

الالتزامات الناشئة عن الترخيص باستغلال العلامة التجارية على ضوء القانون الجزائري

Obligations Arising from Trademark Exploitation Licensing in Light of Algerian Law

تاريخ القبول: 2026/06/16

تاريخ الإرسال: 2026/05/30



<i>Feradi Abdelmalek</i>	فرادي عبد المالك	<i>Bakhouche Razik</i>	بخوش رزيق *
مخبر الحوكمة والقانون الاقتصادي جامعة باتنة 1	مخبر الحوكمة والقانون الاقتصادي جامعة باتنة 1	مخبر الحوكمة والقانون الاقتصادي جامعة باتنة 1	مخبر الحوكمة والقانون الاقتصادي جامعة باتنة 1
جامعة باتنة 1	جامعة باتنة 1	جامعة باتنة 1	جامعة باتنة 1
<i>abdelmalek.feradi@univ-batna.dz</i>	<i>razik.bakhouche@univ-batna.dz</i>		

ملخص:

تقتضيها طبيعة العقد أو كانت من اشتراطات أحد الطرفين على الآخر، وسواء نشأت عند تنفيذ العقد أو بعد انقضائه، وبعد تفصيل تلك الالتزامات توصلنا إلى أن بعضها يخضع للقواعد العامة لسائر العقود، والبعض الآخر يخضع لقواعد خاصة تفرضها الطبيعة الخاصة لعقد الترخيص، وأن القانون الجزائري لم يفصل في تلك الالتزامات الخاصة، ولم يوضح مجال تطبيق القواعد العامة والقواعد الخاصة.

الكلمات المفتاحية:

عقد الترخيص؛ استغلال العلامة التجارية؛ التزامات المرخص؛ التزامات المرخص له.

تتناول هذه الدراسة بيان أحد الجوانب المهمة لعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، والمتمثل فيما يترتب هذا العقد من التزامات؛ سواء بالنسبة لمالك العلامة (المرخص)، أو المرخص له باستغلالها، وذلك من خلال ما جاء في القانون الجزائري، وخاصة الأمر رقم 03-06، حيث تم التطرق لبيان الالتزامات التي ينشأها هذا العقد على عاتق المرخص، ثم ما يقابل ذلك من التزامات تقع على عاتق المرخص له؛ سواء كانت هذه الالتزامات مما

Abstract:

This study examines a pivotal aspect of the trademark exploitation license contract, specifically focusing on the reciprocal obligations it generates

for both the trademark owner (the Licensor) and the party authorized to exploit it (the Licensee). This analysis is conducted through the lens of Algerian law, with particular

emphasis on Legislative Ordinance No. 03-06. The paper addresses the obligations imposed by this contract upon the Licensor, followed by the corresponding duties incumbent upon the Licensee. These obligations are explored whether they are inherent to the nature of the contract or arise from mutual stipulations between the contracting parties, and whether they manifest during the execution of the contract or subsequent to its expiration. Upon a detailed examination of these obligations, the study concludes that

while some are governed by the general rules of standard contract law, others are subject to specialized rules necessitated by the distinct nature of licensing agreements. Furthermore, the study reveals that Algerian legislation has neither elaborated on these specialized obligations nor clarified the distinct scopes of application between general provisions and special rules.

Keywords:

Licensing Contract, Trademark Exploitation, Licensor Obligations, Licensee Obligations .

مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية، كما تعد إحدى العناصر المعنوية للمشروع التجاري، وبذلك فهي من الأموال المنقولة المعنوية التي يجوز للمالكها استعمالها والتصرف فيها، كما يجوز له التنازل عنها أو رهنها أو الترخيص للغير باستغلالها، وبعد عقد الترخيص بالاستغلال من أهم العقود الواردة على العلامة التجارية، خاصة في ظل ما يشهده عالم التجارة والأعمال من تطورات سواء على المستوى العالمي أو الوطني، وما يستلزمه ذلك من تحديات، خاصة فيما يتعلق بتحقيق التنمية الاقتصادية، وتنشيط الاستثمار، ونقل التكنولوجيا، ودخول الأسواق العالمية... فالنجاح في كسب هذه التحديات يوجب غالبا التعاون مع الشركات العالمية الكبرى صاحبة العلامات الصناعية والتجارية المشهورة، وفق عدة أطر قانونية أهمها عقود الترخيص باستغلال تلك العلامات التجارية.

وعقد الترخيص باستغلال العلامة هو: "عقد يرمه مالك العلامة التجارية ويرخص فيه لشخص طبيعي أو معنوي أو أكثر باستغلال علامته على كل أو بعض المنتجات التي تميزها العلامة المرخص باستعمالها، وذلك خلال مدة معينة وداخل نطاق جغرافي معين، ولقاء أجر متفق عليه"⁽¹⁾.

وقد نظم المشرع الجزائري هذا العقد في الأمر رقم: 03-06 المتعلق بالعلامات⁽²⁾، وذلك بنصه في المادة 9 على أن "الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته التجارية دون ترخيص مسبق منه..." كما تضمنت المواد من 16 إلى 18 بعض أحكام هذا العقد.

والترخيص باستغلال العلامة التجارية باعتباره من عقود المعاوضة الملزمة للجانبين، فهو يترتب مجموعة من الحقوق والالتزامات المتقابلة، أي التزامات تقع على عاتق كل طرف لمصلحة الطرف الآخر، فما يقع على أحد الطرفين من التزامات هي حقوق للطرف الآخر، بحيث يكون كل واحد من الطرفين دائنا ومدينا في الوقت نفسه. وهذه الالتزامات منها ما تفرضه النصوص القانونية، ومنها ما تقتضيه طبيعة العقد، ومنها ما يقرره الطرفان المتعاقدان (الشروط الاتفاقية).

ونظرا لأهمية هذه الالتزامات وطبيعتها الخاصة التي ترجع إلى الطبيعة المعنوية لمحل الترخيص، والمتمثل في العلامة التجارية، وكذا ارتباط هذه الالتزامات بحماية العلامة التجارية من جهة، وبضمان احترام مبدأ المنافسة المشروعة من جهة ثانية، فقد ارتأينا أن نتناول في هذه الدراسة بيان ما يترتب هذا العقد من التزامات؛ سواء بالنسبة للمالك العلامة (المرخص)، أو المرخص له باستغلالها، محاولين في ذلك كله الإجابة على الإشكالية الآتية:

هل وفق المشرع الجزائري في تنظيم الالتزامات المترتبة على عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وضبط التزامات كل طرف من أطراف هذا العقد بشكل دقيق ومتوازن؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الآتية:

- 1- ما هي الالتزامات التي ينشئها عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية على عاتق كل طرف من أطراف العقد؟
 - 2- ما مدى التوازن بين التزامات كل من المرخص والمرخص له في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية؟
- وللإجابة على هذه الإشكالية سيتم تقسيم هذه الدراسة إلى محورين، يخصص المحور الأول لبيان الالتزامات الواقعة على المرخص، أما المحور الثاني فيتناول الالتزامات الواقعة على المرخص له.

المحور الأول: الالتزامات الواقعة على عاتق المرخص

المرخص هو صاحب العلامة التجارية، الذي يسمح لغيره باستغلال علامته في إطار عقد الترخيص، وذلك بهدف نشر علامته على أوسع نطاق ممكن محليا ودوليا، بالإضافة إلى تحقيق الربح المادي من عائدات الترخيص. وباعتبار المرخص هو مالك العلامة التجارية فعادة ما يكون هو الطرف الأقوى في هذه العلاقة التعاقدية، بحيث يعمل على فرض شروطه على الطرف الآخر (المرخص له)، الذي يذعن لتلك الشروط في الغالب، ومع ذلك فإن طبيعة عقد الترخيص وكونه عقد معاوضة ملزم لجانبين، فهو يترتب أيضا التزامات على المرخص، والمتمثلة فيما يأتي:

أولا- الالتزام بالإعلام في فترة المفاوضات السابقة لإبرام العقد

يجب على المرخص أثناء فترة المفاوضات التي تسبق إبرام العقد أن يلتزم بإعلام المرخص له بكافة المعلومات الأساسية المتعلقة بالعلامة التجارية محل الترخيص، والتي ترتبط أساسا بموضوع الترخيص، ويكون لها أثر في تحقق رضا المرخص له وقبوله إبرامه العقد أو امتناعه من ذلك. وعليه يجب على المرخص أن يدلي بكامل المعلومات المفيدة في موضوع التعاقد، كمقدار شهرة العلامة في السوق، وسمعتها لدى الزبائن، وأقدمية الشركة أو المؤسسة وخبرتها في الإنتاج، وتوقعات السوق، سواء من حيث زيادة أو تراجع الطلب على السلع التي تحمل تلك العلامة، وكذا ارتفاع أو انخفاض أسعارها، ونحو ذلك⁽³⁾.

والأساس القانوني للإلزام بالإعلام في عقد الترخيص باستغلال العلامة هو أن هذا الأخير يُعدّ من العقود الرضائية⁽⁴⁾ التي تستلزم وجود إرادتين متطابقتين، مع صحة التراضي وخلو كل إرادة من عيوب الرضا، كالإكراه والتدليس ونحو ذلك، ومنه فقد يشكل عدم الإعلام تدليسا معيبا للرضا، فقد جاء في المادة 86/ فقرة 2 من

القانون المدني⁽⁵⁾ قولها: "يعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة".

فهذه المادة تفيد وجوب الإعلام والمصارحة بكل واقعة أو ملابسة مهمة في التعاقد ومؤثرة في رضا المتعاقد الآخر، وهذا الواجب قائم بذاته بمقتضى هذه المادة، وإن لم يرد به نص قانوني آخر، إذ يستند إلى مبدأ حسن النية في إبرام العقود⁽⁶⁾. فيجب على المرخص أن يُعلم ويصريح المرخص له وفقاً لهذه المادة، بكل المعلومات المتعلقة بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص، والتي يتوقف عليها رضا المرخص له وقبوله لإبرام العقد، وإلا اعتبر السكوت العمدي للمرخص وكتمان تلك المعلومات تدليساً يحجز للمرخص له طلب إبطال العقد.

ورغم أن القانون المدني الجزائري لم ينص على واجب الإعلام في إبرام العقود، ربما اكتفاء بنصه على الكتمان التدليسي في المادة 86/2، لكنه نص على هذا الواجب في قانون حماية المستهلك وقمع الغش⁽⁷⁾، المادتان: 17، 18. وقد كان من الأولى على المشرع أن ينص على هذا الالتزام أيضاً في عقود الملكية الصناعية عموماً، ومنها عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، نظراً لكون محل العقد في هذا النوع من العقود يتميز غالباً بالتطور العلمي والتكنولوجي، مما يصعب معه على المرخص له معرفة وإدراك جميع البيانات المهمة المتعلقة بمحل العقد، إلا بإعلام من الطرف الآخر. وهنا ينبغي على المشرع أن يتدخل بالنص على إلزامية هذا الإعلام لحماية للطرف الضعيف (المرخص له)، وتحقيقاً للتوازن بين المتعاقدين⁽⁸⁾.

ثانياً- الالتزام بنقل الحق في استغلال العلامة التجارية

من المقرر أن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية لا ينصب على نقل ملكية العلامة، وإنما ينصب على نقل الحق في استغلالها، فبمجرد إبرام عقد الترخيص وفقاً للشروط والأشكال القانونية يتوجب على المرخص أن يلتزم بنقل الحق في استغلال العلامة التجارية إلى المرخص له، وتمكينه من الانتفاع بتلك العلامة وفقاً لما تم الاتفاق عليه⁽⁹⁾.

وهذا الالتزام ليس مجرد عمل سلبي، يتمتع فيه المرخص عن أي عمل من شأنه منع المرخص له في استعمال العلامة؛ بل إن هذا الالتزام يقتضي القيام ببعض الأعمال الإيجابية، ومنها ما يأتي:

1- الالتزام بتزويد المرخص له بكل الوثائق المطلوبة من قبل المرخص له أو من قبل الجهات الرسمية، لأجل تسجيل عقد الترخيص في سجل العلامات، والمتعلقة أساساً بإثبات تسجيل العلامة وملكيته لصاحبها⁽¹⁰⁾، فالمرخص لا يمكنه التصرف في العلامة التجارية بالترخيص وغيره؛ إلا إذا كان مالكا لهذه العلامة، بحيث تكون ملكيته لها صحيحة وثابتة، وذلك بأن تكون علامته مسجلة في السجل المخصص لتسجيل العلامات، فقد جاء في المادة 5 من الأمر 03-06 قولها: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة⁽¹¹⁾". كما تنص المادة 9 من الأمر نفسه على أنه: "يحول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها... إن الحق في ملكية العلامة يحول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجارياً دون ترخيص مسبق منه..."

ومن خلال المادة السابقة يتبين بأن تسجيل العلامة التجارية يفترض أن يكون سابقاً على عقد الترخيص باستعمالها؛ لأن هذا التسجيل هو الإجراء الذي يسمح بإضفاء الحماية القانونية الكاملة على العلامة التجارية،

تلك الحماية التي يستفيد منها صاحب العلامة بالدرجة الأولى، كما يستفيد منها أيضا المرخص له باستغلال تلك العلامة في حالة إبرام عقد الترخيص⁽¹²⁾.

وعليه فمن حق المرخص له أن يتأكد من أن العلامة التجارية محل الترخيص مسجلة وثابتة الملكية لصاحبها، وأن مدة التسجيل ما زالت سارية، وبالتالي يقع على عاتق المرخص الالتزام بتسليم نسخ عن الوثائق التي تثبت ذلك، كشهادة التسجيل وشهادة التعريف التي تضم كل البيانات المقيمة في سجل العلامات⁽¹³⁾. كما أن هذه الوثائق والبيانات مطلوبة عند تسجيل عقد الترخيص⁽¹⁴⁾، حيث نص المرسوم التنفيذي رقم: 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، على تقييد عقد الترخيص أو تجديده أو تعديله في سجل العلامات، بطلب من أحد طرفي العقد، مع تقديم الوثائق المثبتة للترخيص وملكية العلامة، وأن الترخيص لا يكون نافذا في مواجهة الغير إلا بعد تسجيله⁽¹⁵⁾.

2- التزام المرخص بتجديد تسجيل العلامة التجارية محل الترخيص، إذا كانت مدة تسجيلها ستنتهي قبل انتهاء مدة الترخيص، وذلك من أجل تمكين المرخص له من استيفاء حقه في استغلال العلامة التجارية لكامل المدة المتفق عليها⁽¹⁶⁾.

ويجدر التنبيه هنا إلى أن الأمر رقم 03-06 قد حدد في المادة 5 منه أن مدة تسجيل العلامة هي عشر سنوات، تسري بأثر رجعي بداية من تاريخ تقديم طلب التسجيل، وأنه يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات لكل فترة، كما نصت المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 على أن طلب تجديد التسجيل يجب أن يقدم في مهلة الستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل، أو الستة أشهر على الأكثر التي تلي انقضاء التسجيل.

3- التزام المرخص بإخطار المرخص له دون مبالغة بأي تعديلات أو تغييرات يجرها على شكل العلامة التجارية محل عقد الترخيص، ما دامت هذه التغييرات تهدف إلى تطوير العلامة ولا تمس بقدرتها التمييزية للسلع التي توضع عليها، والغاية من هذا الإخطار هو تمكين المرخص له من مواءمة العلامة التي يستغلها وتحديثها وفق التعديلات التي أجريت عليها⁽¹⁷⁾.

4- التزام المرخص بدفع كل الرسوم والضرائب المستحقة على العلامة التجارية محل الترخيص، من أجل الحفاظ على العلامة، وحمايتها من الإلغاء أو الإبطال، وبالتالي حماية حقوق المرخص له في استغلال تلك العلامة⁽¹⁸⁾.

ثالثا- الالتزام بضمان استغلال العلامة التجارية:

نظرا لعدم وجود قواعد قانونية خاصة بتنظيم الالتزام بالضمان، فإنه يخضع للقواعد العامة للضمان، والمنصوص عليها في القانون المدني في عقد البيع (المواد: 371-386)، وكذا في عقد الإيجار (المواد: 483-490)، فأغلب الفقهاء متفقون على أن أحكام الضمان الواردة في عقد البيع والإيجار تمثل قواعد عامة يمكن تطبيقها على سائر عقود المعاوضة، بالقدر الذي يتفق وطبيعة كل عقد⁽¹⁹⁾، والترخيص باستغلال العلامة التجارية يُعدّ من عقود المعاوضة، وهو وإن كان ذا طبيعة خاصة فهو أشبه بعقد الإيجار، ولذلك فهو يخضع لتلك القواعد العامة المتعلقة بالضمان⁽²⁰⁾.

وعملا بالقواعد العامة للضمان فإنه يقع على عاتق المرخص التزام بضمان استغلال المرخص له للعلامة التجارية بشكل هادئ ونافع خلال كامل مدة العقد، ويتحقق ذلك بضمانه لأي تعرض أو استحقاق، وضمانه للعيوب الخفية.

1- ضمان التعرض والاستحقاق: يقصد بضمان التعرض والاستحقاق أن يلتزم المرخص بضمان أي فعل أو تصرف من شأنه أن يحرم المرخص له من كل أو بعض حقوقه في استغلال العلامة التجارية، سواء صدرت تلك الأفعال والتصرفات من المرخص نفسه أو من الغير⁽²¹⁾.

فالمرخص ملزم بضمان تعرضه الشخصي، وكذا التعرض الصادر من الغير، بالإضافة لضمان استحقاق الغير. **أ- ضمان التعرض الصادر من المرخص نفسه:** وهذا يقتضي امتناع المرخص من القيام بأي عمل مادي أو قانوني يؤثر سلبا على استغلال المرخص له للعلامة التجارية.

فمثال **العمل المادي** قيام المرخص بإجراء تعديلات على العلامة تضر بمصلحة المرخص له، أو يقوم بمنافسته منافسة غير مشروعة، كأن يستعمل ذات العلامة التجارية على السلع التي ينتجها رغم أن الترخيص استثنائي، أو يقوم بتسويق نفس السلع التي تحمل تلك العلامة في الإقليم المخصص للمرخص له... ونحو ذلك من الأعمال المضرّة بمصلحة المرخص له، والتي لا يستند المرخص في قيامه بها لأي حق قانوني يدعيه على تلك العلامة⁽²²⁾.

ومثال **التصرفات القانونية** المضرّة بمصلحة المرخص له، قيام المرخص بمنح الترخيص لشخص آخر لاستغلال العلامة نفسها بالرغم من كون الترخيص الأول وحيد أو استثنائي، أما إذا كان الترخيص الأول غير استثنائي، فيحق للمرخص أن يرم عقود ترخيص جديدة لفائدة أشخاص آخرين⁽²³⁾.

ومثال **التصرفات القانونية** المضرّة أيضا أن يتقدم المرخص بطلب العدول عن تسجيل العلامة التجارية محل الترخيص لدى الجهة المختصة، وذلك قبل انتهاء مدة الترخيص⁽²⁴⁾، ولحماية المرخص من هذا التصرف الذي سيترتب عنه حرمانه من استغلال تلك العلامة، فقد قررت المادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم: 05-277 أنه: "إذا سجلت المصلحة المختصة عقد الترخيص، لا يجوز لها قبول العدول عن تسجيل العلامة إلا بتقديم تصريح من المستفيد من الرخصة المسجلة على هذا العدول".

وينبغي التنبيه هنا إلى أن قيام المرخص بالتصرف في علامته التجارية محل الترخيص تصرفا ناقلا للملكية، كبيعها أو هبتها لشخص آخر غير المرخص له، وذلك قبل انقضاء مدة الترخيص؛ فإن ذلك لا يعتبر تعرضا من قبل المرخص؛ لأن عقد الترخيص إنما يرد على حق استعمال العلامة التجارية، ولا يمس بحق الملكية، حيث تبقى ملكية العلامة للمرخص قائمة، وله أن يتصرف فيها بكل التصرفات الجائزة قانونا⁽²⁵⁾.

وعليه فإن تلك التصرفات لا تؤثر في حق المرخص له، إذ يبقى حقه في استغلال تلك العلامة قائما وناظرا في مواجهة المالك الجديد⁽²⁶⁾. كما يقع على هذا الأخير الالتزام باحترام شروط عقد الترخيص باعتباره خلفا خاصا للمرخص⁽²⁷⁾. وإذا لم يحترم المالك الجديد عقد الترخيص فيعتبر هو المتعرض وليس المرخص.

ب- ضمان التعرض الصادر من الغير: التعرض الصادر من الغير إما أن يكون قانونيا أو ماديا.

فالتعرض القانوني هو المبني على سبب قانوني، كأن يقوم الغير بوضع نفس العلامة محل الترخيص على السلع والخدمات التي ينتجها بحجة أنه مالك هذه العلامة أو صاحب الحق في استعمالها، أو يقوم برفع دعوى

تقليد العلامة ضد المرخص له، ففي هذه الحالات يقع على المرخص ضمان التعرض القانوني الصادر من الغير، بحيث يجب عليه دفع هذا التعرض بكافة الطرق القانونية، كرفع دعوى التقليد ضد هذا الغير، ورد ادعاءاته بملكية تلك العلامة ونحو ذلك، فإذا تمكن من دفع تعرض ذلك الغير فقد انتهت مسؤوليته، وإن لم يتمكن من ذلك كان هو المسؤول عن الضمان في مواجهة المرخص له، كرد المقابل الذي دفعه هذا الأخير والمصاريف التي أنفقها، وتعويضه عن الأضرار التي لحقت به بسبب ذلك التعرض⁽²⁸⁾.

ونبه هنا إلى أن قانون العلامات الجزائري قد اعتبر في المادة 28 منه أن صاحب الحق الأصيل في رفع دعوى التقليد هو مالك العلامة (المرخص)؛ لكنه استثنى حالة يجوز فيها للمرخص له مباشرة هذه الدعوى بصفته مدعيا، وهي الحالة التي يكون فيها الترخيص استثنائيا، حيث يجوز للمرخص له رفع دعوى التقليد بنفسه؛ لكن بشرط أن يتمتع المرخص (مالك العلامة) من مباشرة تلك الدعوى بعد توجيه إذار إليه من قبل المرخص له⁽²⁹⁾. وهذا ما جاء في المادة 31 التي تقول: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استثناء في استغلال علامة أن يرفع، بعد الإذار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".

ويلاحظ على هذه المادة أنها ضيق على حق المرخص له في رفع دعوى التقليد، وكان الأولى إعطاء هذا الأخير صفة المدعي لرفع هذه الدعوى مهما كان نوع الترخيص، والاكتفاء بشرط الاعذار.

أما **التعرض المادي** الصادر من الغير فهو الذي لا يستند إلى سبب قانوني، كقيام الغير بمنافسة المرخص له منافسة غير مشروعة، كتسويق السلع والخدمات التي تحمل نفس العلامة في الإقليم المخصص للمرخص له، أو قيامه بمنع هذا الأخير من تسويق بضائعه في إقليم معين رغم عدم أحقيته في هذا المنع، ففي هذه الحالات لا يتحمل المرخص مسؤولية ضمان هذا التعرض المادي الصادر من الغير، إلا إذا وُجد اتفاق يقضي بخلاف ذلك، وعليه فلا يكون أما المرخص له سوى العمل على ضمان حقه في مواجهة ذلك الغير، عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضده، والمطالبة بوقف ذلك التعرض بالإضافة إلى تعويضه عن الأضرار التي لحقت به جراء ذلك⁽³⁰⁾.

ج- ضمان الاستحقاق: فالمرخص ملزم بضمان خلو العلامة التجارية محل الترخيص من أي حق للغير يترتب على استحقاقه حرمان المرخص له من كل أو بعض حقوقه في استغلال تلك العلامة. ولذلك يتوجب على المرخص إعلام المرخص له بأي حقوق أو قيود رتبها على هذه العلامة لفائدة الغير، كأن تكون مرهونة أو مبيعة... وعليه أن يضمن له أن تلك العلامة مملوكة له، وليست محل أي نزاع في ملكيتها، ولا تتعلق بها أية دعاوى قضائية من شأنها أن تؤدي إلى استحقاق ملكيتها للغير، أو ينتج عنها عدم صلاحيتها للاستغلال من قبل المرخص له⁽³¹⁾.

وعليه يلتزم المرخص بدفع كل المطالبات باستحقاق العلامة من قبل الغير، فإن تمكن من دفعها انتفت مسؤوليته، وإن عجز عن ذلك بحيث استحققت العلامة لذلك الغير وصارت ملكا له، فإن للمرخص له أن يعود على المرخص بطلب فسخ العقد واسترجاع المبالغ المدفوعة، بالإضافة إلى حقه في طلب التعويض عن الأضرار التي لحقت به بسبب ذلك، وتم هذه المطالبات عن طريق رفع دعوى المسؤولية العقدية⁽³²⁾.

2- ضمان العيوب الخفية: بمقتضى عقد الترخيص يقع على عاتق المرخص الالتزام بضمان العيوب الخفية التي قد توجد في العلامة التجارية، فهذه الأخيرة تمثل محل عقد الترخيص، وعلى المرخص أن يسلمها للمرخص له خالية من أية عيوب تؤثر سلبا في صلاحيتها للاستعمال المخصص لها، سواء يجعلها غير نافعة أصلا أو أقل نفعاً مما لو كانت سليمة من تلك العيوب. فالمرخص له لو علم بتلك العيوب أو اطلع عليها لما أقدم على إبرام العقد أصلا، أو على الأقل كان سيلتزم بدفع مقابل مالي أقل مما التزم به⁽³³⁾.

ومن أمثلة العيوب الخفية في العلامة التجارية أن تفتقد لأحد الشروط الموضوعية لتسجيلها، ورغم ذلك يتم تسجيلها من قبل الجهات المختصة دون أن تنتبه لذلك، ثم يتقدم شخص آخر للمطالبة بإبطالها على أساس فقدانها لتلك الشروط، فيتم قبول طلبه وإبطال العلامة فعلا، وبذلك يُجرم المرخص له من استعمال تلك العلامة التي أبطلت بسبب ذلك العيب الخفي⁽³⁴⁾.

ومثال العيوب الخفية أيضا أن تكون العلامة محل عقد أو عدة عقود ترخيص سابقة، ومع ذلك يتم الترخيص باستغلالها للمرخص له الجديد دون علم هذا الأخير⁽³⁵⁾. ومن العيوب كذلك عدم قيام المرخص بتسجيل العلامة، أو عدم دفعه للرسوم والضرائب المستحقة عليها، مما يجعل تلك العلامة غير مشمولة بالحماية، ومعرضة للاعتداء وإمكانية الإبطال والإلغاء⁽³⁶⁾.

فإذا تبين بأن العلامة محل الترخيص فيها عيب من العيوب الخفية، جاز للمرخص له أن يرجع على المرخص بالضمان، بشرط أن يكون ذلك العيب مؤثرا في الانتفاع بالعلامة، بأن يحول دون الانتفاع بها أو ينقص من ذلك الانتفاع، وأن يكون خفيا لا يعلمه المرخص له، ولا يشترط كون العيب قديما سابقا على العقد؛ لأن عقد الترخيص من العقود المستمرة وهذه الأخيرة تقتضي ضمان العيوب الخفية وإن طرأت بعد العقد⁽³⁷⁾.

رابعا- الالتزام بتقديم المساعدة الفنية: يُقصد بتقديم المساعدة الفنية قيام المرخص بإتاحة مهاراته الفنية وخبراته التقنية، ومؤهلاته العلمية للمرخص له، من أجل مساعدته على استغلال العلامة التجارية على أكمل وجه، وتمكينه من بلوغ أعلى درجات الجودة في إنتاجه للسلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة، قصد تحقيق الأهداف الاقتصادية لعقد الترخيص من جهة، والمحافظة على سمعة العلامة التجارية من جهة ثانية⁽³⁸⁾.

وتتحقق هذه المساعدة عادة بقيام المرخص -عن طريق خبرائه- بتدريب وتكوين وتأهيل العاملين لدى المرخص له، وتوفير التجهيزات والبرمجيات والتكنولوجيات اللازمة لاستغلال العلامة، وتقديم كافة المعلومات والتوضيحات المتعلقة بطريقة الإنتاج، وظروف العمل والتصنيع، وكيفية اختيار المواد الأولية، بالإضافة إلى تحديد نماذج السلع وطرق التغليف، وأساليب الدعاية والإعلان ونحو ذلك من المساعدات⁽³⁹⁾.

وعادة ما يتم النص في عقد الترخيص على التزام المرخص بتقديم المساعدة الفنية للمرخص له، كما يتم الاتفاق على شروط تقديمها، كتحديد نوع وطبيعة تلك المساعدة الفنية، وبيان نوع التدريب وموضوعه ومدته ولغته، وتحديد عدد الخبراء المدربين ومؤهلاتهم ومستحققاتهم، ومن يتحمل نفقات التكفل بإقامتهم ونقلهم وتأمينهم، وكذا بيان عدد المتدربين والشروط المطلوبة فيهم، ونحو ذلك من شروط تقديم المساعدة الفنية⁽⁴⁰⁾.

وفي هذه الحالة لا يثور الإشكال حول إلزام المرخص بتقديم تلك المساعدات المتفق عليها؛ ولكن الإشكال يثور حين لا ينص عقد الترخيص على ذلك، فهل يمكن في هذه الحالة إلزام المرخص بتقديم المساعدة الفنية؟ لم يتضمن قانون العلامات أي نص يتعلق بهذه المسألة، أما فقهاء القانون فقد اختلف حولها على رأيين:

1- الرأي الأول: يرى أصحابه أنه لا يمكن إلزام المرخص بتقديم المساعدة الفنية للمرخص له، ما دام القانون لم ينص على هذا الالتزام، والعقد جاء خالياً من اشتراطه⁽⁴¹⁾، ولا يمكن فرض التزام على عاتق أحد أطراف العقد دون نص قانوني ولا شرط اتفاقي.

2- الرأي الثاني: يرى أنصاره بأن المرخص ملزم بتقديم المساعدة الفنية وإن لم يرد بها نص قانوني خاص، ولم يتم الاتفاق بشأنها في العقد؛ وعللوا ذلك بما يأتي⁽⁴²⁾:

أ- أن تقديم المساعدة الفنية تُعدّ من الالتزامات الضمنية التي تقتضيها طبيعة العقد وإن لم يُنص عليها صراحة؛ فحسن استخدام العلامة محل الترخيص، واستغلالها بشكل مفيد يستلزم تقديم تلك المساعدة حتى يتحقق الهدف من إبرام عقد الترخيص.

ب- أنه يمكن تأسيس هذا الالتزام على النصوص القانونية العامة، كنص المادة 107/2 من القانون المدني⁽⁴³⁾، التي جاء فيها: "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون، والعرف، والعدالة، بحسب طبيعة العقد". فمن خلال هذه المادة يمكن القول بأن إلزام المرخص بتقديم المساعدة الفنية هو التزام قانوني تفرضه طبيعة عقد الترخيص، ولا يمكن التحلل منه بمجرد عدم اشتراطه في العقد⁽⁴⁴⁾، كما أنه من مقتضيات العدالة والأعراف التجارية؛ إذ لا يُتصور تمكّن المرخص له من استغلال العلامة التجارية دون الحصول على تلك المساعدة، كما لا يتصور قيام المرخص بتسليم ونقل الحق في استغلال العلامة إذا لم يقدم تلك المساعدة.

ج- أن تقديم المرخص للمساعدة الفنية لا يرجع بالفائدة على المرخص له فقط؛ بل يرجع بالفائدة على المرخص أيضاً، من خلال إسهام تلك المساعدة في الحفاظ على سمعة العلامة التجارية، وضمان جودة السلع التي توضع عليها تلك العلامة، مما يؤدي لانتشارها و اكتسابها لمزيد من العملاء والأسواق.

خامساً- الالتزام بإيداع العلامة بالخارج: إذا كان أطراف عقد الترخيص ينتمون لبلدان مختلفة، كأن يكون مالك العلامة (المرخص) من دولة ما، وقد سجل علامته في تلك الدولة، وقام بمنح ترخيص لاستغلال علامته لشخص ينتمي لدولة أخرى، ففي هذه الحالة يجب على المرخص أن يودع علامته في بلد المرخص له، بغية تسجيلها والحصول على الحماية القانونية التي توفرها عملية التسجيل لتلك العلامة، من حيث ضمان حقوق المرخص والمرخص له، ومنع جميع صور التعرض والاعتداء عليها من قبل الغير. ويُستثنى من إلزامية إيداع العلامة بالخارج الحالة التي تكون فيها العلامة محل الترخيص مشهورة، فالعلامة المشهورة تكتسب الحق في الحماية القانونية وإن لم تكن مسجلة؛ لأن شهرتها تُغني عن التسجيل⁽⁴⁵⁾.

وقد جاء في الفقرة الأخيرة من المادة 9 من قانون العلامات أن "لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقاً للشروط المنصوص عليها في المادة 7 فقرة 8".

سادساً- الالتزام باحترام مدة الترخيص: عقد الترخيص من العقود المسقّرة التي يتتابع تنفيذه لفترة زمنية معينة، فالزمن في هذا العقد يعدّ عنصراً جوهرياً فيه، ولا يُتصور انعقاده بدون هذا العنصر⁽⁴⁶⁾. فقد اشترط قانون العلامات ضرورة تحديد مدة الترخيص وإلا كان العقد باطلاً⁽⁴⁷⁾، حيث جاء في المادة 17 منه قولها:

"يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص... العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة، والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله..."
وما دامت مدة عقد الترخيص قد حُددت في العقد، فيجب على المرخص احترامها، والالتزام بعدم إنهاء عقد الترخيص بإرادته المنفردة قبل انتهاء المدة المتفق عليها، وتحمل المسؤولية العقدية في حالة مخالفته لهذا الالتزام؛ ولكن يمكن إعفاؤه من هذه المسؤولية إذا أثبت أن إنهاء العقد كان لأسباب جدية، كإخلال المرخص به بالتزاماته ومخالفته للشروط الاتفاقية، أو سوء استعماله للعلامة بحيث يؤثر ذلك سلبا على سمعتها⁽⁴⁸⁾.
فإذا التزم المرخص باحترام مدة الترخيص حتى انتهى العقد بانتهاء مدته، فطلب المرخص له تجديد العقد، فهل يكون المرخص ملزما بتجديد العقد؟ وللجواب عن هذا السؤال نقول بأن عقد الترخيص ينتهي بانتهاء المدة المتفق عليها، ولا يكون المرخص ملزما بتجديده عند طلب المرخص له ذلك، إلا إذا تم الاتفاق على ذلك في العقد؛ لكن بعض التشريعات⁽⁴⁹⁾ ذهبت إلى إلزام المرخص بتجديد عقد الترخيص متى طلبه المرخص له، وكان هذا الأخير قد قام باستثمار أموال وإنجاز مشروعات كبيرة لأجل الاستمرار في استغلال العلامة التجارية، بحيث يترتب على عدم تجديد العقد إصابته بخسائر مالية معتبرة، فهنا يكون المرخص ملزما بتجديد العقد، حماية للمرخص له من الحسارة، وتحقيقا لمقتضيات العدالة، ولا يجوز الامتناع عن التجديد إلا إذا وُجدت أسباب ومبررات مشروعة⁽⁵⁰⁾.

سابعا- الالتزام باحترام شرط الحصرية الإقليمية: اشترط قانون العلامات في المادة 17 منه ضرورة تحديد الإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله، وإلا كان عقد الترخيص باطلا⁽⁵¹⁾، وهذا يعني أن استعمال العلامة التجارية بمقتضى عقد الترخيص يكون محصورا في إقليم معين.
والحصرية الإقليمية تقتضي بأن يلتزم المتلقي بعدم منافسة المانح داخل حيز جغرافي معين، قد يشمل دولة واحدة أو عدة دول، أو حتى جزءا من الدولة⁽⁵²⁾.
إذن فهذه الحصرية تفرض على عاتق المرخص له التزاما بالامتناع عن استعمال العلامة محل الترخيص خارج الإقليم الجغرافي المحدد له في العقد، وإلا عُدد فعله تقليدا ومنافسة غير مشروعة ضد المرخص.
أما المرخص فالأصل أنه يملك حق استعمال علامته التجارية في مختلف الأقاليم دون أي تقييد أو حصر؛ إلا إذا منح ترخيصا استثنائيا للغير باستعمال تلك العلامة في إقليم محدد، ففي هذه الحالة يقع عليه التزام بالامتناع عن كل نشاط تجاري يتعلق بتلك العلامة في نطاق الإقليم المخصص للمرخص له، ويشمل هذا الالتزام ما يأتي:

1- امتناع المرخص عن القيام بنفسه أو عن طريق وكلائه، في داخل الإقليم المخصص للمرخص له، بإنتاج أو بيع أو تقديم خدمات تحمل نفس العلامة، ومماثلة لتلك التي منح بشأنها الترخيص، بشرط أن يكون هذا الترخيص استثنائيا. والترخيص الاستثنائي أو الحصري هو الذي يكون بمقتضاه المرخص له مستائرا لوحده باستعمال العلامة التجارية على السلع المحددة في العقد وفقا للمدة والإقليم المتفق عليه، ولا يجوز للمرخص نفسه أن يستعمل نفس العلامة على ذات السلع وفي نفس الإقليم خلال كامل المدة المتفق عليها، كما لا يجوز له أيضا منح تراخيص أخرى لأشخاص آخرين بنفس مضمون وشروط الترخيص الأول⁽⁵³⁾.

2- امتناع المرخص عن منح تراخيص جديدة لأشخاص آخرين لاستعمال نفس العلامة على نفس السلع والخدمات، وفي نفس الإقليم المخصص للمرخص له الأول، متى كان ترخيص هذا الأخير استثنائيا أو وحيدا، والترخيص الوحيد أو الاحادي هو الذي يُمنح فيه الترخيص باستغلال العلامة التجارية لشخص وحيد هو المرخص له، وليس لهذا الأخير ولا للمرخص منح تراخيص جديدة لفائدة الغير، ولكن في المقابل يحق للمرخص أن يستغل تلك العلامة في نفس الإقليم والمدة وعلى نفس السلع المحددة في الترخيص الوحيد⁽⁵⁴⁾.

3- التزام المرخص بالعمل على منع أي منافسة غير مشروعة للمرخص له، تتم داخل الإقليم المخصص لهذا الأخير؛ سواء كانت هذه المنافسة صادرة منه شخصيا، أو صادرة من أشخاص آخرين لهم أيضا تراخيص باستعمال نفس العلامة لكن في أقاليم أخرى، فعلى المرخص أن يعمل على منع هؤلاء الأشخاص المتعاقدين معه من ممارسة أعمال تنافسية ضد بعضهم، وأن يتولى التحكم بينهم لفض منازعاتهم وضمان احترامهم للحصرية الإقليمية لكل واحد منهم⁽⁵⁵⁾.

المحور الثاني: الالتزامات الواقعة على عاتق المرخص له

المرخص له هو الطرف الثاني في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، وعادة ما يكون هو الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية؛ فصاحب العلامة غالبا ما يكون في مركز اقتصادي قوي بحيث يفرض شروطه على الطرف الثاني، ولا يملك هذا الأخير سوى الإذعان لهذه الشروط.

أولا- الالتزام باستعمال العلامة بشكل جدي

الهدف الأساسي لعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية هو تمكين المرخص له من استعمال هذه العلامة على مختلف السلع والخدمات المحددة في العقد، وبقدر ما يكون هذا الاستعمال حقا للمرخص له، فهو أيضا التزام يقع على عاتقه في مواجهة المرخص، لأن هذا الاستعمال يضمن تحقيق مصلحة المرخص من عدة نواحي أهمها ما يأتي:

1- حماية العلامة التجارية من الإبطال: فعدم استعمالها الجدي لمدة ثلاث سنوات يعرضها للإبطال، وفقا لما تنص عليه المادة 11 من قانون العلامات، وعليه فلا بدّ من استعمال العلامة لضمان استمرارها، ويستوي في الاستعمال أن يكون من قبل مالك العلامة نفسه أو من قبل المرخص له بمقتضى عقد الترخيص⁽⁵⁶⁾، حيث اعتبرت المادة 12 من قانون العلامات أن استعمال العلامة من قبل المرخص له هو بمثابة استعمالها من قبل مالكيها.

2- ضمان استمرارية العلامة التجارية: فاستعمال العلامة التجارية يحافظ على وجودها وانتشارها، وذلك من خلال تواصلها الدائم مع المستهلكين، وحضورها في الأسواق دون انقطاع، مما يزيد من شهرتها وقيمتها الاقتصادية ويرفع من مكانتها التجارية، كما يعزز ذلك من قدرتها على المنافسة⁽⁵⁷⁾.

3- تحقيق المصلحة المادية للمرخص (مالك العلامة): وذلك بزيادة ما يحصل عليه من مقابل مالي، خاصة عندما يكون المقابل المتفق عليه هو نسبة من حجم الانتاج أو المبيعات، وبالتالي يكون مقدار ما يحصل عليه المرخص من عائدات مالية مرهونا بحجم النشاط الذي يقوم به المرخص له، ومدى استعماله المستمر واستغلاله الأمثل لتلك العلامة التجارية⁽⁵⁸⁾.

والتزام المرخص له باستغلال العلامة التجارية ليس على إطلاقه؛ بل هو التزام مقيد باحترام الشروط المحددة في العقد من حيث النطاق الجغرافي والمجال الزمني، وكذا كمية الإنتاج ونوعيته، بالإضافة للتقيد بقائمة المنتجات والسلع والخدمات التي توضع عليها تلك العلامة، فلا يجوز للمرخص له وضع العلامة على غير تلك السلع والخدمات المحددة في العقد، فإن وضعها على غيرها فقد أخل بالتزاماته التعاقدية من جهة، وكان مرتكباً لفعل التقليد والمنافسة غير المشروعة من جهة ثانية، وهو ما يعرضه للمسؤولية المدنية (العقدية والتقصيرية) والجزائية⁽⁵⁹⁾.

ثانياً- الالتزام بالمحافظة على العلامة التجارية

إن حق المرخص له في استغلال العلامة التجارية يفرض عليه عبء المحافظة عليها، وبذل عنايته الكاملة لتعزيز سمعتها وشهرتها التجارية، والوفاء بهذا الالتزام يقتضي القيام بما يأتي:⁽⁶⁰⁾

- 1- استعمال العلامة محل الترخيص وفقاً للشروط المتفق عليها في العقد، من حيث المدة الزمنية والإقليم الجغرافي، ونوع السلع والخدمات المعنية بوضع العلامة عليها، وكمية الإنتاج ونوعيته... الخ
- 2- إلزام المرخص له بإخطار المرخص عن كل مساس أو اعتداء على العلامة محل الترخيص يقوم به الغير، من أجل تمكين صاحب العلامة من اتخاذ كافة الإجراءات القانونية لمنع ذلك الاعتداء ووقفه، كرفع دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة... وللمرخص له الحق أيضاً في الدخول في هذه الدعاوى المرفوعة، بصفته مدعياً شخصياً يطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء تلك الاعتداءات.
- 3- المحافظة على شكل العلامة وصورتها ومواصفاتها الفنية والتقنية المميزة لها عن غيرها من العلامات المشابهة، والامتناع عن إدخال أية تعديلات على هذه العلامة، وفي المقابل يجب على المرخص له أن يقوم باتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لتحديث العلامة وفقاً للتعديلات التي يدخلها المرخص عليها.
- 4- الحفاظ على شهرة العلامة في الأسواق، وسمعتها لدى جمهور المستهلكين، وذلك بأن يحرص المرخص له على مراعاة معايير الجودة المتفق عليها في السلع التي ينتجها أو الخدمات التي يقدمها، ولضمان تنفيذ هذا الالتزام يحقق للمرخص (مالك العلامة) أن يمارس نوعاً من الإشراف والرقابة على مدى احترام المرخص له لمعايير الجودة المطلوبة، وله في سبيل ذلك أن يقوم بعمليات تفتيش دورية، لكن بشرط ألا يتدخل في تسيير مشروع المرخص له، فهذا الأخير يتمتع بكامل الاستقلالية القانونية والمالية والتسييرية⁽⁶¹⁾.
- بل يرى البعض بأن قيام المرخص بمراقبة الجودة ليس مجرد حق له يهدف للمحافظة على سمعة علامته التجارية؛ بل هو التزام يقع على عاتقه بهدف حماية المستهلك من الوقوع ضحية الخداع والتضليل، بسبب وضع علامة معروفة بجودة منتجاتها على سلع مماثلة أقل جودة، ينتجها المرخص له⁽⁶²⁾.
- 5- يجب على المرخص له أن يفصح صراحة لجمهور المستهلكين عن صفته كمرخص له باستغلال العلامة التجارية وليس مالكا لها، وذلك من أجل تبصير المستهلكين بمصدر تلك السلع والخدمات من جهة⁽⁶³⁾، وتبرئة لزمة المرخص من تحمل المسؤولية التجارية في مواجهة المستهلكين، في حالة وجود عيوب في السلع والخدمات التي يقدمها المرخص له، أو قلة جودتها مقارنة بما يقدمه مالك العلامة.

هذه أهم الالتزامات المتعلقة بحفظ العلامة التجارية محل الترخيص، وهي التزامات يبذل عناية لا بتحقيق نتيجة وفقاً للقواعد العامة، إلا أن يتفق الطرفان على خلاف ذلك، فعلى المرخص له أن يبذل في حفظ العلامة

التجارية عناية الشخص المعتاد، فإذا قصر في ذلك ولم يبذل العناية المطلوبة منه في المحافظة على تلك العلامة، فقد أخل بالتزاماته، وقامت مسؤوليته العقدية، وجاز للمرخص أن يطالب بفسخ العقد والتعويض عن الأضرار التي لحقت، فضلا عن المطالبة بوقف الأعمال المسيئة لعلامته.

وفي هذا المعنى تقول المادة 172 من القانون المدني: "في الالتزام بعمل إذا كان المطلوب من المدين أن يحافظ على الشيء، أو أن يقوم بإدارته، أو أن يتوخى الحيلة في تنفيذ التزامه، فإن المدين يكون قد وفى بالالتزام إذا بذل في تنفيذه من العناية كل ما يبذله الشخص العادي، ولو لم يتحقق الغرض المقصود، هذا ما لم ينص القانون أو الاتفاق على خلاف ذلك. وعلى كل حال يبقى المدين مسؤولا عن غشه أو خطئه الجسيم".

رابعا- الالتزام بأداء المقابل المالي

عقد الترخيص من عقود المعاوضة، فالمرخص له ينفع باستغلال العلامة التجارية في مقابل دفع عوض للمرخص، تتمثل في تلك الأداءات المالية المتفق عليها، والتي تمثل السبب في التزام المرخص بتكثيف المرخص له من استغلال علامته التجارية.

والمقابل المالي قد يكون قديماً وهو الغالب، ويتم تحديده إما بشكل إجمالي جزافي، أو على شكل نسبة من الأرباح التي سيكتسبها المرخص له، وقد يكون المقابل عينيّاً في شكل نسبة من الإنتاج أو كمية من السلع التي ينتجها المرخص له، أو كمية من المواد الأولية التي يطلبها المرخص وتكون متواجدة في دولة المرخص له، وقد يتم الجمع في العقد الواحد بين المقابل النقدي والمقابل العيني. ويتم تحديد مقدار المقابل المالي، ونوعه وكيفية أدائه دفعة واحدة أو على دفعات (أقساط)، حسب ما يتفق عليه الطرفان⁽⁶⁴⁾، وفقاً لما تقتضيه ظروفها ومصالحها الاقتصادية، فعادة ما يكون المقابل في استغلال العلامة المشهورة أكثر منه في استغلال العلامة غير المشهورة، ومقابل الترخيص الاستثنائي أكثر من مقابل الترخيص غير الاستثنائي... وهكذا.

وعلى كل حال يجب على الطرفين الاتفاق على جميع التفاصيل المتعلقة بالمقابل المالي، سواء تم النص على تلك الاتفاقات في وثيقة العقد أو في الملاحق المرفقة بالعقد، كالاتفاق على مقدار المقابل ونوعه ونوع العملة، وكيفية الأداء، ومكان الوفاء وزمانه ونقته... وذلك تجنباً لأي منازعات في المستقبل، وفي حالة سكوت الأطراف عن بيان تلك المسائل فإنه يُرجع إلى القواعد العامة في القانون الواجب التطبيق⁽⁶⁵⁾، كذلك المنصوص عليها في القانون المدني، والمتعلقة بأحكام الثمن وكيفية الوفاء به، المواد من 387 إلى 393.

خامسا- الالتزام بالاستعمال الشخصي وعدم الترخيص من الباطن

عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد شخصي، حيث أن شخصية المرخص له محل اعتبار في العقد، فالمرخص لا يرخص إلا لشخص يثق في أمانته وكفاءته، لضمان حسن استغلال علامته وعدم الإساءة إليها، ويترتب على الطابع الشخصي لعقد الترخيص منع المرخص له من التنازل عن العقد لفائدة الغير، أو الترخيص للغير باستغلال تلك العلامة دون علم وموافقة المرخص، وهذا ما يسمى الترخيص من الباطن⁽⁶⁶⁾.

وعليه يلتزم المرخص له بالاستغلال الشخصي والمباشر للعلامة محل الترخيص، ولا يجوز له الترخيص باستغلالها من الباطن دون موافقة مالك العلامة، وإلا كان مخلاً بالتزاماته التعاقدية، كما يكون عقد الترخيص

من الباطن باطلا، بل قد يُعدُّ هذا التصرف من المرخص له صورة من صور التقليد، ويكون المرخص له الثاني شريكا له في هذا التقليد إلا إذا أثبت أنه حسن النية⁽⁶⁷⁾.

والالتزام بالاستعمال الشخصي لا يعني منع المرخص له من الاستعانة بالغير لمساعدته على استغلال تلك العلامة، فلا يوجد ما يمنع من ذلك، ما دام هذا الغير لا يستغل العلامة لمصلحته، وإنما لمصلحة المرخص له، فهو في حكم التابع لهذا الأخير. ولكن في المقابل يجوز للمرخص أن يشترط على المرخص له الامتناع عن الاستعانة بالغير في استغلال علامته⁽⁶⁸⁾.

ويجدر التنبيه هنا إلى أن بعض التشريعات المقارنة تجيز للمرخص له أن يتنازل عن عقد الترخيص للغير، إذا كان ذلك مرتبطا بتنازله الكلي عن المحل التجاري⁽⁶⁹⁾.

سادسا- الالتزام بحفظ الأسرار التجارية

السُّرُّ التجاري والصناعي هو تلك المعلومات السرية ذات القيمة الاقتصادية، والتي يتخذ حائزها بشأنها تدابير جدية للمحافظة عليها، وبالتالي تمثل شكلا من أشكال الملكية الفكرية الصناعية التي تنص القوانين على إلزامية إخفائها عن الآخرين، وتعتبر خرقها أو إفشاءها صورة من صور التعدي على حقوق الملكية الفكرية الصناعية، عن طريق المنافسة غير المشروعة⁽⁷⁰⁾.

ولما كانت طبيعة عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية تقتضي إطلاع المرخص له على الكثير من الأسرار التجارية والصناعية المتعلقة بتلك العلامة في حد ذاتها، أو المتعلقة بالنشاط التجاري لصاحب العلامة، فإن إطلاع المرخص له على تلك الأسرار يفرض عليه التزاما بالمحافظة عليها وعدم إفشائها، سواء كان حصوله عليها في مرحلة التفاوض (قبل إبرام العقد)، أو أثناء قيام العقد، أو حتى بعد انقضاء العقد⁽⁷¹⁾.

وأساس هذا الالتزام عند قيام العقد هو ما تقتضيه طبيعة عقد الترخيص من الاعتبار الشخصي والثقة المتبادلة بين المتعاقدين، مما يعني قيام المسؤولية العقدية في حال الإخلال بواجب المحافظة على السر التجاري حتى ولو لم يتم النص على ذلك في العقد صراحة. أما أساس هذا الالتزام في مرحلة التفاوض وبعد انقضاء العقد فهو ما يفرضه مبدأ الثقة وحسن النية في التعامل؛ لأن تقاسم الأسرار التجارية يُفترض فيه دائما وجود علاقة ثقة، وإفشاءها أشبه بخيانة الأمانة، وهو خطأ ومنافسة غير مشروعة يترتب عليها قيام المسؤولية التقصيرية وبالتالي الرجوع على مقشي الأسرار بالتعويض⁽⁷²⁾.

ورغم غياب نص قانوني خاص بالزام المرخص له بالمحافظة على السر التجاري في عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية؛ إلا أنه يمكن تأسيس هذا الالتزام على النصوص العامة، كنص المادة 27 من قانون الممارسات التجارية⁽⁷³⁾، والتي تحظر في فقرتها الثالثة استغلال المهارة التقنية والتجارية المميزة دون ترخيص من صاحبها، كما تحظر فقرتها الخامسة استفادة الأجير أو الشريك القديم من الأسرار المهنية، والتصرف فيها بقصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم⁽⁷⁴⁾.

سابعا- الالتزام بالاشتراطات العقدية التقييدية المتفق عليها

يُضمَّن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية في غالب الأحوال مجموعة من الشروط الاتفاقية التي يتفق عليها الطرفان، والأصل في هذه الشروط هو الجواز وفقا لمبدأ "العقد شريعة المتعاقدين"⁽⁷⁵⁾.

ولكن لما كان عقد الترخيص من عقود الإذعان التي يفرض فيها الطرف القوي -وهو المرخص- شروطه على الطرف الضعيف -وهو المرخص له- حيث لا يملك هذا الأخير إلى أن يوافق عليها أو يخسر العقد، فإن هذه الشروط غالبا ما تتضمن فرض قيود على حرية المرخص له في استغلال تلك العلامة، ولذلك تسمى بالشروط التقييدية، وقد تكون في بعض الأحيان شروطا تعسفية، وعليه فإن الشروط الاتفاقية التقييدية في عقد الترخيص ليست كلها جائزة؛ بل منها المشروع ومنها غير المشروع⁽⁷⁶⁾.

وللتمييز بين الاشتراطات المشروعة وغير المشروعة اعتمد الفقه القانوني على معيارين، أحدهما شخصي والآخر موضوعي؛ فالمعيار الشخصي يقوم على مبدأ حسن النية، والذي يقتضي تعاون طرفي العقد على إبرام العقد وتنفيذه، وعليه يكون الشرط غير مشروع إذا خالف حسن النية، وكان الباعث عليه هو قصد الإضرار بالمتعاقد الآخر، واستغلال ضعفه للحصول منه على منافع مبالغ فيها. أما المعيار الموضوعي فلا ينظر إلى النوايا، بل إلى ما يترتب الشرط من آثار قد تخل بالتوازن بين الحقوق والالتزامات الناشئة عن عقد الترخيص، فإذا أخل الشرط بذلك التوازن كان تعسفيا وغير مشروع، كأن يتضمن الشرط منح حقوق أو امتيازات للمرخص أكثر من التزاماته⁽⁷⁷⁾.

أما بالنسبة للتشريعات الدولية والوطنية فلم تعتمد على معيار محدد وواضح للتمييز بين الاشتراطات المشروعة وغير المشروعة؛ فذهبت بعض التشريعات لوضع قائمة للشروط المشروعة، ونصت بعضها على عدد من الشروط المحظورة، ومنعت بعض التشريعات الشروط غير الضرورية لحماية الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة التجارية⁽⁷⁸⁾.

وبالنسبة للقانون الجزائري فإنه لم يتناول الاشتراطات التقييدية الواردة في عقود الترخيص باستغلال العلامات التجارية، لكنه نص في قانون المنافسة على حظر وإبطال كل الاشتراطات التعاقدية المخلة بقواعد حرية المنافسة⁽⁷⁹⁾، حيث جاء في المادة 13 من قانون المنافسة: «دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و9 من هذا الأمر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و7 و10 و11 و12 أعلاه»⁽⁸⁰⁾. علما بأن المواد: 6، 7، 10، 11، 12، قد نصت على مختلف صور الممارسات والاتفاقات المحظورة بسبب إخلالها بقواعد المنافسة، أما المادتان: 8، 9 فتضمنتا استثناء بعض تلك الممارسات والاتفاقات من الحظر عند ورود نص قانوني أو تنظيمي بجوازها، أو عندما يثبت أصحابها أن لها آثارا إيجابية على الاقتصاد الوطني، كأن تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني، أو تسهم في تحسين التشغيل، أو تدعم الوضعية التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1- الاشتراطات التقييدية المشروعة: هي تلك الاشتراطات التي ورد النص القانوني أو التنظيمي بجوازها، أو كانت لها آثار اقتصادية إيجابية، أو لا تمثل مساسا بقواعد المنافسة، ومن أمثلتها ما يأتي: (81)

أ- شرط الحصرية الإقليمية والنوعية (قائمة السلع والخدمات محل الترخيص).

ب- شرط الشراء الإجباري للمواد الأولية من مصدر محدد، لضمان المحافظة على مستوى الجودة.

ج- شرط توحيد المظاهر الإعلانية، للمحافظة على شهرة العلامة واستقطابها للجمهور.

د- شرط الوساطة والتحكيم التجاري كطرق بديلة لحل منازعات الطرفين بعيدا عن القضاء الوطني.

- 2- الاشتراطات التقييدية غير المشروعة:** وهي تلك الاشتراطات التعسفية التي تخل بقواعد المنافسة وتؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني، ومن أمثلتها ما يأتي: (82)
- أ- شرط تسقيف حجم الانتاج أو أسعار السلع والخدمات أو ساعات العمل.
 - ب- اشتراط المرخص إشراكه في إدارة مؤسسة ومشروع المرخص له.
 - ج- شرط تحديد عدد العمال أو تعيينهم من قبل المرخص.
 - د- شرط منع المرخص له من البحث في مدى صلاحية الحماية القانونية للعلامة.

الخاتمة

بعد استعراضنا لأهم الالتزامات الناشئة عن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، سواء تلك التي تقع على عاتق المرخص، أو التي تقع على عاتق المرخص له، وبيان موقف القانون الجزائري من كل واحد من تلك الالتزامات نكون قد وصلنا إلى ختام هذه الدراسة، أين نسجل عددا من النتائج والاقتراحات كالآتي:

أولا- النتائج

- 1- عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد ذو طبيعة خاصة، نظرا لطبيعة محله (العلامة التجارية)، مما اقتضى تنظيمه بأحكام خاصة في قانون العلامات (الأمر 06/03)، لكن هذه الأحكام جاءت في عمومها مجملة وغير مفصلة في كثير من جوانب هذا العقد، وخاصة الالتزامات التي يترتبها على طرفيه.
- 2- أغلب الالتزامات التي يترتبها عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية لم يرد النص عليها في قانون العلامات، ولكن يمكن تأسيسها على القواعد العامة للعقود الواردة في القانون المدني، وإن الأفضل هو النص عليها في قانون العلامات منعا لأي منازعات قد تنشأ عن التضارب في تفسير تلك القواعد العامة.
- 3- من أهم الالتزامات التي يترتبها عقد الترخيص على المرخص هو التزامه بتمكين المرخص له من استغلال العلامة التجارية، وتقديم المساعدة الفنية، ومراقبة معايير الجودة، وضمان التعرض والاستحقاق... وكلها التزامات محممة لتحقيق الغاية من العقد، ومع ذلك لم يرد النص عليها وتفصيل أحكامها في قانون العلامات.
- 4- من أهم التزامات المرخص له في عقد الترخيص: الالتزام بالمحافظة على سمعة العلامة التجارية، والمحافظة على الأسرار التجارية المتعلقة بتلك العلامة، والالتزام بالاشتراطات الاتفاقية المشروعة... ورغم أهمية هذه الالتزامات فإن قانون العلامات لم يشر إليها من قريب ولا من بعيد.

ثانيا- الاقتراحات

- 1- ضرورة مراجعة قانون العلامات وتعديله، وذلك بتفصيل أحكام عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، والنص على مختلف الالتزامات التي يترتبها على طرفيه، خاصة تلك الالتزامات ذات الطبيعة الخاصة، كتقديم المساعدة الفنية، ومراقبة الجودة، والمحافظة على سمعة العلامة وحفظ الأسرار التجارية... الخ
- 2- النص في قانون العلامات على مسألة الاشتراطات الاتفاقية (الشروط التقييدية)، وتحديد معيار أو قائمة لما يُشرع وما يُحظر منها، لحماية المرخص له باعتباره الطرف الضعيف في عقد الترخيص، ومنع المرخص من التعسف في فرض تلك الشروط.

3- مراعاة التناسق بين نصوص قانون العلامات فيما يخص عقد الترخيص وما يتضمنه من الحصرية الإقليمية والتنوعية والاستثناء بالأسواق، وما يتضمنه قانون المنافسة من حظر تلك الممارسات باعتبارها محلة بجرية المنافسة.

الهوامش:

- (1)- عجة الجيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2015، ص96.
- (2)- الأمر رقم: 03-06، المؤرخ في: 19-07-2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر. عدد 44 لسنة 2003، المصادق عليه بالقانون رقم: 03-18، المؤرخ في: 04-11-2003، ج.ر. عدد 67 لسنة 2003.
- (3)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة جيجل، الجزائر، 2015، ص90.
- (4)- عقد الترخيص هو عقد رضائي، أما الكتابة المشترطة فيه، فهي ليست ركنا لانعقاده، وإنما هي شرط للإثبات وللتنسيق في السجل المخصص للعلامات. ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص97.
- (5)- القانون المدني الصادر بالأمر رقم: 75-58، المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم، ج.ر. عدد 78 لسنة 1975.
- (6)- ينظر: شوقي بناسي، عيوب الرضا في قانون العقد المعاصر، دراسة تأصيلية في القانون المدني الجزائري والفرنسي والفقه الإسلامي، بيت الأفكار، الجزائر، ط1، 2022، ص132.
- (7)- قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، المؤرخ في: 25 فيفري 2009، المعدل والمتمم، ج.ر. عدد 15 لسنة 2009.
- (8)- بن عزة أمال، الوافي في عقود الملكية الصناعية، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2023، ص138-139.
- (9)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص105؛ سلام عزيز محمد الخطيب، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية- دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2018، ص82.
- (10)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص91.
- (11)- المصلحة المختصة بتسجيل العلامات هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، المادة 2، فقرة 6 من الأمر 03-06.
- (12)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية- دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، (د.ط)، 2017، ص183.
- (13)- يراجع المادتان: 15، 16 من المرسوم التنفيذي رقم: 05-277، المؤرخ في: 2 أوت 2005، الذي يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، ج.ر. عدد 54 لسنة 2005.
- (14)- تسجيل عقد الترخيص واجب بنص المادة 17/ فقرة 2 من قانون العلامات، التي جاء فيها: "يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة".
- (15)- يراجع المواد: 22، 23، 24 من المرسوم التنفيذي رقم: 05-277.
- (16)- ينظر: سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص83، ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص202؛ راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، مقال منشور بمجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة بجاية، عدد 1، 2010، ص199.
- (17)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص105، بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص91-92.
- (18)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص201-202.
- (19)- ينظر: محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، عقد البيع والمقايضة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2008، ص304.
- (20)- ينظر: سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص85؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص195-196.
- (21)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص196.
- (22)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص197؛ سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص86.

- (23)- جاء في المادة 16 من قانون العلامات: "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".
- (24)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 94.
- (25)- ينظر: سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص 79-80؛ محمد ياسين الرواشدة، أحكام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط 1، 2017، ص 242-243.
- (26)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 105؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 186.
- (27)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 184؛ سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص 81.
- (28)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 198-200.
- (29)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 135.
- (30)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 200؛ سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص 88.
- (31)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 201؛ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 198-199.
- (32)- ينظر: ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة باتنة، الجزائر، 2012، ص 138؛ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 198-199.
- (33)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 203؛ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 93.
- (34)- ينظر: ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 141؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 204.
- (35)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 93.
- (36)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 203.
- (37)- محمد ياسين الرواشدة، مرجع سابق، ص 256.
- (38)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 189.
- (39)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 106؛ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 96.
- (40)- ينظر: بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2020، ص 81؛ بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 202-203.
- (41)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 192؛ بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 204.
- (42)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 193-194؛ بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 204.
- (43)- القانون المدني الجزائري الصادر بالأمر رقم 75-58، المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم، ج.ر عدد 78 لسنة 1975.
- (44)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 96.
- (45)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع نفسه، ص 97.
- (46)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 98؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 40-41.
- (47)- بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 116-117.
- (48)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 106-107؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 210؛ نعم جميل سلامة، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها- دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، (د.ط)، 2015، ص 138.
- (49)- جاء في المادة 2/95 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 بأنه: "لا يجوز للمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع". ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 209.
- (50)- ينظر: نعم جميل صالح سلامة، مرجع سابق، ص 138-139؛ سلام عزيز محمد الخطيب، مرجع سابق، ص 84.
- (51)- بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 116-117.
- (52)- بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 222.
- (53)- ينظر: سفيان رمازنية، النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري واتفاقية تريس، مقال منشور بمجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سطيف-2، مجلد 17، عدد 2، 2020، ص 271؛ حمودة عبد العالي، حامدي بلقاسم، عقد

الالتزامات الناشئة عن الترخيص باستغلال العلامة التجارية على ضوء القانون الجزائري:
بخوش رزيق - فرادي عبد المالك

- الترخيص باستغلال العلامة التجارية، مقال منشور بمجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة-1، مجلد8، عدد1، جانفي 2021، ص628.
- (54)- ينظر: سفيان رمازنية، مرجع سابق، ص 271-272؛ حموتة عبد العالي، حامدي بلقاسم، مرجع سابق، ص 628.
- (55)- ينظر: بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 99؛ بن عزة أمال، مرجع سابق، ص 223.
- (56)- ميلود سلاحي، مرجع سابق، ص 139.
- (57)- ينظر: بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 83؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 215.
- (58)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 215-216.
- (59)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 107؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 212-213.
- (60)- ينظر: نعم جميل صالح سلامة، مرجع سابق، ص 135-136؛ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 108؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 228-232.
- (61)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 98؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 42-46.
- (62)- ينظر: صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط1 (الإصدار2)، 2009، ص 219-221.
- (63)- نص المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على ضرورة أن تتضمن البيانات الإلزامية للوسم الموضوع على السلع والخدمات: الاسم التجاري، والعلامة المسجلة، وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع، أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة، وبلد المنشأ أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة. ينظر: المواد 12، 38، 54، من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، والذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر. عدد 58 لسنة 2013.
- (64)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 107؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 216-228.
- (65)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 218.
- (66)- عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 97-98.
- (67)- ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 233.
- (68)- ينظر: عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 108؛ ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 233.
- (69)- هذا ما نصت عليه المادة 97 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري، والمادة 32 من قانون العلامات التجارية الإماراتي، والمادة 56 من قانون الملكية الفكرية السوري، والمادة 714 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي. ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 234.
- (70)- ينظر: نجيبة بادي بوقبيجة، حماية حقوق الملكية الفكرية من المنافسة غير المشروعة- دراسة مقارنة، دار الخلدونية، الجزائر، (د.ط)، 2018، ص 161.
- (71)- جاء في المادة 1/83 من قانون التجارة المصري، قولها: «يلتزم المستورد بالمحافظة على سرية التكنولوجيا التي يحصل عليها، وعلى سرية التحسينات التي تدخل عليها، ويُسأل عن تعويض الضرر الذي ينشأ عن إفشاء هذه السرية، سواء وقع ذلك في مرحلة التفاوض على إبرام العقد أو بعد ذلك». ينظر: محمد ياسين الرواشدة، مرجع سابق، ص 275-276.
- (72)- ينظر: محمد ياسين الرواشدة، مرجع سابق، ص 274-275؛ نجيبة بادي بوقبيجة، مرجع سابق، ص 188.
- (73)- القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23-06-2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج.ر. عدد 41 لسنة 2004.
- (74)- ينظر: نجيبة بادي بوقبيجة، مرجع سابق، ص 180، 190.
- (75)- جاء في المادة 106 من القانون المدني على أن: "العقد شريعة المتعاقدين..."
- (76)- ينظر: ميثاق طالب عبد حمادي الجبوري، مرجع سابق، ص 235-247؛ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص 250.

الالتزامات الناشئة عن الترخيص باستغلال العلامة التجارية على ضوء القانون الجزائري:
بخوش رزيق - فرادي عبد المالك

- (77)- ينظر: ميثاق طالب عبد حادي الجبوري، مرجع سابق، ص242-245؛ بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص260-262.
- (78)- جاء في المادة 98 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري لسنة 2002، قولها: «لا يجوز أن يتضمن عقد الترخيص أية شروط تقيد المرخص له بقيود غير ضرورية للحفاظ على الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة التجارية». ومثلها أيضا المادة 54 من قانون الملكية الفكرية السوري لسنة 2007، والمادة 34 من قانون العلامات التجارية الإماراتي لسنة 1992. ينظر: ميثاق طالب عبد حادي الجبوري، مرجع سابق، ص246.
- (79)- بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص263.
- (80)- الأمر رقم: 03-03، المؤرخ في 19-07-2003، المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، ج.ر. عدد 43 لسنة 2003.
- (81)- ينظر: ميثاق طالب عبد حادي الجبوري، مرجع سابق، ص248-260؛ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص109.
- (82)- ينظر: بوعش وافية، عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، مرجع سابق، ص280-297؛ ميثاق طالب عبد حادي الجبوري، مرجع سابق، ص260-267؛ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص110.