيه طبيعة قانونية خاصة به ومنها⁽²¹⁾:

* حق الاستفادة من استغلال جميع حقوق الملكية الصناعية المملوكة للمانح، الشيء الذي ينجر عنه تعزيز أواصر الثقة والاطمئنان المتبادل، وما يترتب عنه زيادة الفوائد للطرفين؛

* ميزة للممنوح له من خلال إمكانية الاستفادة من التطورات الحاصلة على المستوى العالمي من تكنولوجيا ومعرفة فنية، وأساليب حديثة في تسيير المنشآت التجارية، وهي المزايا التي يوفرها المانح بموجب عقد الفرنشيز المبرم بينهما الذي يهدف إلى تحقيق مصلحة الطرفين؛

* التنسيق المتبادل بين الطرفين حيال تنفيذ العقد لمعالجة كل المشاكل والمطبات التي تعيق حسن تنفيذ العقد المبرم بينهما؛

* استقلالية طرفي العقد عن بعضهما استقلالا تاما من الناحية القانونية، المالية والإدارية واجتماعهما حول مشروع واحد هو نجاحه المثمر بينهما؛

* وجود عنصر السيطرة الذي يمارسه المانح على أعمال الممنوح له لتوفير شكل موحد لشبكة الفرنشيز

و ضمان جودة المنتجات والخدمات موضوع العقد.

المطلب الثاني: تمييز عقد الفرنشيز عن غيره من العقود وأنواعه:

يقترب عقد الفرنشيز مع الكثير من العقود المشابهة له لذا كان علينا التطرق في هاته الدراسة لبعض هاته العقود المشابهة له ومقارنتها معه ، كما يظهر لنا ان لهذا العقد عدة انواع استثمارية، وكل ذلك كما يلي:

أولاً: تمييز عقد الفرنشيز عن غيره من العقود

1- تمييز عقد الفرنشيز عن عقد الامتياز التجاري: عرف المشرع الجزائري عقد الامتياز التجاري أنه: " نشاط الممون أو البائع بالجملة الذي يمارس من طرف أشخاص معنوية أو طبيعية، مقيمة أو غير مقيمة في التراب الوطني، ويمكن القيام بهذا النشاط من طرف المنتجين، وأصحاب الامتياز، والمجمعين، والموزعين بالجملة، وكل وكيل اقتصادي يعمل لحساب المنتج"⁽²²⁾.

يعرف أيضا أنه: " العقد الذي بمقتضاه يتعهد تاجر يطلق عليه الملتزم أو المتعهد بأن يقصر نشاطه على توزيع بضاعة ينتجها شخص آخر يسمى مانح الامتياز على نطاق جغرافي محدد، على أن يكون للمتعهد حق احتكار بيع السلع لوحده هذا النطاق الجغرافي المحدد"⁽²³⁾، وعليه يتجلى لنا الاختلاف بين العقدين فيما يلي:

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

* أن المتنازل فى عقد الامتياز التجارى يلتزم بتزويد صاحب الامتياز بالسّلع موضوع العقد دون نقل المعرفة الفنية أو مساعدة تقنية، بينما فى عقد الفرنشيز يعتبر كل من المعرفة الفنية والمساعدة التقنية أهم عناصر العقد ، فمانح الفرنشيز يلتزم بنقل طريقة استغلال متكاملة وناجحة، قائمة على معرفة فنية ومساعدة تقنية، علامة مميزة مشهورة وجاذبة للزبائن⁽²⁴⁾.

* أن علاقة التبعية بين المانح والممنوح له فى عقد الفرنشيز أشد وأكثر وضوحا من تبعية الممنوح له للمانح فى عقد الامتياز التجارى⁽²⁵⁾.

* عقد الامتياز التجارى يحضر على المانح وفقا لطبيعة هذا العقد منح امتياز الغير فى ذات المنطقة الحصرية، بالمقابل فإن شرط الحصرية له طابع اختياري فى عقد الفرنشيز⁽²⁶⁾.

2- عقد الفرنشيز وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية: يعرف عقد الترخيص أنه وسيلة لممارسة نشاط تجارى يقوم بين مقولة مرخصة ومقولة مرخصة لها من جهة أخرى، يمنحه الحق فى استغلال المعرفة الفنية والعلامات الفارقة الخاصة بها مع الالتزام بتقديم المساعدة الفنية طيلة مدة العقد مقابل تعويض مالى⁽²⁷⁾.

يهدف المانح من عقد الفرنشيز إلى خلق شبكة توزيع متجانسة وموحدة من خلال نقاط بيع متماثلة، فى حين لا يهدف المرخص باستعمال العلامة التجارية إلى ذلك؛ وإنما الغاية من السماح للمرخص لو من وضع علامته التجارية على منتجاته هو الإشهاد على نوعيتها الجيدة وتعتبر ضمان الجودة للمستهلكين وكل منتج يحمل علامة المرخص دليل على احترامه للمعايير الصارمة المحددة من قبله، إذ لا يقوم المرخص باستعمال العلامة التجارية بنقل معرفة فنية أو تقديم مساعدة تقنية للمرخص له، وإنما يكتفى بتقييم المرخص له وفى حالة ما توفرت فيه جميع المعايير الجودة يرخص لو بوضع علامته على المنتج كدليل على نوعيته الرفيعة⁽²⁸⁾.

فعقد الفرنشيز يتضمن استغلال العلامة التجارية وباقي عناصر الملكية الصناعية ونقل المعرفة الفنية والمساعدة التقنية التى تشمل الأساليب المتبعة فى نجاح المشروع تحت رقابة المانح وإشرافه. ويذهب الفقه الفرنسى إلى وجوب تضمن عقد الفرنشيز عنصرين أساسيين هما الترخيص باستغلال العلامة التجارية وتقديم المعرفة الفنية.

لذا فإن عقد الفرنشيز هو: ترخيص باستغلال علامة تجارية + معرفة فنية + باقي عناصر الملكية الصناعية + تقديم المساعدة التقنية من فنية، إدارية وتسويقية (سلة الامتياز).

3- عقد الفرنشيز وعقد الوكالة التجارية: عرفت الوكالة التجارية فى المادة 34 من القانون التجارى الجزائرى 58-75 السالف الذكر على أنها: "اتفاقية يلتزم بواسطتها الشخص عادة بإعداد أو إبرام

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

البىوع أو الشراءات وبوجه عام جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر، والقيام عند الاقتضاء بعمليات تجارية لحسابه الخاص ولكن دون أن يكون مرتبطا بعقد إجارة الخدمات".

وعرفها المشرع الفرنسى بموجب المادة الأولى من قانون 91-591 : " الوكيل التجارى هو الذى يتعامل بصفة مهنية معتادة ومستقلة ودون أن يكون مرتبطا لعقد تأجير الخدمات ويبرم عمليات الشراء والبيع والتأجير وتقديم الخدمات باسم ولحساب المنتجين والصناع والتجار"(29).

عرفها المشرع المغربى فى مدونة التجارة فى المادة 393 أنها: " عقد يلتزم بمقتضاه شخص ودون ان يكون مرتبطا بعقد عمل بالتفاوض بصفة معتادة بشأن عمليات أشريية وبيوعات وبصفة عامة جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر.... من ذلك"(30).

وتتحدد عناصر الاختلاف بين عقد الفرنشيز والوكالة التجارية فيما يلى:

* الوكيل فى عقد الوكالة يعمل باسم ولحساب الموكل وإتباع التعليمات الصادرة منه، بخلاف الممنوح له فى عقد الفرنشيز الذى يتصرف باسمه ولحسابه الخاص مع استقلالية تامة بينهما؛

* الوكيل فى عقد الوكالة لا يكون طرفا فى العلاقة التعاقدية بخلاف الممنوح له فتصرف آثار العقد له لتصرفه باسمه ولحسابه الخاص؛

* الممنوح له يتصرف بصفته تاجر يتمتع بكامل الحقوق، بينما الوكيل يعلن صفته كوكيل فى العقود التى يبرمها؛

* الوكيل لا يتلقى مساعدة فنية ولا يدفع رسوم الدخول فى العلاقة التعاقدية، بل يحصل على أجره أو عمولة، بخلاف الممنوح له حيث يلتزم المانح بنقل المعرفة الفنية والمساعدة التقنية بعد دفع الرسوم والمقابل المادى الدورى.

ثانيا: أنواع عقد الفرنشيز

يمكن تقسيم عقود الفرنشيز بحسب طبيعة النشاط الذى تقوم عليه إلى مجموعتين بحسب

الموضوع وبحسب الشكل ، كما يلى:

1- عقود الفرنشيز بحسب الموضوع: وهى تتنوع الى عدة أنواع كما يلى:

أ- فرنشيز التوزيع: عرفته محكمة العدل الأوروبية فى حكم 1988/11/30 بأنه: " العقد الذى يلتزم بموجبه المتلقى ببيع منتجات معينة بمحل حاملة علامة المانح المميزة للفرنشيز"(31).

يعتبر فرنشيز التوزيع من أكثر أنواع عقود الفرنشيز انتشارا وشيوعا، فهو يعتمد بشكل أساسى على نقل المعرفة الفنية اللازمة من المانح والتي تسمح للممنوح له ببيع المنتجات أو مجموعة منتجات عن طريق شبكة من المؤسسات المتعاقدة مع المانح والتي منح لها حق فرنشيز توزيع، إن حقيقة

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

المعرفة الفنية المقدمة للممنوح له هي إعطاء الطريقة المثلى لأجل تسويق هنا المنتجات⁽³²⁾، عن طريق تمكينه من الدعاية، الإعلان، التسويق والصيانة عن طريق إتباع تعليماته في هذا الشأن، حيث يمارس عليه الرقابة والسيطرة والإشراف.

ب- **فرنشيز التصنيع:** ويعتمد الفرنشيز على نقل المعرفة الفنية من المانح لتصنيع منتجات معينة أو تجميعها، بما يسمح لهذا الأخير صناعة السلعة المطلوبة حاملة علامة المانح ليقوم بعد ذلك بالتصرف فيها مرتبطا في ذلك بخبرات المانح الذي وجب عليه تقديمها له⁽³³⁾.

فعرفته محكمة العدل الأوروبية في حكم 1986/01/08 بأنه: "العقد الذي بموجبه يقوم الممنوح له بالتصنيع بنفسه وفقا لتوجيهات المانح وباستخدام علامته التجارية التي يضعها على السلعة المنتجة"⁽³⁴⁾.

ومنه فبموجب عقد فرنشيز التصنيع جاز للمانح تصنيع السلع وتوزيعها مراعى في ذلك المواصفات التي يتطلبها المنتج وفقا لرقابة المانح، ولا يمكن للممنوح له القيام بهاته الصناعة المطلوبة منه ما لم يقم المانح بالكشف عن الأسرار الصناعية المرتبطة بكيفيات الإنتاج ونقلها للممنوح له تحت رقابة وصرامة المانح للتأكد من القيام بحسن استعمال هاته الأسرار وفق المهج المتفق عليه حتى تؤدي الغاية منها وهي الحصول على منتج مطابق للمواصفات التي تميز منتجات المانح عملا ببند العقد المبرم بينهما.

وعلى هذا الأساس فإن محل عقد فرنشيز التوزيع هو تمكين الممنوح له من استغلال براءة اختراع المرتبطة بالمنتج المراد تصنيعه أو حق من حقوق الملكية الصناعية⁽³⁵⁾.

ج- **فرنشيز الخدمات:** عرّفته محكمة العدل الأوروبية في حكم لها بتاريخ 1986/01/28 بأنه: "العقد الذي بموجبه يسمح المانح للمتلقّي باستخدام اسمه وعلامته التجارية ليضعها على خدمات يقدمها المتلقّي، ملتزما في ذلك بالنماذج والمواصفات التي يقدمها المانح ويخضع لرقابته وإشرافه"⁽³⁶⁾.

يقوم هذا العقد على سمعة المانح ومدى شهرة علامته التجارية وأساس نظام عقد فرنشيز الخدمات هو تقديم الخدمات للزبائن و المستهلكين حيث تعتبر الفنادق أهم قطاع يعتمد على هذا النوع من عقود الفرنشيز، الذي لا تعد الآلة فيه والمعدات عنصرا جوهريا بقدر ما يتركز على الأنظمة والأساليب الواجب إتباعها لجلب الزبائن وإرضائهم.

أساس عقد فرنشيز الخدمات هو المعرفة الفنية كغيره من عقود الفرنشيز السالفة الذكر التي تعتمد على وضع منظومة متكاملة وناجحة وقابلة للتكرار تهدف إلى كسب ثقة ووفاء الزبائن، ولا يقتصر محل عقد فرنشيز الخدمات على تقديم خدمات مادية فقط مثل تأجير السيارات والفنادق، بل

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

يمكن أن يتعدى الأمر إلى أعمال غير مادية كالتكوين والوكالات بمختلف أنواعها كالمهتمة بالعقار مثلا⁽³⁷⁾.

إن نجاح مشروع فرنشيز الخدمات مرتبط ومتوقف بصفة تامة ومطلقة على المعرفة الفنية والمساعدة التقنية المتتبعيتين والمستمرتين، وعليه يتميز هذا العقد بإمكانية تجديده والبقاء لصالح المانح الاستغناء عنه الشيء الذي يترتب عليه خلق مشروع منافس له⁽³⁸⁾.

2- عقود الفرنشيز بحسب شكلها:

أ- **الفرنشيز البسيط:** وهو الشيء الذي يضم متلقيين فقط، وفيها يعمل المانح على تسويق سلعته أو بضاعته من خلال الممنوح لهم فقط سواء لتجريب الإقبال على هاته السلعة أو الهدف بتجريب سياسة تسويقية جديدة ليعممها على بقية شبكته الفرنشيز، وهي الحالة التي لا يملك فيها المانح محلا تجاريا لتسويق بضاعته بنفسه ومنه الاعتماد على الممنوح لهم.

ب- **الفرنشيز المختلط:** وفيها يكون للمانح محل خاص به يستغله بمفرده أو من طرف الغير في إطار عقد فرنشيز خدمات مع الممنوح لهم في إطار شبكة الفرنشيز، واكتساب المانح للمحلات التجارية هو استثمار مالي يدل على نجاح مشروعه التجاري بما يعزز الثقة بين الطرفين حول المشروع الذي يريد الممنوح له الاستثمار فيه مع المانح.

ج- **فرنشيز تشاركي:** قد يشارك مانح الفرنشيز الممنوحة له في رأسماله ويمكن كذلك ان يشارك الممنوح له مانح الفرنشيز، وأساس هذه الوضعية أن يقوم المانح بالمساهمة في رأسمال الممنوح له بالإضافة إلى مساعدة فنية وتقنية على ان لا تتعدى مستوى ال 50% من قيمة المشروع المراد إنشائه حتى يبقى الممنوح له متمتعا بالاستقلالية اللازمة مما يدل على التشاركية في رأسمال الطرفين.

د- **فرنشيز استثماري⁽³⁹⁾:** يلجأ الممنوح لهذا النوع من عقود الفرنشيز في حالة استثمارات كبيرة أو التي تتطلب جهودا وكفاءات عالية كالتسيير في الفنادق، حيث يعهد الممنوح له تسيير مشروعه الاستثماري لشخص تتوفر فيه الكفاءة، الخبرة والمهنية وهي الصفات والمتطلبات التي لا يتوفر عليها الممنوح له لعدم التفرغ أو نقص الكفاءة.

و- **الفرنشيز الجزئي:** حيث يقوم الممنوح له بتخصيص جزء من محله التجاري لعرض سلع أو بضائع المانح وتكون له الحرية الكاملة على الجزء الآخر من محله التجاري بما يسمح له بالتعامل مع مانحين آخرين لتقليل المخاطر التجارية أو استغلاله في متطلبات تجارته كاعتماده مخزنا .

المبحث الثاني: دور عقد الفرنشيز في نقل التكنولوجيا

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

عادة ما تختار الشركات الكبرى الدولية هذا العقد كآلية للنشاط الاستثماري، لما يحققه من ميزة تتمثل في تمكين هذه الشركات من استثمار رأس المال التكنولوجي مع تجنب مخاطر هذا الاستثمار، عن طريق إقامة نوعا من تقسيم العمل التجاري الدولي بين شركات تضطلع بمهمة إنتاج المعرفة الفنية الحديثة، وأخرى تتخصص في استغلالها⁽⁴⁰⁾.

إن السبب الرئيس لإبرام الطرفين عقد الفرنشيز هو إعادة تطبيق نموذج لمشروع اقتصادي ناجح قائم على استعمال التكنولوجيا ومرتبطة بالسلع أو البضائع والآلات الميكانيكية والإلكترونية والأجهزة السمعية البصرية والألبسة الجاهزة والمطاعم وتأجير السيارات والنقل وأدوات التجميل ومؤسسات الرياضة والترفيه وغيرها ، وحتى يصح المشروع المراد تكرار نجاحه لا بد أن يكون محل العقد قائما على خصوصية معينة تجعل منه قابلا لإعادة تجربته في بيئة أخرى ولو كانت مختلفة، لذا نجد أن عقد الفرنشيز يقوم على عنصرين أساسيين هما المعرفة الفنية والملكية الصناعية باعتبارهما عمودا التكنولوجيا حديثا.

المطلب الأول: المعرفة الفنية أساس عقد الفرنشيز**أولا: المعرفة الفنية Know-How:**

تعد المعرفة الفنية عنصرا هاما وأساسيا من عناصر التكنولوجيا وتمثل المحور الرئيسي لعقود نقل التكنولوجيا بصورة عامة وحجر الزاوية في محل عقد الفرنشيز بصورة خاصة، ومنه كان لابد من تحديد

مفهوم المعرفة الفنية وبيان خصائصها.

1- مفهوم المعرفة الفنية:

1-أ- تعريف المعرفة الفنية: إن اصطلاح المعرفة الفنية لم يدرج كمفهوم قانوني في إطار عقود نقل التكنولوجيا إلا منذ عهد قريب نسبيا، فهو يرجع إلى سنة 1917، إلا أن انتشاره لم يتحقق فعليا إلا في الثلاثينات أو الأربعينات من القرن العشرين، ولم يتبلور هذا المفهوم من الناحية القانونية بشكل واضح، فتعددت التعريفات التي طرحها الفقه والقضاء لعدم وضوح فكرة المعرفة الفنية وعدم وجود نظام قانوني خاص لها ضمن الأنظمة القانونية الوضعية المقارنة ، وأمام هذا الوضع لم يكن أمام الفقه والقضاء من بد إلا الرجوع للقواعد العامة لاستخلاص مفهوم مقبول قانونا لهذا المصطلح، هذا الوضع أدى لظهور مفهومين مختلفين للمعرفة أولهما: المفهوم الفني أو الضيق وثانيهما: المفهوم القانوني أو الواسع.

* **المفهوم الفني أو الضيق للمعرفة الفنية:** يذهب أصحاب هذا المفهوم إلى حصر فكرة المعرفة الفنية في حدود معارف وتقنيات الصناعة وعمليات التصنيع فقط دون أن تتعداه إلى مجالات أخرى، وقد تبنت هذا المفهوم العديد من الاتفاقيات والمنظمات الدولية المعنية بنقل التكنولوجيا وحقوق الملكية الفكرية، فعرفت الجمعية الاقتصادية الأوروبية في الدليل المعد لتحرير عقود نقل المعرفة الفنية الخاص بالصناعة الميكانيكية بأنها: يجوز أن يتمثل بالنسبة لمنتج معين أو مجموعة منتجات معينة في جميع أو جزء من مضمون المعرفة الفنية معارف فنية لازمة لعمليات التصنيع للتقنيات والصيانة، بل ولتسويق هذا المنتج أو لعناصرها أو لمركباتها وبالنسبة للتقنيات والوسائل يجوز أن يتضمن المعرفة الفنية مجموع أو جزء من معارف تقنية لازمة لإقامتها وتشغيله.

كما عرفت غرفة التجارة الدولية مضمون المعرفة الفنية بأنها المعارف التطبيقية اللازمة لاستخدام فعال لتقنيات صناعية ووضعها موضع الممارسة⁽⁴¹⁾.

وقد تبني القضاء الأمريكي هذا المعنى في بعض أحكامه، إذ أصدرت المحكمة العليا الأمريكية حكما اعتبرت فيه حق معرفة الصناعة عبارة عن الطرق الجديدة والسرية في know-how ، وذهبت إلى أن حق المعرفة يعود إلى مرحلة من مراحل التصنيع وأيضا إلى المعلومات والتجارب المرتبطة به.

* **المفهوم القانوني أو الواسع للمعرفة الفنية:**

تعرف بأنها: مجموعة المعارف التكنولوجية والعملية والصناعية والإدارية الجديدة القابلة للانتقال والتي تحتفظ بها المشروعات بشكل سري وغير مشمولة ببراءات الاختراع⁽⁴²⁾.

وقد أخذت بهذا المعنى بعض الاتفاقيات الدولية والتشريعات الداخلية ، فقد عرفت لجنة حماية الملكية الصناعية التابعة لغرفة التجارة الدولية خلال انعقاد مؤتمرها في مدينة مكسيكو في المكسيك يتسع ليشمل مجموعة المعارف والخبرات 1982 KNOW-HOW المعرفة الفنية بأنها إذا: " مصطلح المهارة المكتسبة ليس فقط من أجل التطبيق العملي لتقنيات معينة ولكن من أجل الاستغلال الصناعي والتجاري والإداري والمالي للمؤسسة"⁽⁴³⁾.

ولم يعرف المشرع الجزائري المعرفة الفنية في الأوامر المنظمة لحقوق الملكية الصناعية وإنما نجد له مفهوما في المادة 27 من قانون 04-02⁽⁴⁴⁾ المنظم للممارسات التجارية بنصها: " تعد ممارسة تجارية غير نزيفة في مفهوم هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي بما يأتي:

1- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها".

يتجلى من هاته التعريفات أن المعرفة الفنية في مجموعة معارف وخبرات فنية وتجارية وتسويقية قابلة للتطبيق عمليا، ذات صبغة سرية غير قابلة للنشر التداول بين العامة كونها نتاج ملاك عقل الشخص وإبداعه الفكري، تعطي للمانح قوة وهيمنة على الممنوح له.

2- خصائص المعرفة الفنية:

تتميز المعرفة الفنية بالسرية، حيث يعمل مالكوها على المحافظة على سريتها متخذين في ذلك كافة الوسائل والطرق لمنع وصولها إلى الغير سواء بالسرقة أو التقليد أو إفشاءها أو التجسس الصناعي من خلال مجموعة تدابير تتخذها المؤسسة لمنع وصول الغير إلى هاته المؤسسة عن طريق منع التصوير أو الاقتراب من أماكن التجارب⁽⁴⁵⁾.

ويشترط في المعرفة الفنية أن لا تكون معروفة من قبل على العموم، لكن هذا لا يعني أن تكون جديدة بل يمكن أن تقوم على أساس معرفة مستعارة من وضع قائم بالإضافة إليها تحسينات عملية عليها⁽⁴⁶⁾، وقد تكون المعرفة الفنية محلا لنقلها على نطاق واسع وبعوض وبهذا تعد محلا للتبادل كباقي السلع إلا أنها لها خصوصية تميزها⁽⁴⁷⁾.

وانطلاقا مما سبق فإن نقل المعرفة والمهارة يتطلب توافر شروط تؤسسه وهي:

- *- أن تكون المعرفة معينة: بأن يقوم المانح بوصف التصور الذي طوره وصفا دقيقا ومفصلا ومدرجا في بنود العقد أو في سند مستقل لتدعيم الشفافية في العلاقات التعاقدية.
- *- أن تكون أصلية **spécifique**: للدلالة على مدى جدية تصورها وعدم سبق استعمالها في ميادين مشابهة فلا يكفي وضع تحت تصرف الممنوح له عتاد ووثائق الاستعمال التقنية.
- *- أن تكون جوهرية **substantiel**: بما يجعلها ملموسة وكفيلة بتحقيق تقدم تنافسي لمستعملها لإضفاء ميزة تنافسية للممنوح له.

تعد الشروط التي يفرضها مانح عقد الفرنشيز على الممنوح له من أثار عقد الفرنشيز وذلك لغياب تشريع ينظم عقد الفرنشيز يحقق مصالح الطرفين، وهو حال الكثير من الدول العربية ومن بينها الجزائر، كون أن المانح يستغل مركزه وقوته لإملاء شروطه على الممنوح له، كون المعرفة الفنية هي أهم الأركان التي تقوم عليها التكنولوجيا فكانت الهدف الذي تسعى إليه غالبية الشركات لتعزيز قدراتها التنافسية وتتمثل غالبية الشروط في فرض على الممنوح له شراء الآلات والمواد الأولية اللازمة للإنتاج من المانح لضمان الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا وضمان جودة المنتجات النهائية، كما يعمل على تقييد حرية الممنوح له في البحث والتطوير لإدخال تحسينات على طريقة الصنع وكذا العمل على

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

تحديد كمية وحجم ونطاق السلع أو البضائع المصنعة وتتمثل آخر هاته القيود في حق المانح عدم تجديد العقد.

يتضح لنا من ما تم بيانه مكان المعرفة الفنية في عقد الفرنشيز التي قد تغير من وصف العقد القائم على الاتفاق بين الطرفين إلى عقد يفرض فيه المانح شروطه من أن المعرفة الفنية تعطي للمانح قوة وتميز على الممنوح له التي لا تقبل المناقشة أو مجالا للمفاوضات وهو ما يجعل من الممنوح له طرفا ضعيفا قابلا لشروط المانح لحاجته للمعرفة الفنية والتقنيات المتطورة.

لا تكفي المعرفة الفنية وحدها لتطوير المشروع التجاري ونجاحه ما لم تقترن بالمساعدة التقنية التي تعرف على أنها: إعطاء ما هو مطلوب تقنيا وفنيا ووضع جميع الأساليب والوسائل تحت تصرف الطرف الآخر الراغب بالحصول على هذه التقنية، وتشمل هاته المساعدة التقنية⁽⁴⁸⁾ ما يلي:

- إعداد برامج التدريب على البيع أو على طريقة خدمة ما بعد البيع؛

- تحسين السلع والأجهزة وتجديدها؛

- تقديم التوجيهات للمحافظة على الاسم التجاري وشهرته.

هذا وأن تقديم المساعدة التقنية للممنوح له يكون بمقابل في بند مدرج في العقد ضمن المصاريف المستوجبة الدفع مقابل الخدمات⁽⁴⁹⁾.

المطلب الثاني: نطاق حقوق الملكية الصناعية في عقد الفرنشيز وألية عمله

تعد الملكية الصناعية أهم مقومات وأساسيات عقد الفرنشيز، فهي تمثل الإبداع والتميز في نشاط الفرنشيز بما يساهم في تطور هذا العقد وسنتناول هاته العناصر كما يلي:

1- العلامة التجارية:

عرفتها المادة (1/2) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات كما يلي: "العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات، بما فيها أسماء أشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، أو الألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره" ⁽⁵⁰⁾.

تنبع أهمية العلامة التجارية من الوظائف التي تؤديها، سواء للصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة أو المستهلك، فهي مهمة لدى هؤلاء على حد سواء:

1-أ- العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات: تحدد العلامة التجارية

مصدر المنتجات أو البضائع أي المنتج لها⁽⁵¹⁾، كما أنها تحدد مصدرها الإقليمي لجهة الإنتاج، إذ يتمكن المستهلك بواسطة العلامة التمييز بسهولة بين منتجات أو بضائع مماثلة أو مشابهة، وهي الرمز

الذي يدل على مصدر السلع والمنتجات، فالعلامة التجارية فيما بين الأطراف إذ يكفي أن يذكر المشتري اسم العلامة التي تحملها السلعة التي يريد شراءها دون حاجة لبيان أوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه⁽⁵²⁾.

وعلى اعتبار أن العلامة التجارية تستخدم للدلالة على مصدر البضاعة، فإنها وسيلة ضمان لجمهور المستهلكين أن البضائع التي يقصدونها هي التي بين أيديهم، ليميز بها الصانع عن الآخرين في ميدان التعامل التجاري لأنها تمنح المنتجات والخدمات ذاتها، وبالتالي التعرف على البضاعة وتميزها بسهولة عن مثيلاتها⁽⁵³⁾.

1-ب- العلامة التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات: تستمد العلامة التجارية قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها فهي تدل على جودة الإتقان وسلامة وطريقة التحضير⁽⁵⁴⁾، ويقصد بالنوع مجموع خصائص المنتجات أو البضائع التي تمتاز بها مقارنة بخصائص المنتجات أو بضائع أخرى مماثلة أو مشابهة، أما المرتبة فيقصد بها درجة الجودة والإتقان للمنتجات أو البضائع، وأما الضمان فهو تعهد الصانع أو المنتج بصلاحية المنتجات أو البضائع وبيان العناصر الداخلة في تركيبها مما يؤدي إلى رفع قيمة الثقة بالمنتجات والبضائع فيكون دافعا للعملاء لتفضيل هذه المنتجات عن غيرها، مما يدفع مالك العلامة مضاعفة حرصه على سمعة علامته وثقة عملائها بالإبقاء على هذه السمعة بذهنهم وعليه فالعلامة التجارية تحدد مركز أو الصانع أو مقدم الخدمة بين المنافسين الآخرين⁽⁵⁵⁾.

1-ج- العلامة التجارية وسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع: الإعلان هو كل ما ينشره التاجر في الصحف التي توزع على الناس أو على الجدران مثلا أو في أماكن أخرى يعلن فيه ما يريد إعلانه ترويجا له، إذا هو النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية⁽⁵⁶⁾، فله دور مهم في التعريف بالمنتج أو السلعة بالنسبة لأطراف العلاقة الاقتصادية بتبيان خصائص وأوصاف المنتج أو الخدمة، فالعلامة التجارية تمنح للمستهلك تكرار شراء المنتج أو السلعة التي يريد اقتناءها بنفس الخصائص والنوعية ودرجة الجودة المرغوب فيها وبدون العلامة التجارية يصعب عليه التعرف على السلعة أو الخدمة المرغوب فيها⁽⁵⁷⁾.

1-د- العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة: تعتبر العلامة التجارية من أهم الموضوعات التي يدرسها أصحاب المشروعات الاقتصادية، ويأخذ رأي المختصين بها كونها الأساس لنجاح مشروعه الاقتصادي⁽⁵⁸⁾، فهي وسيلة المنافسة مع غيره من المشروعات على الصعيد الدولي والمحلي، إذ تهدف إلى جذب العملاء وجمهور المستهلكين، فهي تؤدي وظيفة مزدوجة، إذ تخدم

مصلحتين في آن واحد، فمن جهة تخدم مصلحة الصانع أو مقدم الخدمة، باعتبارها وسيلة لتمييز سلعهم أو بضائعهم أو خدماتهم عن غيرها من السلع أو البضائع أو الخدمات المماثلة أو المشابهة فيصلون بواسطتها إلى جمهور المستهلكين.

2- براءة الاختراع:

يقصد بالاختراع وفقا للأمر 03-07⁽⁵⁹⁾ المتضمن قانون براءات الاختراع في المادة (02) منه: بأنه فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية.

- المشرع الفرنسي: عرفه بموجب السند المثبت له بنص المادة 1-611 L من قانون الملكية الصناعية 92-597 السالف الذكر: " كل اختراع يمكن أن يكون محل سند...".

ولا يكون لهذا الاختراع أثر ووجود ما لم يدرج في سند يسمى براءة الاختراع وهي الوثيقة التي تسلمها المصلحة المختصة لحماية الاختراع، بما تسمح له باحتكار استغلال اختراعه صناعيا لمدة معينة وبأوضاع معينة⁽⁶⁰⁾.

2-أ- الشروط الموضوعية لمنح براءة الاختراع: حتى يتحصل الاختراع على براءة من الناحية القانونية لا بد من توافر شروط صحة هي:

- أن يكون الاختراع جديدا، أي عدم علم الغير به قبل طلب البراءة عنه؛
- أن يكون قابلا للتطبيق الصناعي وهو الطرح الذي تبنته اتفاقية التريبس⁽⁶¹⁾ على اشتراط قابلية الاختراع للاستغلال الصناعي للحصول على براءة تحميه⁽⁶²⁾، وعليه فقد استبعد المشرع الجزائري بموجب المادة 07 من الأمر 03-07 المتضمن براءات الاختراع السالف الذكر، وهو نفس طرح اتفاقية التريبس بموجب المادة 28 الحالة التالية أن لا تكون محل براءة اختراع:
- * المبادئ والنظريات والاكتشافات ذا الطابع العلمي والمناهج الرياضية؛
- * الخطط والمبادئ والمناهج الرامية إلى القيام بأعمال ذات طابع ثقافي ترفيهي.
- * مناهج ومنظومات التعليم والتنظيم والإدارة والتسيير؛
- * طرق علاج جسم الإنسان أو الجراحة أو المداواة ومناهج التشخيص؛
- * مجرد تقديم المعلومات وبرامج الحاسوب.
- أن يكون مبتكرا، فقد عرف قانون منظمة الويبو الخاص ببراءات الاختراع في المادة 115 منه: " ينطوي الاختراع على نشاط ابتكاري إذا لم ينجم بصورة بديهية حسب رأي رجل المهن العادي، من حالة التقنية الصناعية السابقة المتصلة بطلب البراءة الذي يطالبه فيه".

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

•• أن لا يكون مخالفا للنظام العام والآداب العامة، فلا يؤدي إلى الإخلال بالنظام العام والآداب العامة كاستخدام اختراع لخفض مواد غذائية يتضح أنها مضرّة بالصحة⁽⁶³⁾.

إذا كانت البراءة من مشتملات عقد الفرنشيز فتكون خاضعة لأحكام التشريعات التي تحكمها بالإضافة إلى اتفاق الطرفين المبرم في العقد بين الطرفين⁽⁶⁴⁾.

3- الاسم التجاري:

هو اسم يستخدمه التاجر في ممارسة تجارته، ويميز متجره عن غيره من المتاجر⁽⁶⁵⁾.

عرفه المشرع الجزائري في المادة 05/02 من قانون العلامات 03-06 السالف الذكر بأنه: " التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة ".

ونجد له تعريفا في موقع المعهد الوطني للملكية الصناعية الفرنسي⁽⁶⁶⁾ بأنه: " هو الاسم الذي يعرف به نشاط مؤسستك التجارية... والذي يبين على الوثائق التجارية كبطاقات الزيارة والفواتير "

فهو وسيلة لجذب الزبائن، غير أن المشرع الجزائري لم يبين إذا ما كان جائزا التصرف فيه مع المحل التجاري أو دونه وكذا إمكانية الترخيص للغير باستغلاله دون المحل، ولا يجوز التصرف فيه إلا مع المحل التجاري، لأن الاسم التجاري مجرد عن المحل لا يعني شيئا ، وإن كان هذا منصوص عليه في بعض القوانين كالقانون المصري، فإن هذا لم يرد في التشريع الجزائري، وإن كانت الدكتوراة فرحة زواري صالح ترى بأن المنطق يقضي برفض التصرف في الاسم التجاري مستقلا عن المحل لصالح تاجر آخر، ويشترط في الاسم أن يكون:

* مميزا بما يمنع اختلاطه مع غيره من الأسماء العائدة لمحات تجارية مماثلة أو مشابهة؛

* مملوكا للمانح وجديدا وأن يكون مشروعاً فلا يكون الاسم مخلا بالحياء ومخالفا للنظام والآداب العامة.

4- الرسوم والنماذج الصناعية:

عرفه المشرع الجزائري بموجب المادة 1/1 من الأمر 66-86⁽⁶⁷⁾ المتضمن قانون الرسوم والنماذج الصناعية بأنه: " يعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية....جديدا".

من خلال استقراء المواد السالفة الذكر نجد أن لهذا الرسم أو النموذج مميزات حتى يحظى بالحماية كبقية عناصر الملكية الصناعي ما يلي:

* أن يكون الرسم أو النموذج جديداً؛

* أن يكون غرضه أو بيئته هي المجال الصناعي.

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

وعليه فإن كان الرسم أو النموذج محلاً لقعد الفرنشيز فإنه سيخضع للقانون الذي يحكم هذا الحق الصناعي، والذي يبين في عقد الفرنشيز أو في أي سند لاحق في إطار اتفاق الطرفين.

5- آليات عمل عقود الفرنشيز:

تتلخص آليات العمل بنظام الفرنشيز في عدة مراحل بالنسبة للممنوح، تبدأ من تحديد نوع النشاط، ثم المفاضلة بين الشركات المانحة من حيث جودة المنتج، أو الخدمة والطلب عليها في الموقع المزمع للمشروع وأهمية هذا المنتج هل هي سلعة أو خدمة رئيسة أو ثانوية، وكذلك خطط التطوير المستقبلية في المدى المتوسط والطويل الأجل لكل منهم وذلك لتحديد المانح الأفضل من بينهم، وفي النهاية بعد توقيع العقد يبدأ الممنوح في إجراءات الإعداد والتدريب والتجهيز والتشغيل تحت إشراف المانح.

أما فيما يختص بآليات عمل المانح فإنها تتلخص في توثيق الخبرات في أدلة العمل، ودراسة السوق، والوصول إلى الانتشار المطلوب، وبناء الهيكل الداخلي والخارجي، ودراسة الطلبات المقدمة له وأهميتها، ودراسة الأرباح التي يحصل عليها سواء المادية والأدبية، والاشتراك في هيئات ومنظمات حق الفرنشايز، وإعداد بيان الشفافية، ودراسة المواطن والدول المستهدفة، وعمل خطة للانتشار الجغرافي، وإعداد نماذج العقود، والاجتماعات والمداولات مع الممنوحين المتوقعين، ومناقشة بنود العقد وتوقيعه، المعاملات المالية، وتوريد التجهيزات وإعداد الديكور، والتدريب، والدعاية والإعلان محلياً وعالمياً.

الخاتمة:

أدركت الدول على اختلاف درجات تقدمها أهمية عقد نقل التكنولوجيا بالنسبة إليها من أجل اللحاق بركب الحضارة والتقدم وتحقيق معدلات تنمية ترضيها وتساهم في رفع مستوى معيشة أفرادها، وهو الطرح الذي تبلور مع ظهور النظام الاقتصادي الدولي الجديد، حيث نص ميثاق الحقوق والواجبات الاقتصادية للدول الصادر في 1984/12/12 على حق كل دولة في امتلاك جزء من التقدم العلمي والتكنولوجيا لتعجيل التقدم الاقتصادي والاجتماعي، وهو ما يتضمنه عقد الفرنشيز.

إذ من خلال دراسة مضمون هذا العقد وجدنا أنه ينصب على المعرفة الفنية، وهو ما يجعل عقد الفرنشيز وسيلة مثالية لنقل التكنولوجيا، كما أنه يؤدي إلى تنمية اقتصادية هامة، كفرنشيز التصنيع الذي يعد وسيلة مثلى لنقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، مقارنة بباقي أنواعه، إلا أن الأنواع الأخرى كفرنشيز التوزيع أو الخدمات تساهم في نقل المعرفة الفنية الإدارية و العملية في التوزيع، والأنظمة

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

المثلّى لإدارة المشاريع وتسييرها وهو ما يمثل نجاحا للمشاريع، إضافة إلى أهميتها الاقتصادية و التجارية.

وعلى الرغم من القيمة الاقتصادية التي يتميز بها هذا العقد، خاصة من ناحية كونه من العقود الناقلة للتكنولوجيا، إلا أن المشرع الجزائري لم يولي لها الاهتمام الخاص والمناسب لها في إطار تنظيم خاص بها حيث بقية ضمن طائفة العقود غير المسماة، ومع مسار مفاوضات انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة، الشيء الذي يستدعي تدخل المشرع لتنظيمها وفق ما تقتضيه مصلحة الدولة والاقتصاد الوطني وكذا حماية الطرف المحلي من تعرضهم لضغوطات ومساومات في سبيل إبرام العقد.

وعليه نخلص في الأخير إلى اقتراح ما يلي:

- §§** ضرورة وضع إطار قانوني لتنظيم أحكام عقد الفرنشيز؛
- §§** العمل على ترقية العمل به وبخاصة لدى المؤسسات المالية؛
- §§** تشجيع المتعاملين الاقتصاديين على العمل به باعتباره بديلا اقتصاديا قوي وغير مكلف؛
- §§** إنشاء هيئات محلية تعنى بتنظيم الجهود العلمية والعملية لتنظيم إطار العمل بهذا الأسلوب الاقتصادي الناجح والذي يمثل قوة الاقتصاد الأمريكي.

الهوامش

- ¹ النجار محمد محسن إبراهيم، عقد الامتياز التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص7-8
- ² - الحمود رضوان، التسويق الدولي، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص10.
- ³ - ياسر سيد الحديدي، النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق عين شمس، دار الفكر العربي، مصر، 2006، ص47.
- ⁴ - الفصل 14 من قانون 69 لسنة 2009 المؤرخ في 2009/08/12 المتعلق بتجارة التوزيع.
- ⁵ - Arrêté du 29 novembre 1973 relatif à la terminologie juridique et financière, JORF, du 03 janvier 1974.
- ⁶ - قانون دوبان، اسم وزير التجارة والحرفيات الفرنسي، هو مهندس هذا القانون والذي حمل اسمه، نشر في الجريدة الرسمية الفرنسية JORF بتاريخ 1992/01/02.
- ⁷ - نعيم مغبغب، الفرنشايز دراسة في القانون المقارن، طبعة ثانية، الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص19.
- ⁸ - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2003، ص17.
- ⁹ - ياسر الحديدي، مرجع سابق، ص24.
- ¹⁰ - FRANCOIS LUC SIMON, théorie et pratique du droit de la franchise, delta, liban, 2009, p13.
- ¹¹ - ياسر الحديدي، مرجع سابق، ص26.

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

- ¹² - رمضان أبو السعود، النظرية العامة للالتزام - مصادر الالتزام -، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2002، ص 25.
- ¹³ - محسن عبد الحميد إبراهيم - النظرية العامة للالتزامات -، مصادر الالتزام، الجزء الأول، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر بدون سنة نشر، ص 32.
- ¹⁴ - أمر رقم 58-75 مؤرخ فى 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون المدنى معدل ومتمم، ج ر عدد (101) المؤرخة فى 19 ديسمبر 1975.
- ¹⁵ - عبد الرزاق السنهورى، الوسيط فى شرح القانون المدنى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الثالثة، 2000، ص 132.
- ¹⁶ - جميل الشرقاوى، النظرية العامة للالتزام - مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، مصر، 1995، ص 72.
- ¹⁷ - المادة 58 من القانون المدنى الجزائرى السالف الذكر.
- ¹⁸ - حسام الدين خليل فرج محمد، عقد الامتياز التجارى (franchise) وأحكامه فى الفقه الإسلامى، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعى، مصر، 2001، ص 72.
- ¹⁹ - اقبطال فريدة، النظام القانونى لعقد الفرنشيز فى القانون الجزائرى، مذكرة ماجستير فرع قانون العقود، جامعة البويرة، جوان 2016، ص 25.
- ²⁰ - J-M. LELOUP, La franchise ; Droit et pratique, 4e édition, DELMAS, Paris, 2004, p 10.
- ²¹ - اقبطال فريدة، مرجع سابق، ص 26.
- ²² - Circulaire n°63 du 20 aout 1990, relative aux conditions d'installation des grossistes, et des concessionnaires agréés, dans le cadre de l'article 41 de la loi de finance complémentaire pour 1990, Algérie Actualité, n°1303, du 04 au 10 octobre 1990
- نقلا: يعقوبى نادبة، عقود التوزيع الدولية، مجلة معارف، العدد 02، أبريل 2007، المركز الجامعى البويرة، ص 37/36.
- ²³ - Rachid LAAGUILI, Stratégie Commerciale internationale , Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail, direction de recherche et ingénierie de formation, royaume du Maroc.
- ²⁴ - بن زيدان زوينة، العقود والمنافسة مثال عن عقد الامتياز التجارى، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص 7.
- ²⁵ - جلول سبيل، عقد الفرنشيز، مكتبة صادر الحقوقية، 2001، ص 24.
- ²⁶ - الصغير حسام الدين عبد الغنى، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة، 1993، ص 74.
- ²⁷ - علاء الجبورى، عقد الترخيص - دراسة مقارنة، طبعة أولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 20.
- ²⁸ - ويشاوى أميرة، عقد الامتياز التجارى، مذكرة ماجستير، فرع التنظيم الاقتصادى، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2014، ص 65.
- ²⁹ - loi 91-591 relative aux apports entre les agents commerciaux et leur mandants, JORF, juin 1991
- ³⁰ - مدونة التجارة الجديدة المغربية 95-15 الصادر بالأمر بموجب ظهير فاتح غشت 1996، ج ر 4418، فى 1990/10/13
- ³¹ - عمر سعد الله، قانون التجارة الدولية، النظرية المعاصرة، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 205-206.
- ³² - FRANCOIS LUC SIMON, op-cit, p47.
- ³³ - الصغير حسام الدين، الترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، بحث منشور بالموقع: www.wipo.int
- ³⁴ - الكندري محمد أحمد، أهم الإشكاليات التى يواجهها عقد الامتياز التجارى، منشور بتاريخ 2006/08/27 بالموقع: www.arablawninfo.com

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

- 35- الصغير حسام الدين، مرجع سابق، موقع انترنت. www.wipo.int
- 36- ياسر الحديدي، مرجع سابق، ص 37.
- 37 - L.HERMEL, P.PROMAGNIL, FRANCHISE DE SERVICE, ECONOMICA, PARIS, 1992, P43 .
- 38- بيشاوي أميرة، مرجع سابق، ص 30.
- 39- اقبطال فريدة، مرجع سابق، ص 34.
- 40- حمدي محمود بارود، عقد الترخيص التجاري " الفرانشايز " وفقاً لأحكام مشروع قانون التجارة الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص 811-854، جوان 2008.
- 41- نداء كاظم المولى، الآثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 37.
- 42- حسام محمد عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، القاهرة، 1987، ص 130.
- 43- صالح الطيار، العقود الدولية لنقل التكنولوجيا، دار بلال، بيروت، 1999، ص 42.
- 44- قانون 02-04 في 2004/06/23 المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج 41 في 2004/06/27.
- 45- محمد الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية، مجلد أول، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 76.
- 46- محمد الكيلاني، مرجع سابق، ص 102.
- 47- نفس المرجع ، ص 104.
- 48- دعاء طارق البشتاوي، عقد الفرنشيز وآثاره، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2008، ص 42.
- 49- جلول سبيل، عقد الفرنشيز، مكتبة صادر الحقوقية، بيروت، لبنان، 2001، ص 24.
- 50- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19 يوليو 2003، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- 51- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2003، ص 116.
- 52- أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2010، ص 32.
- 53- أسامة نائل المحيسن، المرجع نفسه، ص 33 .
- 54- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى، سنة 2005، ص 145.
- 55- صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 255.
- 56- القاضي انطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة 1999، ص 21 .
- 57- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 145 .
- 58- نفس المرجع، ص 147
- 59- الأمر 07-03 المتضمن قانون براءات الاختراع في 2003/07/19، ج 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- 60- رأفت صالح أحمد، براءات الاختراع بين التشريع الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية، طبعة أولى، جدارا للكتاب العلمي، عالم الكتاب الحديث، 2006.
- 61- تعتبر اتفاقية تريبس حدث تاريخي كونها لخصت الأشواط الطويلة التي قطعتها الاتفاقية الدولية منذ 1883، جمعت شقي الملكية الفكرية في وثيقة واحدة لتدعيم حقوق الملكية الفكرية وترسيخها على المستوى الدولي، كما يحدد اتفاق تريبس أيضا

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

إجراءات التنفيذ وسبل التحكيم وإجراءات تسوية المنازعات، وتعزيز الابتكار التكنولوجي ونقلها، بما يحقق المنفعة لمنتجي ومستخدمي المعرفة التكنولوجية بطريقة تؤدي إلى الرفاه الاجتماعي والاقتصادي، والتوازن بين الحقوق والواجبات.
62- انظر المادة 27 من اتفاقية تريبس.

63- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص132.

64- نعيم مغبغب، مرجع سابق، ص 82-84.

65- دعاء عطاء البشتاوي، مرجع سابق، ص67.

66- مفهوم الاسم التجاري في موقع المعهد الوطني للملكية الصناعية الفرنسي: <https://www.inpi.fr>

67- الأمر 86/66 المؤرخ في 1966/04/28 المتضمن الرسوم والنماذج الصناعية، ج ر عدد 35.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: النصوص القانونية

أ- القانون الجزائري:

- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون المدني معدل ومتمم، ج ر عدد (101) المؤرخة في 19 ديسمبر 1975.

- قانون 04-02 في 2004/06/23 المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر 41 في 2004/06/27.
- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19 يوليو 2003، الجريدة الرسمية عدد44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

- الأمر 03-07 المتضمن قانون براءات الاختراع في 2003/07/19، ج ر 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

- الأمر 86/66 المؤرخ في 1966/04/28 المتضمن الرسوم والنماذج الصناعية، ج ر عدد 35.
- Circulaire n°63 du 20 aout 1990, relative aux conditions d'installation des grossistes, et des concessionnaires agréés, dans le cadre de l'article 41 de la loi de finance complémentaire pour 1990, Algérie Actualité, n°1303, du 04 au 10 octobre 1990

ب- القانون الأجنبي:

- الفصل 14 من قانون 69 لسنة 2009 المؤرخ في 2009/08/12 المتعلق بتجارة التوزيع التونسي.

- قانون دوبان، اسم وزير التجارة والحرفيات الفرنسي، هو مهندس هذا القانون والذي حمل اسمه، نشر في الجريدة الرسمية الفرنسية JORF بتاريخ 1992/01/02.

- Arrêté du 29 novembre 1973 relatif à la terminologie juridique et financière, JORF, du 03 janvier 1974.

- loi 91-591 relative aux apports entre les agents commerciaux et leur mandants, JORF, juin 1991.

1- الكتب

أ- باللغة العربية:

- النجار محمد محسن إبراهيم، عقد الامتياز التجاري، دار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007

- الحمود رضوان، التسويق الدولي، دار وائل للنشر، عمان، 2007.

عقد الفرنشيز ودوره فى نقل التكنولوجيا

- نعيم مغبغب، الفرنشايز دراسة فى القانون المقارن، طبعة ثانية، الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- فرحة زراوى صالح، الكامل فى القانون التجارى الجزائرى، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2003.
- رمضان أبو السعود، النظرية العامة للالتزام- مصادر الالتزام-، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2002.
- محسن عبد الحميد إبراهيم - النظرية العامة للالتزامات-، مصادر الالتزام، الجزء الأول، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر بدون سنة نشر.
- عبد الرزاق السنهورى، الوسيط فى شرح القانون المدنى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الثالثة، 2000.
- جميل الشرفاوى، النظرية العامة للالتزام- مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، مصر، 1995.
- جلول سبيل، عقد الفرنشيز، مكتبة صادر الحقوقية، 2001.
- الصغير حسام الدين عبد الغنى، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة، 1993، ص 74.
- علاء الجبورى، عقد الترخيص-دراسة مقارنة، طبعة أولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- عمر سعد الله، قانون التجارة الدولية، النظرية المعاصرة، دار هومة، الجزائر، 2007.
- نداء كاظم المولى، الآثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- حسام محمد عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة فى الآليات القانونية للتبعية الدولية، القاهرة، 1987.
- صالح الطيار، العقود الدولية انقل التكنولوجيا، دار بلال، بيروت، 1999.
- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
- أسامة نائل المحيسن، الوجيز فى حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.
- محمد الكيلانى، الموسوعة التجارية والمصرفية، مجلد أول، عقود التجارة الدولية فى مجال نقل التكنولوجيا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- جلول سبيل، عقد الفرنشيز، مكتبة صادر الحقوقية، بيروت، لبنان، 2001.
- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز فى حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى، 2005.
- القاضي انطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999.
- رأفت صالح أحمد، براءات الاختراع بين التشريعين الأردنى والمصرى والاتفاقيات الدولية، طبعة أولى، جدارا للكتاب العلمى، عالم الكتاب الحديث، 2006.

ب- باللغة الأجنبية:

- FRANCOIS LUC SIMON, théorie et pratique du droit de la franchise, delta, liban, 2009.
- J-M. LELOUP, La franchise ; Droit et pratique, 4e édition, DELMAS, Paris, 2004.
- L.HERMEL, P.PROMAGNIL, FRANCHISE DE SERVICE, ECONOMICA, PARIS, 1992.
- Rachid LAAGUILI, Stratégie Commerciale internationale , Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail ,direction de recherche et ingénierie de formation, royaume du Maroc

عقد الفرنشيز ودوره في نقل التكنولوجيا

2- الرسائل والأطروحات الجامعية

- ياسر سيد الحديدي، النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق عين شمس، دار الفكر العربي، مصر، 2006.
- اقبطال فريدة، النظام القانوني لعقد الفرنشيز في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير فرع قانون العقود، جامعة البويرة، جوان 2016.
- بن زيدان زوينة، العقود والمنافسة مثال عن عقد الامتياز التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002 .
- ویشاوي أميرة، عقد الامتياز التجاري، مذكرة ماجستير، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2014.
- دعاء طارق البشتاوي، عقد الفرنشيز وآثاره، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2008.

3- المقالات :

- حمدي محمود بارود، عقد الترخيص التجاري " الفرانتشايز " وفقاً لأحكام مشروع قانون التجارة الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، جوان 2008.
- يعقوبي نادية، عقود التوزيع الدولية، مجلة معارف، العدد 02، أبريل 2007، المركز الجامعي البويرة.