

الإعفاء التجاري Franchising كأداة اقتصادية وقانونية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نعيمي فوزي (*)

مقدمة

إن عقد الإعفاء التجاري يحقق نظاما دقيقا للتعاون الاقتصادي بين شريكين مستقلين وبالتالي يمكن القول أنه يجمع بين المصلحة الاقتصادية والاستقلالية القانونية لطرفي العلاقة. (1)

لقد بقي هذا النوع من العقود ولمدة طويلة دون أي إطار قانوني واضح المعالم إلا أنه في الفترة الأخيرة ونتيجة لانتشاره الواسع في أوساط رجال المال والأعمال أصبح من الضروري إيجاد نصوص خاصة تنظمه وتشرح كيفية تكوينه، شروطه، آثاره وحقوق والتزامات الأطراف المكونة له.

إن أول قانون نظم هذا النوع من العقود ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية في إطار ما يسمى Full Disclosure Act الذي دخل حيز التنفيذ في 11 أكتوبر 1979 ولقد وصف من قبل الكثير من القانونيين بأنه جد معقد ومفصل بشكل كبير كما يتضمن أساسا وجوب إعطاء المترشح للإعفاء معلومات دقيقة للحسابات ونتائج شبكة الإعفاء ككل.

(*) أستاذ بكلية العلوم الاقتصادية وعطوم التسيير، جامعة الجيلالي الياابس، سيدي بلعباس.

(1) Koheil. J.L., "Structures Juridiques et Contrats Commerciaux", Ellipses, 1992, PP. 153-154.

أما في أوروبا فقد تأخر ظهور مثل هذه النصوص بشكل كبير، ففي فرنسا مثلاً فلم يظهر ما ينظم هذا النوع من الأعمال التجارية والاستثمارية إلا في 1989/12/31 من خلال القانون المسمى Loi Dou- bin. فعقد الإعفاء يعتبر من العقود الرضائية ولا يتجسد ذلك فعليا إلا بوجود معلومات كاملة يقدمها صاحب نظام الإعفاء للحصول على حق الإعفاء لذلك فإن قانون دوبان المذكور يفرض على صاحب نظام الإعفاء أن يقدم وثيقة توضح بدقة أقدمية وخبرة المؤسسة، توقعات السوق التي تعمل فيها، أهمية شبكتها الحالية إضافة إلى شروط الامتيازات، التسيير ونهاية العقد.

هذه الوثيقة تخلق أحيانا بعض الصعوبات لصاحب نظام الإعفاء لأنه يصعب التمييز في الكثير من الحالات بين المعلومات التي يجب تقديمها والمعلومات السرية التي من الواجب الحفاظ عليها.

إن عقود الإعفاء التجاري غالبا ما تتضمن البنود التالية :

1- شروط متعلقة بالحق الخالص : Exclusivité وهو العنصر الرئيسي في عقد الإعفاء لأنه يسمح للحصول على حق الإعفاء بالعمل بصورة انفرادية في منطقة معينة، أي أنه المتعاقد الوحيد في تلك المنطقة كما يضمن لصاحب نظام الإعفاء أن لا يبيع الحاصل على حق الإعفاء منتوجات غيره (خاصة المنافسين له في قطاع عمله).

2- مساعدة صاحب نظام الإعفاء للحصول على حق الإعفاء : هذا العنصر هو الذي يميز عقد الإعفاء عن عقد الامتياز وهو يتضمن المساعدة التقنية والتجارية التي يقدمه صاحب نظام الاعفاء مثل الإحصائيات، تهيئة المحل، وسائل الإشهار في مكان البيع، المساعدة في الحاسبة والمساعدة على تكوين العمال.. إلخ بالإضافة إلى أن صاحب نظام الإعفاء يقوم بنقل بعض من مهارته المهنية إلى الحاصل على حق الإعفاء.

3- حق استعمال العلامة، الاسم الرمز التجاري والملكية الصناعية.

كل هذه الوسائل ستساعد من دون شك الحاصل على حق الإعفاء على الانطلاقة السريعة والصحيحة في تنفيذ المشروع الاستثماري وذلك نظرا لعامل الشهرة التي يتمتع بها صاحب نظام الإعفاء، مما يجعله يدخل مباشرة في السوق.

وفي مقابل ذلك فهناك شروط غير قانونية والتي في حالة وجودها يعرض العقد إلى البطلان، هذه الشروط محددة من قبل اجتهادات الفقهاء والقضاة منها :

الشرط الذي يحاول صاحبه من خلاله فرض أو منع بعض الإجراءات الخاصة بالأسعار.

الشرط الذي يمنع الحاصل على حق الإعفاء من التموين من حاصل آخر داخل نفس الشبكة إذا كان في ذلك مصلحة له.

الشروط التي تمنع الحاصل على حق الإعفاء من المناقشة المسبقة لمدة صلاحية الترخيص أو العلامة.

ومما تجدر الإشارة إليه أن عقد الإعفاء التجاري قد يكون محدد المدة أو غير محدد المدة.

التزامات الطرفين (1) : يمكن إجمال أهم التزامات كل طرف فيما يلي :

1- إلتزامات صاحب نظام الإعفاء :

يجب على صاحب نظام الإعفاء :

- أن يحترم مبدأ الحق الخالص أو الخصوصية

- أن يساعد الحاصلين على حق الإعفاء في تسييرهم اليومي وذلك بمنحهم كل الوسائل والوثائق التي يحتاجون إليها.

- أن يضمن لهم الانتفاع والاستفادة من الوسائل المعنوية (كالعلامة التجارية، الرمز التجاري.... إلخ) مقابل أن تكون حماية هذه الوسائل بشهادات تثبت الملكية الفكرية والصناعية.

- أن يقدم لهم المساعدة التقنية اللازمة لعملية الاستغلال ويكون ذلك في اطار برامج تكوينية منضبطة.

2- التزامات الحاصل على حق الإعفاء :

- أن ينفذ فيما يخصه كل التعليمات المقدمة من طرف صاحب النظام والمنصوصة في العقد سواء كانت تجارية أو تقنية أو مالية.

- أن يبيع أو يستعمل فقط المنتوجات المحددة من طرف صاحب نظام الإعفاء.

- أن يحتفظ بالأسرار الخاصة بالمهارة المهنية والتي هي تحت تصرفه (هذا الالتزام يمكن أن يمتد إلى ما بعد انتهاء العقد).

- إن يقدم إلى صاحب النظام كل الوثائق المحاسبية وإحصاءات البيع التي تمكنه من القيام بعملية المراقبة.

- أن يشارك في التربصات التكوينية المخصصة له ولمستخدميه.

- أن لا يكتتب بمساهمات مالية مهما كان نوعها في مؤسسات منافسة لصاحب النظام وأن لا يقوم بنشاط تجاري منافس بصفة مباشرة أو غير مباشرة لعضو آخر في شبكة الإعفاء.

- أن يدفع حقوق الدخول في شبكة الإعفاء ورسوم الإعفاء الدورية.

مدة عقد الإعفاء

في أغلب الأحيان يكون عقد الإعفاء ذا مدة زمنية محددة وذلك في 90٪ من العقود أما في الحالات المتبقية فتكون العقود غير محددة.

1- العقود الغير محددة المدة

هذا النوع من العقود نادرا ما نجده في صيغة الإعفاءات التجارية وهو ما يجعلها تكون قابلة للبطلان من طرف أو من آخر بشرط أن يكون هناك إشعار مسبق ومعقول يأخذ بعين الاعتبار طبيعة النشاط موضوع العقد.

2- العقود المحددة المدة

وتشمل غالبية عقود الإعفاء ويمكن تقسيمها إلى :

أ- عقود قصيرة المدة : وهي التي تكون مدتها أقل من ثلاثة سنوات وهي الأخرى قليلة ما نجدها في الميدان العملي لأنها وبكل بساطة لا تسمح باهتلاك تكاليف الاستثمار .

ب- عقود متوسطة المدة : وهي التي تكون مدتها حوالي خمس سنوات وهي تمثل غالب عقود الإعفاء المحدودة ومع هذا يمكن لهذه المدة أن تمتد في حالة الاستثمارات الكبيرة بشرط أن لا تتجاوز العشر سنوات وذلك لثلاثة أسباب :

- في عالم الأعمال يمكن أن نصدر حكما على مدى نجاح مشروع ما في حدود خمس سنوات تقريبا.

- إن ما يميز عالم المال والأعمال هي السرعة الفائقة لذلك من الخطر أن نرتبط بمشروع ما لمدة طويلة خاصة أن عالم التجارة والاستثمار أصبح يحمل مفاجئات كبيرة ولا يمكن في الكثير من الأحيان السيطرة عليها.

- تتضمن عقود الإعفاء التجاري بعض الشروط الخاصة بالحق الخالص الذي لا يمكن أن تتجاوز المدة القصوى فيه عشر سنوات (حسب القانون الفرنسي الصادر في 14 أكتوبر 1943).

تجديد العقود المحددة المدة : عند انتهاء مدة العقد قد يستمر الطرفان في عملهما وفي هذه المدة يصبح العقد غير محدد المدة وقد يضاف إليه شرط التجديد الضمني.

عقود الإعفاء التجاري وحماية الملكية الصناعية (1)

أ- شهادة الملكية الصناعية : وهي تلك الشهادة التي تحصل عليها صاحبها من هيئات متخصصة وطنية أو دولية وذلك للحفاظ على حق الاختراع وتكون إما لمنتوج أو لطريقة أو لأسلوب للإنتاج.

إن مما هو معروف أن الملكية الصناعية محمية قانونا بواسطة اتفاقية باريس (التي أصلها اتفاقية مدريد الموقعة سنة 1883) التي وقعت عليها 110 دولة في حين البعض الآخر من الدول أبرمت اتفاقيات فيما بينها لحماية اختراعات مواطنيها.

ومنذ أول جوان من سنة 1987 وحسب اتفاقية ميونيخ كل صاحب اختراع - يستفيد من أول يوم يبعث فيه بطلب مكتوب إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية في فرنسا أو في أي بلد آخر عضو في الاتفاقية - من الحق في تعميمها إلى بلد آخر أو عدة بلدان حسب اختياره الخاص، ويكون إصدار هذه الشهادة في شكل قرار إداري منشور في الجريدة الرسمية ويستفيد من حماية قانونية تمتد من 15 إلى 20 سنة.

إن كل شهادة من هذا النوع تتضمن الحق في الترخيص لشخص ما في استغلالها ويكون هذا الترخيص عبارة عن عقد محرر بالشكل اللازم والمطلوب، لذلك يجب على صاحب الشهادة عدم التفاوض على أي عقد من هذا النوع في بلد ما قبل تعميم صلاحية الشهادة وشرعيتها في هذا البلد وذلك عن طريق الإجراء المذكور سابقا، ومن الأفضل له بل من الضروري أن يستعين بخدمات وكيل في البلد.

(1) Koheil. J.L., Opcit, P. 155.

ويجب على الوكيل أن يكون ذا اطلاع واسع بكل الإجراءات التي تتطلبها هذه العملية، وأن يكون له تكوين تقني وقانوني في نفس الوقت ويحسن عدة لغات حتى يقوم بمهامه على أحسن وجه والتي من بينها :

- تقديم النصائح
- التأكد من نوعية ترجمة الشهادة (هل تحرف المعنى الأصلي أم لا)
- البحث عن وجود شهادات مماثلة في السوق
- التكفل بالتمثيل الشرعي لصاحب الشهادة
- التصدي لعمليات التقليد الغير شرعي والمحاكاة والإشعار بها في الوقت المناسب
- الدفاع عن مصالح المؤسسة لدى الأطراف الأخرى
- تحضير المفاوضات
- إبرام العقد وتجنب الشروط التي تضر بمصالح المؤسسة وفرض شروط أكثر أمانا.

إن شهادة الملكية الصناعية تتضمن ما يلي :

- وصف دقيق للاختراع
- بيان مفصل للطرق والتقنيات المستعملة لإنجازه
- نتائج التجارب التي أجريت عليه
- طريقة الاستعمال
- كل ما يجب فعله وما لا يجب فعله

وفي حالة التنازل عن الشهادة لمعامل ما، يجب على الطرفين بصفة متبادلة ودائمة، الإشعار دون تأخر عن كل تحسن أو تطور في استغلال الشهادة خلال مدة العقد.

تخضع العلامة التجارية لنفس إجراءات إيداع الملكية الصناعية لدى الهيئات المختصة التي تقوم بالتأكد من أن هذه العملية تمت من قبل أم لا ورغبة صاحب العلامة في توسعة حمايتها إلى دول أخرى. ومن أجل حماية أكبر تقوم هذه المصالح ببحث في السوق من أجل تجديد شرعية العلامة، هذه العملية تضمن لصاحب نظام الإعفاء التأكد من أنه لم يقم شخص آخر بالاستيلاء على علامته أو إنشاء علامة تشابهها بنية التلبيس على المستهلكين. والأمثلة على ذلك كثيرة نذكر منها : "Christian d'or" التي تقابل "Christiandior".

لقد وافقت على الحماية القانونية للعلامة 27 دولة تنتمي إلى اتحاد مدريد لحماية الملكية الصناعية وهي : الجزائر، الألمانية، النمسا، بلجيكا، لوكسمبورغ، هولندا، بلغاريا، كوريا الجنوبية، مصر، إسبانيا، المجر، إيطاليا، ليشتنشتن، المغرب، موناكو، منغوليا، البرتغال، رومانيا، سان ماران، سويسرا، السودان، تشيكوسلوفاكيا، تونس، الإتحاد السوفياتي، فيتنام ويوغسلافيا. ومما تجدر الإشارة إليه أن بعض هذه الدول، علامات الخدمات غير محمية فيها وهي : بلجيكا، لوكسمبورغ، هولندا، ليشتنشتن، سان ماران وسويسرا (1). تكون هذه الحماية لمدة 20 سنة قابلة للتجديد وتودع العلامة في بلدها الأصلي ثم تسجل لدى المنظمة العالمية للملكية الصناعية والتي مقرها في جنيف بسويسرا.

ومن بين الاتفاقيات في هذا المجال كذلك إتحاد نيس (NICE 1959) الذي وقعت عليه 32 دولة، ومن بين ما قام به هذا الاتحاد هو وضع ترتيب دولي يضم 32 صنف من المنتجات و 8 من الخدمات، وأما الإيداع فيكون

(1) Lehnish. J.P et Max de Mendez, "La Franchise Commerciale", PUF, 2ème édition, 1990, PP. 52-53.

مقبولا في فئة واحدة فقط مما جعل عدد الايداعات يكون أكبر من الأصناف المحمية. أما فيما يخص الرسم والرمز التجاري فمن بين الاتفاقيات في هذا المجال نذكر ما يلي :

- اتفاقية لاهاي بهولندا لسنة 1925 المعدلة والذي نص على حماية الرسوم والرموز التجارية في 17 دولية عن طريق إيداع واحد منها لدى المنظمة العالمية للملكية الصناعية.

- إتفاقية بارن الموقعة بتاريخ 1986/9/9 والمعدلة عدة مرات والتي تضم 59 عضوا والتي تنظم حماية الإنتاج الأدبي والفني، أما كيفية تنفيذها فقد تركت حسب اختيارات الدول الأعضاء (1).

والمعروف ميدانيا أنه على عكس شهادة الملكية الصناعية، فإن العلامة التجارية لا تتمتع بنفس ظروف الحماية وهي أكثر عرضة لعمليات التقليد والمحاكاة الغير شرعية بالإضافة إلى عمليات التزوير المكثفة خاصة في جنوب شرق آسيا.

التشريعات في مجال الإعفاءات التجارية

يجب الاعتراف أنه لا يوجد قانون مستقل خاص بالإعفاءات التجارية لذلك ظلت هذه الصيغة الجديدة من التراخيص خاضعة للقانون التجاري، قانون العلامات، القانون المدني، قانون العقوبات ... إلخ.

(1) Muth. R.E, "Franchise Export, Succés", Chotarde et associés editeurs, 1986, P. 198.

غير أن الانتشار الواسع لهذه التقنية التجارية جعل من الضروري إيجاد نصوص قانونية خاصة تنظم هذا النوع من العقود كالقانون الفيدرالي للولايات المتحدة الأمريكية المذكور والمعروف باسم : Full disclosure act. كما أنه من بين الجمعيات التي كانت سباقة في هذا المجال الفيدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية والتي وضعت قانوناً لأخلاقيات المهنة منذ سنة 1971 يلزم بالدرجة الأولى أعضائها والذي أضحى مرجعاً هاماً بالنسبة للقضاة أثناء النظر في النزاعات التي تحدث بين المتعاقدين. كما أعقبه قانون أخلاقيات المهنة الأوربي الذي دخل حيز التنفيذ في 1989/02/01.

قانون أخلاقيات المهنة للفدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية

من أهم أدوار الفيدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية، شرح وتوضيح مفهوم الإعفاءات التجارية لدى الجمهور الذي سيكون منه حاصلين على حق الإعفاء في المستقبل، لدى المؤسسات البنكية التي تقدم نصائح في الموضوع لزبائنها ولدى الموثقين الذين يساعدون التجار والمساعدين التقنيين لغرف التجارة والصناعة يتضمن هذا القانون سبعة مواد :

المادة الأولى : واجب صاحب نظام الإعفاء اتجاه الحاصلين على حق الإعفاء والمستهلكين.

"يجب على صاحب نظام الإعفاء أن لا (يقدم ، يبيع أو يوزع) أي منتج أو خدمة تؤدي إلى إلحاق ضرر بالحاصلين على حق الإعفاء التابعين له أو المستهلكين".

المادة الثانية : العلامات التي تجمع الزبائن.

"يجب على صاحب نظام الإعفاء أن يضمن شرعية حقوقه على العلامات التي تجمع الزبائن مثل : العلامة، الرسم، الرمز ... كما يضمن للحاصلين على حق الإعفاء التمتع في أحسن الظروف بهذه الوسائل التي يضعها تحت تصرفهم.

الحاصل على حق الإعفاء يستعمل في عمله كليا هذه العلامات التي وضعت بمقتضى عقد الإعفاء تحت تصرفه لا سيما في عملية الدعاية والإشهار للبيع كما يجب عليه أن يحافظ على الصورة التي تحضى بها علامة الشبكة التي ينتمي إليها والتي يجب عليه أن يبقى وفيها لها".
لقد أكدت هذه المادة على نقطتين أساسيتين :

1- يجب على صاحب نظام الإعفاء أن يقدم للحاصلين على حق الإعفاء علامات جمع الزبائن والتي يلتزم بحمايتها من المنافسة الغير شرعية، والتقليد الغير مشروع.. إلخ خاصة العلامة التي تسجل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.

2- بالمقابل يلتزم الحاصلون على حق الإعفاء بالمحافظة وتبني هذه العلامات الدالة على إنتمائهم لنفس الشبكة.

المادة الثالثة : العلاقات الصادرة بين صاحب نظام الإعفاء والحاصل على حق الإعفاء

"يجب على صاحب نظام الإعفاء أن يعمل على تطوير شبكة نقاط البيع التابعة له، دون المساس بحظوظ الحاصلين على حق الإعفاء، وأن لا يقوم بأي تصرف مخالف لهذا المبدأ. مثلا وضع نظام هرمي للتوزيع غير محدود وغير مراقب.

ومن جهته يجب على الحاصل على حق الإعفاء أن يسخر نشاطه لتطوير عملية الإعفاء في إطار العقد الخاضع له، بحيث لا يقوم إلا في حالة إجراء خاص نص عليه العقد بنشاطات منافسة لنشاط الشبكة التي ينتمي إليها سواء كان ذلك مباشرة عن طريق شخص أو بتوسط شركة".

إن التطبيق الفعلي لهذه المادة يتطلب من صاحب نظام الإعفاء أن يخصص منطقة جغرافية خاصة بكل حاصل على حق الإعفاء حتى يكون نشاطه مردودية في أسرع وقت.

إن ذكر النظام الهرمي للتوزيع لم يأت فقط على سبيل المثال بل هو نظام مشروعا قانونا ويقوم على أساس أن الموزع الوطني يقوم بتوظيف بائعين على المستوى الجهوي وهؤلاء الآخريين يقومون بتوظيف بائعين على مستوى المدن وهلم جرا، مما يجعل كل واحد يتخلى عن مهمة البيع ويشغل بالتوظيف.

المادة الرابعة : مصداقية الوحدات النموذجية

"يقوم صاحب نظام الإعفاء بتقديم معلومات إلى المترشح للدخول في شبكة الإعفاء قبل إمضائه لأي التزام، هذه المعلومات تكون قد أثبتتها تجربة سابقة أو أكثر، وهي تحدد ظروف استغلال الإعفاءات المقترحة.

يكون هقد الإعفاء مكتوبا وفي نسختين تحتوي على ملحق يتضمن توضيح تقنيات مفيدة. كما يجب أن يكون واضحا بشكل تام ودقيق للحقوق والالتزامات وتحديد مسؤوليات الطرفين".

إن الإعفاءات تعتبر بمثابة بيع لنجاحات لذلك على صاحب نظام الإعفاء أن يثبت هذه النجاحات من خلال الوحدات النموذجية التي هي

حقيقة نماذج للحصول على حق الإعفاء لذلك يطلب منهم تحقيق نفس الشروط لهذا النجاح. كل هذه المعلومات يجب أن تقدم قبل إمضاء العقد. كما أن عقود الإعفاء هي في الغالب نسخ مطولة بحيث تحتوي على توضيحات كثيرة. أما العقود التي لا تتجاوز ثلاث أو أربع صفحات فعادة ما تكون سببا في نزاعات مستقبلية بين صاحب نظام الإعفاء والحاصل على حق الإعفاء.

المادة الخامسة : تعيين الحاصلين على حق الإعفاء

"بعد الاختيار لا يقبل صاحب نظام الإعفاء كحاصلين على حق الإعفاء إلا المترشحين الذي أظهروا بعد امتحانهم توفرهم على القدرات الفردية والوسائل الضرورية لإنجاز مهامهم على أكمل وجه.

على الحاصل على حق الإعفاء أن يعي جيدا أنه قد دخل في نظام متقدم ومتطور لذلك عليه أن يلتزم خاصة في مجال التكوين بالمشاركة في كل عمليات ترقية المعارف التي يقوم بها صاحب نظام الإعفاء له ولمستخدميه".

إن تعيين الحاصلين على حق الإعفاء تعتبر عملية حساسة لأن مستقبل شبكة الإعفاء متوقف عليها، لذلك يعترف هذا القانون لصاحب نظام الإعفاء بمبدأ الاختيار بعد الاختبار هذه النقطة مهمة جدا لأن صاحب نظام الإعفاء في بحثه عن التطور السريع قد يلجأ إلى عدم مراعاة هذا الجانب وهو ما يهدد مصالحه.

المادة السادسة : المهمة الإعلامية لصاحب نظام الإعفاء اتجاه الحاصلين على حق الإعفاء.

"يجب على صاحب نظام الإعفاء أن يقدم للحاصل على حق الإعفاء

كل المعلومات الجديرة بأن تساعد على استغلال إعفائه في أحسن الظروف بالتناسب مع تطور التجارة والتقنيات المستعملة في ذلك.

يقوم صاحب نظام الإعفاء بصفة دائمة بإعلام الحاصل على حق الإعفاء بكل أمر يمكن أن يؤدي إلى تطور عملية الإعفاء".

إن صاحب نظام الإعفاء يمتلك وسائل معتبرة تجعله يلعب دور المحرك في شبكة الإعفاء من خلال إعطاء معلومات، خلق أفكار وتقنيات جديدة، اقتراحه لمنتجات جديدة. إن هذا الدعم المادي والمعنوي يعتبر من أهم مميزات صيغة الإعفاءات التجارية.

المادة السابعة : ملاحظات، شكاوي واقتراحات الحاصلين على حق الإعفاء

"يستقبل صاحب نظام الإعفاء الملاحظات، الشكاوي والإقتراحات التي يقدمها الحاصلين على حق الإعفاء التابعين له. وبعد التأكد من مدى صحتها يبذل كل ما في وسعه لمعالجتها وأخذها بعين الاعتبار، في إطار التزاماته التعاقدية مع مراعاة حاجيات الاستغلال.

على الحاصل على حق الإعفاء أن يحترم المتطلبات اللازمة للعمل الجماعي الذي أنظم إليه والتي تعتبر كمقابل عما سيجنيه من مكتسبات. كما يجب على صاحب نظام الإعفاء في حالة تقصير الحاصل على حق الإعفاء أو نقضه لأحد بنود العقد دون تعمد له للخداع، أن يعطيه أجلا معقولا لإصلاحه".

هذه المادة هي استمرار منطقي لسابقتها إذ أن صاحب نظام الإعفاء يقدم معلومات وبالمقابل يتلقى ملاحظات واقتراحات الحاصلين على حق الإعفاء. هذا التبادل للأفكار ضروري لحيوية الشبكة خاصة وأن الحاصلين

على حق الإعفاء ستتوفر لديهم خبرة ميدانية قد لا تكون عند صاحب نظام الإعفاء.

القوة الإلزامية لهذا القانون

في غياب قانون مستقل في مجال ما، من المعلوم أنه يلجأ إلى العرف ومبادئ العدالة. ففي مجال الإعفاءات التجارية، هذا القانون يثمن هذا المفهوم إذ أن العرف يعتبر قاعدة إضافية بحيث يكون الأطراف مدعوون ضمناً للرجوع إليها.

يلتزم بتنفيذ هذا القانون ثلاث فئات رئيسية :

- 1- كل الأعضاء المنخرطين في الفيدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية، بحيث يوقع عليه كل عضو في متن عقد الانخراط ذاته.
- 2- كل المتعاقدين الذين يصرحون باتخاذ هذا القانون كمرجعية وأن كانوا لا ينتمون إلى الفيدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية.
- 3- الذين لا ينتمون إلى الفئتين السابقتين في حالة اعتماد قاضي الموضوع على هذا القانون باعتباره عرفاً في هذا المجال.

قانون أخلاقيات المهنة الأوروبي

في بداية الثمانينات كانت الإعفاءات التجارية في أوروبا تعتبر عملاً مخالفاً لقواعد المنافسة الحرة بحيث كانت تبدو مخالفة للمادة 85-1 من اتفاقية روما المنشئة للسوق الأوروبية المشتركة. بقي الأمر كذلك إلى أن صدر في 20/01/1986 قرار من محكمة لوكسمبورغ بخصوص قضية Pronuptia والذي اعترف من خلالها رسمياً بشرعية

الإعفاءات التجارية في أوروبا معتبرا أن هذه الصيغة في حد ذاتها لا تخل بقواعد المنافسة الحرة وبالتالي فإن عقود الإعفاءات التجارية لا تعتبر مخالفة للقانون الأوروبي.

بعد خمس طلبات فردية قدمت للاستثناء من طرف أصحاب أنظمة الإعفاء التاليين :

Computer land, Master service jourdan, Yves Rocher, Pronuptia

قام المشرع الأوروبي بإعداد نص قانون استثناء عام خاص بالإعفاءات التجارية كما قامت لجنة بروكسل بنشر هذا القانون الذي دخل حيز التنفيذ في 1989/01/01 وهو يسمح باستثناء شبكات الإعفاء من المنع الذي كانت تخضع له بموجب المادة 85-1 من إتفاقية روما والتي تعتبر المادة الأساسية التي تنظم المنافسة داخل المجموعة الأوروبية ويحدد هذا القانون الشروط التي يجب توفرها في أنظمة الإعفاء حتى تستفيد من هذا الاستثناء (1).

بعد ذلك قامت الفيدرالية الأوروبية للإعفاءات BFF بصياغة قانون أخلاقيات المهنة الأوروبية وأصبح ساري المفعول في 1991/01/01. إن هذا القانون لم يخرج في مجمله عن الإطار الذي وضعته الفيدرالية الفرنسية للإعفاءات التجارية، لذلك لا مجال لأن نورد كاملا تجنباً للإطالة وسنكتفي بإيراد بعض النقاط المهمة التي انفرد بها هذا القانون.

- يجب على الحاصل على حق الإعفاء أن لا ينقل المهارة المهنية المقدمة من طرف صاحب نظام الإعفاء إلى أطراف أخرى سواء كان ذلك خلال مدة العقد أو بعدها.

(1) "Le franchisage, avantages et contraintes", Problèmes Economiques du 06/01/1983, N° 1805, P. 23-24.

- عملية الإشهار الخاصة بانتقاء الحاصلين على حق الإعفاء يجب أن تكون خالية من كل غموض أو معلومات خاطئة.

- كل وثيقة اشهارية تظهر بشكل مباشر أو غير مباشر نتائج مالية تقديرية يجب أن تكون موضوعية وقابلة للتأكد من صحتها.

- يجب أن يكون عقد الإعفاء متكيفا مع القانون الوطني، القانون الأوروبي وقانون أخلاقيات المهنة الأوروبي.

- يجب أن يعكس العقد مصالح أعضاء شبكة الإعفاء وذلك بحماية حق الملكية الصناعية والفكرية لصاحب نظام الإعفاء وبالمحافظة على الهوية والسمعة المشتركة لشبكة الإعفاء.

- كل عقد أو اتفاقية تعاقدية تنظم العلاقات بين صاحب نظام الإعفاء والحاصل على حق الإعفاء تحرر أو تترجم من طرف مترجم محلف إلى اللغة الرسمية للبلد الذي ينشط فيه الحاصل على حق الإعفاء وتسلم له فوراً نسخة موقعة من العقد الأصلي.

- يجب أن يتضمن العقد بعض الشروط التي تسمح لصاحب نظام الإعفاء باسترجاع الوسائل المادية والمعنوية التي يمتلكها في حالة توقف العقد قبل المدة المتفق عليها.

- إن هذا القانون لا يطبق في العلاقات بين صاحب النظام والحاصل على حق الإعفاء الرئيسي Master Franchise وبالمقابل يطبق في العلاقات بين الحاصل على حق الإعفاء الرئيسي مع بقية الحاصلين على حق الإعفاء.

قانون دوبان الفرنسي La loi Doubin أو قانون 31 ديسمبر 1989 (1)

لقد صدر هذا القانون لمواجهة المشاكل المحتملة بين المتعاملين وحماية الحاصل على حق الإعفاء وهو قانون خاص بالتجارة المشتركة ككل بما فيها الإعفاءات التجارية، الإمتيازات، التعاونيات... إلخ.

يلزم هذا القانون صاحب نظام الإعفاء على تقديم معلومات مختلفة يحدده مرسوم خاص) للراغب في الحصول على حق الإعفاء حتى تكون له نظرة شاملة بكل ما يتعلق بعمله المستقبلي وبالتالي يكون اختياره سليما.

فالمادة الأولى منه تنص "كل شخص يضع تحت تصرف شخص آخر اسما تجاريا، علامة أو إشعارا ويفرض عليه الالتزام بمبدأ الخصوصية أو شبه الخصوصية لممارسة نشاطه، فعليه أن يقدم للطرف الثاني وثيقة تحتوي على معلومات صريحة وذلك قبل إمضاء كل عقد حفاظا على المصلحة المشتركة للطرفين، وحتى يتمكن الطرف الثاني من الدخول في هذا العمل مع علمه بالظروف المحيطة به.

هذه الوثيقة والتي يكون محتواها محددا بمرسوم توضح بصفة خاصة أقدمية، وخبرة المؤسسة، حالة وتوقعات تطور السوق، أهمية الشبكة التي يعمل فيها، المدة، الشروط، التجديد، الفسخ وإنهاء العقد إضافة إلى المسائل الأخرى الخاصة.

(1) "La loi doubin", Franchise-doubin/htm.

وفي حالة دفع مبلغ مالي قبل إمضاء العقد المذكور أعلاه خاصة للحصول على حجز منطقة معينة، تكون الخدمات المقدمة كمقابل عن هذا المبلغ محددة كتابيا، إضافة إلى الإلتزامات المتبادلة للطرفين في حالة نقض العقد.

إن الوثيقة الأولى المذكورة في الفقرة الأولى وخطة العقد يجب أن تبلغ على الأقل قبل 20 يوما من إمضاء العقد أو قبل دفع المبلغ المذكور في الفقرة السابقة".

في 4 أفريل سنة 1991 صدر مرسوم تطبيقي لهذا القانون والذي يحدد طبيعة المعلومات الواجب تقديمها من طرف صاحب نظام الإعفاء لفائدة الحاصل على حق الإعفاء.

إن المادة 1/1 من قانون 31 ديسمبر 1989 تنص على أنه يجب أن يتضمن عقد الإعفاء على ما يلي :

1- عنوان مقر المؤسسة وطبيعة نشاطها مع تحديد الصيغة القانونية وهوية رئيسها : هل هو شخص طبيعي، مجموعة مسيرين أو شخص اعتباري، وفي الحالة الأخيرة يضاف إليها قيمة الرأسمال.

2- رقم التسجيل في السجل التجاري وسجل الشركات أو رقم التسجيل في لائحة الحرف. وفي حالة ما إذا كانت العلامة موضوع العقد تحصل عليها صاحب نظام الإعفاء عن طريق التنازل أو برخصة فيضاف إلى ما سبق تاريخ ورقم التسجيل في السجل الوطني للعلامات، وفي حالة عقد الترخيص يجب الإشارة إلى مدة هذا الترخيص.

3- التوطنات البنكية للمؤسسة، هذه المعلومة يمكن أن تحدد بخمس توطنات رئيسية.

4- تاريخ تأسيس المؤسسة مع التذكير بأهم مراحل تطورها بما في ذلك تلك المتعلقة بشبكة الإعفاء (إذا كانت موجودة). إضافة إلى كل المؤشرات التي تمكن من معرفة الخبرة المهنية لصاحب المؤسسة أو المسيرين.

إن المعلومات المشار إليها في الفقرة الأخيرة يمكن أن تقتصر على الخمس سنوات الأخيرة التي تسبق منح هذه الوثيقة كما يجب أن تكمل ببيان الحالة العامة والمحلية لسوق السلع والخدمات التي تكون موضوع العقد وتوقعات تطور هذه السوق. كما يلحق بهذا الجزء من الوثيقة الحسابات السنوية للسنتين الماضيتين.

5- بيان لشبكة المتعاليين والذي يجب أن تحتوي على :

أ- قائمة المؤسسات التي تنتمي إلى الشبكة مع بيان طريقة الاستغلال الخاصة بكل واحدة.

ب- عنوان المؤسسات الموجودة في فرنسا والتي يربطها بالشخص المرشح للتعاقد علاقات من نفس طبيعة العقد المزمع عقده بين الطرفين.

ج- عدد المؤسسات في الشبكة التي يجمعها عقد من نفس طبيعة العقد المزمع إجراءه بين الطرفين والتي انسحبت من الشبكة خلال السنة التي سبقت تقديم الوثيقة مع توضيح هل العقد أتي على نهايته أم فسخ أم ألغي.

د- هل يوجد في منطقة النشاط التي سيتم فيه العمل بموجب العقد مؤسسات تعرض السلع والخدمات التي تكون موضوع العقد بموافقة الشخص المقترح للتعاقد.

6- بيان مدة العقد المقترح، شروط تجديده، فسخه أو إنهائه، إضافة إلى المسائل الخاصة. وزيادة على كل هذا فيجب على الوثيقة أن توضح طبيعة وقيمة النفقات والاستثمارات الخاصة بالعلامة التي يتحملها المستفيد من الحق قبل مباشرته لعمله".

بالإضافة إلى ذلك فلقد صدر في 1991/02/21 بفرنسا قرار عرف بـ Arrêté de Neiretz وهو متعلق بأعلام المستهلك في مجال الإعفاءات التجارية، وهو يلزم الحاصل على حق الإعفاء أن يعلم المستهلك بأن مؤسسته مستقلة عن مؤسسة صاحب العلامة وذلك من خلال جميع الوثائق التي يستعملها خاصة تلك التي لها طابع إشهاري سواء كان ذلك خارج أو داخل مكان البيع.

نتائج عامة

يمكن القول أن صيغة الإعفاءات التجارية لم تصل بعد إلى تمام تطورها حتى في الدول المتقدمة فضلا عن الدول النامية، لذلك من المتوقع أن تعرف توسعا معتبرا في السنوات القادمة خاصة وأنها قد أثبتت نجاعة وفعالية كبيرتين باعتبارها طريقة غير مكلفة وسهلة الإدراك وتساهل إلى حد بعيد التطور التجاري الدولي.

كما أن الإعفاءات التجارية يمكن أن تكون محل اهتمام الشباب بصفة خاصة لأن عامل الخبرة في هذا القطاع غير ضروري حيث أن صاحب نظام الإعفاء هو الذي يتكلف بالتكوين طيلة مدة العقد، وكذلك التجار الذين يعانون من المنافسة الشديدة ويرغبون في تحسين أدائهم عن طريق التقليل من المخاطر.

من جهة أخرى، توفر هذه الصيغة بعض المزايا للمستهلك لأنه يحصل على منتج أو خدمة مع ضمان نوعية جيدة وأسعار تنافسية بعلامات مشهورة يعرضها الحاصل على الإعفاء.

ومن المتوقع أن يتوسع استعمال صيغة الإعفاءات التجارية إلى قطاعات جديدة كالتسلية والإعلام الآلي وغير ذلك، وعلى المدى المتوسط قطاع الخدمات بما فيها الوكالات العقارية، مكاتب التوظيف، الخدمات السريعة للطباعة، خدمات الجباية، الصحة، الخدمات التقنية ... إلخ.

كما يجب التنبيه إلى أن تطبيق هذه التقنية في الجزائر يفترض تهيئة مناخ خاص بها، ولا يتأتى ذلك إلا بتوفر شروط منها :

- تهيئة محيط الاستثمار والتجارة وتطهيره بما يتلاءم مع المعطيات الاقتصادية والاجتماعية الجديدة.

- وضع إطار قانوني خاص بالإعفاءات التجارية

- السعي من أجل نشر وإشهار ثقافة الإعفاء التجاري في أوساط المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين.

- وضع برنامج لتدريب وتعليم رجال الأعمال لهذه التقنية، وقد يتكفل بهذه المهمة الغرف التجارية والاتحادات المهنية بمساعدة خبراء من الخارج.