

عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

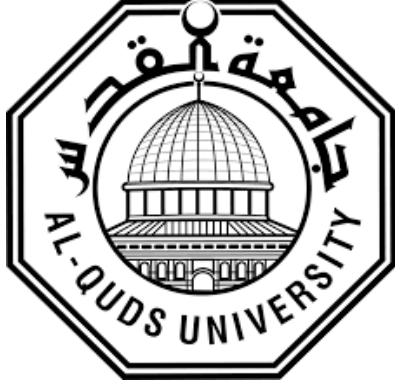
التنظيم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية  
"دراسة مقارنة"

ايمان رفعت صلاح طهبوب

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1441هـ - 2020م



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

التنظيم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية  
"دراسة مقارنة"

ايمان رفعت صلاح طهبوب

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1441هـ - 2020م

التنظيم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية  
"دراسة مقارنة"

إعداد الطالبة:

ايمان رفعت صلاح طهبوب

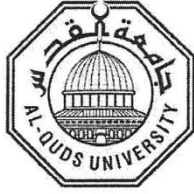
بكالوريوس قانون من جامعة فلسطين الأهلية - فلسطين

إشراف الدكتور:

ياسر زبيدات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الماجستير في القانون الخاص من كلية الحقوق -  
برنامج الدراسات العليا - جامعة القدس.

1411هـ - 2020م



جامعة القدس  
عمادة الدراسات العليا  
برنامج ماجستير القانون الخاص

إجازة الرسالة  
التنظيم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية  
دراسة مقارنة

اسم الطالب: ايمان رفعت صلاح طهوب  
الرقم الجامعي: 21611423  
المشرف: الدكتور ياسر زبيدات

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2020\6\4م من قبل أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتوافقهم:

1- رئيس لجنة المناقشة: د. ياسر زبيدات التوقيع: .....

2- ممتحنا داخليا: د. محمد عريقات التوقيع: .....

3- ممتحنا خارجيا: عثمان التكروري التوقيع: .....

القدس - فلسطين

1441هـ - 2020م

## إهداء

إلى من علّمني كيف أقف بكل ثبات فوق الأرض، قدوتي، ومثلي الأعلى في الحياة

أبي الحبيب

إلى فرحة العمر، إلى من بها أكبر وعليها أعتد، وسر نجاحي

أمي الحنون

إلى سندي وعضدي، إلى من بهم يشد ساعدي وتعلو هامتي

إخوتي

إلى نبض قلبي وقلمي، رفيق الدرب

زوجي الغالي

إلى من أتوق لأن أرى مستقبله المشرق بإذن الله

يحيى

## إقرار:

أقر أنا مُعدة الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

الطالبة: ايمان رفعت صلاح طهبوب

التوقيع: ايمان طهبوب

التاريخ: 2020-4-10

## الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله

أقدم بجزيل الشكر إلى الدكتور ياسر زبيدات لإشرافه على هذه الرسالة ودعمه المتواصل لي، وإعطائي من معلوماته ووقته لإتمام هذه الرسالة.

الباحثة

## ملخص:

توضح هذه الدراسة التنظيم القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وذلك من خلال محاولة استقراء وشرح الأحكام القانونية والاطلاع على المراجع الفقهية المتعلقة بذلك، ومن خلال المقارنة بين نصوص قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في فلسطين وتعديلاته النافذة في الأردن والقوانين المقارنة، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) Trips، والتوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامة التجارية.

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول يتحدث عن مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وخصائصه وتمييزه عما يشته به من العقود، أما الفصل الثاني يتناول آثار عقد الترخيص والشروط المقيدة المشروعة وغير المشروعة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

وهدفنا هذه الدراسة بشكل رئيس في البحث عن القواعد التي تحكم عقد ترخيص العلامة التجارية، كمحاولة لوضع النظام القانوني الذي يخضع له هذا العقد، وبيان أهمية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في هذا الوقت الحافل بالتطور التجاري والاقتصادي.

واتبعت هذه الدراسة المنهج المختلط الذي يجمع ما بين المنهج التحليلي الوصفي والمقارن، لتوثيق البحث بطريقة تهدف إلى نسبة الأقوال إلى أصحابها من مصادرها الأصلية، فمن خلال المنهج التحليلي الوصفي يتم تحليل بعض النصوص القانونية التي تنظم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وتحليل المبادئ



القانونية، ومن خلال المنهج المقارن تم مقارنتها ببعض النصوص والمبادئ القانونية والأحكام القضائية المقارنة والاتفاقيات الدولية.

أما أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة بالنظر إلى محل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فهو الحق باستعمالها لا الحق بذات العلامة، ويمتاز بأنه حق مؤقت وشخصي ومقيد، وبذلك فهو يختلف عن الحق بذات العلامة التجارية، كما أن القانون المطبق بشأن العلامات التجارية في فلسطين وفي الضفة الغربية على وجه التحديد هو قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952، وهو لم يعالج عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أي من أحكامه.

# **The legal organization of the Trademark Licensing Contract “Comparative Study”**

**Prepared by: Eman Ref’at Salah Tahboub**

**Supervisor: Dr. Yaser Zbidat**

## **Abstract:**

This study examines the legal organization of the Trademark Licensing Contract by providing an explanation of the related legal provisions and reviewing some jurisprudential references.

This is by comparing the provisions of the Jordanian Trademark Law in force in Palestine and its amendments to the law and analyzing the comparative laws. Also, the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) would be explored for a year in addition to the joint recommendation on trademark licenses.

This study is divided into parts; the first examines the concept of Trademark Licensing Contract and its characteristics and differentiate it from other similar contracts while the second part deals with the effects of the licensing contract and the legal and illegal conditions for the trademark licensing contract.

This study mainly aimed at searching the rules governing the trademark licensing contract in an attempt to develop the legal system in which the contract is subject to, and to emphasize the importance of the trademark licensing contract especially at the current time of growing economic and the advancement in commercial and market transactions.

In this research, the mixed approach that combines the descriptive analytical method and the comparative approach is followed to document the conducted research and assign/attribute it to its original sources. It is through the descriptive analytical approach; the legal provisions of trademark licensing contract are analyzed in addition to the principles of law. And by the comparative approach, these legal provisions are compared to other texts, legal principles, comparative judicial decisions and international agreements.

In conclusion, the study ended with some important results with regard to the use of the trademark licensing contract. That is the trademark licensing contract gives the right to only use the trademark but not to own it. It is recognized as a temporary, personal and restricted right. And thus, it is rather different than the right to own the trademark. Also, the law applied regarding trademarks in Palestine and the West Bank in particular, is the Jordanian Trademark Law No. (33) of 1952 and it has never addressed the trademark licensing contract in any of its provisions.

## المقدمة:

بعد إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO)<sup>1</sup> أصبح العالم قرية صغيرة من حيث القيام بالأعمال التجارية، مما أدى إلى انعدام قدرة المشروعات الصغيرة على المنافسة والتغلغل في الأسواق العالمية، بل أصبح ذلك يعتمد بدرجة كبيرة على المشاريع والمؤسسات التجارية الكبيرة والعريقة، والتي تسعى نحو التوسع وذلك في وجود قوانين منافسة، كل ذلك في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والمعارف الفنية والتي تحظى في وقتنا الحاضر بأهمية بالغة، الأمر الذي أدى إلى ظهور عقود تتسم بطابع جديد لم يألف التعامل القانوني بها سابقا ذلك إلى جانب العقود التقليدية، وتتصب هذه العقود بشكل أساسي على حقوق الملكية الصناعية والتجارية ومن أهمها عقد الترخيص التجاري.

فعقد الترخيص هو واحد من العقود التي تسعى بشكل أساسي إلى توسيع دائرة المشروع التجاري وذلك من خلال الترخيص للغير باستعمال علامة تجارية أو براءة اختراع لمشروع تجاري آخر، وأصبح من الواضح الانتشار الواسع والكبير لهذا العقد في جميع أنحاء العالم، وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو أحد أنواع عقد الترخيص التجاري والذي يتم من خلاله الترخيص باستعمال العلامة التجارية التي تكون مملوكة من قبل شخص معين يسمى (المرخص) وذلك إلى شخص آخر ويسمى (المرخص له) لمدة معينة وبمقابل يتم الاتفاق عليه.

وبالنظر إلى طبيعة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نرى أن السبب وراء انتشار ونجاح هذا العقد يعود للتغيرات الاقتصادية الحاصلة في جميع أنحاء العالم في الآونة الأخيرة فلم يعد دور العلامة التجارية

---

<sup>1</sup> هي منظمة عالمية مقرها جنيف في سويسرا، أدت الجولة الأخيرة التي أقيمت في الأوروغواي 1986-1994 إلى إنشاء منظمة التجارة العالمية وبدأت العمل بتاريخ 1 كانون الثاني عام 1995 ، ومن أهم أهدافها المراقبة والإشراف على تطبيق اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس).

مقتصرًا على تمييز المنتجات، بل تطورت وظيفة العلامة التجارية وأصبحت ترمز إلى صفات وجودة هذا المنتج أو الخدمات وخصائصها، أي أنها أصبحت أداة تضمن جودة المنتجات، فمن الملاحظ أن المستهلك لم يعد يهتم بمصدر المنتجات بالقدر الذي يهمله صفاتها ودرجة جودتها، فالعلامة التجارية من أهم الوسائل التي يلجأ إليها التاجر لتمييز منتجاته من أجل تمكين المستهلك من التعرف عليها وضمان عدم التضليل، مما يدفعه إلى بذل أقصى جهد في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها على المنتجات الأخرى المنافسة.

وبالحديث عن القانون النافذ في فلسطين وهو قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة (1952)<sup>2</sup> فإن قدم هذا القانون جعل منه عاجزا عن مواكبة عجلة التطور التي لحقت بها معظم القوانين المقارنة، فيظهر لنا من خلال الدراسة ان قانون العلامات التجارية النافذ لم يخلُ من النقائص التي جعلت منه قانونا لا يتناسب كثيرا مع متطلبات كل من المنتج والصانع والمستهلك ، وذلك بالمقارنة مع القوانين الحديثة.

وقد اهتمت هذه الدراسة بمقارنة قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة (1952) وهو النافذ في الضفة الغربية وتعديله رقم (34) لسنة 1999<sup>3</sup> النافذ في الأردن، وقانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002<sup>4</sup>، بالإضافة إلى نصوص الاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات العلاقة بعقد الترخيص

---

<sup>2</sup>قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952، المنشور في الصفحة (243) من العدد (1110) من الجريدة الرسمية، الصادر بتاريخ 1952/6/1.

<sup>3</sup>قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999، المنشور في الصفحة (34) من العدد (1999) من الجريدة الرسمية، الصادر بتاريخ 1999/11/1.

<sup>4</sup>قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002 المنشور في الجريدة الرسمية العدد (22) مكرر، الصادر بتاريخ 2002/6/2.

باستعمال العلامة التجارية مثل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)<sup>5</sup> Trips لسنة 1994، والتوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامة التجارية 2000<sup>6</sup>.

### الأهمية العلمية:

يتضح لنا مما سبق أهمية الوقوف على دراسة النظام القانوني لعقد ترخيص العلامة التجارية وكذلك التعرف على جوانبه القانونية خاصة بعد انتشار هذا العقد باعتباره نظاماً للتعاون بين المشروعات يتيح أفضل الفرص للتوسع، وذلك اعتماداً على شهرة وسمعة العلامة التجارية.

وعلى الرغم من انتشار هذا العقد إلا أنه ما زال غير واضح المعالم ويخضع في العديد من أحكامه إلى القواعد العامة، بالإضافة إلى إرادة الأطراف المتعاقدة التي تلعب دوراً هاماً في تشكيل معالم هذا العقد وتحديد نطاقه، ويعود السبب في ذلك إلى حداثة هذا العقد وعدم ظهور تنظيم قانوني متكامل له لا سيما في التشريعات العربية التي تناولته بصورة غير معمقة دون التطرق إلى جوانبه الموضوعية القانونية، بل أن بعض التشريعات اكتفت بإعطاء الضوء الأخضر لمباشرة هذا العقد باعتباره أحد التصرفات الواردة على العلامات التجارية.

### الأهمية العملية:

نظراً لأهمية الأسواق العربية وحجم العمل التجاري فيها، وبناء مؤسسات تجارية واقتصادية كبيرة التطور شيئاً فشيئاً خاصة في وقتنا الحاضر، وأمام زيادة الحاجة في الواقع الاقتصادي للتعامل عن طريق العلامات التجارية أصبح باب المنافسة مفتوحاً، فلم يعد دور العلامة التجارية يقتصر على تمييز السلع والخدمات

---

5 وهي اختصاراً لـ (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) وهي اتفاق دولي تديره منظمة التجارة العالمية (WTO) الذي يحدد المعايير الدنيا للقوانين المتعلقة بالعديد من أشكال الملكية الفكرية (IP) كما تنطبق على أعضاء منظمة التجارة العالمية.<sup>6</sup> تم اعتماد التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامة التجارية التي تشمل نص الأحكام الذي اعتمده اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية في دورتها الرابعة من (27-31 آذار).

فحسب، إنما باتت ذات علاقة كبيرة بالنشاط الاقتصادي الخاص بالدول وسمعتها وثقافتها وأهداف المشروع الاقتصادي، وعليه فإن هذه الدراسة أهمية كبيرة لمعرفة النظام القانوني الذي يخضع له عقد ترخيص العلامة التجارية، لدوره في بناء مؤسسات تجارية واقتصادية.

### أهداف الدراسة:

1. بيان ماهية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، في ظل القانون النافذ في فلسطين رقم (33) لسنة (1952)، وتعديله رقم (34) لسنة 1999 بالمقارنة مع قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002، ومشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني، والاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات العلاقة.
2. البحث عن القواعد التي تحكم عقد ترخيص العلامة التجارية، كمحاولة لوضع النظام القانوني الذي يخضع له هذا العقد.
3. بيان أهمية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، في هذا الوقت الحافل بالتطور التجاري والاقتصادي.

### منهجية الدراسة:

سوف نتبع في هذه الدراسة نهجا مختلطا، وهو منهج مقارنة تحليلي في الوقت ذاته. فهو منهج مقارنة حيث سنقارن أحكام القانون الأردني وأحكام القانون المصري، ومقارنة بين ما تقضي به التشريعات الوطنية

المختلفة من جانب، وما أشارت إليه الاتفاقيات التجارية الدولية من جانب آخر، خاصة تلك الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية مثل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (Trips).

ومن خلال المنهج التحليلي الوصفي يتم تحليل بعض النصوص القانونية المقارنة التي تنظم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والوصف القانوني لها، وتحليل المبادئ القانونية والقرارات الصادرة عن القضاء المقارن في هذا الصدد، ومناقشة الآراء والاتجاهات حولها، وإعمال الرابط القانوني في تحليلها ووصفها.

### الدراسات السابقة:

إن قلة عدد الدراسات السابقة التي تناولت موضوع انتقال الحق في العلامة التجارية والإشكالات التي تواجه انتقال الحق في العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية الساري، وضياح حقوق الأطراف بسبب سوء تنظيم وسائل انتقال الحق في العلامة التجارية وتخلفها بالمقارنة مع القوانين الحديثة والمتطورة ، هو ما دفع الباحثة إلى الكتابة عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وذلك بهدف تنظيم هذه الوسائل وتطويرها من خلال إجراء المقارنة مع ما استحدثت من قوانين ، وتوعية الأطراف بالحقوق والالتزامات المترتبة على هذه التصرفات والوسائل.

1. النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دراسة مقارنة، ميثاق طالب الجبوري،

2017.

تناول الكاتب مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وأركانه وكيفية انعقاده، وتمييزه عن بعض العقود التجارية التي قد تتشابه معه، وعن آثاره والالتزامات المترتبة على كلا الطرفين (المرخص والمرخص له)، من خلال مقارنة قانون العلامات التجارية العراقي رقم (21) لسنة 1957

المعدل، ومقارنته مع القانون المصري والسوري واللبناني.



2. عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، نادر السلامات، 2011.

تناول الكاتب مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ومقومات العقد وكيفية انعقاده والآثار المترتبة عليه، وتسوية المنازعات الناتجة عنه سواء عن طريق القضاء أو التحكيم، هذا كله وفق التعديلات الحاصلة على قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999، ومن ثم مقارنته مع القانون البحري والمصري والعماني والمغربي، بالإضافة إلى دراسة نصوص الاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات العلاقة.

3. الترخيص باستعمال العلامة التجارية، حسام الدين الصغير، 1993.

تستهدف هذه الدراسة وهي على شكل كتاب، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، من خلال عرض أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون المصري، وعلاج مشاكله، وتم تعريف العقد ومشروعيته، وقواعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وآثاره.

#### اسئلة الدراسة:

كون أن عقد ترخيص العلامة التجارية من العقود الحديثة بالإضافة إلى عدم وجود نظام قانوني متكامل له، فإنه أصبح يثير العديد من التساؤلات التي سنحاول الإجابة عليها من خلال هذه الدراسة وأهمها:

1. ماذا يقصد بعقد ترخيص العلامة التجارية؟ وما أنواعه؟

2. ما الخصائص التي يمتاز بها عن غيره؟

3. وما الطبيعة القانونية لهذا العقد؟

4. وهل هو عقد رضائي أم شكلي؟

5. وهل يخضع إثباته للقواعد العامة في الإثبات التجاري؟ أم يشكل استثناء من الخضوع لهذه القواعد؟

6. وما آثاره؟ وما الالتزامات التي يترتبها في ذمة أطرافه؟

7. وإلى أي مدى يمكن أن يلزم المرخص، المرخص له بالشروط المقيدة التي يشترطها في العقد؟

### إشكالية الدراسة:

لما تقدم تطرح الإشكالية في هذا الدراسة، في السؤال عن مدى إمكانية الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل عدم وجود نصوص في القانون النافذ وهو قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 مقارنة بالقوانين ذات العلاقة، ومشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني.

وللإجابة عن هذه الإشكالية، سوف تقوم الباحثة بإلقاء الضوء على نصوص القوانين المقارنة بهذا الشأن وتوضيح أوجه قصورها، في ضوء اجتهادات الفقه، ونصوص الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، وذلك من خلال تقسيم الدراسة إلى فصلين رئيسيين على النحو التالي:

**الفصل الأول: مفهوم عقد ترخيص العلامة التجارية**

**الفصل الثاني: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية**

## الفصل الأول: مفهوم عقد ترخيص العلامة التجارية

الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو واحد من العقود التجارية الحديثة التي ظهرت نتيجة للتطور الاقتصادي والتجاري وانسجاماً مع متطلبات تشجيع الاستثمار، فإيجابيات هذا العقد جعلت منه حاجة ضرورية لكل من المرخص والمرخص له، فمالك العلامة التجارية يسعى لاستثمار علامته التجارية والحصول على المقابل المادي و توسيع تجارته وإكساب علامته المزيد من الشهرة بنشرها في الأسواق الداخلية والخارجية، وكذلك المرخص له الذي يسعى لتطوير تجارته وصناعته من خلال شهرة العلامة التجارية المرخص له باستعمالها، ولكل ذلك لا بد من الحديث عن ماهية هذا العقد والإمام بجميع جوانبه.

فقد يهدف مالك العلامة التجارية الى استثمار علامته دون بذل أي مجهود يذكر ، بحيث يقوم بالترخيص في استعمال علامته التجارية الى الغير من خلال إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، لذا واستكمالاً لغايات هذا البحث سوف تقوم الباحثة في هذا الفصل بدراسة ما هية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بما يشمله مفهومها وخصائصها (مبحث أول)، ومن ثم سأنتقل لتمييز عقد الترخيص عما يشته به من عقود (مبحث ثاني)، وبعدها سأطرق للطبيعية القانونية لعقد ترخيص العلامة التجارية (مبحث ثالث).

## المبحث الأول: التعريف بعقد ترخيص العلامة التجارية

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية واحداً من العقود التجارية الهامة والتي ترد على أموال معنوية، وتبرز هذه الأهمية من الدور الذي يلعبه هذا العقد كونه يعد أداة مهمة يلجأ إليها المستثمرون الجدد، وأصحاب المشاريع التي تعد متوسطة النشاط وذلك بهدف توسيع نشاطاتهم، ومن جهة أخرى زيادة الثقة في منتجاتهم وخدماتهم ويكون ذلك من خلال الحصول على ترخيص من إحدى الشركات العملاقة التي لها شهرة

عالمية، من خلال استعمال علامتها التجارية لمدة محددة مقابل أجر متفق عليه، فضلا عن ذلك فهو يمتاز بخصائص معينة وذلك باعتباره عقدا يبرم بين طرفين أو باعتباره عقداً قائماً على مشروع تجاري<sup>7</sup>.

### المطلب الأول: تعريف عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية

تدور فكرة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على منح الطرف المرخص له الحق في استعمال العلامة محل الترخيص وفقاً لشروط العقد، وعليه يصبح المرخص له صاحب حق شخصي بهذا الاستعمال، وبذلك يكون المرخص من خلال هذا العقد قد نشر علامته التجارية محل الترخيص على نطاق أوسع، وعليه فإنني سأقوم في هذا المطلب بالتعريف بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وذلك في فرعين ، الأول للتعريف بهذا العقد، والثاني لتوضيح أنواع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وذلك باعتباره عقدا قانونيا أو عقدا يستند على مشروع تجاري.

### الفرع الأول: تعريف عقد ترخيص العلامة التجارية

الترخيص لغة: "من رخص أي أذن له فيه، والرخصة هي الإذن، ويقال رخص له في الأمر أي أذن له فيه بعد النهي عنه، والاسم الرخصة وقد رخص له في كذا ترخيصاً فترخص هو فيه أي لم يستقصي، وتقول رخصت فلانا في كذا أي أذنت له بعد نهْي إياه عنه"<sup>8</sup>.

ويعرف عقد الترخيص اصطلاحاً بأنه: "ذلك العقد الذي يلتزم بمقتضاه صاحب حق ملكية فكرية سواء أكانت براءة اختراع، علامة تجارية، رسماً، نموذجاً صناعياً... أو أي نوع من أنواع الملكية الفكرية بأن يمنح آخر

<sup>7</sup>الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، 2017، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 17.

<sup>8</sup>أصل كلمة الترخيص (License) باللغة العربية يعود إلى الكلمة اللاتينية (Licencia) المشتقة من (Licera) وهي مجازية، والإجازة الاتفاقية (License Conventionale) هي اتفاقية يعقدها حائز براءة اكتشاف أو علامة مع الغير للاستثمار، راجع في ذلك كورنو، جيرار (1998)، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، الطبعة الأولى، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ص56.

الحق لاستغلال هذا الحق لمدة زمنية معينة نظير مقابل محدد، وقد يرتبط بالتزام على مانح الترخيص بمراعاة النظام العام للتقنية الذي ينص على عدم جواز الاتفاق على تخفيف المسؤولية في حال عدم إنجاز أهداف العقد وتحقيق النتائج".<sup>9</sup>

وعرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)<sup>10</sup> عقد الترخيص على أنه: " رضا الطرف الذي يكون مالكا للحق ويمسى المرخص، لشخص آخر يسمى المرخص له، بأن يقوم الأخير بعمل معين، ويكون هذا العمل محمياً بحق المرخص الخاص"<sup>11</sup>.

أما على صعيد الفقه، فقد عرف الفقه عقد الترخيص التجاري: " بأنه اتفاق يُوجب على "المرخص" بأن يُمكن من تعاقد معه "المرخص له" بالانتفاع من حقوق الملكية الصناعية أو المعرفة الفنية (Know How) الموجودة في حوزته لمدة محددة، وذلك لقاء مقابل معين يتعهد الطرف المرخص له ببذله".<sup>12</sup>

وبناء على ما سبق فإنه يمكن تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه: "عقد يُخول بموجبه مالك العلامة التجارية شخصاً طبيعياً أو معنوياً الحق باستعمال علامته التجارية على كل أو بعض منتجاته أو خدماته، سواء كانت هذه المنتجات من صنع الأخير أو من صنع غيره، وذلك خلال مدة محددة وفي نطاق جغرافي معين لقاء بدل يُتفق عليه، ويسمى مالك العلامة التجارية في هذا العقد بالمرخص".<sup>13</sup>

<sup>9</sup> الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية، 1988، الطبعة غير مذكورة، القاهرة، ص 444.  
<sup>10</sup> تم إنشاء منظمة (WIPO) في عام 1967 بموجب اتفاقية استوكهولم، ثم اعتبرت إحدى الوكالات المتخصصة التابعة للأمم المتحدة في 17/ديسمبر/1974، وتعني هذه المنظمة بحقوق الملكية الفكرية، لمزيد من التفاصيل حول هذه المنظمة والدول الأعضاء فيها، انظر د. صلاح زين الدين، المدخل إلى حقوق الملكية الفكرية، 2006، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 139.

<sup>11</sup> وأصل النص باللغة الإنجليزية هو ( License Means the consent given by the owner of an executive right (licensor) to the (other person (licensee) to perform certain act culvich are covered by an exclusive right).

أشار إليه الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 20.

<sup>12</sup> محمود، عبد الغني: الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا، 1991، الطبعة الأولى، الأردن، دار الاتحاد العربي للطباعة، ص 22.

<sup>13</sup> الصغير، حسام الدين عبد الغني: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، 1993، الطبعة غير مذكورة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 7.

## موقف التشريعات من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

قامت بعض الدول بتنظيم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كما هو الحال في مصر، ولكن هناك دول لم تقم بتنظيم أي أحكام خاصة بهذا العقد في أحكامها كما هو الحال في فلسطين<sup>14</sup>، والأردن قبل التعديل على قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1953، لكن بعد سنة 1999 تم إضافة أحكام جديدة بما يخص هذا العقد في قانون العلامات التجارية الأردني المعدل<sup>15</sup>.

حيث نصت المادة 2/26 من قانون العلامات التجارية الأردني: "لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او أكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه او بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيله<sup>16</sup>."

أما بالنسبة للمشرع المصري، فقد قام بالإشارة إلى بعض الجوانب القانونية الخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دون التطرق إلى تعريفه، وذلك في نصوص المواد (95، 96، 97، 98، 99) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002.<sup>17</sup>

وذهب المشرع المصري إلى "اشتراطه لقيود عقد الترخيص في سجل المعاملات أن يكون موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات في الشهر العقاري، علماً أن اشتراط توثيق عقد الترخيص أو التصديق على صحة التوقيعات عليه إنما هو لقيود العقد بالسجل المخصص وليس شرطاً لصحة العقد".<sup>18</sup>

<sup>14</sup> تشير سجلات دائرة الملكية الفكرية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يتجاوز الـ 10 عقود سنوياً ويتم أعمال قواعد عقد الإيجار في ظل عدم وجود قانون يعالج عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مشار لها لدى فواز يوسف عكاري، انتقال الحق في العلامة التجارية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، 2017، فلسطين.

<sup>15</sup> قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 هو النافذ في أراضي الضفة الغربية.

<sup>16</sup> قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

<sup>17</sup> قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

## موقف الاتفاقيات الدولية من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

اتفاقية تريبس: أجازت اتفاقية تريبس<sup>19</sup> للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية وضع شروط بما يخص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأيضاً بخصوص التنازل عنها، إلا أن اتفاقية تريبس قامت بمنع الترخيص الإجباري باستعمال العلامة التجارية.

معاهدة باريس: بعد مراجعة اتفاقية باريس تبين أن هذه الاتفاقية لم تورد أية أحكام بخصوص الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

## الفرع الثاني: أنواع عقد ترخيص العلامة التجارية

يمكن تقسيم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وفقاً لإرادة المرخص والمرخص له من خلال زاوية النظر لهذا العقد، ويمكننا النظر إلى العقد من زاويتين: الأولى نطاق هذا الحق محل الترخيص لاستعمال العلامة التجارية، والثانية من حيث النطاق المكاني.

### أولاً: أنواع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث نطاق الحق المرخص به

يتمحور هذا التقسيم حول الإجابة عن سؤالين: هل يملك المرخص استعمال العلامة التجارية في ظل وجود عقد ترخيص باستعمالها؟ والسؤال الثاني: هل يملك المرخص منح آخرين الحق باستعمال العلامة التجارية في ذات الأماكن المرخص بها من قبل؟ من خلال الإجابة على السؤالين السابقين يمكننا معرفة ثلاثة أنواع لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

---

<sup>18</sup> سلامة، نعيم جميل صلاح: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، 2015، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة،

130.

<sup>19</sup> المادة 21 من اتفاقية تريبس، اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

وهي الترخيص غير الاستثنائي، والترخيص الاستثنائي، والترخيص الوحيد.

#### 1. الترخيص غير الاستثنائي (العادي):

يجوز للمرخص في هذا النوع "أن يمنح أيا من الغير عقود ترخيص باستعمال ذات العلامة التجارية، حتى وإن كان في النطاق المكاني نفسه، ولا يمنع مثل هذا النوع المرخص نفسه من استعمال علامته التجارية"<sup>20</sup>، فالأصل أن لا يمنع عقد الترخيص الطرف المرخص (المالك) من استعمال العلامة التجارية<sup>21</sup>.

وتنص المادة (51/د) من مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني على: "لمالك العلامة التجارية منح ترخيص أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي باستعمال العلامة لأي من بضائعه أو منتجاته أو خدماته التي يغطيها التسجيل ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة على المدة المقررة قانوناً لحمايتها، ويجب إيداع هذا العقد لدى المسجل".

فالأصل في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بقاء المرخص حراً بالقيام باستعمال علامته التي رخص باستعمالها لطرف آخر وهو (المرخص له)، أو بمنح تراخيص أخرى باستعمال ذات العلامة، وهذه القاعدة هي الأصل في الترخيص غير الاستثنائي (العادي)، ما لم يتم الاتفاق بين الأطراف على منع (المرخص) من إعطاء أي تراخيص على ذات العلامة محل الترخيص، وفي حال

<sup>20</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، 2011، الطبعة غير مذكورة، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، ص38.  
<sup>21</sup> جاء في المادة 2/25 من قانون العلامات التجارية الأردني أنه: "ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يُتفق على خلاف ذلك".



لم يتم الأطراف بتحديد نوع الترخيص فهذا يعني أن نوع الترخيص هو غير استثنائي(عادي)، وهذا ما جاء في قرار المحكمة العليا الكندية في إحدى السوابق القضائية الهامة<sup>22</sup>.

## 2. الترخيص الاستثنائي(الحصري):

" هو عقد يتفق فيه مالك العلامة مع المرخص له على أن يقوم الأخير باستعمال العلامة المرخص بها داخل النطاق الجغرافي المبين في العقد دون أن ينافسه أحد في هذا الاستعمال، بحيث يستأثر الطرف المرخص له دون سواه بهذا الحق"<sup>23</sup>.

ولا يجوز للطرف المرخص في الترخيص الاستثنائي أن يمنح ترخيصا آخر على ذات العلامة التجارية والمنتجات محل الترخيص لشخص آخر<sup>24</sup>، كما لا يجوز قيام هذا الطرف باستعمال هذه العلامة على ذات المنتجات بنفسه، وذلك في نفس المنطقة الجغرافية والمدة الزمنية المتفق عليها، ولذلك سمي هذا النوع من أنواع الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالترخيص الحصري.<sup>25</sup>

## 3. الترخيص الوحيد:

" هو عقد يبرمه مالك العلامة التجارية مع الطرف المرخص له، وبموجبه يكون للأخير وحده دون غيره الحق في استعمال العلامة المرخص بها، داخل النطاق الجغرافي المحدد بالعقد، ولكن يبقى

---

<sup>22</sup> وتتلخص وقائع هذه القضية بأن شركة (Seiko Time Canada Ltd) أدعت بانها المرخص لها الوحيد باستعمال العلامة التجارية (Seiko) ووضعها على الساعات التي تقوم بتوزيعها، وهذه العلامة التجارية هي علامة يابانية عائدة إلى المصنع الياباني (Hattori) المختص بتصنيع الأجهزة الدقيقة والساعات، واستمرت الشركة بادعائها بأن شركة (Consumers Distributing Company Limited) قد خرقت قانون العلامات التجارية عندما قامت بتسويق ساعات تحمل علامات (Seiko) اليابانية في كندا مما أدى إلى حدوث ارتباك في السوق الكندي، وإلحاق الضرر بشركة (Seiko Time Canada Ltd)، المرخص لها باستعمال هذه العلامة في كندا، وأشار قاضي المحكمة العليا الكندية في قراره أنه من الصعب القول بأن سلوك شركة

(Consumers Distributing Company Limited) يشكل خرقا لقانون العلامات التجارية، لا سيما وأنها قامت ببيع وتوزيع الساعات ذاتها التي يصنعها المصنع الياباني (Hattori) صاحب الترخيص، أي أنها قامت بتوزيع ساعات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها الساعات التي توزعها شركة (Seiko Time Canada Ltd)، وأما ادعاء الأخيرة بأنها الطرف المرخص له الوحيد في كندا باستعمال العلامة التجارية (Seiko)، فإنها حجة مردودة، لأن عقد الترخيص المبرم بين هذه الشركة وشركة (Seiko Time Groporation) اليابانية (المرخصة) هو الذي يحدد نوع الترخيص، وما دام العقد لم يذكر ذلك فإن الترخيص يُعد ترخيصا عاديا، وبالتالي يحق للشركة المرخصة أن تمنح ترخيصا لأي شخص آخر.

<sup>23</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص30.

<sup>24</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص31.

<sup>25</sup> الخرشوم، عبد الله حسين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، 2005، الطبعة غير مذكورة دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص166.

لمالك العلامة التجارية (الطرف المرخص) الحق في استعمال هذه العلامة بنفسه داخل هذا النطاق الجغرافي، دون أن يكون له الحق في الترخيص للغير<sup>26</sup>.

وترى الباحثة أن أفضل نوع من أنواع الترخيص باستعمال العلامة التجارية، هو الترخيص الاستثنائي حيث أن المرخص له من خلال هذا الترخيص يستفيد أقصى استفادة من العلامة التجارية، فيقتصر الحق باستعمال العلامة التجارية في المنطقة الجغرافية المحددة للمرخص له دون غيره حتى على المرخص (المالك) نفسه، وبذلك هو يتميز عن الترخيص الوحيد ببقاء حق المرخص في إمكانية استعمال العلامة التجارية الخاصة به في النوع الأخير.

#### ثانياً: أنواع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث النطاق المكاني

يمكننا تقسيم العقد من حيث النطاق الجغرافي وأطراف عقد الترخيص إلى نوعين وهما: عقد الترخيص المحلي وعقد الترخيص الدولي، وسوف نتحدث عن كل منهما بشيء من التفصيل.

##### 1. عقد الترخيص المحلي:

يمكن وصف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على أنه محلي إذا كان كلا الطرفين المرخص والمرخص له في ذات البلد، أي أنهما يخضعان للنظام القانوني نفسه، أو إذا كانت المنطقة الجغرافية المرخص باستعمال العلامة التجارية فيها ضمن البلد نفسه، ويكثر في الدول ذات المساحات الكبيرة أو التي يتواجد فيها أسواق استهلاكية متناثرة انتشار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية المحلي، ومثال عليها الدول المكونة من ولايات.

<sup>26</sup>الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص35.

## 2. عقد الترخيص الدولي:

يمكن وصف عقد الترخيص بأنه دولي في حال كان أطراف العقد يخضعان لنظامين قانونيين مختلفين، أي أنه كل منهما يحمل جنسية دولة مختلفة عن الآخر هذا من جانب، ومن جانب آخر يمكن تصور أن يكون عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دولياً بالنظر إلى المنطقة الجغرافية، عندما تكون المنطقة المرخص باستعمال العلامة التجارية بها، خارج المنطقة التي تم فيها تسجيل العلامة التجارية محل الترخيص.

"كما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد يحدد أنواعاً معينة من الخدمات أو المنتجات التي يُسمح باستعمال العلامة التجارية عليها دون غيرها، خاصة في ظل العلامات التجارية المسجلة على أكثر من صنف من أصناف المنتجات أو الخدمات<sup>27</sup>، وبذلك يوصف بأنه حصري على منتج أو خدمة معينة. ويمكن أن يكون الترخيص باستعمال العلامة التجارية على جميع المنتجات أو الخدمات التي توسم بها العلامة أصلاً، وبذلك يكون غير حصري"<sup>28</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص عقد ترخيص العلامة التجارية

يمتاز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعدة خصائص والتي ينفرد ببعض منها ويشترك ببعض منها مع غيره من العقود، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الرضائية التي ترد على المنفعة من الشيء والاستفادة منه وذلك دون المساس بملكيته، وإنما ينشئ للشخص المستفيد (المرخص له) حقاً شخصياً، بالإضافة إلى ذلك فهو يعتبر من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، وللاعتبار الشخصي دورٌ هام جداً في إبرامه وكيفية تنفيذه.

<sup>27</sup>قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

<sup>28</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص40.

كما ويتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه عقد يستند على مشروع تجاري، الأمر الذي يجعله يتميز بخاصيتين مهمتين تشكلان جوهر هذا العقد، الخاصة الأولى تتمثل بالإشراف والرقابة من قبل المشروع المرخص على المشروع المرخص له، أما الثانية فهي الاستقلال القانوني والإداري والمالي للمشروع المرخص له عن المشروع المرخص.

### الفرع الأول: خصائصه كعقد

يتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كونه عقداً بخصائص عدة، أهمها أنه من العقود الرضائية، ومن عقود الاعتبار الشخصي، ومن العقود المستمرة التنفيذ والتي يكون الزمن فيها عنصراً جوهرياً فيها، وسنتناولها كما يلي:

#### أولاً: عقد من العقود الرضائية

يعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقداً رضائياً يتم بتراضي الطرفين المتعاقدين، دون الاشتراط على إخراج هذا التراضي بشكل مخصوص يقره القانون<sup>29</sup>، إذ يكفي تراضي طرفي العقد وتبادل التعبير عن إرادتين متطابقتين.

إلا أن هذه القاعدة لا تعتبر من النظام العام، لذا ليس هناك ما يمنع المتعاقدين من الاتفاق على اشتراط الكتابة ركناً للعقد، وبما أن هذا العقد يستمر لفترة طويلة عادة ويرتب آثاراً مهمة بين أطرافه لذا فإننا نوصي باشتراط كتابة وتوثيق هذا العقد لدى جهة رسمية، وتعليق ترتيب العقد لآثاره القانونية اتجاه الغير على إتمام هذا التوثيق.

<sup>29</sup>شرف الدين، أحمد: أصول الصياغة القانونية للعقود تصميم العقد، 2008، الطبعة الثالثة، دار نصر للطباعة الحديثة، بدون مكان للطبع، ص266.

ولم ينظم المشرع الأردني عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأحكام تفصيلية، فلا يوجد قواعد خاصة تحكم هذا العقد، وذلك تطبيقاً لمبدأ الرضائية في العقود فيكفي لانعقاد العقد توافر الإيجاب والقبول، دون الحاجة إلى تفرغ العقد في قالب وشكل معين.

والمشرع الأردني كان يشترط في قانون العلامات التجارية لسنة 1999 المعدل أن يكون العقد خطياً وموثقاً لدى مسجل العلامات التجارية، وبهذا كان العقد شكلياً لا رضائياً، إلا أنه في التعديل رقم 15 لسنة 2008 اكتفى بشرط الكتابة وألغى شرط التوثيق.

"ولم يشترط المشرع المصري لانعقاد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية شكلاً معيناً، وإنما اشترط لغايات قيد العقد في سجل العلامات التجارية أن يكون العقد موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات عليه حيث نصت المادة 96 من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه: "يشترط لقيد عقد الترخيص في سجل العلامات التجارية أن يكون موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات عليه ولا يكون الترخيص نافذاً في حق الغير إلا بعد إجراء هذا القيد والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون".

### ثانياً: عقد من عقود الاعتبار الشخصي

"تقسم العقود من حيث الاعتداد بشخصية المتعاقدين أو أحدهما إلى عقود قائمة على الاعتبار الشخصي وعقود لا يعتد فيها بشخصية المتعاقدين أو أحدهما"<sup>30</sup>، ويعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي بالنسبة للمرخص له، "فلا يتم إبرام مثل هذا العقد اعتباطاً بل يجب

<sup>30</sup> الصرايرة، منصور عبد السلام: الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني، رسالة ماجستير، 2004، الكرك دار رند، ص82، منشورة على الموقع الإلكتروني: [www.emarefa.net](http://www.emarefa.net)

التوقف أمام المميزات الشخصية للمتعاقد، وعمّا إذا كان يحوز على الخصائص والصفات المطلوبة لتنفيذ العقد<sup>31</sup>.

ويترتب على كون عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي نتيجتان مهمتان هما:

1. "لا يجوز للمرخص له أن يتنازل عن عقد الترخيص للغير أو أن يمنح هذا الغير ترخيصاً من الباطن، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك صراحة في العقد"<sup>32</sup>.

أي أنه، وإن كان من طبيعة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الطابع الشخصي إلا أنه لا يعد من مستلزماته، فمن الممكن الاتفاق على منح المرخص له الحق في التنازل عن عقد الترخيص أو أن يكون له سلطة منح ترخيص من الباطن.

2. "إن وفاة المرخص له أو إفلاسه سيؤدي إلى انقضاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك، هذا يعني أن عقد الترخيص لا ينقل إلى الورثة إلا إذا وافق المرخص صراحة على الانتقال"<sup>33</sup>.

### ثالثاً: عقد من العقود المستمرة التنفيذ

"تنقسم العقود من حيث تنفيذها إلى عقد فوري وعقد ممتد، أما العقد الفوري فيتم تنفيذه دفعة واحدة كما هو الحال في عقد البيع الذي يترتب عليه تسليم المبيع في مقابل الثمن، مع إمكانية التأخير في تسليم المبيع أو

<sup>31</sup> مغيب، نعيم: الفرشايذ دراسة مقارنة، 2006، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص152.  
<sup>32</sup> القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، 2005، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص552.  
<sup>33</sup> عزيز، علاء: عقد الترخيص التجاري، 2003، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص13.

الثلث التي لا تؤثر على الصفة الفورية، أما العقد الممتد (أو المستمر)، فهو ذلك العقد الذي ينفذ فيه الالتزام بأداءات مستمرة ودورية كعقد الإيجار، حيث يستمر الانتفاع بالعين المؤجرة طيلة مدة الإيجار، ويعتبر الزمن في هذا العقد عنصراً جوهرياً<sup>34</sup>.

"وعليه فإن الزمن في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعد عنصراً جوهرياً فيه لا عنصراً عرضياً يحدد أجل تنفيذه فحسب، لأن عقد الترخيص يرد على منفعة الشيء لا على ملكيته، فلا بد من وجود فترة زمنية لتحقيق هذه المنفعة، لذلك يسمى أيضاً بعقد المدة أو العقد الزمني"<sup>35</sup>.

وبعبارة أخرى فإن الزمن في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو المقياس لتحديد التزامات وحقوق أطرافه.

### الفرع الثاني: خصائصه كمشروع تجاري

يتم إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بين مشروعين تجارين، وهما المشروع المرخص والمرخص له، وفي الغالب يكون المشروع المرخص شركة تجارية كبرى مالكة لعلامة تجارية مشهورة، وتكون هذه العلامة التجارية محل ثقة للمستهلكين، وبالمقابل يكون المشروع المرخص له شركة تجارية جديدة في السوق تكون لديها الرغبة بزيادة وتحسين منتجاتها وتوسيع دائرة نشاطها واستقطاب المزيد من المستهلكين.

وتتميز هذه العلاقة التعاقدية بين المشروع المرخص والمرخص له بخاصيتين مهمتين، بالإضافة إلى كونهما من الركائز الأساسية التي يقوم عليها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وهما: الرقابة والإشراف والتي يباشرها المشروع المرخص على المشروع المرخص له، من أجل ضمان قيام المرخص له

<sup>34</sup> السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني ج7، م1، العقود الواردة على العمل، المقالة والوديعة والحراسة، 1964، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص655.

<sup>35</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع السابق، ص41.

بالتزاماته بما لا يسئ لسمعته التجارية، وكذلك الاستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمرخص له، فالمشروع المرخص له ليس مشروعاً تابعاً للمشروع المرخص بل هو مشروع مستقل وقائم بذاته.

### أولاً: الرقابة والإشراف التي يمارسها المشروع المرخص على المشروع المرخص له

يعتبر عنصر الرقابة والإشراف التي يمارسها الطرف (المرخص) على أعمال الطرف (المرخص له) جوهر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وتهدف هذه السيطرة والرقابة أولاً إلى توفير شكل موحد وثابت للعلامة محل الترخيص، وثانياً إلى ضمان جودة وكفاءة المنتجات أو الخدمات التي يتم تقديمها، لأن هذه الجودة والكفاءة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالعلامة التجارية المملوكة للمرخص وسمعته، وذلك من خلال ظهور العلامة التجارية محل الترخيص للمستهلكين بشكل موحد.

لذلك بات من الطبيعي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أن يقوم المرخص بمراقبة أعمال المرخص له، لمعرفة مدى التزامه بالطرق والأساليب المتفق على استعمالها في عملية التصنيع والتوزيع، فيحق للطرف المرخص أن يراقب الكيفية التي يتم من خلالها استعمال علامته التجارية، ومراقبة السلع والخدمات المقدمة للزبائن، ليمنع أي عمل من شأنه النيل من قيمة علامته التجارية أو التقليل منها، ومن عدم نظامية صفات وجودة المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المرخص له لجمهور المستهلكين<sup>36</sup>.

<sup>36</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 43.



## ثانياً: الاستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمشروع المرخص له

"بالرغم من الرقابة والإشراف التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له إلا أن الأخير يبقى متمتعاً باستقلال مالي وإداري وقانوني، فالمرخص له يمتلك ذمة مالية منفصلة عن الذمة المالية للطرف المرخص، وكذلك يتمتع بهيكلية إدارية خاصة به، وكل ما في الأمر أن الأخير يُمكن المرخص له من استخدام علامته التجارية لمدة معينة من الزمن"<sup>37</sup>.

فالطرف المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتمتع باستقلال مالي وإداري وقانوني عن المرخص، وهو أمر هام جداً فعلى الرغم من سلطة الإشراف والرقابة التي يمارسها الأخير على المرخص له، فإن الرقابة والإشراف وإن كانت تحد من استقلال المرخص له إلا أنها لا يمكن أن تنفيه.

---

<sup>37</sup> شافي، نادر: عقد الفرنشايز، 2005، مجلة الجيش العدد 244، بحث منشور على شبكة الانترنت على الموقع <https://www.lebarmy.gov.lb/ar/content/%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B4%D9%8A%D8%B2-franchising>

## المبحث الثاني: تمييز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عما يشته به

تحدثنا في المطلب السابق عن خصائص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، لكن ما زال البعض يخلط بين هذا العقد وبعض العقود الأخرى الشبيهة به، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتميز عن غيره من التصرفات القانونية، والتي قد تأخذ شكل العقود التجارية الدولية، أو قد تكون مجرد تصرفات واردة على العلامة التجارية، لذلك ستقوم الباحثة بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، المطلب الأول لتمييز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن بعض العقود التجارية الدولية، والمطلب الثاني لتمييزه عن بعض التصرفات الواردة على العلامة التجارية.

### المطلب الأول: تمييزه عن بعض العقود التجارية الدولية

يشترك عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في بعض جوانبه القانونية مع بعض العقود التجارية الدولية، والذي قد يؤدي إلى حصول اللبس بينه وبين هذه العقود، وأهمها عقد الفرنشايز، وعقد نقل التكنولوجيا، ومن أجل تمييزه عن بعض العقود التجارية الدولية سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الأول لتمييز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن عقد (الفرنشايز)، والثاني لتمييزه عن عقد نقل التكنولوجيا.

### الفرع الأول: تمييزه عن عقد الفرنشايز

ويعرف عقد الفرنشايز على أنه: "وسيلة عقدية للتعاون فيما بين المشروعات المستقلة والتي تعتمد على نقل المعارف الفنية والتجارية، وما يرتبط بها من حقوق الملكية الفكرية والصناعية والمساعدة الفنية من المانح

للمتلقي الذي يمارس نشاطه وفقا لمعايير وشروط يضعها المانح في مقابل أداء مادي للأخير بهدف تكرار النجاح الذي حققه المانح في نشاطه التجاري<sup>38</sup>.

وتعتبر المعرفة الفنية العنصر الأهم في محل عقد الفرنشايز، والتي تتميز بخاصية السرية، فهي تمثل النجاح المعرفي والتكنولوجي للطرف المرخص، والتي تتمثل بتقديم المساعدة في اختيار مكان إنشاء النشاط التجاري، معايير تقديم الخدمة المقدمة وضوابطها، آليات التعامل مع العملاء وطرقها، والتقنيات التكنولوجية.

وتقول المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) عن عقد الفرنشايز: "بناء على هذا العقد يمكن لطرف يملك خبرة تقنية أو مهارة أخرى وله سمعة مرتبطة بعلامة تجارية أو علامة خدمة أن يعمل مع شركة أخرى تأتي بخبرتها العملية ومواردها المالية لتقديم سلع أو خدمات إلى المستهلك مباشرة، ويحرص مانح الامتياز في تلك الحالة، من خلال توفير الخبرة التقنية والإدارية، على أن الطرف الحاصل على الامتياز في تلك الحالة يحافظ على معيار الجودة والمعايير الأخرى فيما يتعلق بالانتفاع بالعلامة التجارية أو علامة الخدمة، التي غالبا ما تقتضي احترام خاصيات معيارية معينة، كاستعمال شكل موحد للتغليف مثلا"<sup>39</sup>.

وبذلك يمكننا القول أن عقد الفرنشايز يركز على مجموعتين من العناصر:

أ. "حقوق الملكية الصناعية والتجارية (العلامات التجارية والاسم التجاري والرسوم والنماذج الصناعية)، وهذه الحقوق مملوكة للمانح إلا أنه يعطي المتلقي الحق في استعمالها شريطة أن تكون العلامة التجارية من بينها، لأنها تشكل عنصرا جوهريا في عقد الفرنشايز"<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> عبد الله، عبد الكريم: عقود نقل التكنولوجيا، 2007، الطبعة غير مذكورة، مكتبة صادر ناشرون، بيروت، ص68.  
<sup>39</sup> انظر (المنظمة العالمية للملكية الفكرية):

<http://www.wipo.int/sme/ar/ipbusiness/licensing/franchiselicence.htm>

<sup>40</sup> النجار، محمد محسن إبراهيم: التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية، 2005، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص133.

ب. "المعرفة الفنية والتي تتمثل بالأساليب والطرق والوسائل الناتجة عن خبرة وتجربة صاحب الامتياز، والتي كانت سببا في نجاحه وازدهاره، وهي سرية وجوهرية ومحددة"<sup>41</sup>.

يتضح مما سبق أن هناك وجه تقارب بين عقد الفرنشايز وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، الأمر الذي دفع جانب من الفقه إلى المساواة بينهم.

لكن وعلى الرغم من هذا التقارب فيما بينهما، إلا أن عقد الفرنشايز يكون أكثر شمولاً من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهو يشمل منح الترخيص باستعمال العلامة التجارية مع منح الترخيص باستعمال حقوق أخرى من حقوق الملكية الفكرية، هذا يعني أن الترخيص في عقد الفرنشايز يمتد ليشمل الاسم التجاري والنماذج الصناعية والمعرفة الفنية وغير ذلك.

"عقد الفرنشايز فضلا عن طرق التصنيع، يعطي طريقة البيع، وخطط التوزيع والتسويق، وباختصار فإن عقد الفرنشايز يتضمن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالإضافة إلى أمور أخرى مهمة، كالمعرفة الفنية (Know How)"<sup>42</sup>.

يتضح لنا مما سبق أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن جعله ولوحده عقد فرنشايز، لأن عقد الفرنشايز يتضمن علاوة عن الترخيص باستعمال العلامة التجارية تراخيص باستعمال حقوق أخرى، بالإضافة لاستخدام المعرفة الفنية (Know How)، والتي تشكل العمود الفقري لعقد الفرنشايز، خلافا لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي لا يتضمن مثل هذه المعرفة.

<sup>41</sup> مغيب، نعيم: الفرنشايز دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص90.  
<sup>42</sup> الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل زيادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، تنظمها منظمة الويبو بالتعاون مع وزارة الاقتصاد والتجارة السورية، دمشق في 11 و12 مايو/2004، ص12، بحث منشور على شبكة الإنترنت على الموقع:

[www.wipo.int/edocs/odcs/arab/ar/WIPO/IP/DAM/04/DOC.8](http://www.wipo.int/edocs/odcs/arab/ar/WIPO/IP/DAM/04/DOC.8)

## الفرع الثاني: تمييزه عن عقد نقل التكنولوجيا

يُعرف عقد نقل التكنولوجيا بحسب المادة (73) من قانون التجارة المصري على أنه: "عقد نقل التكنولوجيا اتفاق يتعهد بمقتضاه (مورد التكنولوجيا) بأن ينقل بمقابل معلومات فنية إلى (مستورد التكنولوجيا) لاستخدامها في طريقة فنية خاصة لإنتاج سلعة معينة أو تطويرها أو تركيب أو تشغيل آلات أو أجهزة أو لتقديم خدمات ولا يعتبر نقلاً لتكنولوجيا مجرد بيع أو شراء أو تأجير أو استئجار السلع . ولا بيع العلامات التجارية أو الأسماء التجارية أو الترخيص باستعمالها إلا إذا ورد ذلك كجزء من عقد نقل تكنولوجيا ، أو كان مرتبطاً به"<sup>43</sup>.

يلاحظ من التعريف السابق أن جوهر عقود نقل التكنولوجيا هو ليس العناصر المادية التي قد تشملها هذه العقود، بل هو العنصر المعنوي الذي يتمثل بحقوق الاختراع والمعارف الفنية (Know How) وغيرها.

"ويجب التمييز بين نوعين مختلفين لعقود نقل التكنولوجيا، الأول: النقل الداخلي للتكنولوجيا والذي يتم داخل المشروع الواحد، كالنقل داخل المشروع المتعدد القوميات من الشركة الأم إلى شركاتها الوليدة المنتشرة في أماكن متفرقة من العالم، ويسمى كذلك لأنه لا يتضمن نقلاً حقيقياً للتكنولوجيا، بل تظل الأخيرة في قبضة المشروع الناقل وسيطرته، أما الثاني فهو النقل الخارجي للتكنولوجيا وهو الذي يتم بين المشروع الناقل ومشروع آخر مستقل عنه، وتشكل عقود الترخيص الصناعي الأداة الرئيسية لهذا النوع من عقود نقل التكنولوجيا"<sup>44</sup>.

<sup>43</sup>قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.  
<sup>44</sup>الصغير، حسام الدين عبد الغني: ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية، لأعضاء مجلس الشورى بالتعاون مع وزارة الصناعة، مسقط، عمان في 3 و4 مارس/2004، منشور على شبكة الإنترنت على الموقع:

[www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_mct\\_04/wipo\\_ip\\_mct\\_04\\_9.do](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_mct_04/wipo_ip_mct_04_9.do)

وفي الواقع تجسد المعارف الفنية المحل الرئيس لعقود نقل التكنولوجيا، وتتمثل المعرفة الفنية بالأساليب والطرق الصناعية والمعارف والخبرات المرتبطة بها، لأن المعرفة الفنية لا تنتقل من المورد إلى المتلقي بمجرد إتباع إرشادات مكتوبة، وإنما تنتقل من خلال أسلوب الشخص الخبير وتطبيقه لهذه الإرشادات، فالمعرفة الفنية تتحلل إلى عنصرين هما المعرفة والخبرة.

يتبين لنا مما سبق أن هناك عدة أوجه شبه واختلاف بين عقود نقل التكنولوجيا وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فأوجه الشبه فيما بينهما تتمثل بأن كل منهما يرد على أموال منقولة معنوية، وأنهما من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، ومن العقود المستمرة التنفيذ والتي يلعب الزمن دورا مهما في تنفيذها.

لكن وعلى الرغم من أوجه الشبه فيما بينهما، إلا أن هنالك بعض المسائل الجوهرية التي يختلفان فيها، فبينما ينصب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية باستعمال العلامة التجارية على العلامات التجارية فقط دون غيرها من عناصر الملكية الفكرية، تنصب عقود نقل التكنولوجيا على نقل معلومات فنية لاستعمالها في إنتاج السلع أو في تطبيق طريقة فنية في الإنتاج أو في تقديم الخدمات، فعقود نقل التكنولوجيا تتضمن الترخيص باستغلال حقوق المعرفة الفنية فضلا عن حقوق الملكية الصناعية، كبراءات الاختراع والنماذج الصناعية والعلامات التجارية، وقد تنصب هذه العقود أيضا على توريد وتشغيل الأجهزة والآلات اللازمة للإنتاج، وكما هو الحال في عقود تسليم المفتاح<sup>45</sup>.

فضلا عن ذلك يختلف كلا العقدين في الغاية والهدف المراد تحقيقه، فبالنظر إلى عقود نقل التكنولوجيا فإنها تهدف إلى قطع مسافة التخلف التكنولوجي والصناعي وذلك من خلال استيعاب ما وصلت إليه التكنولوجيا

<sup>45</sup>الصغير، حسام الدين عبد الغني: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص3.

في الدول المتقدمة، مما يؤدي إلى التطور الاقتصادي وازدياد الدخل القومي، وارتفاع مستوى المعيشة، لدى الدول النامية المستوردة للتكنولوجيا.

"بينما عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يهدف إلى زيادة الثقة في جودة البضائع والخدمات التي يقدمها المرخص له، من خلال وضعه للعلامة التجارية المملوكة للمرخص والتي رخص له باستعمالها، على بضائع أو خدمات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها منتجات المرخص"<sup>46</sup>.

يتضح لنا من ذلك أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن اعتباره عقداً من عقود نقل التكنولوجيا، للخصوصية التي تتميز بها هذه العقود من حيث المحل الذي ترد عليه، ومضمون الالتزامات التي تترتب على أطرافها، فضلاً عن كونها عقوداً شكلية مركبة من أكثر من عقد واحد.

### **المطلب الثاني: تمييزه عن بعض التصرفات الواردة على العلامة التجارية**

تمثل العلامة التجارية قيمة مالية في الجانب الإيجابي من ذمة مالكيها، فإن المالك له الحق باستعمالها بنفسه أو استغلالها من خلال الترخيص للغير باستعمالها بنفسه أو استغلالها من خلال الترخيص للغير بهذا الاستعمال، وكذلك له الحق بالاستفادة من قيمتها المالية من خلال التنازل عن ملكيتها للغير أو تقديمها حصة في شركة معينة، فضلاً عن ذلك يجوز له رهنها والاقتراض بضمانها، كما وتدخل العلامة التجارية في الضمان العام لدائني صاحبها، فيجوز لهم أن يحجزوا عليها ليستوفوا حقوقهم من ثمنها.

يتضح مما سبق أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يبرمه المالك، هو ليس التصرف الوحيد الذي يرد على العلامة التجارية، بل هناك تصرفات أخرى، وهي: التنازل عن ملكيتها للغير، أو رهنها

<sup>46</sup>صلاح، زين الدين: شرح التشريعات الصناعية والتجارية، 2007، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص117.

والاقتراض بضمائها، أو الحجز عليها من قبل دائني مالکها، ولتجنب الخلط بين هذه التصرفات وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية سنسلط الضوء على هذه التصرفات في هذا المطلب.

## الفرع الأول: تمييزه عن التنازل عن العلامة التجارية

التنازل عن العلامة التجارية هو: "عقد بموجبه يتنازل مالك العلامة التجارية عن حقوق ملكيته المعترف بها على تلك العلامة"<sup>47</sup>.

"فالتنازل عن العلامة التجارية يعني نقل ملكيتها إلى الغير، سواء أتم هذا التنازل بعوض أم بدون عوض، فإن كان بدون عوض، فإننا سنكون أمام هبة للعلامة التجارية يجب أن تتبع فيها أحكام الهبة الواردة في القانون المدني"<sup>48</sup>.

"والتنازل عن العلامة التجارية له عدة صور، فممکن أن يكون التنازل عن العلامة التجارية مع التنازل عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال أم بمعزل عنها، أو قد يحصل التنازل عن العلامة التجارية من خلال قيام المالك بشطب علامته بحيث تصبح مالا مباحا للجميع، وذلك بالاتفاق مع المتنازل إليه، حيث يقوم الأخير وعلى الفور بطلب تسجيلها باسمه، أو قد يكون التنازل من خلال تقديمها كحصة عينية في شركة"<sup>49</sup>.

والتنازل عن العلامة التجارية بكافة صورته يكون انعقاده صحيحا بتراضي أطرافه دون الحاجة إلى استيفاء شكلية معينة، غير أنه لا يعتبر نافذا إلا بعد تسجيل هذا التنازل في السجل المخصص لذلك، وبعد ذكر اسم مالك العلامة التجارية الجديد بالإضافة إلى سبب نقل الملكية، ومن ثم الإعلان عنه بالجريدة الرسمية.

<sup>47</sup> مغيب، نعيم: الماركات التجارية والصناعية: الطبعة الأولى، 2005، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص140.

<sup>48</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ص58.

<sup>49</sup> القليوبي، سمحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص249.



وهذا ما نصت عليه المادة (89) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري: " لا يكون نقل ملكية العلامة أو تقرير حق الانتفاع أو رهنها حجة على الغير إلا بعد التأشير بذلك في السجل ونشره بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون<sup>50</sup>.

كما ونص قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999 المعدل في المادة (19):

1. " يجوز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه او التنازل عنه او رهنه كما يجوز الحجز على العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري.

2. تنتقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري اذا كانت ذات ارتباط وثيق به ما لم يتفق على غير ذلك.

3. اذا نقلت ملكية المحل التجاري دون نقل ملكية العلامة التجارية جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة التجارية للبضائع التي سجلت لها العلامة التجارية.

4. لا يكون نقل ملكية العلامة التجارية او رهنها حجة على الغير الا من تاريخ تدوين النقل او وضع اشارة الرهن في السجل وينشر ذلك في الجريدة الرسمية.

5. تحدد اجراءات نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها وحجزها وسائر التصرفات القانونية المتعلقة بهذه العلامة بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية<sup>51</sup>.

<sup>50</sup>قانون حماية الملكية الصناعية المصري رقم 82 لعام 2002.

<sup>51</sup>قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999.

وعلى الرغم من أوجه الشبه بين عقد التنازل عن العلامة التجارية، وعقد الترخيص باستعمالها، إلا أن هنالك مجموعة من الفروق الجوهرية في ما بين هذين العقدين، وهي:

1. عقد الترخيص ينصب على منفعة العلامة التجارية ولا يتصل بالحق بالعلامة التجارية ذاتها فلا يملك المرخص له إلا حقا شخصيا لا يخوله إلا استعماله فقط دون التصرف بها بأي وجه، أما التنازل عن العلامة التجارية، فهو ينصب على الحق في ملكية العلامة التجارية، وبالتالي يستطيع الطرف المتنازل له التصرف بها.

2. بما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو أحد العقود القائمة على الاعتبار الشخصي بالنسبة للمرخص له، فإن الحق باستعمال العلامة التجارية لا ينتقل إلى الورثة بل يقتصر على المرخص له، بعكس التنازل الذي يرتب حقا عينيا تنتقل بموجبه رقة المال أو جزء منها، وهو ينتقل بكافة الطرق الناقلة للملكية ومنها الإرث.

يتضح مما سبق أن معيار التفرقة بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والتنازل عن العلامة التجارية هو الآثار القانونية المترتبة على العقد، فعند دراسة كل عقد على حدى والآثار القانونية المترتبة عليه يمكننا تمييز ما هية العقد.

### **الفرع الثاني: تمييزه عن رهن العلامة التجارية**

قد يلجأ التاجر ونتيجة لاعتبارات الائتمان التجاري إلى رهن علامته التجارية، للاقتراض بضمانها، سواء كان الرهن مع المحل التجاري أم بصورة مستقلة عنه، فالجهة مانحة القرض أو الضمان تسعى جاهدة إلى ضمان

سداد التاجر لهذا القرض، ومن أجل ضمان مستحققاتها فإنها تسعى للحصول على ضمانات تؤمن لها هذا السداد.

ومن هذه الضمانات: الرهن على العلامة التجارية المملوكة للراهن، لا سيما وأن معظم التشريعات المقارنة قد أجازت هذا التصرف الذي تكون العلامة التجارية محلا له<sup>52</sup>.

"ورهن العلامة التجارية هو من العقود الرضائية التي لا يشترط لصحتها استيفاء شكلية معينة، وإن كانت كتابة هذا العقد شرطا ضروريا لمثل هذا التصرف، حيث لا يمكن الاحتجاج بالرهن اتجاه الغير إلا إذا سجل في السجل المخصص لذلك، وأعلن في جريدة العلامات التجارية، أي أن رهن العلامة التجارية لا يكون نافذا اتجاه الغير إلا بعد إجراء عملية التسجيل والإعلان، وبذلك فهو يشترك مع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في هذه الصفة"<sup>53</sup>.

يتبين لنا مما سبق أن هنالك بعض أوجه الشبه بين رهن العلامة التجارية والترخيص باستعمال العلامة التجارية، لكن وبالرغم من هذا التشابه إلا أن هنالك فوارق جوهرية فيما بينهما، تتمثل ابتداء باختلاف طبيعة كل منهما، فبالنظر إلى طبيعة رهن العلامة التجارية فهو تصرف قانوني يجريه مالك العلامة لضمان تسديد قرض أو الوفاء بالتزام أصلي، فهو ليس عقداً مستقلاً بحد ذاته، بل هو تابع للتزام وعقد أصلي، يبرمه مالك العلامة ضمانا وتأميناً لحقوق الدائن المرتهن وذلك نتيجة لوجود علاقة مديونية سابقة فيما بينهما، فيأتي رهن العلامة التجارية كضمان قيام المدين (الراهن) بالوفاء بها.

<sup>52</sup> حيث نصت المادة 87 من قانون حماية الملكية المصري لعام 2002 على: "يجوز نقل ملكية العلامة أو تقرير أي حق عيني عليها أو الحجز عليها استقلاً عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال وذلك وفقاً للقواعد والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية هذا القانون".

<sup>53</sup> المحامي، هشام زوين: الحماية الجنائية والمدنية للعلامات التجارية، 2004، الطبعة الأولى، المكتب الثقافي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص54.

على خلاف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فبالنظر إلى طبيعته فهو يعد عقداً مستقلاً بذاته، بموجبه يسمح مالك العلامة التجارية باستعمال علامته لمدة معينة وفي نطاق محدد، وبالتالي فهو ليس نوعاً من التأمينات أو الضمان.

كذلك يختلف رهن العلامة التجارية عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث نوع الحق الذي ينشئه كل منهما، فبينما ينشئ رهن العلامة التجارية حقاً عينياً للدائن المرتهن يخوله مزايا عينية (مثل التقدم والتتبع)، لا يكون للطرف المرخص له إلا حقاً شخصياً يخوله استعمال هذه العلامة وفقاً للشروط المتفق عليها في العقد<sup>54</sup>.

### الفرع الثالث: تمييزه عن حجز العلامة التجارية

تمثل العلامة التجارية قيمة مالية هامة في ذمة صاحبها<sup>55</sup>، لذلك فهي تعد جزءاً من الضمان العام لجميع دائنيه، فيمكن أن يقوم الدائنون باستصدار حكم بالحجز عليها، بغرض استيفاء حقوقهم من ثمنها، وقد أجازت التشريعات المقارنة، أن تكون العلامة التجارية محلاً للحجز من دائني مالكيها، سواء أتم حجزها مع المحل التجاري أم بصورة مستقلة عنه.

حيث نصت المادة 87 من قانون الحماية الملكية الفكرية المصري<sup>56</sup> رقم 82 لسنة 2002: "يجوز نقل ملكية العلامة أو تقرير أي حق عيني عليها أو الحجز عليها استقلالاً عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال وذلك وفقاً للقواعد والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون".

<sup>54</sup> لا شك أن الاختلاف في نوع الحق الناشئ عن رهن العلامة التجارية (حقاً عينياً)، وبينما الحق الناشئ عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (حقاً شخصياً)، يترتب عليه فروق جوهرية تتمثل أساساً بالفرق بين الحق العيني والحق الشخصي.  
<sup>55</sup> لا سيما وأن قيمة بعض العلامات التجارية تجاوز مبلغ 36 بليون دولار، وهي علامة كوكا كولا، و 11.5 بليون دولار وهي علامة نسكافيه التابعة لشركة نستله.  
<sup>56</sup> قانون الحماية الملكية الفكرية المصري 82 لسنة 2002.

كذلك الحال بالنسبة لمشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني حيث تنص المادة (45/أ) على: " أ. يجوز نقل ملكية العلامة التجارية بعد تسجيلها والتنازل عنها أو رهنها مع أو بدون نقل ملكية المحل التجاري الذي تستعمل عليه العلامة لتمييزه، كما يجوز الحجز على العلامة التجارية المستقلة عن المحل التجاري.

وتقابلها المادة 19 من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل<sup>57</sup> التي تنص على:

" 1. يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه أو التنازل عنه أو رهنه كما يجوز الحجز على العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري.

2. تنتقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري اذا كانت ذات ارتباط وثيق به ما لم يتفق على غير ذلك.

3. اذا نقلت ملكية المحل التجاري دون نقل ملكية العلامة التجارية جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة التجارية للبضائع التي سجلت لها العلامة التجارية.

4. لا يكون نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها حجة على الغير الا من تاريخ تدوين النقل أو وضع اشارة الرهن في السجل وينشر ذلك في الجريدة الرسمية.

5. تحدد اجراءات نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها وحجزها وسائر التصرفات القانونية المتعلقة بهذه العلامة بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية".

---

<sup>57</sup>قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

والحجز الاعتيادي على العلامة التجارية يُعد تدبيراً مؤقتاً يهدف إلى التحفظ على أموال المدين بهدف حفظها وعدم إنقاص قيمتها، حماية لحقوق الدائن أو الدائنين الحاجزين، وبعد أن تقرر المحكمة الحجز على العلامة التجارية بناء على الطلب المقدم من الدائن أو الدائنين الحاجزين، فإنها تقوم بتنفيذه وتبليغ المحجوز عليه، بالإضافة إلى الشخص الثالث المحجوز تحت يده إن وجد.

"فضلاً عن ذلك لا بد من تسجيل الحجز في السجل المخصص لذلك، وهذا السجل يسمى بسجل العلامات التجارية، (والذي يُمسك في فلسطين من قبل وزارة الاقتصاد، وفي العراق من قبل وزارة الصناعة، وفي مصر تتولى مسكه مصلحة التسجيل العقاري، وفي لبنان يُمسك من مصلحة حماية الملكية الفكرية، أما في فرنسا فيتولى مسكه المعهد الوطني للملكية الصناعية)، مع ذكر اسم الدائن الذي تم الحجز لمصلحته، من ثم يتم الإعلان عن الحجز من خلال نشره في جريدة العلامات التجارية"<sup>58</sup>.

يتضح مما سبق أنه وإن كان هناك أوجه شبه بين حجز العلامة التجارية وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهناك بعض أوجه الخلاف التي توضح الفرق بينه وبين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فحجز العلامة التجارية لا يخرج عن كونه إجراءً وقائياً أو تحفظياً مؤقتاً، يلجأ إليه الدائن عند الضرورة للحفاظ على ضمانه العام بواسطة استصدار أمر من المحكمة المختصة بذلك، فضلاً عن كونه إجراءً تحضيرياً أو تمهيدياً لبيع العلامة التجارية بعد التنفيذ عليها في المزاد العلني.

"فبعد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يُعد اتفاقاً بين طرفين (المرخص والمرخص له) موضوعه السماح للأخير باستعمال العلامة التجارية المملوكة للمرخص وفقاً للشروط التي يتم الاتفاق عليها، أما حجز العلامة التجارية هو عبارة عن إجراء من طرف واحد هو الدائن (الحاجز)، والذي يتم جبراً على المدين (مالك

<sup>58</sup> القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 560.

العلامة التجارية) وبدون إرادته، خلافا لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يُعد اتفاقاً رضائياً بين طرفين لترتيب آثار معينة، فالتراضي ركن أساس لانعقاد هذا العقد<sup>59</sup>.

يلاحظ مما سبق أن الحجز على العلامة التجارية هو إجراء تحفظي ووقائي مؤقت أو تحضيري تمهيدي، فهو ليس عقداً قائماً بذاته، وإنما إجراء تابع لعقد قائم، على خلاف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يُعتبر عقداً قائماً بحد ذاته.

### الفرع الرابع: تمييزه عن عقد الوكالة التجارية

يلجأ التجار في كثير من الأحيان ولأسباب متعددة إلى الاستعانة بعدد من الأشخاص: منهم من تربطهم به صفة التبعية ومنهم لا تربطهم به أي صلة ومن الأسباب التي تستدعي ذلك عدم معرفة التاجر ببعض الأسواق، وعدم قدرته على ممارسة النشاط التجاري بمفرده وعلى الوجه الأكمل، وحاجته إلى ترويج منتجاته أو خدماته.

ويقوم هؤلاء الأشخاص المستعان بهم بالترويج للبضائع أو المنتجات باستخدام وسائل متعددة، منها الإعلانات، وعرض البضائع على الجمهور، ويطلق على الشخص هنا اسم الوكيل التجاري، وعلى العقد عقد الوكالة التجارية، وهناك شبهة ما بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد الوكالة التجارية، إذ يقوم الطرف الثاني (المرخص له والوكيل التجاري على التوالي) في كلا العقدین ببيع منتجات تحمل علامات تجارية مملوكة للطرف الأول (المرخص والموكل على التوالي).

<sup>59</sup> عزيز، علاء: عقد الترخيص التجاري، ص24.

"وعلى الرغم من ذلك التشابه بين هذين العقدين، إلا أن هناك أوجه اختلاف بينهما تجعل كلا منهما مستقلا ومتميزا عن الآخر، وتتمثل أوجه الاختلاف بما يلي:

1 يقوم الوكيل التجاري في عقد الوكالة التجارية بالترويج لمنتجات الموكل وبضائعه والتعاقد لبيعها، ولا يقوم بأي دور إنتاجي أو صناعي، في حين أن المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينتج البضائع ويستعمل العلامة التجارية العائدة للمرخص على هذه البضائع وفقا لشروط الترخيص.

2 يتعاقد الوكيل التجاري باسم الموكل ولحسابه، ويعتبر نائبا عن الموكل في كل ما اتفق عليه، أما المرخص له فهو يتعاقد باسمه ولحسابه الخاص، فهو ينتج البضائع ويبيعها لصالحه، ويدفع لقاء استعماله للعلامة التجارية (إتاوة) قد تدفع دفعة واحدة أو نسبة من قيمة المبيعات أو الاثنين معا<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص58.



### المبحث الثالث: الطبيعة القانونية لعقد ترخيص العلامة التجارية

إن الطبيعة القانونية لأي عقد من العقود تعني إعطائه الوصف القانوني الذي يتلاءم والآثار الأساسية التي يربتها هذا العقد، والتي اتجهت إرادة الأطراف لتحقيقها، فهذا الوصف يتحدد من خلال الغايات التي تتجه نية الأطراف لتحقيقها، وذلك بصرف النظر عن أي مسمى يطلقانه على ذلك.

فالتكييف عمل قانوني بحت ولا يكون لإرادة المتعاقدين سلطة فيه، فللمتعاقدين الحق بأن يقوموا بتحديد الآثار المنشودة من العقد، فإن تحددت، يكون وصف هذا العقد على أنه عمل قانوني بحت، لأنه يعني تحقيق الآثار بالصورة الذي قام المتعاقدين بتحديدتها سابقا وذلك في إطار قانوني معين.

وبالنظر إلى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهو يعد من العقود التجارية التي لم تلق تنظيميا تشريعيًا واهتمامًا فقهيًا كافيًا لإبراز معالمها القانونية، فقد حصل خلاف حول طبيعة هذا العقد، فذهب البعض إلى اعتباره حق منفعة يرد على العلامة التجارية، يربته مالكها (الطرف المرخص) لمصلحة المنتفع (الطرف المرخص له)، والبعض الآخر ذهب إلى اعتباره عقد إيجار للعلامة التجارية، واتجاه ثالث أنكر كلا الرأيين واعتبره عقدا ذا طبيعة خاصة، يقترب من عقد الإيجار.

فسنقوم في هذا المبحث بتسليط الضوء على تحديد التكييف القانوني الذي يتلاءم وطبيعة الآثار المترتبة على عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وذلك في مطلبين، الأول لبحت الآراء التي ذهبت إلى تكييفه بأنه حق منفعة يرد على العلامة التجارية والآراء التي اعتبرته عقد إيجار لهذه العلامة، أما الثاني فسنخصصه لبحت الطبيعة الخاصة لهذا العقد.

## المطلب الأول: عقد ترخيص العلامة التجارية حق منفعة وعقد إيجار

ذهب البعض إلى اعتبار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على أنه حق منفعة، بينما ذهب جانب آخر إلى اعتباره عقد إيجار للعلامة التجارية، وعليه سنقسم هذا المطلب إلى فرعين، الأول لبحث مدى إمكانية تكييفه كحق منفعة، والثاني لمدى إمكانية تكييفه كعقد إيجار.

### الفرع الأول: عقد ترخيص العلامة التجارية حق منفعة

"ذهب جانب من الفقه إلى تكييف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه حق منفعة، يرتبه المالك (المرخص) على علامته التجارية، لمصلحة شخص آخر (المرخص له)، مستندا في ذلك على أن في كل من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحق المنفعة هنالك شخص يتمتع بحق استعمال شيء غير مملوك له، على أن تبقى ملكية رقبة هذا الشيء لشخص آخر (الطرف المرخص)"<sup>61</sup>.

"وحق المنفعة هو من الحقوق العينية الأصلية المتفرعة عن حق الملكية، فهو مجرد المالك من سلطتي الاستعمال والاستغلال لتكونا لشخص آخر هو المنتفع، أما سلطة التصرف فتبقى للمالك الذي يسمى في هذه الحالة بمالك الرقبة، ويعرف حق المنفعة بأنه حق عيني يخول صاحبه الانتفاع بشيء مملوك للغير، شريطة المحافظة على الشيء ذاته لردّه إلى صاحبه عند نهاية مدة الحق، والذي ينتهي حتما بوفاة المنتفع"<sup>62</sup>.

"وعليه فإن حق المنفعة حق مؤقت ينتهي حتما بوفاة المنتفع أو بانتهاء الأجل المحدد له، فلا ينتقل هذا الحق إلى الورثة بعد وفاة المنتفع، وإنما يرجع إلى مالك الرقبة لتعود ملكيته للعين كاملة"<sup>63</sup>.

<sup>61</sup> خليل، جلال أحمد: النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية، بدون سنة طبع، الطبعة الأولى، منشورات جامعة الكويت، ص403.

<sup>62</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص74.

<sup>63</sup> السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني، ج9، 1968، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص1203.

من خلال ما سبق نلاحظ بعض أوجه التقارب ما بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحق المنفعة، فكل منهما يرد على الانتفاع بالشيء دون المساس بملكيته، لذلك فإنهما لا يردان على أشياء قابلة للاستهلاك، وذلك يعود إلى أن المنتفع والمرخص له ملتزمان برد الشيء (محل الانتفاع أو الترخيص) إلى المالك بعد انتهاء العقد أو بزوال حق المنفعة.

كما ويشتركان بعنصر الوقت، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر منتهياً بانتهاء مدته أو بوفاء الطرف المرخص له إلا إذا تم الاتفاق على غير ذلك، وحق المنفعة ينتهي حتماً بوفاء المنتفع أو بانتهاء الأجل المحدد به.

بالرغم من ذلك كله إلا أنه لا يمكن الأخذ بهذا التكييف، فقد تعرض إلى انتقادات شديدة، وذلك لوجود فوارق هامة بين كل من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحق المنفعة.

"ابتداءً إن الطرف المرخص في عقد الترخيص يستطيع أن يمنح عدة تراخيص على العلامة التجارية ذاتها، لأن الأصل في عقد الترخيص أنه لا يمنع المرخص من منح تراخيص أخرى، إلا إذا كان الترخيص استثنائياً، أما الشيء محل حق المنفعة فلا يمكن أن يرد عليه سوى حق منفعة واحد، فضلاً عن ذلك فإن المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يكون له حق عيني على العلامة التجارية المرخص باستعمالها، وإنما يكون له حق شخصي يخوله حق استعمالها لمدة معينة وفي نطاق محدد، خلافاً لحق المنتفع في الانتفاع، حيث يكون له حق عيني يقع مباشرة على الشيء المنتفع به، ويمكن الاحتجاج به في مواجهة الكافة"<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> خليل، جلال أحمد: النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية، مرجع سابق، ص 403.

"فضلا عن ذلك فإن الحق في الانتفاع (حق المنفعة) ينتهي حتما بموت المنتفع، ولكن ليس الحال كذلك في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، إذ قد يتفق الطرفان على سريان العقد في مواجهة الورثة عند وفاة المرخص له هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن المنتفع في حق المنفعة يستطيع أن يتنازل عن حقه في الانتفاع لشخص آخر، فهو صاحب حق عيني، وبالتالي يستطيع أن يتصرف به كافة أنواع التصرفات دون الحاجة لموافقة المالك (مالك الرقبة)، خلافا لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، إذ لا يجوز للمرخص له أن يتنازل عن حقه في استعمال العلامة إلا بموافقة الطرف المرخص، فهو عقد من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي"<sup>65</sup>.

يتضح لنا مما تقدم أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن اعتباره على أنه حق منفعة، وذلك بسبب الاختلاف الناشئ عن طبيعة هذا العقد (حق شخصي) عن الحق الناشئ عن حق المنفعة (حق عيني)، فضلا عن الفروقات الأخرى التي أشرنا إليها.

### الفرع الثاني: عقد ترخيص العلامة التجارية عقد إيجار

يمكن اعتبار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية صورة من صور عقد الإيجار إلا أنه يختلف عنه بأن الانتفاع بالشيء المأجور يكون مقتصرًا على المستأجر دون سواه في عقد الإيجار، أما في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فإن هذا الاقتصار لا يكون إلا بنص خاص في العقد، لأن عقد الترخيص له صور متعددة فهو إما ترخيص بسيط وبموجبه يقتصر المرخص بموجبه لنفسه بحق استعمال العلامة التجارية محل الترخيص إلى جانب المرخص له، مع إمكانية منح تراخيص أخرى لغيره، أو يكون بصورة الترخيص الوحيد الذي يستأثر بموجبه المرخص له بحق استعمال العلامة إلى جانب المرخص له دون أن يكون

<sup>65</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص76.

للمرخص الحق في منح شخص ثالث ترخيص باستعمال العلامة التجارية، أما الصورة الأخيرة فهي الترخيص الاستثنائي وبموجبه يكون استعمال العلامة التجارية مقتصرًا على المرخص له ودون أن يكون للمرخص الحق في استعمال العلامة التجارية لا بنفسه ولا بواسطة الغير .

ويمكننا اعتبار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد الإيجار من ناحية سريلانه بحق المالك الجديد، بشرط أن يكون له تاريخ ثابت، كما هو الحال في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فالحق الذي ينشئه عقد الإيجار للمستأجر هو حق شخصي لا عيني.

وقد أيد القضاء الفرنسي هذا الاتجاه في العديد من أحكامه، حيث أشار إلى أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، يعتبر عقد إيجار في جوهره إذا كان بمقابل، أما إذا كان مجاناً فهو عقد إعاره<sup>66</sup>.

وبالرغم من هذا الشبه بين كلا العقدين، لكن لا يمكننا الأخذ بهذا التكييف بصورة مطلقة، لأن هناك فوارق هامة بين العقدين، فالانتفاع بالشيء المؤجر يكون مقصوراً على المستأجر دون سواه، ويلتزم المؤجر بأن يمكنه من هذا الانتفاع، أما بالنظر إلى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فإن هذا الاقتصار لا يكون إلا باتفاق خاص بين الطرفين (أي عندما يكون الترخيص استثنائياً) كما أشرنا سابقاً، لأن الأصل في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأن يكون بسيطاً وبالتالي لا يكون هناك مانع من إعطاء المرخص تراخيص على ذات العلامة التجارية محل الترخيص.

"فضلاً عن ذلك فإن المستأجر لا إلزام عليه في ضرورة الانتفاع بالشيء المؤجر مادام مستمراً بدفع المقابل المتفق عليه، خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يلتزم فيه المرخص له باستعمال العلامة

---

<sup>66</sup> انظر في ذلك حكم محكمة النقض الفرنسية الغرفة التجارية الصادر في جلسة 5/يناير/1983، هذا الحكم منشور في مجلة الأسبوع القانوني (GCP)، مشار إليه لدى د. سمجة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 261.

محل الترخيص طيلة مدة الترخيص، ووفقا للشروط المتفق عليها، كي لا تسقط العلامة وتضحى مالا مباحا<sup>67</sup>.

وبالرغم من كل ما تقدم من الفوارق السابقة بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد الإيجار، يبقى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أقرب في جوهره إلى هذا العقد، لاشتراك كل من العقدين في الكثير من الجوانب القانونية ويكاد يكون أقرب العقود المسماة إليه، ومع ذلك يبقى لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية طبيعته الخاصة، ونؤكد هنا على ضرورة أفراد أحكام خاصة بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بحيث لا يترك مجالاً للاجتهاد في أحكامه.

### **المطلب الثاني: عقد ترخيص العلامة التجارية ذو طبيعة خاصة**

أشرنا في ما سبق إلى أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو أحد العقود التجارية التي لم تتل تنظيما تشريعيًا كافيًا، لذلك حصل خلاف فقهي حول الطبيعة القانونية لهذا العقد، وقد رأينا أن الرأي الغالب في الفقه والقضاء ذهب إلى تكييفه بأنه عقد إيجار، ومع ذلك لم يسلم هذا الرأي من الانتقاد، ويعود السبب في ذلك إلى الطبيعة الخاصة لهذا العقد، وإن كان أقرب في جوهره إلى عقد الإيجار، إلا أنه يبقى متمتعًا بخصوصية معينة تجعله خاضعًا لبعض الأحكام القانونية الخاصة به والتي تميزه عن عقد الإيجار، لذلك سنقوم بتسليط الضوء في هذا المطلب على الطبيعة الخاصة لهذا العقد وذلك في فرعين، الأول لمضمون الطبيعة الخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والثاني لبيان الصفة التجارية لهذا العقد والأساس القانوني الذي تستند عليه.

<sup>67</sup>القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص202.

## الفرع الأول: مضمون الطبيعة الخاصة لعقد ترخيص العلامة التجارية

بالرغم من اشتباه عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعقد الإيجار بالعديد من الجوانب القانونية، إلا أن هنالك بعض الفوارق فيما بين العقدين، وهذه الفوارق ترجع إلى سبب واحد، "وهو الطبيعة الخاصة لموضوع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (المحل الذي ينصب عليه العقد)، المتمثل بالعلامة التجارية التي تمنح مالكاها حق احتكار استغلالها دون غيره، وكل استعمال لها دون ترخيص من هذا المالك يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون، ويعد ذلك نتيجة طبيعية للحق الاستثنائي الذي ترتبه ملكية العلامة التجارية، علما أن حق المالك الاستثنائي على علامته التجارية يُعد حقا دائما إذا ما قام بتسجيل علامته خلال المدد القانونية"<sup>68</sup>.

فهذه الطبيعة الخاصة لمحل العقد، هي التي جعلت من الاعتبار الشخصي العنصر الجوهرى في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، على خلاف الحال في عقد إيجار الأشياء المادية، "لأن العلامة التجارية المرخص باستعمالها في عقد الترخيص تشكل رمزا للثقة بجودة المنتجات أو الخدمات التي توضع عليها، وبذلك فكل استعمال سىء من قبل المرخص له لهذه العلامة التجارية سينعكس سلبا على الطرف المرخص وعلى شهرة علامته التجارية محل الترخيص، لذلك يكون الطرف المرخص له محل اعتبار دائما بالنسبة للمرخص (مالك العلامة)، الذي يحرص أشد الحرص على الإبقاء على السمعة الجيدة لعلامته التجارية عند جمهور المستهلكين، وتحسين صورتها لديهم كي تبقى محل ثقة في نظرهم"<sup>69</sup>.

"وكذلك الحال بالنسبة لالتزام المرخص له باستعمال العلامة التجارية طيلة مدة الترخيص، إذ أن الطبيعة الخاصة لمحل العقد هي التي تلقي على كاهل المرخص له هذا الالتزام، لأن عدم قيام الأخير بهذا

<sup>68</sup> مهدين، جلال وفاء: الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس، 2004، الطبعة غير مذكورة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص115.  
<sup>69</sup> صلاح، زين الدين: شرح التشريعات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص116.

الاستعمال قد يؤدي إلى عدم استمرار الحماية القانونية لهذه العلامة، لا سيّما إذا كان الترخيص استثنائيا يقتصر فيه استعمال العلامة على الطرف المرخص له، مما يجعل العلامة التجارية المرخص باستعمالها عرضة لاستصدار حكم بشطبها في حالة عدم قيام الأخير بهذا الاستعمال<sup>70</sup>.

بالإضافة إلى أن الطبيعة غير المادية لمحل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، هي تبرر قيام الطرف المرخص له بإقامة مشروع أو تطويره، وذلك بهدف إنتاج بضائع أو خدمات معينة، تحمل العلامة التجارية محل الترخيص، وبالتالي فهو لا يستطيع استعمال العلامة التجارية محل الترخيص دون القيام بذلك. "يتضح لنا من ذلك أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعد عقدا ذا طبيعة خاصة، وهذه الطبيعة الخاصة متأتية من الطبيعة المعنوية لمحل العقد الذي يتمثل بالعلامة التجارية، وكذلك يما تخوله هذه العلامة من حق احتكاري للمالك في استغلالها دون غيره، وإن كان هذا العقد يقترب في كثير من أحكامه القانونية من عقد الإيجار، إلا أنه وبسبب طبيعة محله يبقى محتفظا بطابعه الخاص، لذلك اتجه جانب كبير من الفقه إلى توصيفه بأنه عقد إيجار ذو طبيعة خاصة"<sup>71</sup>.

ترى الباحثة أنه نظرا للدور الاقتصادي الكبير الذي يلعبه عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، لا سيّما بالنسبة للدول النامية، وبسبب الخصوصية التي يتميز وينفرد بها هذا العقد، يجب على المشرع الفلسطيني أن يفرد تنظيما خاصا لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، لغرض توضيح معالم هذا العقد وتنظيم بعض جوانبه القانونية الخاصة التي تميزه عن القواعد العامة، لا سيّما مسألة نطاق حقوق كل طرف من

---

<sup>70</sup> لطفي، خاطر: موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية وفقا للقانون رقم 82 لسنة 2002 في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، بدون مكان أو سنة طبع، ص109.

<sup>71</sup> القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص148.



أطرافه (المرخص والمرخص به)، والشروط التقييدية التي قد يتضمنها العقد، على غرار ما فعله المشرع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002.

### الفرع الثاني: تجارية عقد ترخيص العلامة التجارية

اشترط المشرع الأردني في قانون التجارة الأردني أن يكون المنقول ماديا حيث نصت المادة (6/أ) على: "شراء البضائع وغيرها من المنقولات المادية لأجل بيعها بربح ما سواء بيعت على حالتها أم بعد شغلها أو تحويلها"، وهذا يعني انه استبعد بيع أو استثمار المنقولات غير المادية بقصد بيعها أو تأجيرها من نطاق الأعمال التجارية، فلا يعد عملا تجاريا شراء ملكية أدبية أو براءة اختراع أو علامة تجارية بقصد بيعها أو تأجيرها بهدف الربح.

وفي هذا الأمر خالف القانون الأردني ما جاء في القوانين الأخرى كالمصري والسوري واللبناني، حيث أن نصوص هذه القوانين تشير صراحة إلى: "شراء البضائع وغيرها من المنقولات المادية وغير المادية لأجل بيعها بربح...".

"ويذهب جانب من الفقه إلى القول بأن تسمية العقود التجارية تثير اللبس والغموض وتفتقر إلى الضبط والتحديد، لذا ينتقدون هذه التسمية على الرغم من استعمالها من قبل الفقه والقضاء والتشريع، ويعزون ذلك إلى أنه لا توجد عقود تجارية بالمعنى الذي توحى به هذه التسمية، وإنما توجد عقود مسماة وعقود غير مسماة، قد تكون تجارية وقد تكون مدنية، استنادا لموضوعاتها وتبعاً لصفات أطرافها والغاية التي يهدفون إلى تحقيقها"<sup>72</sup>.

<sup>72</sup>العكيلي، عزيز: شرح القانون التجاري، ج1 ص85.

لذا يكتسب العقد الصفة التجارية لأسباب تتعلق بطبيعته، وإنما من خلال الصفة التجارية للأعمال التي ينصب عليها العقد، فمتى ما أنصب العقد على عمل تجاري عُد تجارياً، أما إذا أنصب على عمل مدني عُد العقد مدنياً.

فالعمل التجاري هو الأساس في إضفاء الصفة التجارية على عقد ما، وحتى يكون عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية تجارياً، لا بد أن ينصب على عمل تجاري، لا سيما وأن أغلب التشريعات التجارية المقارنة تجعل من الأعمال التجارية والتجار أساساً لأحكامها، وترسم على ضوء ذلك نطاق تطبيقها.

حيث نصت المادة (1) من قانون التجارة المصري<sup>73</sup>: "تسرى أحكام هذا القانون على الأعمال التجارية، وعلى الشخص طبيعي أو اعتباري تثبت له صفة التاجر".

كما ونصت المادة (2/1) من قانون التجارة الأردني الساري في فلسطين على<sup>74</sup>: "ان هذا القانون يتضمن من جهة القواعد المختصة بالأعمال التجارية التي يقوم بها اي شخص اية كانت صفته القانونية كما يتضمن من جهة اخرى الاحكام التي تطبق على الاشخاص الذين اتخذوا التجارة مهنة".

ولكن ماذا نقصد بالعمل التجاري؟ وما هو المعيار الذي يمكن الاستناد عليه لتمييز الأعمال التجارية عن المدنية؟

في الحقيقة إن التشريعات التجارية المقارنة تكاد تخلو من تعريف اصطلاحي للعمل التجاري<sup>75</sup>، مما حدا باجتهاد الفقه إلى أن يضع معياراً أو ضابطاً معيناً يمكن الاستناد عليه لتمييز العمل التجاري عن المدني، إلا أنه لم يستخلص معياراً عاماً وشاملاً للعمل التجاري.

<sup>73</sup>قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.  
<sup>74</sup>قانون التجارة اللبناني رقم 304 لسنة 1942 المعدل.

بل طرحت نظريات مختلفة يستند بعضها على العوامل الاقتصادية، كنظرية المضاربة والتداول، ويستند بعضها الآخر على عوامل قانونية كنظرية الحرفة والمشروع.

"ويقصد بنظرية المضاربة السعي وراء تحقيق الربح، أو بعبارة أخرى وضع رأس مال معين في عمل معين بقصد الحصول على ربح من ورائه، وينصرف هذا المعنى لكل فعل يكون من شأنه تحقيق فائدة مادية".<sup>76</sup>

"أما بالنسبة لنظرية التداول فتعني أنه يجب أن يتوفر عنصر التوسط في نقل البضاعة بين مرحلة الإنتاج ومرحلة الاستهلاك ليكون العمل تجارياً، أي أن البضائع تمر في مراحل تداول منذ خروجها من يد المنتج حتى وصولها إلى يد المستهلك، بمعنى آخر أن العمل القانوني تثبت له الصفة التجارية في جميع الأحوال التي يكون فيها الغرض منه تحريك السلع والأشياء وتداولها، أما الأعمال التي تتناول السلع والأشياء وهي في مرحلة السكون فإنها تخرج من دائرة العمل التجاري"<sup>77</sup>.

"أما نظرية الحرفة فيراد بها أن العمل متى ما تمت ممارسته ضمن الحرفة التجارية فإنه يعد عملاً تجارياً، ومعنى الحرفة هو العمل في استغلال تجاري بطريقة ثابتة ومنظمة ومستمرة، وعلى هذا الأساس تستلزم الحرفة بعض العناصر الخارجية، كوجود محل تجاري واستخدام قوة عمل واتصال بالعملاء وسمعة تجارية وبالتالي فكل عمل يمارس في إطار هذه الحرفة يُعد تجارياً"<sup>78</sup>.

<sup>75</sup> أما بالنسبة للتاجر فإن التشريعات التجارية المقارنة، وخلافاً لموقفها من الأعمال التجارية قد وضعت تعريفاً له وحددت واجباته ومعها قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984، الذي عرف التاجر وفي المادة (7/أولاً) بأنه (شخص طبيعي أو معنوي يزاول باسمه ولحسابه على وجه الاحتراف عملاً تجارياً وفق أحكام هذا القانون)، تقابلها المادة 10 من قانون التجارة المصري لسنة 1999، وكذلك المادة 9 من قانون التجارة اللبناني لسنة 1942 المعدل.

<sup>76</sup> العكيلي، عزيز: شرح القانون التجاري، ج1، ص87.

<sup>77</sup> سامي، فوزي محمد: شرح القانون التجاري، ج1، 2004، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص29.

<sup>78</sup> العكيلي، عزيز: شرح القانون التجاري، ج1، ص86.

"ووفقا لنظرية المشروع يُعد عملا تجاريا كل عمل يتم في نطاق مشروع تجاري وليس في نطاق فردي، أي تنظر هذه النظرية إلى الكيفية التي يتم بها العمل، فإذا كان العمل يمارس بصورة مشروع فهو تجاري، ويقوم المشروع التجاري على عنصرين هما الاحتراف ووجود تنظيم مسبق، وعلى هذا الأساس فإذا كانت ممارسة العمل على وجه متكرر ووفقا لنظام عمل معين فإن هذا العمل يُعد تجاريا"<sup>79</sup>.

وإذا قمنا بتطبيق هذه النظريات على عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نلاحظ أن هذا العقد يُعد تجاريا بالاستناد إلى أكثر من نظرية واحدة، سيما نظرية المضاربة والمشروع، فهو عقد تجاري وفقا لنظرية المضاربة لأنه يهدف وبصورة أساسية لتحقيق الربح وذلك من خلال وضع رأس مال معين واستثماره في المشروع المرخص له لتحقيق أكبر مردود إيجابي، والذي يمكن الحصول عليه عن طريق عملية بيع أكبر قدر من السلع أو تقديم الخدمات التي تحمل العلامة التجارية المرخص باستعمالها.

كذلك الأمر وفقا لنظرية المشروع، فهو يُعد عملا تجاريا، لأن هذا العقد لا يمكن أن يقوم إلا بتوافر عنصر قوة العمل المتمثل باستعمال العمال والفنيين والمهندسين، الذين يتولون إدارة وتشغيل المشروع المرخص له، فضلا عن عنصر رأس المال الذي يتمثل بالتكاليف اللازمة لإنشاء المشروع المرخص له وتجهيزه بالآلات والمواد الأولية اللازمة لتصنيع السلع والخدمات، التي ستحمل العلامة التجارية محل الترخيص، ناهيك عن عنصر التنظيم الذي يلعب دورا مهما في نجاح المشروع المرخص له وتحقيقه للنتائج المتوخاة منه.

صفوة القول إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو من العقود ذات الطبيعة الخاصة، والتي تبرم بين أطراف تمارس النشاط التجاري على وجه الاحتراف، وتنتمي في الغالب إلى دول مختلفة، وبذلك فهو

---

<sup>79</sup> سامي، فوزي محمد: شرح القانون التجاري، ج1، ص29.

عقد من العقود التجارية ذات الطبيعة الخاصة، والتي تتبع خصوصيتها من الطبيعة المعنوية للمحل الذي  
ترد عليه.

## الفصل الثاني: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية

يُعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين، حيث يحصل كل طرف على مقابل لما يعطي وبذلك فهو يولد التزامات متبادلة على عاتق طرفيه، وهذه الالتزامات هي التي تشكل جوهر الآثار التي يربتها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ويشكل عقد الترخيص وما يحتويه من بنود وشروط المصدر الرئيس لهذه الالتزامات.

نظرا للطبيعة المعنوية لمحل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فإن الالتزامات التي يربتها هذا العقد تمتاز بخصوصية معينة تخرج عما هو متعارف عليه في إطار العقود التقليدية، وهذه الالتزامات يقوم بها أحد الطرفين لمصلحة الآخر، فهناك التزامات تترتب في ذمة المرخص، وأخرى في ذمة المرخص له، فضلا عن ذلك يتضمن هذا العقد شروطا تقييدية تُفرض من قبل المرخص ليلتزم بتنفيذها المرخص له، وقد أثير بصدد هذا الكثير من التساؤلات التي يتوجب علينا الإجابة عنها، وعليه ستقوم الباحثة بتسليط الضوء في هذا الفصل على الآثار التي يربتها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، من خلال تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث: الأول لمبحث التزامات المرخص، والثاني: لمبحث التزامات المرخص له، والثالث سيكون لمبحث الالتزام بالشروط التقييدية وذلك للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها هذه الشروط في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، أما الرابع سيكون لمبحث كيفية انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

### المبحث الأول: التزامات المرخص

يرتب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مجموعة من الالتزامات في ذمة المرخص، ومجموع هذه الالتزامات يؤدي إلى القول بأن المرخص يلتزم بتمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة المرخص

باستعمالها، وعليه ستتناول الباحثة التزامات المرخص من خلال تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب: الأول لالتزام المرخص بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية، والثاني لالتزامه بالضمان، أما الثالث والأخير فسيكون لالتزامه بعدم إنهاء العقد أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع.

### المطلب الأول: الالتزام بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية

"لا ينصب عقد الترخيص باستعمال العامة التجارية على نقل ملكية العلامة المرخص باستعمالها إلى المرخص له، وإنما يرد على إعطاء المرخص له الحق في استعمالها، حيث يأذن له باستعمال هذه العلامة خلال مدة معينة في نشاطه الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي وفي نطاق معين، لذا يقع على المرخص التزام أساس هو نقل الحق في استعمال هذه العلامة إلى المرخص له، وبالتالي تمكينه من الانتفاع بها، فهذا الالتزام يؤكد بأن الترخيص لا يتعدى حق الاستعمال ووفقا لشروط العقد، وبأن الطرف المرخص يبقى محتفظا بجميع حقوقه الأخرى على العلامة التجارية بما فيها حق الملكية، الذي يشكل أساس الحقوق الأخرى المنفردة عنه"<sup>80</sup>.

"وحتى يستطيع المرخص تنفيذ التزامه هذا، يجب عليه أن يكون مالكا للعلامة التي رخص باستعمالها، وأن تكون هذه الأخيرة صحيحة ومسجلة في السجل الخاص بالعلامات التجارية الصناعية"<sup>81</sup>.

"لفرض إضفاء الحماية القانونية على حق المرخص له باستعمال العلامة، يجب أن تكون العلامة المرخص باستعمالها مسجلة ومتمتعة بالحماية القانونية الناشئة عن هذا التسجيل، فهذه الحماية يستفيد منها أولا صاحبها (المرخص)، وثانيا، الشخص المرخص له باستعمالها"<sup>82</sup>.

<sup>80</sup> الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، مرجع سابق، ص14.  
<sup>81</sup> رضوان، فايز نعيم: عقد الترخيص التجاري، 1990، الطبعة الأولى، مطبعة الحسين الإسلامية، القاهرة، ص146.

يتضح من ذلك أن نقل الحق باستعمال العلامة التجارية في عقد الترخيص يقوم مقام التسليم في العقود التقليدية، مثل تسليم المبيع إلى المشتري في عقود البيع، وتسليم الشيء المؤجر إلى المستأجر في عقد الإيجار، إلا أن التسليم في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن أن يخضع للقواعد ذاتها التي تخضع لها هذه العقود، وذلك نظرا للطبيعة الخاصة التي يتمتع بها، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والتي تتمثل بالطبيعة المعنوية للمحل (العلامة التجارية) هذا من جانب، وإمكانية استعمال هذه العلامة من قبل أكثر من شخص واحد في الوقت نفسه من جانب آخر، لذلك يتم التسليم في هذا العقد من خلال التزام المرخص بنقل الحق في استعمال العلامة المرخص باستعمالها إلى المرخص له، وذلك عن طريق السماح له باستعمالها طوال مدة العقد.

"ولا بد أن نوضح هنا إلى أن نقل الحق باستعمال العلامة التجارية إلى المرخص له لا يكون من شأنه حرمان المرخص من حقه في استعمال العلامة ذاتها، وإنما وكما أشرنا سابقا يبقى للطرف المرخص كافة الحقوق على هذه العلامة من استعمال واستغلال وتصرف، فهو يبقى مالكا لهذه العلامة المرخص باستعمالها على الرغم من إبرامه لعقد الترخيص، وفي حالة تصرف المرخص بالعلامة التي رخص باستعمالها، وانتقلت ملكيتها للغير كأثر لهذا التصرف، يتعين على من آلت إليه هذه الملكية احترام شروط الترخيص باعتباره خلفا خاصا للمرخص"<sup>83</sup>.

هذا وقد أشارت التشريعات المقارنة إلى أن منح الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يحرم مالك هذه العلامة (المرخص) من حقه في استعمالها، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك، فنصت المادة 95 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري: " لمالك العلامة أن يرخص لشخص أو أكثر طبيعي أو اعتباري

<sup>82</sup> حمدان، حسن محمد: الحماية القانونية للفرانشيزي، دراسة مقارنة، 2008، الطبعة غير مذكورة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص70.  
<sup>83</sup> الصغير، حسام الدين عبد الغني: ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص8.



باستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة ولا يحول الترخيص للغير دون استعمال مالك لها ما لم يتفق على غير ذلك.

ولا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع<sup>84</sup>.

كذلك الأمر في قانون العلامات الأردنية المعدل حيث نصت المادة 26 فقرة 2: " لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او اكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه او بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها لم ما يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها"<sup>85</sup>.

يتضح مما سبق أن الأصل في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أنه لا يرتب حرمان المرخص (مالك العلامة التجارية المرخص بها) من حقه في استعمال العلامة التجارية محل الترخيص، إلا إذا تم الاتفاق بين الطرفين على خلاف ذلك، كأن يتفقا على أن يكون الترخيص استثنائياً، حيث يتمتع على المرخص في هذه الحالة استعمال العلامة المرخص باستعمالها طيلة فترة الترخيص.

عند طرحنا للمسألة السابقة، يثور لدينا تساؤل حول ما هية طبيعة التزام المرخص بنقل الحق في استعمال العلامة التجارية المرخص بها، فهل هو التزام ذو طبيعة إيجابية أو سلبية؟ بمعنى آخر هل يكفي مجرد السكوت من قبل المرخص؟ وذلك لاعتباره قد نفذ التزامه بنقل الحق بالاستعمال، أو يحتاج الأمر إلى عمل إيجابي لا بد أن يقوم به المرخص؟

<sup>84</sup> قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.  
<sup>85</sup> قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

"اتجه الفقه المقارن من أجل معالجة هذه المسألة إلى اتجاهين: الأول ذهب إلى أن الترخيص ليس إلا تنازلاً نسبياً من صاحب العلامة التجارية عن حقه الاحتكاري في مواجهة المرخص له، مما يرتب على ذلك إضفاء نوع من المشروعية على استعمال المرخص له للعلامة التجارية المرخص باستعمالها، فطبيعة الترخيص وفقاً لهذا الاتجاه واضحة بشكل لا يترك محلاً للتردد، إذ هو يعني مجرد تنازل المرخص عن حقه في دعوى التقليد بمواجهة المرخص له، ولا يمكن أن يكون شيئاً آخر"<sup>86</sup>.

وذلك بالاستناد إلى تسمية العقد ذاته بالترخيص، (License) وهو تعبير لا ينطوي بالأساس على التزام إيجابي على عاتق المرخص، ويفيد أنه يتحمل التزاماً سلبياً.

ترى الباحثة أن الاتجاه السابق يعطي مضموناً لعقد الترخيص سلبي بشكل خالص، لأنه يعتبر التزام المرخص بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية المرخص بها يتحقق بمجرد امتناعه عن القيام بعمل معين، وهو عدم ممارسة حقه الاحتكاري على العلامة التجارية المرخص باستعمالها في مواجهة المرخص له، وبالتالي عدم إقامة دعوى التقليد.

"أما الاتجاه الثاني فقد ذهب إلى أن المرخص وبصدد تنفيذه لالتزامه في نقل الحق باستعمال العلامة التجارية للمرخص له، لا يكفي مجرد امتناعه عن ممارسة حقه الاحتكاري فحسب، وإنما ينطوي هذا الالتزام على أعمال إيجابية مهمة، تتمثل في تقديم العون للمرخص له، ليتمكن المرخص من استعمال هذه العلامة وذلك وفقاً لشروط الترخيص"<sup>87</sup>.

<sup>86</sup> عيسى، حسام محمد: نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة، 335.  
<sup>87</sup> عيسى، حسام محمد: نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، مرجع سابق، ص 336.

تتفق الباحثة مع هذا الرأي، فتوريد المواد الأولية اللازمة لصناعة البضائع ومنتجات المرخص له، وتقديم نماذج من المواد التي تحمل العلامة المرخص باستعمالها وذلك مثل: الورق وعلب التغليف، وتقديم المساعدة والخبرة الفنية، والقيام بالدعاية والإعلان عن المنتجات التي تحمل هذه العلامة المرخص باستعمالها، والاشتراك مع المرخص له في تسهيل إجراءات تسجيل عقد الترخيص، وغير ذلك من الأعمال الإيجابية المهمة التي يقوم بها المرخص، لينفذ التزامه بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية، والتي تدل وبصورة واضحة على الدور الإيجابي لالتزام المرخص بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية المرخص بها، فمجرد سماح المرخص للمرخص له باستعمال العلامة التجارية لا يكفي، بل لا بد من القيام بالأفعال التي من شأنها أن تجعل المرخص له قادراً على استعمال العلامة التجارية والانفتاح بها بالشكل الأمثل، مما يحقق غايات وأهداف إبرام عقد الترخيص.

"فضلا عن ذلك يلتزم المرخص بأنه وخلال فترة تنفيذ العقد، إذا قام بأي تطوير أو تغيير في شكل العلامة من دون المساس بقدرتها على تمييز البضاعة، بأن يقوم بإخطار المرخص له بهذا التطوير أو التغيير وبدون تأخير، وذلك كي يقوم المرخص له باتخاذ الإجراءات اللازمة من أجل مواءمة طريقة استعماله للعلامة التجارية، مع التطور الجديد الذي أدخله المرخص على هذه العلامة"<sup>88</sup>.

"كما ويرتب على نقل الحق باستعمال العلامة التجارية، استنفاد المرخص (مالك العلامة) لحقه في منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات التي تميزها هذه العلامة، وذلك لأنه رخص للغير استعمالها، ويقصد بمبدأ الاستنفاد الدولي (International Exhaustion)، سقوط حق مالك العلامة

---

<sup>88</sup>الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، مرجع سابق، ص15.

التجارية في منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع المنتجات أو البضائع محل العلامة، في حال ثبوت انه قد رخص للغير باستعمالها، أي قام بنقل الحق في استعمالها للغير"<sup>89</sup>.

## المطلب الثاني: الالتزام بالضمان

لا يكفي أن يقوم المرخص بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية للمرخص له وأن يقوم بتقديم المساعدة الفنية، للقول بأنه قد مكن المرخص له من الانتفاع بالعلامة التجارية المرخص باستعمالها، وإنما يجب عليه فضلا عن ذلك أن يلتزم بضمان انتفاع المرخص له بصورة هادئة ونافعة خلال فترة تنفيذ العقد، ويتم ذلك عن طريق ضمان المرخص للتعرض الصادر منه شخصيا سواء كان تعرضا ماديا أو تعرضا مبنيا على سبب قانوني، كذلك الأمر فإنه يتضمن التعرض الصادر من الغير إذا كان هذا التعرض مبنيا على سبب قانوني.

أما التعرض المادي فلا يلتزم المرخص بضمانه إلا إذا تم الاتفاق على خلاف ذلك، بالإضافة إلى ما تقدم فإن المرخص يلتزم بضمان استعمال العلامة التجارية المرخص بها بصورة نافعة، وذلك من خلال ضمانه للعيوب الموجودة في العلامة والتي تحول دون الانتفاع بها أو تقلل من هذا الانتفاع أي تجعلها غير صالحة لأداء الغرض المرجو منها.

سنتناول في هذا المطلب أحكام التزام المرخص بضمان التعرض والاستحقاق والعيوب الخفية، وبما أن التشريعات لم تتناول هذا الالتزام بأحكام خاصة، فلا بد من العودة للأحكام العامة للوقوف على أحكامها ولقد أوردت التشريعات أحكام الضمان عند تنظيمها لعقد البيع، إلا أن هذا لا يجعلها مقتصرة على البيع بل تنطبق على غيرها من العقود وهي تشكل قاعدة عامة رغم تنظيمها ضمن أحكام عقد البيع، وبما أن بعضهم

<sup>89</sup> الصغير، حسام الدين: الجديد في العلامات التجارية، 2005، الطبعة غير مذكورة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص76.

أخذ بوجود التشابه مع عقد الإيجار، وفي سبيل توضيح مفهوم الالتزام بالضمان سيتم أخذ ما يتناسب معها من أحكام الضمان في عقد الإيجار إضافة إلى الأحكام العامة للضمان الواردة ضمن عقد البيع وتطبيق ذلك على التزام المرخص بالضمان في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

وعليه فإننا سنسلط الضوء على التزام المرخص بالضمان من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين الأول: لالتزامه بضمان التعرض والاستحقاق، والثاني لالتزامه بضمان العيوب الخفية.

### الفرع الأول: ضمان التعرض والاستحقاق

"يمثل هذا الالتزام واحداً من أهم التزامات المرخص وبموجبه يستطيع المرخص له استعمال العلامة التجارية استعمالاً هادئاً، وكما يقع على عاتق المرخص وتنفيذاً لهذا الالتزام اتخاذ كافة الإجراءات القانونية اللازمة لدفع اعتداء الغير أيضاً على العلامة التجارية باعتبار المرخص مالکها، وضمان عدم استحقاق هذه الملكية لشخص آخر وأنها أصلية ليست مقلدة ولا مزورة وفي حال تبين غير ذلك فيجوز للمرخص له الرجوع على المرخص بدعوى المسؤولية العقدية والمطالبة بفسخ العقد واسترداد ما دفعه من مبالغ مالية في حال ثبوت ادعائه، وأيضاً المطالبة بالتعويض عن الضرر وفقاً للقواعد العامة في القانون المدني"<sup>90</sup>.

"فلا يكفي نقل المرخص الحق باستعمال العلامة للمرخص له، وإنما يجب عليه أن يلتزم التزاماً سلبياً مفاده عدم التعرض للمرخص له في انتفاعه في العلامة التجارية طيلة فترة العقد، لأنه يضمن تعرضه الشخصي سواء أكان مادياً أم قانونياً فيلتزم المرخص بضمان تعرضه المادي، سواء أكان هذا التعرض بأعمال مادية

<sup>90</sup> الطراونة، هشام سالم: الشروط المقيدة للمنافسة في تراخيص العلامات التجارية المتعلقة بنقل التكنولوجيا دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، 2010، جامعة آل البيت، الأردن.

محضة قد صدرت منه أو من أعوانه وأتباعه، أم تمثل تصرفات قانونية أجزاها المرخص مع أشخاص آخرين<sup>91</sup>.

### أولاً: التعرض الصادر من قبل المرخص

في البداية لا بد أن يضمن المرخص للمرخص له أنه مالك للعلامة التجارية، وأنها خالية من أي نزاع، ويمكن تصور عدد من الأعمال التي يعتبر من خلالها المرخص متعرضاً لحق المرخص له في الانتفاع الهادئ الكامل للعلامة التجارية محل عقد الترخيص. "فيمكن أن يكون هذا التعرض مادياً أو قانونياً، وفي كلتا الحالتين يحول دون الانتفاع الهادئ الكامل بالعلامة التجارية محل العقد"<sup>92</sup>.

أ. **التعرض المادي:** "والذي بدوره يقسم إلى قسمين، تعرض مادي محض يقع من المرخص، وتعرض قائم على تصرفات قانونية تصدر من المرخص للغير، اللذان يعتبران أعمالاً مادية تجاه المرخص له حيث انه ليس طرفاً فيها"<sup>93</sup>.

ومن صور التعرض المادي المحض مزاحمة المرخص للمرخص له في استعمال ذات العلامة التجارية، خصوصاً عندما يكون الترخيص استثنائياً، أو عندما يتوقف المرخص عن توريد المواد الأولية، "أو قيام المرخص بإجراء تعديلات أو تغييرات بالعلامة التجارية المرخص باستعمالها تضر بمصلحة المرخص له، أو

---

<sup>91</sup> المرشدة، ماجد: الترخيص الاتفاقي في براءات الاختراع، بحث منشور في مجلة علوم إنسانية، 2006، السنة الثالثة، العدد 27، مارس- آذار، منشورة على شبكة الإنترنت على الموقع الإلكتروني: [www.UlumInsania.net](http://www.UlumInsania.net)

<sup>92</sup> العبيدي، علي هادي: العقود المسماة، البيع والإيجار، 2006، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص111.  
<sup>93</sup> السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني العقود الواردة على الانتفاع بالشيء، الإيجار والعارية، ج6، م1، 1986، الطبعة غير مذكورة، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص300.

يقوم بإجراء إعلانات تجارية تسيء إلى المرخص له أو بضائعه أو يقوم بمنع المرخص من تسويق منتجاته داخل النطاق الجغرافي المحدد له<sup>94</sup>.

وترى الباحثة أنه يدخل في نطاق الأعمال المادية كل عمل يحرم المرخص له من الانتفاع بالعلامة أو يقلل من الانتفاع، فالتعرض المادي هو كل فعل يصدر من المرخص ويكون من شأنه تعكير صفو استعمال المرخص له للعلامة التجارية المرخص باستعمالها، وذلك دون أن يستند للقيام بذلك لحق قانوني يدعيه على هذه العلامة.

"ومن صور التعرض القائم على تصرفات قانونية من المرخص للغير: إبرام المرخص عقداً جديداً للترخيص باستعمال العلامة التجارية رغم وجود عقد ترخيص وحيد أو استثنائي، إذ يعتبر مثل هذا التصرف تعرضاً قانونياً من الغير في مواجهة المرخص له، وتعرضاً مادياً من قبل المرخص باتجاه المرخص له، إذ أن الأخير ليس طرفاً في العقد"<sup>95</sup>.

"وبذلك يمكن تصور نوعين من التعرض الصادر من المرخص في ذات الوقت التعرض القانوني الصادر من قبل الغير، والتعرض المادي المحض منه، ويمكن للمرخص له أن يرجع على المرخص إما لضمان التعرض المادي الصادر منه أو التعرض القانوني الصادر من الغير"<sup>96</sup>.

**ب. التعرض القانوني:** "يمكن تصور مثال هذا التعرض عندما يبرم المرخص عقداً للترخيص باستعمال علامة تجارية ليست ملكاً له، ثم تتوّل ملكيتها له، وهنا لا يجوز له أن يحتج تجاه المرخص له بتملكه

<sup>94</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص197.  
<sup>95</sup> لسلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص103.  
<sup>96</sup> لسلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص104.

العلامة التجارية ليوقف العقد، مع أن مثل هذا التعرض نادر الحدوث، فهو مستفيد بالأصل من عقد الترخيص<sup>97</sup>.

وسواء كان تعرض المرخص ماديا أو قانونيا، يشترط لتحقيق التعرض الشخصي الموجب للضمان توفر عدة شروط هي<sup>98</sup>:

1. وقوع التعرض بالفعل، فلا بد أن يقع التعرض الذي يحول دون انتفاع المرخص له من استعمال العلامة التجارية بالصورة الهادئة والكاملة، ولا يعتبر تعرضا بيع العلامة التجارية دون تعرض المشتري الجديد لحق المرخص له باستعمال العلامة التجارية.

2. أن يقع التعرض في أثناء مدة عقد الترخيص، أي في الوقت الذي يكون فيه للمرخص له حقا قائما، ولا مجال للحديث عن التعرض إذا تم قبل نفاذ العقد أو بعده.

3. أن يؤدي ذلك التعرض إلى الإخلال باستعمال المرخص له للعلامة التجارية، كالحالة التي يمتنع فيها المرخص عن توريد المواد الأولية اللازمة للإنتاج، ولا يعد رهن العلامة التجارية أو حجزها أو التنازل عنها تعرضا، كونه لا يؤثر على حق المرخص له باستعمال العلامة التجارية.

4. أن لا يستند هذا التعرض إلى حق، فإذا كان المرخص يملك حقا واستعمله فلا يمكن القول بالتعرض الشخصي، فعندما يرخص للغير بعقد جديد فلا يعتبر معترضاً إذا لم يكن العقد الأول وحيدا أو

استثنائيا<sup>99</sup>.

---

<sup>97</sup>العابدين، زين: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، 2018، جامعة النيلين، الخرطوم، ص97.  
<sup>98</sup>السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني العقود الواردة على الانتفاع بالشيء، الإيجار والعارية، مرجع سابق، ص300.  
<sup>99</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص104.



"كما ويلتزم المرخص برد التعرض الصادر من الغير، في حالة الاعتداء على العلامة المرخص باستعمالها كما لو قلدت أو زورت العلامة، فعليه أن يبادر باتخاذ كافة الإجراءات القانونية لدفع هذا الاعتداء، وله في سبيل ذلك رفع دعوى التقليد، وهذه الدعوى لا ترفع إلا من جانب المرخص مالك الحق ضد من يتعدى على هذا الحق بإحدى الصور التي نص عليها القانون، ولكن يشترط لرفع هذه الدعوى أن تكون العلامة مسجلة، فإذا كانت هذه العلامة غير مسجلة فلا يكون أمام المرخص إلا رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذه الدعوى لا يقتصر حق رفعها على المرخص فحسب، وإنما يمكن رفعها من قبل كل من أصابه ضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة وأهمهم المرخص له، ضد كل من صدرت منه هذه الأعمال"<sup>100</sup>.

وقد أوضحت محكمة النقض المصرية التفرقة بين دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة، فنقضت الحكم الاستئنافي الذي خلط بين الدعويين، ورفضت دعوى المنافسة غير المشروعة لأنها لم ترفع من قبل مالك العلامة، وجاء في قرار محكمة النقض المصرية ان: "الحكم المطعون فيه إذا قرر ذلك يكون قد خالف القانون وأخطأ في تأويله، ذلك انه خلط بين شروط قبول الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة التجارية، وبين شروط قبول الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة وتطلب لقبول الدعوى الأخيرة أن ترفع من مالك العلامة التجارية وعلى من قام بتقليدها، مع أنه شرط لقبول الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة التجارية، على عكس الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة، فإنها تكون مقبولة من كل من ناله ضرر بسببها

---

<sup>100</sup> خليل، راند أحمد: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مقالة منشورة في مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، المجلد2، السنة6، العدد 20، ص222.

وعلى كل من يشارك في إحداث هذا الضرر متى توافرت شروطها، وهي الخطأ والضرر وقيام علاقة سببية بين الخطأ والضرر<sup>101</sup>.

### ثانياً: ضمان التعرض الصادر من الغير

في هذا النوع من التعرض نميز بين التعرض القانوني، والتعرض المادي على النحو التالي:

أ. **التعرض القانوني الصادر من الغير:** يشترط لضمان المرخص للتعرض القانوني الصادر من الغير أن يكون هذا التعرض قانونياً، أي مبني على سبب قانوني وأن يكون صادراً من الغير، لأن المرخص يضمن تعرضه الشخصي سواء أكان مادياً أم قانونياً، وأن يكون هذا التعرض قد وقع بالفعل، فإذا وقع هذا التعرض من الغير وكان مستوفياً لهذه الشروط وجب على المرخص له أن يبادر إلى إخطار المرخص بذلك، ليتخذ الأخير الإجراءات اللازمة لمنع هذا التعرض<sup>102</sup>.

"وعندما يُسأل المرخص عن التعرض القانوني الصادر من الغير، فإن ذلك لا ينصرف إلا للحالات التي يدعي فيها الغير بحق عيني، كالأدعاء بحق ملكية العلامة التجارية، أما إذا لم يستند الغير إلى حق عيني في تعرضه، فإنه لن يخرج عن واحد من اثنين: إما أن يدعي بحق شخصي، أو أن لا يستند إلى حق<sup>103</sup>.

"ومن أهم صور التعرض القانوني الصادر من الغير، هو قيام الأخير بوضع العلامة محل الترخيص على البضائع أو الخدمات التي يقوم بتصنيعها، بحجة أنه صاحب حق بهذا الاستعمال، أو تقليد

<sup>101</sup>نقض مصري مدني في 14 يونيو 1956، مجموعة النقض، 1، لسنة 7، ص323.  
<sup>102</sup>القليوبي، سميحة: تقييم شروط التعاقد والالتزام بالضمان في عقود نقل التكنولوجيا، بحث منشور في مجلة مصر المعاصرة، تصدر عن الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، عدد 406، ص77، 1986، القاهرة، ص590.  
<sup>103</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص106.

الغير للعلامة التجارية المرخص باستعمالها، فهنا يتوجب على المرخص له إخطار المرخص بذلك<sup>104</sup>.

ترى الباحثة مما سبق أنه يتضح أن المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، يلتزم بضمان الحيابة الهادئة للعلامة التجارية محل الترخيص، وذلك بأن تكون مملوكة له وخالية من أي نزاع، كما لو رتب حقا للغير عليها قبل أو بعد إبرام العقد يمكن الاحتجاج به على المرخص، وبذلك يتوجب على المرخص إعلام المرخص له بكافة القيود والحقوق المتعلقة بهذه العلامة محل العقد، مثل الدعاوى المرتبطة بها، كما لو كانت العلامة محل نزاع بين مالكيها والغير، أو محل نزاع رسمي أمام المحاكم، مما قد يترتب عليه عدم صلاحيتها أو سلب ملكيتها، مما يؤثر سلبا على حقوق المرخص له.

### ثانيا: التعرض المادي الصادر من الغير

"وهو التعرض الذي لا يستند فيه الشخص إلى حق، ولكنه يقوم على مجرد أعمال التعدي والغصب، يترتب عليها حرمان المرخص له من استعمال العلامة التجارية أو الانتقاص من هذا الانتفاع، وهذا ما لا يضمنه المرخص، ولا يستطيع المرخص له هنا إلا الرجوع على المتعرض(الغير)"<sup>105</sup>.

ومثاله الحالة التي يقلد ويزور الغير المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الترخيص ويطرحها في الأسواق، فلا يجوز للمرخص له الرجوع على المرخص لضمان هذه الأعمال<sup>106</sup>، وما عليه إلا

<sup>104</sup> دويدار، هاني محمد: القانون التجاري، 2008، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص495.  
<sup>105</sup> السلامة، نادر عبد الحلبي: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص107.  
<sup>106</sup> جاء في قرار تمييز حقوق رقم 2001/3214 بتاريخ 2000/1/7 ما يلي: "إن الفقه والقضاء ذهبا إلى أن المؤجر يضمن للمستأجر التعرض الصادر منه شخصيا سواء أكان تعرضا ماديا أو مبنيا على سبب قانوني، وكذلك يضمن التعرض الصادر عن الغير إذا كان قانونيا ولا يضمن التعرض المادي" منشورات مركز عدالة.

الرجوع على الغير بدعوى المنافسة غير المشروعة، "لضمان حقه اتجاه الغير الذي تعرض له تعرضاً مادياً، فضلاً عن حقه بالمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء ذلك التعرض، وقد قبل القضاء الفرنسي هذه الدعوى وأجاز الحكم للمرخص له بالتعويض"<sup>107</sup>.

وتعد الحماية القانونية التي توفرها دعوى التقليد أفضل من تلك التي توفرها دعوى المنافسة غير المشروعة، والسبب في ذلك يعود إلى أن دعوى التقليد توفر الحماية الجزائية والمدنية معاً، على خلاف دعوى المنافسة غير المشروعة التي لا توفر إلا الحماية المدنية، والتي تتمثل بحق المرخص له بالتعويض، لذلك اتجه جانب من الفقه إلى القول بأنها أفضل وسيلة لحماية حقوق المرخص له.

### الفرع الثاني: ضمان العيوب الخفية

لا يقتصر التزام المرخص بالضمان اتجاه المرخص له على ضمان التعرض والاستحقاق، وإنما يشمل ضمان العيوب الخفية، وذلك لأن وجود مثل هذه العيوب قد يؤدي إلى عدم انتفاع المرخص له بالعلامة التجارية المرخص له باستعمالها والانتفاع منها انتفاعاً مفيداً وبالتالي عدم تحقيق الأهداف المبتغاة من هذا العقد. والعيوب الخفية هي محل الترخيص باستعمال العلامة، وهو خلل في هذا المحل يجعله غير نافع، أو أقل نفعاً للمرخص له، بحيث لو علم به قبل العقد لما أقدم على التعاقد، أو لكان قد دفع به مقابل أقل<sup>108</sup>.

<sup>107</sup> تأييد ذلك حكم محكمة النقض الفرنسية، الغرفة التجارية، الصادر في 24/تشرين الأول/1956، منشور في (Bull-civ,111.no,254)، أشار إليه خاطر، نوري حمد: شرح قواعد الملكية الفكرية، في الملكية الصناعية، دراسة مقارنة، 2005، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص128.

<sup>108</sup> عرفت محكمة النقض المصرية العيب الخفي بأنه: "الأفة الطارئ التي تخلو منها الفطرة السليمة"، وذلك في حكمها الصادر في 18/نيسان/1948، أشار إليه الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص203.

لهذا فإن المرخص يلتزم بأن يضمن للمرخص له خلو العلامة التجارية المرخص باستعمالها من هذه العيوب<sup>109</sup>، "وذلك لأنه ملزم بنقل الحياة الهادئة والمفيدة بحيث يكون باستطاعة المرخص له الانتفاع بهذه العلامة وفقاً للغرض الذي أعدت من أجله، وفي حال وجود العيب فإن المرخص سيكون ضامناً له"<sup>110</sup>.

"ومن الأمثلة على هذه العيوب التي من الممكن أن تعتري محل عقد الترخيص باستعمال العلامة هو عدم تسجيل هذه العلامة من قبل المرخص<sup>111</sup>، وبالتالي عدم شمولها بالحماية القانونية، أو عدم دفع الرسوم أو الضرائب المستحقة عليها، مما يؤدي إلى الإساءة إلى هذه العلامة وإمكانية بطلانها، فضلاً عن ذلك يمكن عد رداءة البضائع أو الخدمات التي كان يصنعها أو يوزعها المرخص تحت هذه العلامة دون أن يعلم المرخص له بذلك من العيوب الخفية، وهذا سيؤدي وبلا شك إلى التقليل من ثقة الجمهور بالبضائع أو الخدمات التي سيقوم بإنتاجها المرخص له، لأنها تحمل العلامة ذاتها، وكذلك يُعد عيباً خفياً عدم توافر الشروط الموضوعية في العلامة التجارية محل الترخيص ك(الجدة، الصفة المميزة، المشروعية)<sup>112</sup>.

### المطلب الثالث: الالتزام بعدم إنهاء العقد أو تجديده إلا لسبب مشروع

كما ذكرنا سابقاً فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد يكون محدد المدة أو غير محدد المدة، فإذا كان محدد المدة فالأصل أنه ينتهي بانتهاء هذه المدة ما لم يتم الاتفاق بين الأطراف على خلاف ذلك، مثل

<sup>109</sup>المادة 2/686 من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1996 تنص على: "و لا يضمن المؤجر العيب إذا كان المستأجر على علم به وقت التعاقد أو كان من اليسير عليه ان يعلم به. وتقابلها المادة 576 من القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948 حيث تنص: "يضمن المؤجر للمستأجر جميع ما يوجد في العين المؤجرة من عيوب تحول دون الانتفاع بها ، أو تنقص من هذا الانتفاع إنقاصاً كبيراً ولكنه لا يضمن العيوب التي جري العرف بالتسامح فيها . وهو مسئول عن خلو العين من صفات تعهد صراحة بتوافرها أو عن خلوها من صفات يقتضيها الانتفاع بها، كل هذا ما لم يقض الاتفاق بغيره) (٢) ومع ذلك لا يضمن المؤجر العيب إذا كان المستأجر قد أخطر به أو كان يعلم به وقت التعاقد".

<sup>110</sup>عزيز، علاء: عقد الترخيص التجاري، مرجع سابق، ص61.

<sup>111</sup>تنص المادة 20 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999: " مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون. 2 . تجدد العلامات التجارية المسجلة أو المجددة قبل نفاذ احكام هذا القانون عند انتهاء مدتها لمدة عشر سنوات" وتقابلها المادة 90 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002: " مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة عشر سنوات وتمتد لمدة أو لمدد مماثلة على طلب صاحبها في كل مرة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية مقابل سداد الرسم المستحق على طلب التسجيل لأول مرة . ويجوز بعد فوات تلك المدة بما ال يجاوز ستة شهور أن يتقدم صاحبها بطلب تجديد مدة الحماية وذلك مقابل أداء الرسم المقرر ورسم اضافي تحده اللائحة التنفيذية لهذا القانون بما ال يجاوز خمسمائة جنيهه وإلا قامت المصلحة بشطب العلامة.

<sup>112</sup>دويدار، هاني محمد: القانون التجاري، مرجع سابق، ص493.

أن يتفقا على تجديد العقد، أما في حال كان غير محدد المدة فالأصل هو إمكانية إنجائه من قبل أي من الطرفين، شريطة أن يطلع الطرف الآخر قبل فترة معينة على رغبته بالإنهاء<sup>113</sup>.

هنا سيثار لدينا تساؤل حول مدى إمكانية إنجائه من قبل المرخص وبإرادته المنفردة في حال كان العقد غير محدد المدة، ومدى حقه في رفض تجديد العقد إذا كان محدد المدة ورغب الطرف المرخص له بهذا التجديد، أي إلى أي مدى يلتزم المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعدم إنجاء العقد أو تجديده؟ وفي حالة ما إذا قام المرخص بهذا الإنجاء أو بعدم التجديد مراعيًا في ذلك المدد والإخطارات اللازمة، هل يلتزم هذا المرخص له عن الأضرار التي أصابته نتيجة لذلك، عندما لا يكون المرخص له قد ارتكب خطأ يستوجب إنجاء العقد؟

انقسم الفقه والتشريع بهذا الخصوص إلى قسمين:

الأول: "ذهب إلى إعطاء الحق للمرخص بإنهاء العقد وبعدم تجديده دون حاجة لتقييده بأن يكون هذا الإنجاء أو عدم التجديد مستندا إلى سبب مشروع"<sup>114</sup>.

حيث يرى أصحاب هذا الاتجاه أن المرخص يملك الحق بإنهاء العقد دون مسؤولية في جانبه عن سبب الإنجاء، طالما كان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد شارف على الانتهاء وراعى في ذلك مدة

<sup>113</sup> ونود أن نشير هنا إلى أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينقضي بالأسباب ذاتها التي تنقضي بها العقود المستمرة التنفيذ، ومنها عقد الإيجار وعقود نقل التكنولوجيا وعقد استغلال المحل التجاري وغيرها، والتي أشارت إليها القواعد العامة، فينقضي بانتهاء المدة المحددة له، أو بإرادة أطرافه من خلال اتفاقهم على هذا الانقضاء، أو بالفسخ نتيجة لإخلال أحد الأطراف في تنفيذ التزاماتهم، أو بسبب هلال محله، ونظرا لأن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود الاعتبار الشخصي، فإن وفاة المرخص له أو فقده لأهليته أو إشهار إفلاسه يؤدي أيضا إلى انقضاء العقد.

<sup>114</sup> حيث أخذ بهذا الاتجاه تشريعات 36 ولاية أمريكية، حيث أعطت هذه التشريعات الحق للمرخص بإنهاء عقد الترخيص إذا كان غير محدد المدة، أو عدم تجديد العقد محدد المدة والذي انتهت مدته، ودون التزام بأن يكون هذا الإنجاء أو عدم التجديد مستندا إلى سبب جيد ومقبول، أشار إليه الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 206.

الإخطار المطلوبة منه، فليس من المقبول أو المعقول أن يجبر المرخص على الاستمرار في عقد هو قام باحترامه وتنفيذ بنوده.

"حيث يرون أن وضع قيود على المرخص تحد من حقه في إنهاء العقد بأن يكون هذا الإنهاء مستندا إلى سبب جيد ومعقول، ويكون من شأنه أن يجعل المرخص يحجم عن إبرام مثل هذه العقود، مما يشكل في نهاية المطاف تدميرا لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية"<sup>115</sup>.

ويؤكد هذا الاتجاه بأن المرخص له إذا ما أراد أن يوفر الحماية الكافية له، فما عليه إلا أن يشترط في عقده مع المرخص أن يكون إنهاء العقد من جانب الأخير مستندا لأسباب مشروعة ومعقولة، وهذا يعني أن الحماية التي يربوها المرخص له يجب أن تكون اتقاقية، وليست تشريعية.

**أما القسم الثاني فقد ذهب مذهباً مغايراً حيث اشترط وضع قيود على حرية المرخص في إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده:**

يتشمل هذا القيد بضرورة أن يكون هذا الإنهاء أو عدم التجديد مبنياً على سبب مشروع، فإذا انتهت مدة الترخيص وكان للمرخص في هذا العقد الحق في تجديده من عدمه، فعليه أن يراعي هذا القيد في حال توافرت لديه الرغبة في عدم التجديد، كما أن هذا الاتجاه ذهب إلى أنه يجب أن تكون هناك مدة إخطار مناسبة إذا توافر السبب والمسوغ المشروع لإنهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

<sup>115</sup> حيث أشارت المحكمة إلى أن حق المرخص في إنهاء العقد من دون سبب جيد ومناسب ليس محظوراً في مدونة قانون التجارة الموحد (UCC)، كما أنه ليس مخالفاً لقوانين أخرى مثل القوانين التي لا تتفق مع الضمير، وعليه فإنها حرمت المرخص له من الحصول على أي تعويض، حكم رقم (381 mass, N,E, 2d,1370,1980)، أشار إليه الكندري، محمود أحمد: أهم المشاكل العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية، ع4، س22، ديسمبر، 2000.

"ويؤسس هذا الاتجاه رأيه على أن في هذا النوع من عقود الترخيص يُشيد المرخص له أبنية، ويقوم بتجهيزات ضخمة تكلفه مبالغ طائلة، واضعا في اعتباره ومنذ بداية العقد وأثناء تنفيذه أن المرخص سوف يوافق على التجديد، وغني عن البيان أن رفض المرخص لتجديد هذا النوع من العقود أو انهاء إيراداته المنفردة معناه الحكم على مشروع المرخص له بالدمار والفناء، ويعود ذلك إلى أن العلامة التجارية تلعب دورا أساسيا في جذب العملاء وإقبالهم على السلع والمنتجات، بحيث يصبح طلب السلعة ينصب أساسا على العلامة لا على المنتج ذاته، بمعنى أن المنتج يصبح تحت تأثير الحملات والدعايات الإعلانية متجسدا في العلامة التجارية ذاتها، ومن ثم إنتاج السلعة بمعرفة المرخص له يصبح عديم الجدوى من الناحية الاقتصادية، طالما أن العلامة التجارية لها لا تستخدم في تمييزها"<sup>116</sup>.

من أجل ذلك تدخلت بعض التشريعات المقارنة لعلاج هذه المسألة، فقامت بوضع قيود على حرية المرخص في إنهاء العقد أو عدم تجديده، فعلى سبيل المثال الولايات المتحدة الأمريكية حيث تحظر كثير من قوانينها التي تنظم عقود التراخيص باستعمال العلامة التجارية على المرخص أن يفرض تجديد العقد ما لم يكن ذلك مستندا إلى سبب مشروع.

ومن هذه التشريعات التي تأثرت بهذا الاتجاه المشرع المصري، حيث أشار في قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 إلى هذا القيد، والذي يحقق مصالح المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، واضعا في الاعتبار أن مصر بلد نامية وبالتالي شأنها شأن بقية الدول النامية، فهي تعد من الدول المستوردة للعلامات التجارية ذات الشهرة العالمية، لذلك أشار في المادة (95) من هذا القانون: "ولا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع".

<sup>116</sup>الصغير، حسام الدين عبد الغني: ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 209.



وبذلك فإن المشرع المصري قد قصد من هذا الالتزام تمكين المرخص له من تحقيق الفائدة المتوقعة من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وذلك من خلال عدم مفاجأته بإنهاء العقد أو عدم تجديده، لا سيّما وأنه قد يقوم بدعاية مكلفة للعلامة التجارية المرخص باستعمالها والمنتجات المخصصة لهذه العلامة.

"علما أن مالك العلامة التجارية (المرخص) يملك الحق في إنهاء العقد وعدم تجديده إذا كان هناك ما يبرر ذلك الإنهاء، مثل إساءة المرخص له لاستعمال العلامة التجارية محل الترخيص، أو إهماله لها، أو استعمالها على منتجات تخالف ما هو متفق عليه في العقد، مما يؤدي إلى الإساءة إلى سمعة المرخص التجارية"<sup>117</sup>.

"ومن الأسباب المشروعة التي تسوغ للمرخص إنهاء العقد أو عدم تجديده، قيام المرخص له بتقديم حسابات غير صحيحة حول كمية الإنتاج وجودته إلى المرخص، وكذلك عدم قيام المرخص له بدفع المقابل المتفق عليه، أو إخلاله بدفع التكاليف المفروضة عليه"<sup>118</sup>.

وترى الباحثة أنه ليس من الضروري إيجاد نصوص تشريعية لتقييد حرية المرخص في إنهاء العقد أو عدم تجديده، لأن ذلك قد يجعل المرخص يبتعد عن إبرام مثل هذه العقود، لا سيّما وأنه الطرف الأقوى، وأن المرخص له هو من يحتاج للمرخص وليس العكس، لذلك فإن المرخص له إذا أراد توفير حماية أفضل، فعليه أن يتفق مع المرخص على أن يكون رفض الأخير للتجديد أو انهاءه للعقد مبنيا على سبب مشروع، وأن يتم تحديد هذه الأسباب المشروعة التي تبرر الإنهاء في الاتفاق الذي بينهم، بمعنى آخر فإنه من

<sup>117</sup> الفليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص554.

<sup>118</sup> الكندري، محمود أحمد: أهم المشاكل العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، مرجع سابق، ص210.

الأفضل أن تكون الحماية اتفاقية وليست تشريعية، وفي حال توافر نصوص تشريعية يجب أن تكون غير ملزمة ويجوز اتفاق المتعاقدين على مخالفتها.

## المبحث الثاني: التزامات المرخص له

يلتزم المرخص له كطرف ثانٍ في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعدة التزامات تترتب عليه بموجب هذا العقد، وعليه الوفاء بها وإلا عُدّ مخالاً بالتزاماته التعاقدية، وهذه الالتزامات تتمثل بالتزامه باستعمال العلامة التجارية، والالتزام بدفع المقابل، وكذلك الالتزام بالحفاظ على العلامة التجارية المرخص باستعمالها وبذل العناية اللازمة لتحقيق ذلك، وأخيرا التزامه بعدم النزول عن العقد إلى الغير أو إبرامه ترخيصا من الباطن، وذلك كنتيجة للاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه العقد، وعليه سنتناول في هذا المبحث كل التزام من هذه الالتزامات في أربعة مطالب مستقلة.

### المطلب الأول: الالتزام باستعمال العلامة محل الترخيص

إن استعمال العلامة التجارية المرخص باستعمالها على المنتجات التي يصنعها المرخص له أو التي يقوم بتسويقها وتوزيعها تحت هذه العلامة، هو الهدف الأساسي الذي يسعى المرخص لتحقيقه من خلال إبرامه لعقد الترخيص، بل ويلتزم المرخص له بهذا الاستعمال في مواجهة المرخص، فاستعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص هو التزام في ذمة المرخص له قبل أن يكون من حقوقه.

"وبذلك فإن المرخص له لا يكون حرا في استعمال أو عدم استعمال العلامة محل الترخيص، وإنما يكون ملزما بهذا الاستعمال وفقا للشروط التي أشار إليها العقد"<sup>119</sup>، علما أن المرخص له يلتزم باستعمال العلامة التجارية محل العقد دون حاجة إلى نص أو اتفاق يفرض عليه ذلك.

<sup>119</sup>دويدار، هاني محمد: القانون التجاري، مرجع سابق، ص497.

والقصد هنا باستعمال العلامة التجارية المرخص باستعمالها، هو قيام المرخص بوضعها على البضائع التي ينتجها أو الخدمات التي يقدمها، أو قيامه بتسويق وتوزيع هذه المنتجات والبضائع تحت هذه العلامة، أو استخدامها في أعمال الترويج والإعلان عن هذه البضائع أو الخدمات، وبعبارة أخرى يكون استعمال العلامة التجارية محل الترخيص بأي عمل من شأنه إبقاء العلامة التجارية المرخص باستعمالها في حالة من التواصل والاستمرارية مع جمهور المستهلكين.

ولكن هذا لا يعني أن التزام المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص هو استعمال مطلق، وإنما يكون مقيداً بالمنتجات التي تم تحديدها في العقد، وعليه يجوز لمالك العلامة محل الترخيص (المالك) أن يقصر حق المرخص له في استعمال علامته التجارية على جزء فقط من المنتجات التي تميزها هذه العلامة كما أنه إذا كان المرخص يقوم بإنتاج عدة أنواع من المنتجات وفي عدة مجالات، ويقوم بالترخيص للغير باستعمال علامته في مجال معين من هذه المجالات والتي يتم تحديدها في العقد، فيلتزم المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص على هذه المنتجات دون غيرها.

" فضلا عن ذلك فإنه كثيرا ما تحدد عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية كيفية تنفيذ المرخص له لهذا الالتزام بمقتضى شروط خاصة مثل تحديد كمية الإنتاج التي يتوجب على المرخص له تحقيقها وتوضيح مستويات الجودة التي لا يجوز للمرخص له النزول عنها، أو تحديد النطاق الجغرافي الذي يجب أن يتم الاستعمال في داخله، أي المناطق التي يلتزم المرخص له استعمال العلامة محل الترخيص فيها، وأيضا تحديد النطاق الزمني لهذا الاستعمال أي المدة التي تُستعمل العلامة محل الترخيص خلالها، بالإضافة إلى

تحديد نوعية المنتجات التي توضع عليها العلامة التجارية، مع العلم أن إخلال المرخص له بهذه الشروط الكمية أو الكيفية سيؤدي إلى فسخ العقد وانتهائه فضلاً عن حق المرخص بالتعويض إذا كان له مقتضى<sup>120</sup> ويعود التزام المرخص له باستعمال العلامة محل الترخيص إلى أساسين، أحدهما وقائي والآخر نفعي، وبالنظر إلى الأساس الوقائي فإنه يتمثل بالحوول دون سقوط العلامة التجارية محل الترخيص وزوال الحماية القانونية عنها، وذلك لأن عدم استعمال العلامة التجارية من قبل المرخص له قد يؤدي إلى شطب العلامة محل الترخيص بسبب عدم الاستعمال.

حيث أشارت التشريعات المقارنة ومعها المشرع المصري إلى ضرورة استعمال العلامة التجارية المسجلة كشرط لاستمرار الحماية القانونية، وبخلافه سيتم شطب هذه العلامة إذا استمر عدم استعمالها لمدة معينة من الزمن، حددها القانون المصري بخمس سنوات وذلك في نص المادة 91 من قانون حماية الملكية الفكرية<sup>121</sup> حيث نصت على: " يجوز للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن أن تقضى بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ إذا ثبت لديها انها لم تستعمل بصفة جدية - دون مبرر تقدره - لمدة خمس سنوات متتالية"<sup>122</sup>.

كما هو الأمر بالنسبة للمشرع الأردني حيث نصت الفقرة الأولى من المادة 22 من قانون العلامات التجارية المعدل لسنة 1999<sup>123</sup> على: ". 1 مع مراعاة احكام المادة 26 من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة ان يطلب من المسجل الغاء تسجيل اي علامة تجارية مسجلة لغيره اذا لم يستعملها فعلياً وبصورة

<sup>120</sup> القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص551.

<sup>121</sup> قانون حماية الملكية المصري رقم 82 لسنة 2002.

<sup>122</sup> وكذلك الحال بالنسبة للقانون الفرنسي في المادة (714/5) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي، والقانون الإماراتي في المادة (22) من قانون العلامات التجارية، والقانون العراقي في نص المادة (21) المعدلة بموجب الأمر رقم (80) لسنة 2004 من قانون العلامات التجارية.

<sup>123</sup> قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999.

مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب الا اذا اثبت مالك العلامة التجارية ان عدم استعمالها يعود الى ظروف تجارية خاصة او الى اسباب مسوغة حالت دون استعمالها. 2 . يعتبر استعمال الغير لعلامة تجارية مسجلة بموافقة مالكيها استعمالاً لها لمقاصد استمرار تسجيلها وفقاً لنص الفقرة 1 من هذه المادة، تقابلها المادة (48) من مشروع قانون حماية الملكية الفكرية الفلسطيني.

أما في فلسطين فيسري نص المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 والتي تنص على: " 1- يجوز لأي شخص ذي مصلحة دون إجحاف بالصفة العامة التي تتصف بها أحكام المادة (25) من هذا القانون أن يطلب إلغاء تسجيل أية علامة تجارية بانياً طلبه ذاك على أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها وأنها في الواقع لم تستعمل استعمالاً حقيقياً فيما يتعلق بتلك البضائع أو بناء على أن تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين اللتين تقدمتا الطلب إلا إذا ثبت في كل حالة من هاتين الحاليتين أن عدم استعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال العلامة المذكورة أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها".

يلاحظ من نص المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952، والتي تسري في الأراضي الفلسطينية، أنها لم تحدد مدة معينة لطلب إلغاء تسجيل العلامة التجارية التي لم يقم مالكيها باستعمالها، على خلاف ما هو ساري في مصر، والأردن بعد التعديل.

كذلك الأمر في اتفاقية تريس (Trips)<sup>124</sup> فنصت المادة (19/1): " إذا كان الانتفاع مشروطاً لاستمرار التسجيل ، فلا يجوز الغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة من عدم الانتفاع ، إلا في حالة تبرير عدم الانتفاع بأسباب شرعية".

ومما لا شك فيه فإن استعمال العلامة من قبل المرخص له يُعد بمثابة الاستعمال الذي يقوم به المالك (المرخص) فيما يتعلق بأغراض التسجيل والحماية القانونية، لذلك يقع على عاتق المرخص له الالتزام بالقيام بهذا الاستعمال لتجنب شطب وزوال الحماية القانونية، خاصةً أنه إذا لم يتم بهذا الاستعمال لاعتقاده بأن المرخص له من سيقوم بذلك، وذلك فيما إذا كان الترخيص استثنائيًا بحيث يتمتع على المرخص استعمال هذه العلامة محل الترخيص<sup>125</sup>، وهذا ما أشارت إليه وكذلك المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1999 المعدل حيث أشارت إلى أن الاستعمال الصادر من المرخص له هو بمثابة الاستعمال الصادر من المرخص لأغراض التسجيل والحماية.

أما الأساس الثاني للالتزام المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص، فهو الأساس النفعي والذي يتمثل بمصلحة المرخص الكبيرة في أن يتم هذا الاستعمال بالشكل الأمثل.

"وذلك لكي تزداد وتنتشر علامته ويتسع عدد العملاء ويزداد إقبالهم على البضائع أو الخدمات التي توضع عليها العلامة التجارية، وبالتالي ارتفاع قيمة علامته التجارية لازدياد شهرتها"<sup>126</sup>

<sup>124</sup>اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1995.  
<sup>125</sup>انظر المادة (19/2) من اتفاقية تريس، والمادة (5) من التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية، كما أقرتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).  
<sup>126</sup>الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص215.

## المطلب الثاني: الالتزام بدفع المقابل

لما كان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود المعاوضة، فإن المرخص له سيكون ملتزماً بدفع المقابل للمرخص نظير انتفاعه بالعلامة التجارية محل الترخيص، فهذا المقابل يشكل عنصراً أساسياً في كل عقود المعاوضة، فهو الهدف الذي يسعى إليه المرخص من إبرامه لهذا العقد، من أجل أن يحصل على شيء من العوائد كمقابل لنقله الحق باستعمال العلامة إلى المرخص له.

فالمقابل هو الثمن للالتزام المرخص بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص للطرف الآخر وهو المرخص له ومن ثم تمكنه من هذا الاستعمال، وعادة ما يتم الاتفاق على طريقة الدفع في وثيقة العقد، كما قد يتم الاتفاق على ذلك في الملاحق القانونية المعتمدة لدى الطرفين، وأياً كان الأمر فإن المقابل لا يكون على صورة واحدة، فمن الممكن أن يكون مبلغاً نقدياً أو قد يكون عينياً، وعليه فإننا سنقوم بتسليط الضوء على التزام المرخص له بدفع المقابل من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين: الأول للمقابل المادي، والثاني سيكون للمقابل العيني.

## الفرع الأول: المقابل النقدي

"وهو مبلغ من النقود يدفعه المرخص له إلى المرخص، كمقابل لانتفاعه بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص"<sup>127</sup>.

وهو يمثل الصورة الأكثر شيوعاً كما أثبتتها الممارسات العملية، ويفضلها المتعاقدون لما فيها من تقليل لاحتمالات النزاع مستقبلاً، "حيث يمكن تحديد مقدار المقابل ومكان الوفاء به ونوع العملة التي يؤدي بها،

<sup>127</sup> عمار، ماجد: عقد الترخيص الصناعي وأهميته للدول النامية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص184.



بالإضافة إلى أسس تحويله إلى عملة الدولة التي يعينها المرخص، مع مراعاة كلا الطرفين قواعد المراقبة على النقد في دولة المرخص له<sup>128</sup>.

وعادة ما يكون هذا المبلغ خاضعا للمساومة بين المرخص والمرخص له<sup>129</sup>، واللذان يقومان بالموازنة بين مصالحهما الناتجة عن هذا العقد، وبناء على هذه المصالح يقومان بتحديد ذلك المقابل النقدي وكيفية ادائه، وهذا المقابل كما أنه يشكل حقاً من حقوق المرخص فإنه من ناحية أخرى يشكل صفة أساسية في العقود التجارية عموماً.

حيث نصت المادة 55 من قانون التجارة الأردني<sup>130</sup> على: " كل التزام تجاري يقصد به القيام بعمل أو بخدمة / لا يعد معقوداً على وجه مجاني / وإذا لم يعين الفريقان أجرة أو عمولة أو سمسة فيستحق الدائن الأجر المعروف في المهنة".

وتقابلها المادة 49 من قانون التجارة المصري<sup>131</sup> والتي تنص على: " إذا قام التاجر لحساب الغير بأعمال أو خدمات تدخل في نشاطه التجاري افترض أنه قام بها مقابل عوض ما لم يثبت عكس ذلك ، ويقدر العوض طبقاً للعرف، فإذا لم يوجد عرف قدر القاضي العوض".

غير أن طريقة دفع المقابل النقدي لا تتم على صورة واحدة فقط، فقد يكون هذا المقابل مبلغاً إجمالياً، وقد يكون دورياً (نسبة من العوائد)، وقد يكون مزيجاً من الصورتين، وسنتناول فيما يلي كل صورة على حدى.

<sup>128</sup> الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص267.

<sup>129</sup> Deese, Pamela: Trade Mark Licensing: Negotiating The Royalty Rate, The Licensing Journal, 2004, June, p.23

<sup>130</sup> قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966.

<sup>131</sup> قانون التجارة المصري رقم (17) لسنة 1999.

## أولاً: المقابل النقدي مبلغ إجمالي

الغالب في عقود الترخيص هو أن يتم تحديد المقابل النقدي في صورة مبلغ إجمالي يتم تحديده بصورة جزافية من قبل المرخص، وذلك راجع إلى سببين: الأول هو تمتع المرخص بمرکز احتكاري لأنه هو الطرف الأقوى في هذا العقد على اعتبار أنه هو المالك للعلامة التجارية محل الترخيص، أما السبب الثاني هو عدم وضوح الأسس التي يتم اعتمادها في تقدير هذا المبلغ بسبب الطبيعة المعنوية لهذا العقد المتمثلة بالعلامة التجارية المرخص باستعمالها.

"ويمكن اعتبار طريقة البديل النقدي الإجمالي مفضلة، حيث يبتعد فيها المرخص عما قد تسببه تشريعات الدول من اختلاف في أحكامها، خاصة في العقود الدولية، حيث تتباين الأحكام بين بلد وآخر، وهي تساعد المرخص له في تحديد نفقاته بدقة، وبالتالي احتساب أرباح إضافية"<sup>132</sup>.

ويحدد أطراف العقد أحكام الوفاء بهذا المبلغ من حيث تحديد مقداره ومكان الوفاء وزمانه والنفقات، وطريقة الدفع، وفي حال سكوت المتعاقدين عن بيان أحكام الوفاء، فإن القانون الواجب التطبيق هو الذي يتكفل بذلك.

وهذا ما أشار إليه المشرع المصري بهذا الخصوص في المواد (306-341) من القانون المدني المصري<sup>133</sup>، فيجب على المرخص له أن يدفع المقابل كاملاً وليس له أن يجبر المرخص على قبول جزء منه وإن كان المقابل قابلاً للتبويض، وأن يتم هذا الدفع فور إبرام العقد ما لم يكن هذا الدين مؤجلاً، وأما مكان الوفاء فيتم في موطن المدين (المرخص له)، أو في المكان الذي يوجد فيه محل أعماله إذا كان الالتزام

<sup>132</sup> عامر، ماجد: عقد نقل التكنولوجيا، الترخيص، شرط التحكيم، ثغرات العقود طويلة الأجل، نماذج عملية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص185.  
<sup>133</sup> قانون التجارة المصري رقم (17) لسنة 1999.

متعلقا بهذه الأعمال، علما أن نفقات الوفاء تكون على المدين (المرخص له)، إلا إذا وجد اتفاق أو عرف أو نص يقضي بخلاف ذلك<sup>134</sup>.

ومن الممكن أن يتفق المرخص والمرخص له على أداء المبلغ الإجمالي المتفق عليه دفعة واحدة أو على شكل دفعات، إلا أن اعتماد الأسلوب الأخير لا يخل بكون المبلغ تم تقديره جزافا، وفي حالة التقسيط قد تبدأ بمبالغ قليلة تم تزيد بالتدريج، أو مبالغ كبيرة ثم تتدرج بالهبوط، فالصورتين واردتين، لكن الصورة الأولى هي الغالبة في العمل، لأنها أرفق بالمرخص له الذي قد لا يتمكن من أداء مبالغ كبيرة في بداية حياة منشأته.

"ويشمل المبلغ الإجمالي فضلا عن مقابل نقل الحق باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص، كافة النفقات والمصاريف والرسوم والضرائب التي قد تحملها المرخص في سبيل تمكين المرخص له من استعمال العلامة محل العقد، ومن أمثلة هذه المصاريف، مصاريف التدريب والصيانة، ونفقات تركيب وتشغيل الآلات ومصاريف الدعاية والإعلان التي يقوم بها المرخص، كما ويشتمل المبلغ الإجمالي على بعض العناصر الثانوية كالعمولات والمكافآت التي تقدم إلى الأشخاص الذين ساهموا في إنجاح هذه الصفقة، والتي قد يسميها البعض بالنفقات غير المباشرة"<sup>135</sup>.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذه النفقات غير المباشرة في الواقع من أخطر المبالغ، فقد تصل في بعض الأحيان إلى عدة ملايين من الدولارات، وهي في حقيقة أمرها مبالغ غير مشروعة<sup>136</sup>.

والدفع بصورة إجمالية له مزايا مهمة بالنسبة للمرخص والمرخص له، فبالنسبة للمرخص فإنه سيتمكن من خلال اعتماد هذه الصورة من استرداد المبالغ التي أنفقها في سبيل تمكين المرخص له من استعمال العلامة

<sup>134</sup> أنظر أيضا نصوص المواد (299-306) من قانون الموجبات والعقود اللبناني.

<sup>135</sup> عيسى، حسام محمد: نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، مرجع سابق، ص 219.

<sup>136</sup> حيث تتمثل هذه المبالغ بالإكراميات والعمولات التي تُقدم إلى الأشخاص الذين استغلوا نفوذهم وسلطتهم في إنجاح الصفقة، ويبدو هذا الأمر واضحا في العقود التي تكون الدولة طرفا فيها، لا سيما في الدول النامية.

التجارية محل الترخيص، فضلا عن مقابل نقل الحق باستعمال هذه العلامة، حيث يتم ذلك الاسترداد على شكل دفعة واحدة، يمكن أن يستخدمه هذا المرخص في عملية تطوير وتوسيع منشآته ومشاريعه التجارية والصناعية.

أما بالنسبة للمرخص له فيستطيع ومن خلال إتباع هذه الطريقة تحديد نفقات تأسيس مشروعه التجاري، وكذلك حساب تكاليف تصنيع المنتجات التي تحمل العلامة محل الترخيص، وهو أمر مفيد بالنسبة للمرخص له، لا سيما في ما يتعلق بالنواحي المالية، حيث يمكنه من استخلاص الربح الصافي وكذلك تمكنه هذه الطريقة من تحديد علاقته بالمرخص والحد من تدخل الأخير في شؤونه الداخلية<sup>137</sup>.

لكن وعلى الرغم من هذه المزايا التي تتمتع بها هذه الطريقة، إلا أن لها بعض المآخذ، فبالنسبة للمرخص يكون المبلغ الإجمالي عادة أقل في حصيلته من المقابل الدوري لا سيما إذا نجح استثمار العلامة التجارية محل الترخيص فأنت بعائد كبير، أما بالنسبة للمرخص له فإن المقابل الإجمالي يعني إخراج مبلغ جسيم دفعة واحدة يفضل أن يوظفه في استثمار العلامة المرخص لها باستعمالها وتوسيع المشروع الذي يقوم بإنتاج البضائع أو يقدم الخدمات التي تحمل هذه العلامة.

### ثانيا: المقابل الدوري

قد لا يطمئن المرخص له للنتائج المتوقعة من استغلاله للعلامة التجارية المرخص لها باستعمالها، مما يدفعه إلى تفضيل فكرة المبالغ الدورية ولا يمانع المرخص عادة من إتباع هذا الأسلوب، إذا كان واثقا من عملية استثمار العلامة التجارية محل الترخيص، بل ويفضل هو أيضا اللجوء إلى هذه الطريقة، وفي كثير من الأحيان عندما تكون احتمالات نجاح هذا الاستثمار كبيرة وتأتي بعوائد ضخمة، حيث يكون العائد الذي

<sup>137</sup>الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص220.

يُحصل عليه المرخص بهذه الطريقة أكبر من العائد الذي يحصل عليه في حالة تحديد المبلغ النقدي بصورة إجمالية<sup>138</sup>.

فيتفق الأطراف على مقدار المقابل الدوري وتحديد مدة معينة لاستمرار عملية الوفاء به، والتي قد تطول أو تقصر حسب شروط العقد، وبموجب هذه الطريقة يتم الاتفاق على مقدار الدفعات التي سيؤديها المرخص له، والتي تكون محسوبة في الغالب على أساس نسبة معينة من حجم الإنتاج أو من حجم المبيعات أو على أساس الربح الصافي، ويستمر المرخص له بأداء هذه الدفعات طيلة مدة العقد<sup>139</sup>.

هذا وقد ينص في العقد على حد أدنى لنصيب المرخص، ويلتزم المرخص له بدفعةٍ أيًا كانت نتيجة استثمار العلامة التجارية محل الترخيص، فيقال مثلاً (نصيب مقداره 5% من حجم المبيعات على أن لا يقل عن مائة ألف دولار).

وقد ينص على حد أعلى فيقال (نصيب مقداره 5% من حجم المبيعات على أن لا يتجاوز خمسمائة ألف دولار).

والشرط على الحد الأدنى هو في غير صالح المرخص له، لا سيّما في السنوات الأولى من الاستثمار حيث تنتشر منشأته فلا تحقق رقماً للمبيعات يسمح بمواجهة الالتزام المقرر في العقد ولذا ينبغي على المرخص له أن يحتاط لذلك، ولا بأس من قبوله متدرجاً، بحيث يبدأ بحد أدنى منخفض ثم يتدرج بتقدم السنوات.

"وأما الشرط على الحد الأقصى فهو في غير صالح المرخص، لا سيّما إذا نجح المرخص له في عملية استثمار العلامة التجارية محل الترخيص وحقق أرباحاً كبيرة، وحبذا لو تمسك المرخص له في البلدان النامية

<sup>138</sup> جابر، عبد الرؤوف: الوجيز في عقود التنمية التقنية، 2005، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص23.  
<sup>139</sup> الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص271.

بتحرير الشرط المتعلق بكيفية الوفاء بالمقابل النقدي على هذه الصورة، لأنه لا يضر بمصلحته بل على العكس فإنه يعود عليه بالنفع"<sup>140</sup>.

"ولكي يضمن المرخص الحصول على المبالغ الدورية المحددة على أساس حجم المبيعات أو حجم الإنتاج أو غير ذلك، فإنه يشترط تنظيم حسابات مشروع المرخص له وبالطريقة التي يراها مناسبة له، بالإضافة إلى الاطلاع على هذه الحسابات ومن ثم الوقوف على أية عوائق تمنع تحقيق حجم أعمال مرتفع، أو تعوق استمرار المرخص له في ممارسة نشاطه بغية تذليلها لضمان استمرار التدفقات النقدية إليه، وقد لا يمانع المرخص له من هذه الرقابة، بل إنها على العكس، قد تكون محل ترحيب من قبله إذا كان من شأنها ضمان استمرار العمل بطريقة أفضل"<sup>141</sup>.

وترى الباحثة أن هذه الطريقة تحقق المصلحة لكلا الطرفين، فبالنسبة للمرخص فهي تضمن له الحصول على عوائد ضخمة ومنتظمة بالوقت ذاته، لا سيّما إذا وضع شرط الحد الأدنى، والمرخص يسعى لذلك عندما يكون مطمئنا لنتائج استثمار العلامة محل الترخيص، ويعود ذلك إلى شهرة العلامة التجارية المرخص لها والثقة الكبيرة التي تتمتع بها لدى جمهور المستهلكين، أما على صعيد المرخص له فيضمن من خلال طريقة الدفع هذه استمرار بقاء المرخص إلى جانبه ورفده بالخبراء والمساعدات والدراية الفنية والتي تمكنه من الاستعمال والاستغلال الأمثل للعلامة المرخص بها، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح.

<sup>140</sup>الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية، مرجع سابق، 271.  
<sup>141</sup>دوبدار، هاني محمد: القانون التجاري، مرجع سابق، ص500.

أما الانتقادات التي من الممكن أن توجه لها، فهي تتمثل ببقاء المرخص له تحت سيطرة وتبعية المرخص مع ذلك فإنه لا يؤثر على المرخص له، لأن طبيعة العقد في الواقع هي التي تفرض هذه التبعية من خلال الرقابة والإشراف التي يمارسها المرخص على المرخص له.

### ثالثاً: المقابل المختلط

ويتمثل هذا المبلغ بالجمع بين المبلغ الإجمالي والمبلغ الدوري، إذ في كثير من الأحيان يتم الجمع بين الطريقتين في تحديد المقابل حيث يلتزم المرخص له بأن يدفع مبلغاً نقدياً مقدراً بصورة جزافية يتم دفعه في بداية التعاقد، ويسمى هذا المبلغ بمبلغ الدخول أو ثمن الانضمام إلى شبكة الترخيص وإطلاعه على المعلومات التكنولوجية المتعلقة بدرجة جودة البضائع أو الخدمات التي ستوضع عليها العلامة المرخص له باستعمالها، بالإضافة إلى ذلك فيلتزم المرخص له بدفع مبلغ معين وبصفة دورية، يجري تحديده بحسب العادات والأعراف السائدة، ويجوز الاتفاق على حساب هذا المبلغ وتحديده بنسبة مئوية من الإنتاج أو المبيعات أو الأرباح.

بالإضافة إلى ما سبق يعد هذا المبلغ الدوري مقابلاً لحق استخدام العلامة محل الترخيص، وأيضاً ثمناً للخدمات التي يقدمها المرخص أثناء تنفيذ العقد مثل الإشراف على الإنتاج واختبار صلاحية العينات وجودتها، ونفقات التدريب والدعاية والإعلان.

"ومن المسائل المهمة المرتبطة بالتزام المرخص بأداء المقابل هي مسألة تحديد العملة التي يتم على أساسها احتساب مقدار المبالغ التي يدفعها المرخص له، وكذلك العملة التي يتم الدفع بموجبها، وفي الغالب تكون

العملة الحسابية هي ذاتها عملة الدفع، ويجوز أن تكون هذه العملة هي عملة بلد المرخص له أو عملة البلد المرخص أو أي عملة أخرى<sup>142</sup>.

"وفي جميع الأحوال يجب على المرخص أن يلتزم بالأحكام والشروط المنصوص عليها في أنظمة تحويل العملات الأجنبية السائدة في بلد المرخص له، والتي تقررها السلطة المالية التي تكون مختصة بذلك، بالإضافة إلى ذلك يجب احترام الأحكام المتعلقة بالضرائب التي تُفرض على حجم الإنتاج أو أثمان المبيعات في بلد المرخص له، ومن ثم تعيين الطرف الذي يلتزم بدفعها<sup>143</sup>.

### الفرع الثاني: المقابل العيني

ومن الممكن أن يكون المقابل الذي يدفعه المرخص له للمرخص عينا، ومثال ذلك أن يتفق الطرفان أن يكون هذا المقابل نسبة (حصة) معينة من الإنتاج مثل الربع أو الثلث أو غير ذلك.

ومن الممكن أن يكون هذا المقابل المتفق عليه كمية من المواد الأولية التي يحتاجها المرخص في صناعاته وإنتاجه، وتكون موجودة هذه المواد الأولية في بلد المرخص له، مثل البترول، والحديد، و(القطن للنسيج)، و(الخضروات للتجميد) وغيرها الكثير من المواد الأولية.

"ويلجأ المرخص إلى هذه الطريقة في تحديد المقابل كي يتلافى قيامه بإنتاج السلعة بنفسه في بلده، والسعي للحصول عليها من المشاريع التي قامت بإنتاجها تحت إشرافه ورقابته وباستخدام تكنولوجيا الجودة التي زودهم بها، بالإضافة إلى ترخيصه لهم باستخدام علامته التجارية، ووضعها على هذه البضائع، ومن ثم يقوم هذا المرخص ببيع هذه المنتجات في الأسواق العالمية، وذلك بغرض سيطرته على هذه الأسواق، إذ أن

<sup>142</sup>محمدين، جلال وفاء: الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس، مرجع سابق، ص67.  
<sup>143</sup>الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق ص226.



ارتفاع أجور الايدي العاملة وارتفاع تكلفة المواد الأولية في بلده، يؤديان إلى زيادة تكلفة الإنتاج التي يقدمها، وبالتالي ارتفاع أسعارها على نحو يقلل من قدرتها التنافسية مع المشروعات الأخرى" <sup>144</sup>.

الأمر الذي يؤدي إلى دفع المرخص للجوء إلى هذا الأسلوب من أجل الحصول على المواد الأولية عالية التكلفة كمقابل لترخيصه للغير باستعمال علامته التجارية ومن إمدادهم بالمساعدة والمعونة الفنية التي تمكنهم من هذا الاستعمال، كي يضمن سيطرته على الأسواق العالمية ويدعم مركزه التنافسي.

وترى الباحثة أنه لا يوجد مانع من أن يكون المقابل الذي يلتزم المرخص له بدفعه للمرخص من أجل تمكينه من استعمال العلامة التجارية محل الترخيص مزيجا من المقابل النقدي والعيني، بحيث يلتزم المرخص له بدفع مبلغ معين يتم الاتفاق عليه بين الطرفين، وذلك كمقابل لدخوله لشبكة الترخيص والسماح له باستعمال العلامة التجارية محل العقد، ومن ثم يدفع هذا المبلغ النقدي في بداية التعاقد، ثم يلتزم المرخص له بدفع مقابل عيني خلال فترات زمنية محددة مسبقا، ويتمثل هذا المقابل بنسبة معينة من المنتجات التي يصنعها المرخص له أو المواد الأولية التي يحتاجها المرخص في صناعته التي تكون متوفرة في دولة المرخص له.

### **المطلب الثالث: الالتزام بالحفاظ على العلامة التجارية محل الترخيص**

يقابل حق المرخص باستعمال العلامة التجارية التزامه أيضا بضمان عدم استعمالها بشكل خاطئ من شأنه أن يلحق الضرر بالعلامة التجارية المملوكة للمرخص، وهذا الأمر في غاية الخطورة، ولا يرمي إليه المرخص، الذي لطالما سعى إلى ضمان التزام المرخص باستعمال العلامة التجارية، الذي يحقق له هدفين رئيسيين، وهما تحقيق الربح المادي وزيادة شهرة العلامة التجارية.

<sup>144</sup> جابر، عبد الرؤوف: الوجيز في عقود التنمية التقنية، مرجع سابق، ص96.

"ومن أهم الأضرار التي يخلفها عدم استعمال العلامة التجارية بطريقة صحيحة هو انخفاض انجذاب الجمهور لها كنتيجة منطقية لعدم توفرها أو لعدم الثقة بها مقابل ظهور علامات تجارية منافسة لها ستحظى باهتمام المستهلكين، وتزداد الخطورة عندما يصل الأمر إلى ترك العلامة التجارية"<sup>145</sup>.

"وبذلك يلتزم المرخص له بأن يستعمل هذه العلامة وفقا لما هو متفق عليه في العقد، وذلك بأن يضعها على البضائع أو الخدمات المحددة بالعقد، وأن تكون هذه البضائع أو الخدمات بالجودة والخصائص ذاتها التي يشترطها المرخص، وكذلك يلتزم بأن يمتنع عن جميع الأعمال التي من الممكن أن ترتب التقليل والإساءة من قيمة المنتجات أو الخدمات التي تميزها العلامة التجارية"<sup>146</sup>.

"ومن أجل الحفاظ على شهرة وسمعة العلامة محل عقد الترخيص لدى جمهور المستهلكين، فإن المرخص له يكون ملزما بأن يضع على المنتجات التي يقوم بتصنيعها أو الخدمات التي يقدمها أيضا، والتي تحمل العلامة التجارية المرخص له باستعمالها، عبارة أو إشارة واضحة تدل على أنه يستعمل العلامة بموجب عقد ترخيص من قبل مالكها أي المرخص، وذلك كي يتحقق العلم لدى الجمهور بأن هذه المنتجات أو الخدمات هي من صنع المرخص له وليس المرخص"<sup>147</sup>.

---

<sup>145</sup> Klerman, Danil: 2006, Trademark Dilution Search Cost, and Naked Licensing, Fordholm Law Rev, 47, no4, Mr P2006, P.1795.

<sup>146</sup> الفليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، مرجع سابق، 553.

<sup>147</sup> الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، مرجع سابق، ص15.

كما ويلتزم المرخص له بإخطار المرخص عن أي اعتداء على هذه العلامة، سواء أكانت منازعات مدنية حول ملكية العلامة التجارية أو الادعاء بوجود حقوق عليها من قبل الغير، أو كانت دعاوى جنائية خاصة بتزويرها أو تقليدها<sup>148</sup>.

لكن هنا سيثار لدينا تساؤل، وهو ما مستوى العناية التي يجب على المرخص له أن يبذلها حتى يمكن القول بأنه نفذ التزامه بالحفاظ على العلامة المرخص له باستعمالها؟

في الواقع لا يوجد نص خاص بخصوص هذه المسألة يمكن الرجوع إليه لتحديد هذه العناية، لذلك فالفيصل في هذه الحالة هو اتفاق الطرفين، وفي حال عدم وجود اتفاق يمكن الرجوع للقواعد العامة، وبالتحديد إلى نصوص المادة 211 من القانون المدني المصري والتي تنص على: " في الالتزام بعمل، إذا كان المطلوب من المدين هو 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 غير ذلك"<sup>149</sup>.

وتقابلها نص المادة 385 من القانون المدني الأردني<sup>150</sup> والتي تنص على: " - إذا كان المطلوب من المدين هو المحافظ على الشيء أو القيام بإدارته أو توكي الحيلة في تنفيذ التزامه فانه يكون قد وفى بالالتزام اذا بذل في تنفيذه من العناية كل ما يبذله الشخص العادي ولو لم يتحقق الغرض المقصود. هذا ما لم ينص القانون أو الاتفاق على غير ذلك- 2 . وفي كل حال يبقى المدين مسؤولاً عما يأتيه من غش أو خطأ  
جسيم".

<sup>148</sup>المادة 1/692 من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1996 والتي تنص على: " لمأجور امانة في يد المستأجر يضمن ما يلحقه من نقص او تلف او فقدان ناشئ عن تقصيره او تعديه وعليه ان يحافظ عليه محافظة الشخص العادي".  
<sup>149</sup>القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948.  
<sup>150</sup>القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1996.

## المطلب الرابع: الالتزام بعدم النزول عن العقد أو الترخيص من الباطن

يُعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي كما ذكرنا سابقاً، والتي يكون لشخصية المتعاقدين (المرخص والمرخص له)، وعنصر الثقة المتبادل فيما بينهما الاعتبار والاعتبار في إبرام هذا العقد، فعليه إن أي محاولة يقوم بها المرخص له للتنازل عن هذه العلامة التجارية محل الترخيص إلى الغير، أو لإبرام عقد ترخيص من الباطن دون أخذ موافقة المرخص على ذلك، ستؤدي إلى هدم هذا الاعتبار والثقة المتبادلة، وبالتالي يكون من حق المرخص فسخ العقد ومطالبة المرخص له بالتعويض، وعليه لا يجوز كأصل عام أن يكون للمرخص له الحق في التنازل عن الترخيص ولا الترخيص من الباطن إلا بنص صريح في العقد يتيح مثل هذا الترخيص.

هناك رأي فقهي فرنسي ذهب إلى أن التنازل عن الترخيص أو الترخيص من الباطن دون أخذ موافقة المرخص يعد باطلاً، بل أكثر من ذلك، فيمكن أن يُعد عمل المرخص له هذا صورة من صور التقليد، بمعنى آخر يكون المرخص له شريك مع المتنازل له الثاني، إذا ثبت حسن نيته، وسوغ القضاء الفرنسي بطلان تصرف المرخص له عند قيامه بالتنازل عن الترخيص أو بالترخيص من الباطن إلى عدم وجود المحل، لأن العلامة التجارية محل الترخيص تبقى مملوكة للمرخص ويبقى هو صاحب الحق الوحيد بالتصرف بها، وإبرام عقود تراخيص أخرى<sup>151</sup>.

لكن هل يجوز للمرخص له أن يستعين بالغير لتصنيع أو توزيع البضائع أو الخدمات التي تحمل العلامة

محل عقد الترخيص؟

<sup>151</sup>أنظر حكم محكمة النقض الفرنسية في 17- أكتوبر- تشرين الأول- 1989، منشور في مجلة دالوز القانونية، 1990، أشار إليه: خاطر، نوري حمد: شرح قواعد الملكية الفكرية، في الملكية الصناعية، مرجع سابق، 133.

أشار الفقه إلى أنه لا يوجد مانع يحول دون ذلك ما دام المرخص له لا يستعمل العلامة محل العقد لصالحه، فهو يعمل لمصلحة المرخص له، لذلك يُعد بحكم تابع للمرخص له، ولكن للمرخص أن يمنع ذلك، بأن يشترط منع المرخص له من اللجوء للغير في تصنيع أو توزيع أو تقديم الخدمات والبضائع والمنتجات التي يضع عليها العلامة التجارية المرخص باستعمالها، فمثل هذا الشرط جائز ومشروع.

وقد أشارت أغلب التشريعات المقارنة إلى هذا الشرط، فمثلا نصت المادة 97 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري<sup>152</sup> على: " لا يجوز للمرخص له التنازل عن عقد الترخيص للغير إلا مع التنازل عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته وذلك ما لم يتفق على خلافه . ولا يكون رهنه أو تقرير حق الانتفاع عليه حجة قبل الغير إلا بعد قيده في السجل والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون"<sup>153</sup>.

ويتضح لنا من ذلك أن المشرع المصري وخلافا لما ذهب إليه بعض التشريعات المقارنة، قد أجاز التنازل عن الترخيص ودون الحاجة إلى إذن المرخص، وذلك في حال تم التنازل مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة محل الترخيص في تمييز منتجاته، هذا في حال لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك، أي جعله المشرع المصري نصا غير أمرا.

وترى الباحثة أنه كان من الأجدر أن يترك المشرع المصري الأمر مطلقا دون تقييده بهذا الشرط، أي أن يمنع المرخص له من التنازل عن عقد الترخيص إلى الغير دون أخذ موافقة المرخص، بغض النظر إذا تم هذا التنازل مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال أو من دون ذلك، وذلك لأن طبيعة عقد الترخيص

<sup>152</sup>قانون الحماية الملكية الفكرية المصري 82 لسنة 2002.

<sup>153</sup>تقابلها المادة 32 من قانون العلامات التجارية الإماراتي، والمادة 56 من قانون الملكية الفكرية السوري، والمادة 714 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

باستعمال العلامة التجارية تفترض وجود اعتبارات معينة قد تحقق منها المرخص وتؤكد من وجودها قبل إبرام العقد، وقد لا تكون هذه الاعتبارات متوافرة لدى المرخص له الثاني، وبالتالي قد يؤدي مثل هذا التنازل أو الترخيص الثاني إلى الإضرار بالمرخص وسمعته التجارية.

## المبحث الثالث: الالتزام بالشروط التقييدية

يفرض المرخص بحكم أنه الطرف الأقوى في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مجموعة من الشروط المتعارف على استعمالها في المعاملات التجارية الدولية، وذلك ليلتزم بها المرخص له، بغرض تقييد حريته في استعمال العلامة التجارية المرخص له باستعمالها، ليضمن المرخص بقاء سيطرته وقدرته التنافسية في الأسواق العالمية، وعدم خلق منافس له في هذا المجال، وفي المقابل يقبل المرخص له بهذه الشروط على الرغم من وجود نوع من التعسف في هذه الشروط المفروضة لحاجته الضرورية لهذه العلامة التي رخص باستعمالها بالإضافة لحاجته إلى المساعدة والمعلومات الفنية والتقنية الملازمة لعقد الترخيص.

نظرا لأهمية هذه الشروط من الناحية العملية، لا سيّما للمرخص له وتأثيرها الكبير على الاقتصاد الوطني للدولة التي ينتمي لها المرخص له والذي يكون في أغلب الأحيان من الدول النامية، فقد كانت وما زالت هذه الشروط محلا للتداول والنقاش في أروقة المنظمات الدولية والتكتلات الاقتصادية والتجارية، من أجل الوصول إلى صيغة موحدة لهذه الشروط وتحد من ذبوعها وانتشارها، ومما لا شك فيه أن الدول النامية هي السبابة دوما في الحصول على هذه النتائج وذلك لأنها الطرف الأضعف والأكثر تضررا من هذه الشروط.

لذلك سنقوم في هذا المبحث بتسليط الضوء في هذا المبحث على الالتزام بالشروط التقييدية من خلال تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، الأول لبيان معنى الشروط التقييدية ومعياري هذا التقييد، والثاني سيكون لأنواع هذه الشروط في عقد الترخيص.

## المطلب الأول: معنى الشروط المقيدة و تحديد معيار التقييد

للقوف على حقيقة الشروط المقيدة لا بد لنا ابتداءً الحديث عن معنى هذه الشروط التقييدية والكيفية التي تقيد بها هذه الشروط عقد الترخيص، بالإضافة إلى بيان المعيار الذي يمكن أن نسترشد به لمعرفة أن هذا الشرط هو شرط تقييدي أم لا، وبيان موقف التشريعات الدولية من هذا المعيار، وكيف تناولت الشروط التقييدية في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

ومن أجل تفصيل هذه المسائل، ستقوم الباحثة بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين: الأول لبيان معنى هذه الشروط التقييدية، والثاني لتحديد معيار التقييد.

## الفرع الأول: معنى الشروط المقيدة

يطلق الشرط في الفقه القانوني ويراد به معان ثلاثة، المعنى الأول للشرط هو ما يتطلبه المشرع لترتيب أثر قانوني معين، وهذا ما يسمى بالشرط القانوني كاشتراط المشرع لصحة العقد أن يكون كل من المتعاقدين متمتعاً بالأهلية اللازمة لإبرام العقد<sup>154</sup>، وأن يكون رضا كل منهما سالماً من العيوب، ونحو ذلك من الشروط التي يكون مصدرها القانون دون أن تكون للإرادة دخل في ثبوتها أو الاتفاق على خلافها.

أما المعنى الثاني للشرط فهو الشرط كوصف في الالتزام ويعرف بأنه: "أمر مستقبل غير محق الوقوع يعلق عليه نشوء الالتزام أو زواله، ولذلك فهو يسمى بالشرط التعليقي، وهذا الشرط تضيفه الإرادة للالتزام وهو اما

---

<sup>154</sup> نصت المادة 109 من القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948 على: "كل شخص أهل للتعاقد ما لم تسلب أهليته أو يحد منها بحكم القانون، أنظر أيضاً نص المادة 215 من قانون الموجبات والعقود اللبنانية.



أن يكون شرطاً واقفاً أو فاسخاً تبعاً لتعليق نشوء الالتزام أو زواله عليه، فإذا كان الشرط معلقاً عليه نشوء الالتزام كان الشرط واقفاً وإن كان الشرط معلقاً عليه زوال الالتزام كان فاسخاً<sup>155</sup>.

أما المعنى الثالث للشرط فهو المعنى المتعلق بالأحكام التي يشترطها المتعاقدان في العقد المبرم بينهما، أي ما يشترطه المتعاقدان من شروط لتحديد علاقتهما التعاقدية، وتعيين التزاماتهما وحقوقهما الناشئة عنها، وهذا ما يعرف بالشرط المقترن بالعقد<sup>156</sup>.

ويقصد بالشرط المقيدة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (ما يمليه الطرف الأقوى وهو الطرف المرخص المالك والمسيطر على العلامة التجارية محل الترخيص من قيود تعسفية، ويضطر الطرف الآخر المرخص له قبولها دون مناقشة، وذلك لحاجته إلى هذه العلامة ولتكنولوجيا الجودة المتعلقة بهذه العلامة محل الترخيص<sup>157</sup>.

وعرف البعض الشرط التقييدي بأنه: " قيد إرادي يرد على الحقوق الناشئة عن العقد"، بينما عرفه البعض الآخر بأنه: "كل قيد تعاقدى يحقق منفعة أو ميزة لمصلحة المشتري على حساب المتعاقد الضعيف"<sup>158</sup>.

يتضح لنا أن الشروط التقييدية هي جزء من العقد، وبند من بنوده فيتوجب على الطرف الملتزم بها وهو المرخص له، أن ينفذها حسب الاتفاق المبرم، وإلا كان مسؤولاً مسؤولية عقدية تجاه المرخص الذي يكون له الحق في فسخ العقد أو طلب التنفيذ العيني.

<sup>155</sup> مصطفى الجمال وآخرون، مصادر وأحكام الالتزام، دراسة مقارنة، 2006، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص451.

<sup>156</sup> مصطفى الجمال وآخرون، مصادر وأحكام الالتزام، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص450.

<sup>157</sup> سميرة القليوبي، تقييم شروط التعاقد والالتزام بالضمان في عقود نقل التكنولوجيا، بحث منشور في مجلة مصر المعاصرة، العدد 406، لسنة 1986، ص575 وما بعدها، أشار إليه الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص238.

<sup>158</sup> ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص239.

وبناء على ما سبق، يمكننا تعريف الشروط المقيدة في عقد الترخيص باستعمال العلامة بأنها: عبارة عن قيود إرادية يفرضها الطرف الأقوى وهو المرخص على الطرف الأضعف وهو المرخص له عند التعاقد، ومن شأن هذه الشروط تقييد حكم العقد بالتغيير أو التعديل أو الإضافة.

وتغيير حكم العقد يكون باشتراط حكم مغاير للحكم الذي يرتبه هذا العقد في الأصل، لأن من شأنه ترتيب آثار مختلفة تماما عن الآثار التي يرتبها الحكم الأصلي، ومثال على ذلك اشتراط المرخص بأن يكون من حقه إنهاء العقد أو فسخه في أي وقت يشاء، وعند اشتراط المرخص لمثل هذا الشرط فهو بذلك يغير حكم عقد الترخيص وهو من العقود الملزمة للجانبين كما ذكرنا سابقا، من العقد اللازم إلى العقد غير اللازم.

أما تعديل حكم العقد فيتم بصورتين: الأولى تعديل مدى الالتزامات التي يفرضها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصورة أصلية على الطرفين المتعاقدين مثل التزام المرخص بالضمان، فكما ذكرنا سابقا فإن المرخص ملتزم من الأساس بموجب عقد الترخيص بضمان التعرض والاستحقاق والعيوب الخفية، إلا أنه يمكنه أن يعدل هذا الالتزام بشرط تقييدي يقضي بإعفائه من ضمان التعرض الصادر من الغير وضمان العيوب الخفية، إلا إذا كان سيء النية<sup>159</sup>.

أما الصورة الثانية تكون بتعديل الكيفية التي يتم بها تنفيذ الالتزامات التي يرتبها العقد في الأساس، كأن يشترط المرخص على المرخص له أن يرسل العمال والفنيين إلى المصانع والمعامل الخاصة به (للمرخص)، من أجل اكتساب المعرفة والخبرة الفنية.

أما الإضافة لحكم العقد فتكون واحدة من ثلاث صور:

<sup>159</sup> الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 240.

أ. إضافة التزام إلى التزامات المرخص له لا يفرضه العقد أصلاً، وهذا الالتزام من الممكن أن يكون إيجابياً يفرض القيام بأمر معين، مثل اشتراط المرخص على المرخص له ضرورة شراء المواد الأولية من مصدر معين، أو سلبياً يكون مقتضاه منع المرخص له من ممارسة حق من الحقوق الممنوحة له أصلاً بموجب العقد، كما لو اشترط المرخص على المرخص له المنع أو الحد من تصدير السلع المنتجة من قبله.

ب. إضافة التزام إلى التزامات المرخص له يرتبه العقد أساساً على عاتق المرخص، أي ينقل العبء كلياً أو جزئياً من التزام مفروض عليه (المرخص) إلى المرخص له، مثل نفقات تسجيل الرسالة.

ت. إضافة التزام إلى التزامات المرخص له يكون من شأنه حرمان المرخص له من ممارسة حق من الحقوق التي يربتها العقد بصورة أصلية، مثل اشتراط المرخص له أن يستعمل العلامة محل الترخيص على بضائع محدودة.

ترى الباحثة أنه يتبين مما تقدم أنه لا يترتب على اقتران الشروط المقيدة بالعقد تعليق حكم العقد المقترن بها أو إضافته إلى المستقبل، بل يترتب عليها تقييد الحكم الثابت بالعقد، حيث أنها تلزم المرخص له بالالتزام شرطي لمصلحة المرخص أو الغير لا سيما جمهور المستهلكين، وبناء على ذلك فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية المقترن بالشروط التقييدية هو عقد منجز غير موصوف.

### **الفرع الثاني: تحديد معيار الشروط المقيدة**

أثارت المناقشات والمؤتمرات التي عُقدت حول الشروط المقيدة العديد من المشاكل، سببه التعارض الواضح في المصالح بين الدول الصناعية والتي تكون في الغالب مصدرة لصناعة الملكية الفكرية مثل العلامات التجارية، والدول النامية التي تكون في الغالب المتلقية (المستوردة) لهذه العناصر، فمن المسائل المهمة التي

أثيرت بصدد هذه المشاكل هي مسألة وضع معيار ثابت وواضح يمكن اللجوء له لتمييز الشروط المقيدة عن غيرها.

أعلى صعيد الفقه تم طرح معيارين لتحديد إذا كان الشرط تقيدياً أم لا، وهما معيار شخصي ومعيار موضوعي، وبالنسبة للمعيار الشخصي ذهب إلى تحديد الشرط التقيدي أو التعسفي وفقاً لمبدأ حسن النية، فوفقاً لهذا المبدأ يعد الشرط تقيدياً إذا كان الطرف المشتراط وهو المرخص بالتأكيد قد اشترط شرطاً من شأنه أن يذهب بمصلحة الطرف الآخر (المرخص له)، أو يخول منافع مغالية فيها نتيجة لتفوق مركزه الاقتصادي والفني، فإن هذا الطرف المشتراط (المرخص) يكون قد خالف مبدأ حسن النية، والذي يوجب على الطرفين التعاون في إبرام العقد، ومن ثم يكون شرطاً تقيدياً (تعسفياً) كل شرط لم يكن الباعث من إirاده إلا إلحاق الضرر بالمتعاقد الآخر<sup>160</sup>.

أما المعيار الثاني وهو المعيار الموضوعي، فيقوم على أساس النظر إلى الأثر المترتب على الشروط التقييدية دون الاكتراث بالنوايا أو البواعث لهذا المتعاقد، فمضمون هذا المعيار هو أن العقود الملزمة للجانبين ومنها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية تنشئ ترابطاً في الالتزامات الناشئة عنها بحيث يكون التزام كل طرف سبباً لالتزام الطرف الآخر، ومن شأن هذا الترابط أن يخول المتعاقد بأن يدفع بعدم التنفيذ، إذا لم ينفذ المتعاقد الآخر لالتزامه، أو أن يطالب بالفسخ.

يتضح من هذا المعيار أن الشرط التقيدي هو الشرط الذي يؤدي إلى إخلال التوازن بين الحقوق والالتزامات التي ينشئها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من خلال منح الطرف المشتراط (المرخص) حقوقاً أكثر من التزاماته على حساب الطرف الآخر (المرخص له).

<sup>160</sup> جابر، عبد الرؤوف: الوجيز في عقود التنمية التقنية، مرجع سابق، ص 109.

أما على المستوى التشريعي فإن التشريعات الدولية عالجت الشروط المقيدة من خلال إعداد قائمة بالبند التي تعدها شروط تقييدية دون أن تستند إلى معيار ثابت وواضح في تحديد هذه الشروط، فقد نصت المادة (75) من قانون التجارة المصري<sup>161</sup> على: "يجوز إبطال كل شرط يرد في عقد نقل التكنولوجيا ويكون من شأنه تقييد حرية المستورد في استخدامها أو تطويرها أو تعريف الإنتاج أو الاعلان عنه . وينطبق ذلك بوجه الخصوص على الشروط التي يكون موضوعها إلزام المستورد بأمر مما يأتي - أ - قبول التحسينات التي يدخلها المورد على التكنولوجيا وأداء قيمتها . ب - حظر إدخال تحسينات أو تعديلات على التكنولوجيا لتلائم الظروف المحلية أو ظروف منشأة المستورد ، وكذلك حظر الحصول على تكنولوجيا أخرى مماثلة أو منافسة للتكنولوجيا محل العقد . ج - استعمال علامات تجارية معينة لتمييز السلع التي استخدمت التكنولوجيا في إنتاجها . د - تقييد حجم الإنتاج أو ثمنه أو كيفية توزيعه أو تصديره . هـ - اشتراك المورد في إدارة منشأة المستورد أو تدخله في اختيار العاملين الدائمين بها . و - شراء المواد الخام أو المعدات أو الآلات أو الأجهزة أو قطع الغيار لتشغيل التكنولوجيا من المورد وحده أو من المنشآت التي يعينها دون غيرها . ز - قصر بيع الإنتاج أو التوكيل في بيعه على المورد أو الأشخاص الذين يعينهم . وذلك كله ما لم يكن أي من هذه الشروط قد وردت في عقد نقل التكنولوجيا بقصد حماية مستهلكي المنتج ، أو رعاية مصلحة جديّة ومشروعة لمورد التكنولوجيا".

كذلك الأمر بالنسبة للمشرع الأردني فقد نصت المادة (9) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية<sup>162</sup> على: "يعتبر باطلا كل نص أو شرط مقيد للمنافسة يرد في عقد ترخيص يتعلق بأي من حقوق الملكية الفكرية قد يكون له اثر سلبي على التجارة وقد يعيق نقل التكنولوجيا ونشرها وبصفة خاصة ما يلي :

<sup>161</sup>القانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.  
<sup>162</sup>قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 الأردني.

1. الزام المرخص له بعدم نقل التحسينات التي يجريها على التكنولوجيا التي يشملها عقد الترخيص الا للمرخص ( النقل العكسي للتكنولوجيا المحسنة ) . 2. منع المرخص له من المنازعة اداريا او قضائيا في حق الملكية الفكرية الذي تم ترخيصه . 3. الزام المرخص له بقبول الترخيص بمجموعة من الحقوق بدلا من حق واحد . ب. تشمل حقوق الملكية الفكرية المذكورة في الفقرة أ من هذه المادة بوجه خاص ما يلي : - حقوق المؤلف والحقوق المجاورة لها . - العلامات التجارية . - المؤشرات التجارية . - الرسوم الصناعية والنماذج الصناعية . - براءات الاختراع . - التصاميم للدوائر المتكاملة . - الاسرار التجارية . - الاصناف النباتية الجديدة".

حيث حددت المواد السابقة الشروط المقيدة في عقود نقل التكنولوجيا، وأشارت إلى بطلانها حيث نصت على الشروط المقيدة غير المشروعة فقط<sup>163</sup>، وذهبت تشريعات أخرى إلى إدراج قائمة بالبند التقييدية المحظورة وقائمة بالبند التقييدية غير المحظورة<sup>164</sup>.

أما التشريعات التي نظمت الشروط المقيدة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فإنها لم تقم بوضع معيار واضح لتحديد كون الشرط تقييدي أم لا، إلا أنها وضعت معيارا لتحديد كون الشرط التقييدي مشروعا أو غير مشروع، وهو معيار الشروط غير الضرورية لحماية مصالح وحقوق المرخص الناشئة عن تسجيله للعلامة التجارية التي رخص باستعمالها.

<sup>163</sup> كذلك الحال بالنسبة إلى اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (Trips)، حيث حددت هذه الاتفاقية وفي المادة 40 هذه الشروط وأقرت بعدم مشروعيتها، وأعطت الحق للدول الأعضاء في تنظيمها في تشريعاتها الوطنية، ثم ذكرت أمثلة على الشروط المقيدة غير المشروعة.

<sup>164</sup> أنظر تقنين السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا الذي تم إعداده من قبل مؤتمر التجارة والتنمية التابع للجمعية العامة للأمم المتحدة وتم ذلك في عام 1981 حيث تناول هذا التقنين الشروط المقيدة في الباب الرابع، وخصص الفصل الثاني من هذا الباب للشروط المقيدة المحظورة، والفصل الثالث للشروط المقيدة المشروعة.

ومن هذه التشريعات قانون حماية الملكية الفكرية<sup>165</sup> الذي أشار في المادة 98 إلى أنه: " لا يجوز أن يتضمن عقد الترخيص أية شروط تقيد المرخص له بقيود غير ضرورية للحفاظ على الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة. ومع ذلك يجوز أن يتضمن عقد الترخيص الشروط التالية: ١ - تحديد مدة الترخيص باستعمال العلامة. ٢ - الشروط المعقولة التي تكفل لمالك العلام مراقبة جودة المنتجات التي تميزها العلامة موضوع الترخيص وبما لا يتعارض مع حرية المرخص له في الإدارة والتشغيل. ٣ - إلزام المرخص له بالامتناع عن أي عمل من شأنه أن يؤدي إلى الإقلال من شأن المنتجات التي تميزها العلامة".

مع العلم أن هذه التشريعات قد نظمت الشروط المقيدة من خلال الإشارة إلى الشروط المقيدة فقط، دون الإشارة إلى الشروط غير المشروعة بالاسم وإنما أعطت المعيار تحديدها.

### المطلب الثاني: أنواع الشروط المقيدة في عقد ترخيص العلامة التجارية

تتنوع الشروط التقييدية في عقود تراخيص الملكية الفكرية بتنوع المحل الذي يرد عليه كل عقد من هذه العقود، وسيقتصر حديثنا في هذا المطلب على الشروط التي أشارت إليها التشريعات الدولية وجرى العمل على إدراجها في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دون العقود الأخرى.

وهذه الشروط التي يتم إدراجها في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ليست على وتيرة واحدة، فبعضها يتعلق بفرض الرقابة والإشراف على نشاط المرخص له، وبعضها الآخر يقصر نشاط المرخص له بنطاق جغرافي محدد، وبعضها يمنع المرخص من شراء المواد الأولية وعوامل الإنتاج الأخرى إلا من المصادر التي يحددها المرخص، وبعضها يجبر المرخص على إنتاج كميات محددة وبيعها أيضا بأسعار

<sup>165</sup>قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

محددة، وبعضها الآخر يجبر المرخص على استعمال العمال والمهندسين الذين يتم اختيارهم من قبل المرخص، وغير ذلك من الشروط المقيدة.

وتقسم هذه الشروط إلى شروط مشروعة يجوز إدراجها في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ويلتزم بها المرخص له، وإلا سيكون مسؤولاً أمام المرخص في حال عدم التزامه بهذه الشروط المفروضة، وشروط أخرى غير مشروعة وذلك بسبب آثارها السلبية على الاقتصاد الوطني وعلى حرية المنافسة المشروعة، وبالنسبة لمعيار تحديد كون هذا الشرط مشروع أم غير مشروع فهو نص القانون وما جرى العمل عليه، وعليه ستقوم الباحثة بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الأول للشروط المقيدة المشروعة، والثاني للشروط المقيدة غير المشروعة.

### **الفرع الأول: الشروط المقيدة المشروعة في عقد ترخيص العلامة التجارية**

أشارت التشريعات الوطنية والدولية وجرى العمل على إدراج مجموعة من الشروط المقيدة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والتي تكون بدورها ضرورية لحماية حقوق المرخص التي تنشأ عن تسجيل علامته التجارية محل الترخيص، أو تضمن توفير الحماية الكافية للغير لا سيما جمهور المستهلكين، من خلال توفير الجودة العالية في المنتجات والخدمات التي يقدمها المرخص، والتي تحمل بالضرورة العلامة التجارية محل عقد الترخيص، وقد أجازت بعض التشريعات الوطنية والدولية هذه الشروط لسببين، الأول لعدم تأثير هذه الشروط بشكل سلبي على الاقتصاد الوطني، والسبب الثاني لعدم تقييدها لحرية المنافسة، وعليه سنتناول هذه الشروط على النحو التالي:

#### **أولاً: شرط القصر المكاني والنوعي**



يعد شرط القصر من الشروط المقيدة التي جرى العمل على إدراجها في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ويتمتع هذا الشرط بأهمية كبيرة، فمن خلاله يقوم المرخص له بممارسة نشاطه في إقليم جغرافي محدد من قبل المرخص، ويلتزم المرخص بعدم تجاوز نطاق الحدود الجغرافي المحدد له، إلا أن شرط القصر لا يقتصر فقط إلى هذا البعد المكاني إنما يشمل البعد النوعي ويتمثل بالالتزام المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل الترخيص على بضائع وخدمات محددة بنوعها، دون أن يمتد إلى بضائع أو خدمات أخرى، حتى ولو كان الطرف المرخص يستعمل هذه العلامة على هذه البضائع أو المنتجات التي منع المرخص له من استعمال العلامة عليها.

وفيما يتعلق بالجانب المكاني فيقصد به أن يقصر المرخص له نشاطه في نطاق مكاني معين وعدم تجاوزه، ويتحدد هذا النطاق على أسس معينة، فمن الممكن أن يكون في دولة المرخص له وحدها أو في عدد من الدول المجاورة أو في إقليم معين كالشرق الأوسط أو الخليج العربي، وبذلك يباشر المرخص له حقوقه في استعمال العلامة التجارية محل الترخيص وتسويق بضائعه ومنتجاته التي يصنعها في حدود هذا الشرط.

"وفي الواقع فإن هذا الشرط يعد من ممارسات تقسيم الأسواق التي تحظرها اتفاقية روما<sup>166</sup> المبرمة بين دول السوق الأوروبية المشتركة (الاتحاد الأوروبي في الوقت الحاضر) في سنة 1957 وذلك في المادة 85 منها، إلا أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يشكل استثناءً على هذا الحظر، لأنه يهدف إلى حماية المرخص والمرخص له على حد سواء، فضلاً عن دوره الإيجابي في تنظيم عملية المنافسة المشروعة في ما

---

<sup>166</sup>اتفاقية روما لسنة 1957.

بينهما وليس إلى الحد منها"<sup>167</sup>، لذلك أشارت بعض التشريعات الوطنية إلى إجازة إدراج مثل هذا الشرط في عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية من قبل المرخص<sup>168</sup>.

أما بالنسبة للجانب النوعي لشرط القصر فيتمثل بتحديد نوعية معينة من البضائع أو الخدمات التي يسمح للمرخص له بوضع العلامة التجارية محل الترخيص عليها دون غيرها، حتى ولو كانت العلامة التجارية محل الترخيص يتم استعمالها من قبل المرخص على بضائع أو خدمات أخرى غير التي حددت في عقد الترخيص، ومثال على القصر النوعي أن يسجل المرخص علامته التجارية لتستعمل على المشروبات الغازية بكافة أنواعها، وعلى المياه المعدنية وعلى أنواع من المتلجات، ثم قام بإبرام عقد ترخيص مع الغير باستعمال هذه العلامة واشترط عليه أن يستعملها على المشروبات الغازية فقط، ففي هذه العلامة يكون المرخص له ملزم بهذا الشرط، وفي حال قام بمخالفته يكون مسؤولاً مسؤولية عقدية تجاه المرخص، وأجازت غالبية التشريعات هذا الشرط.

وبالنظر إلى المشرع المصري فقد نص على هذا الشرط في قانون حماية الملكية الفكرية، فقد نصت المادة (95) على "لمالك العلامة أن يرخص لشخص أو أكثر طبيعي أو اعتباري باستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة، ولا يحول الترخيص للغير دون استعمال مالك العلامة لها ما لم يتفق على غير ذلك. ولا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع"<sup>169</sup>.

وكذلك الأمر بالنسبة للمشرع الأردني فقد نصت المادة 26 الفقرة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل على: ". لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او اكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل

<sup>167</sup>الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية  
<sup>168</sup>ومن هذه التشريعات هو قانون حماية الملكية الفكرية السوري في المادة 54، وقانون العلامات التجارية الإماراتي في المادة 34، والمادة 714 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.  
<sup>169</sup>قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه او بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها<sup>170</sup>.

### ثانيا: شرط الشراء الإجباري

في أغلب الأحيان يفرض المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية شرط الشراء الإجباري على المرخص له ليلقي عليه التزاما يقيد حريته في التزود بالمواد الأولية والسلع الضرورية للإنتاج من مصدر معين أو شرائها من الطرف المرخص نفسه ، ويمكن أن يكون هذا الشرط كلي بأن يفرض المرخص على المرخص له شراء كافة المواد الأولية التي يحتاجها من المرخص أو من مصدر يحدده الأخير، أو يكون جزئيا يقتصر على فئة معينة من هذه المواد الأولية وترك الحرية للمرخص له في شراء المواد والسلع الأخرى من أي مصدر يريده المرخص له.

أشارت معظم التشريعات الوطنية وجرى العمل على قبول شرط الشراء الإجباري كشرط تقييدي يهدف إلى حماية حقوق المرخص وحقوق الغير لا سيما المستهلكين، ومن هذه التشريعات قانون حماية الملكية الفكرية المصري<sup>171</sup> في المادة (98-2) التي تنص: " لا يجوز أن يتضمن عقد الترخيص أية شروط تقيد المرخص له بقيود غير ضرورية للحفاظ على الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة .ومع ذلك يجوز أن يتضمن عقد الترخيص الشروط التالية : ١ - تحديد مدة الترخيص باستعمال العلامة ٢. - الشروط المعقولة التي تكفل لمالك العلام مراقبة جودة المنتجات التي تميزها العلامة موضوع الترخيص وبما لا يتعارض مع حرية

<sup>170</sup>قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999.  
<sup>171</sup>قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

المرخص له في الإدارة والتشغيل ٣. - إلزام المرخص له بالامتناع عن أي عمل من شأنه أن يؤدي إلى الإقلال من شأن المنتجات التي تميزها العلامة".

يفهم من نص المادة 98 إجازة بعض الشروط المقيدة التي تضمن للمرخص الحفاظ على جودة المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية محل الترخيص وذلك بقولها (الشروط المعقولة التي تكفل لمالك العلامة مراقبة جودة المنتجات التي تميزها العلامة موضوع الترخيص)، ولا شك بأن شرط الشراء الإجمالي يقف في مقدمة هذه الشروط التي تكفل للمرخص مراقبة جودة المنتجات التي يصنعها المرخص له.

### ثالثاً: شرط توحيد المظاهر الإعلانية

تلعب العلامة التجارية دوراً هاماً في عمليات الدعاية والإعلان، بل تعد جوهر هذه الأعمال، فتنتم أعمال الدعاية والترويج لأي بضائع أو منتجات من خلال العلامات التجارية التي تميزها، فالمستهلك لا يستطيع تمييز بضاعة معينة عن بضاعة أخرى مماثلة لها إلا من خلال العلامة التجارية التي تميزها، لذلك يشترط في العلامة التجارية أن تكون ذات صفة مميزة حتى يسهل على جمهور المستهلكين التعرف عليها، ولما كان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يقوم على أساس العلامة التجارية ومدى شهرتها، فإن المرخص له سيعتمد على هذه العلامة لممارسة نشاطه التجاري أيضاً، وذلك من خلال وضعها على السلع والخدمات التي يقوم بتسويقها وتوزيعها تحت هذه العلامة، ولا شك سيستخدم ذات العلامة في عمليات الدعاية والإعلان، لأنه يعتمد في استقطاب المستهلكين، ومن ثم تحقيق مردود مالي، لذلك فالمرخص سوف يكون حريصاً في ظهور هذه العلامة بمظهر لائق أمام المستهلكين، لذلك فهو حريص كل الحرص أن يشترط على المرخص له بأن تكون أعمال الدعاية والإعلان التي يقوم بها تشبه الأعمال الدعائية التي يقوم بها المرخص، كي يضمن أن لا يخلق منافس جديد له، لا سيما إذا كانت البضائع والخدمات التي يقدمها المرخص له تمتاز

بجودة أفضل من التي يقدمها المرخص، بالإضافة إلى رغبة المرخص بالتأكيد في أن تبدو هذه البضائع والخدمات من صنعه هو حتى تزداد شهرة علامته التجارية<sup>172</sup>.

ويمكن إدراج هذا الشرط ضمن الشروط التي تلزم المرخص له بالامتناع عن أي عمل يكون من شأنه التقليل من جودة المنتجات أو البضائع التي تميزها العلامة التجارية محل الترخيص، وبالتالي يعد هذا الشرط مشروعاً من الناحية القانونية ما دام يهدف إلى ذلك.

وهذا ما أشار إليه قانون حماية الملكية الفكرية المصري<sup>173</sup> فقد نصت المادة (98-3) على: " إلزام المرخص له بالامتناع عن أي عمل من شأنه أن يؤدي إلى الإقلال من شأن المنتجات التي تميزها العلامة".<sup>174</sup>

### الفرع الثاني: الشروط المقيدة غير المشروعة في عقد ترخيص العلامة التجارية

لا تقتصر الشروط المقيدة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على الشروط المقيدة المشروعة والتي سبق لنا الحديث عنها، فأيضاً يوجد عدد من الشروط المقيدة غير المشروعة والتي يكون لها تأثير سلبي على الاقتصاد الوطني، وبدورها تعمل على الحد من حرية المرخص بشكل ملحوظ وذلك فيما يتعلق بالإدارة والتشغيل بوجه خاص، بالإضافة إلى أن هذه الشروط غير ضرورية للحفاظ على حقوق المرخص التي تنشأ عن تسجيله للعلامة التجارية محل الترخيص.

لذلك فقد أشارت بعض التشريعات على بطلان هذه الشروط كجزاء لإيرادها في عقد الترخيص، لذلك سنقوم في هذا المطلب بتسليط الضوء على هذه الشروط كما يلي:

<sup>172</sup> الفليبوي، سميحة: تقييم شروط التعاقد والالتزام بالضمان في عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، 578.  
<sup>173</sup> قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.  
<sup>174</sup> تقابلها المادة 3/54 من قانون الملكية الفكرية السوري، والمادة 4/34 من قانون العلامات التجارية الإماراتي.

## أولاً: شرط تقييد حجم الإنتاج وأسعار المنتجات وساعات العمل

من الممكن أن يقوم المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بفرض شروط تقييد حرية المرخص له بما يخص عملية الإنتاج وكيفية التصنيع التي يقوم بها في منشأته، ويكون ذلك من خلال إجباره على تصنيع كميات محددة من البضائع التي يقوم بتصنيعها ومن ثم توزيعها تحت العلامة التجارية المرخص باستعمالها.

ومن تلك القيود وضع حد أقصى أو حد أدنى لحجم الإنتاج، أو تحديد عدد ساعات العمل داخل منشأة المرخص له، ومما لا شك فيه أن فرض مثل هذه الشروط تعمل على الحد من إنتاج المرخص له وخدماته وبضائعه والتي من الأجدر أن يحددها المرخص له بشكل شخصي بما يتلاءم والظروف المحيطة به.

وقد أشارت بعض التشريعات إلى بطلان مثل هذه الشروط السابقة، لأنها تعمل على تقييد حرية المرخص له في التشغيل والإنتاج فضلاً عن كونها غير ضرورية للمحافظة على حقوق المرخص والتي تنشأ عن تسجيل العلامة التجارية محل الترخيص كما ذكرنا سابقاً، ومن هذه التشريعات المشرع المصري حيث أشار في المادة (75/د) في قانون التجارة المصري<sup>175</sup>: "د - تقييد حجم الإنتاج أو ثمنه أو كيفية توزيعه أو تصديره".

ومنها أيضاً مشروع التقنين الدولي لنقل التكنولوجيا<sup>176</sup>، حيث منع شرط تقييد حجم الإنتاج في المحظور الخامس عشر الوارد في الفصل الثاني الخاص في المحظور السادس.

<sup>175</sup> قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.  
<sup>176</sup> مشروع التقنين الدولي لنقل التكنولوجيا لسنة 1981.

## ثانيا: شرط اشتراك المرخص في إدارة مؤسسة المرخص له

من الشروط المقيدة التي يفرضها أيضا المرخص على المرخص له، هو إلزام المرخص له على اشتراك المرخص في إدارة وتشغيل منشأة المرخص له، وذلك من أجل ضمان المرخص لسيطرته وفرض نفوذه ورقابته على أعمال المرخص له، وبالتالي خلق نوع من التبعية، ولا شك أن هذا الشرط يتعارض مع حق المرخص له في كيفية إدارة وتشغيل منشأته، خاصة أنه من أهم خصائص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد يستند على مشروع تجاري هو الاستقلال المالي والإداري والقانوني ما بين المرخص والمرخص له، لذلك جرى العمل على إبطال هذا الشرط، لأنه يؤدي إلى سيطرة المرخص على منشأة المرخص له.

أقرت أغلبية التشريعات بطلان هذا الشرط، لأنه يمثل في جوهره نوعا جديدا من الاستعمار الاقتصادي، ومنها المشرع المصري الذي أشار إلى إبطال مثل هذا الشرط، حيث نصت المادة (75/هـ) من قانون التجارة المصري<sup>177</sup> على: " اشتراك المورد في إدارة منشأة المستورد أو تدخله في اختيار العاملين الدائمين بها".

وكذلك الحال بالنسبة لمشروع تقنين السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا لسنة 1981 في المحظور الثامن عشر الوارد في الفصل الثاني الخاص بالشروط المقيدة المحظورة.

## ثالثا: شرط منع المرخص له من بحث صلاحية حقوق الملكية الصناعية

يتمثل هذا الشرط بحرمان المرخص للمرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من بحث مدى صلاحية الحقوق الناتجة عن العلامة محل الترخيص من الناحية القانونية، حيث أن حقوق الملكية الصناعية ومنها العلامات التجارية ترد على ابتكارات جديدة تُمكن بالضرورة صاحبها من احتكار استغلالها اقتصاديا،

<sup>177</sup>قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.

بمعنى آخر أن المبتكر وحده دون غيره له حق استغلال واستعمال علامته التجارية أو براءة الاختراع وغير ذلك من حقوق الملكية الصناعية.

ولا شك أن فرض المرخص لهذا الشرط من شأنه أن يرتب حرمان المرخص له من حقه الطبيعي وهو معرفة مدى صلاحية العلامة التجارية التي رُخص له باستعمالها، بالإضافة لمعرفة إذا كان المقابل الذي سيقوم بدفعه يقابل حقا احتكاريا للطرف المرخص ومتمتعاً بالحماية القانونية من عدمه، والقول بغير ذلك من الممكن أن يؤدي إلى جعل المرخص له يلتزم بقبول العلامة التجارية حتى وإن انتهت مدة الحماية القانونية لها ولم يقدم طلب تجديد لها، وبالتالي سيدفع مبلغ باهظ بمال مباح للجميع.

لكل ذلك، أشارت بعض التشريعات المقارنة إلى بطلان مثل هذا الشرط لأنه يحرم المرخص له من حق طبيعي وهو معرفة مدى صلاحية هذه العلامة التجارية محل الترخيص، ومن هذه التشريعات الدولية مشروع تقنين السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا لسنة 1981 فقام بحظر هذا الشرط في المحظور الثاني الوارد في الفصل الثاني الخاص بالشروط المقيدة المحظورة، وكذلك أشارت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية تريبس (Trips)<sup>178</sup> إلى بطلان الشروط المقيدة التي يكون من شأنها حرمان المرخص له من حقه في صلاحية حقوق الملكية الصناعية، التي ورد الترخيص بشأنها في المادة (40/ف3) من هذه الاتفاقية.

أما بالنسبة للتشريعات الوطنية فجاءت خالية من الإشارة إلى مثل هذا الشرط، ومن الممكن أن ذلك يعود إلى اكتفاء التشريعات الوطنية بالنص الوارد في اتفاقية تريبس (Trips)، خاصة وأن بنود هذه الاتفاقية ذاتية النفاذ في جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

---

<sup>178</sup>اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.



## المبحث الرابع: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود الذي تتعدد أسباب انتهائه وزواله، فمن الطبيعي انتهاء العقد عند انتهاء مدته وتحقيق الهدف منه<sup>179</sup>، كما أنه هناك أسباب أخرى تؤدي إلى انتهاء العقد قبل انتهائه وأثناء سريانه، وهذه الأسباب قد تكون أسباب عامة ليست مقتصرة على عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وقد تكون خاصة بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

يخضع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية للأحكام العامة لانتهاء العقود قبل انتهاء المدة مثل الإبطال والانحلال، فالانحلال يكون قبل أن يتم تنفيذ العقد وباتفاق الطرفين وهو يسري بأثر رجعي أو لا على عقد تم صحيحا، أما الإبطال فيرد على عقد لم يكن صحيحا منذ بدايته ويزول بأثر رجعي<sup>180</sup>.

كما وينتهي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أيضا لأسباب خاصة به كانهاء عقد الترخيص وبزوال الاعتبار الشخصي القائم عليه، أو بسقوط الحق بالعلامة التجارية، أو بانتهاء مدة الحماية القانونية للعلامة التجارية دون تجديدها، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، الأول: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قبل انتهاء مدته، والثاني: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصفة أصلية.

### المطلب الأول: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قبل انتهاء مدته

من الممكن أن ينتهي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قبل انتهاء المدة المقررة لانتهائه، وقد يعود ذلك لأسباب عامة تتعلق بكافة العقود، أو لأسباب خاصة تتعلق بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية،

<sup>179</sup> الجبوري، ياسين: شرح القانون المدني، ج1، مصادر الحقوق الشخصية، م1، نظرية العقد، القسم الثالث، آثار العقد وانحلاله، 2002، الطبعة غير مذكورة، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص441.  
<sup>180</sup> السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط في شرح القانون المدني، ج1، نظرية الالتزام العقد- العمل غير المشروع- الإثراء بلا سبب- القانون، 1952، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات المصرية، ص565.

وعليه سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول يتناول الأسباب العامة لانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والفرع الثاني يتناول الأسباب الخاصة لانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

### الفرع الأول: الأسباب العامة لانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يخضع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود للقواعد العامة في انتهاء العقود، فهو ينقضي بتراضي الطرفين (الإقالة)، وبالبطلان، وبالفسخ، وسوف نتناول هذه الأسباب كالاتي:

#### أولاً: انتهاء العقد بتراضي الطرفين (الإقالة)

"ينقضي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية باتفاق الطرفين على إنهائه، شأنه في ذلك شأن أي عقد ملزم للجانبين، فطالما أن لهما الحق في إنشاء تلك الرابطة فلهما حلها وانهاؤها، والإقالة عقد جديد يتفق فيه الطرفان على ما يناقض العقد الأول، كأن يتفق الطرفان في عقد الترخيص في اتفاق لاحق على إنهاء عقد الترخيص بينهما وقد يكون بعقد صريح أو ضمني"<sup>181</sup>.

"ويترتب على الإقالة إلغاء الالتزامات التي أنشأها عقد الترخيص المقال منه، وهو يعتبر فسخاً بين طرفيه، فيزول العقد بينهما بأثر رجعي كأن لم يكن، وهو عقد جديد في مواجهة الغير، بمعنى أنه لا يمس حقوق الغير"<sup>182</sup>.

ونصت المادة (242) من القانون المدني الأردني على: "للعاقدين ان يتقايلا العقد برضاها بعد انعقاده".

<sup>181</sup> الجبوري، ياسين: شرح القانون المدني، ج1، مصادر الحقوق الشخصية، م1، نظرية العقد، القسم الثالث، آثار العقد وانحلاله، مرجع سابق، ص444.

<sup>182</sup> السلامة، نادر عبد الحلیم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص165.

وهنا نص المشرع بشكل واضح على الحق بإنهاء العقد بشكل واضح بين الأطراف بالتراضي حتى ولو تم الانعقاد صحيحاً، أما المشرع المصري فلم يذكر أحكاماً خاصة بالتقاييل، إنما اكتفى بتطبيق القواعد العامة وذكر التفاسخ على منوال التقاييل.

وفي فلسطين عالجت مجلة الأحكام العدلية الفسخ على أنه تقاييل حيث نصت المادة (190) على: " للعاقدين ان يتقايلا العقد برضاهما".

### ثانياً: بطلان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

ينتهي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية إذا طلب أحد طرفيه إبطاله لسبب من أسباب الإبطال، كالحالة التي لا يتطابق فيها الإيجاب والقبول، أو كان الرضا صادراً من غير أهله، أو كان المحل فاقداً لشرط من شروطه، ويجوز للمحكمة ان تقضي به من تلقاء نفسها، ولكل ذي مصلحة أن يتمسك به، ويترتب على ذلك عدم تصور إجازته، إذ أنه عقد ولد ميتاً والبطلان من النظام العام.

وهذا ما نصت عليه المادة (1،2/168) من القانون المدني الأردني: " - 1 العقد الباطل ما ليس مشروعاً بأصله ووصفه بان اختل ركنه او محله او الغرض منه و الشكل الذي فرضه القانون لانعقاده ولا يترتب عليه اي اثر ولا ترد عليه الاجازة. 2 - ولكل ذي مصلحة ان يتمسك بالبطلان وللمحكمة ان تقضي به من تلقاء نفسها".

كما ونصت المادة (158) من القانون المدني المصري على: " يجوز الاتفاق على أن يعتبر العقد مفسوخاً من تلقاء نفسه دون حاجة إلى حكم قضائي عند عدم الوفاء بالالتزامات الناشئة عنه، وهذا الاتفاق لا يعفى من الاعذار، إلا إذا اتفق المتعاقدان صراحة على الإعفاء منه".

### ثالثاً: فسخ عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

"إذا أخل أحد المتعاقدين بالتزامه في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كان للمتعاقد الآخر طلب فسخ العقد ليتحلل من التزامه المقابل، وما لم يطلب هذا المتعاقد التنفيذ العيني إذا كان ممكناً، ومن صور الإخلال عدم وفاء المرخص لالتزاماته بتوريد المواد الأولية، وعدم وفاء المرخص له بالمحافظة على جودة البضائع أو الخدمات التي توسم بعلامة المرخص التجارية"<sup>183</sup>.

وقد يكون الفسخ اتفاقياً بمعنى اتفاق المتعاقدين مقدماً على استبعاد اللجوء إلى القضاء لتقرير فسخ العقد في حال إخلال أي منهما بالتزاماته العقدية، ويتم ذلك بإدراج شرط فاسخ يعد العقد مفسوخاً بمقتضاه دون حاجة إلى حكم قضائي بعد إذاره للأول بلزوم التنفيذ<sup>184</sup>.

"وقد يكون الفسخ قضائياً -ويطلق عليه الشرط الفاسخ الضمني- بحكم من القضاء، فإذا أخل أحد طرفي العقد بالتزاماته يستطيع الطرف الآخر أن يرفع الأمر إلى القضاء للحكم بفسخ العقد، وهنا يكون للقاضي سلطة للحكم بفسخ العقد من عدمه"<sup>185</sup>.

أما في الحالة التي يستحيل فيها على أحد طرفي العقد تنفيذ التزاماته لسبب أجنبي عنه لا يد له فيه، كقيام القوة القاهرة التي تجعل تنفيذ أحد التزامات العقد مستحيلاً، فإن العقد يتعرض للانفساخ، فينفسخ العقد تلقائياً بقوة القانون، دون الحاجة إلى إصدار حكم قضائي أو إلى وجود اتفاق مسبق على ذلك في عقد الترخيص، وهو بذلك يختلف عن الفسخ الذي يكون كأثر لعدم وفاء أحد المتعاقدين بالتزاماته، فقد نصت المادة (245)

<sup>183</sup>لطفي، خاطر: موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية وفقاً للقانون رقم 82 لسنة 2002 في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص305.

<sup>184</sup>قرار صادر عن محكمة التمييز الأردنية رقم 2008/1619 بتاريخ 2009/4/19.

<sup>185</sup>لجبوري، ياسين: شرح القانون المدني، ج1، مصادر الحقوق الشخصية، م1، نظرية العقد، القسم الثالث، آثار العقد وانحلاله، مرجع سابق، ص482.

من القانون المدني الأردني على: "يجوز الاتفاق على ان يعتبر العقد مفسوخا من تلقاء نفسه دون حاجة الى حكم قضائي عند عدم الوفاء بالالتزامات الناشئة عنه وهذا الاتفاق لا يعفي من الأعذار إلا اذا اتفق المتعاقدان صراحة على الإعفاء منه"، كما وتنص المادة (246): "1- في العقود الملزمة للجانبين اذا لم يوف احد العاقدين بما يجب عليه بالعقد جاز للعاقد الآخر بعد اعذاره المدين ان يطالب بتنفيذ العقد او بفسخه. 2- ويجوز للمحكمة ان تلزم المدين بالتنفيذ للحال او تنظره الى اجل مسمى ولها ان تقضي بالفسخ وبالتعويض في كل حال ان كان له مقتضى".

### الفرع الثاني: الأسباب الخاصة لانقضاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

على خلاف الأسباب العامة لانتهاء العقود، والتي يشترك فيها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مع غيره من العقود، هناك مجموعة من الأسباب الخاصة التي ينتهي بها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والتي ترتبط بالطبيعة الخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وهذا ما سنتناوله الباحثة في هذا الفرع.

### أولاً: انتقال ملكية العلامة التجارية

يحق لمالك العلامة التجارية التصرف بها بجميع التصرفات القانونية الجائزة حتى لو كان قد رخص للغير باستعمالها، كالتنازل عن ملكيتها أو بيعها، وقد تنتقل ملكية العلامة التجارية خلال وقت سريان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، كانتقالها من المرخص للمرخص له بعقد بيع بينهما حيث أن المرخص له يكون قد عمل على شهرة وسمعة العلامة التجارية ويسعى لامتلاكها، فينتهي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بمجرد إتمام عقد البيع بين المرخص والمرخص على العلامة محل العقد، فالمرخص له حل

محل المرخص واجتمعت صفتا المرخص والمرخص له في الشخص نفسه، وهنا ينقضي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لاتحاد الذمة.

وقد يكون مالك العلامة الجديد غير المرخص له فلا من الرجوع لاتفاق المرخص والمرخص له، والتمييز بين وجود اتفاق صريح يوضح مصير العقد عند انتقال ملكية العلامة التجارية من عدمه.

ووفقاً للأحكام السارية في فلسطين، فلا يسمح بالتصرف بالعلامة التجارية دون المحل التجاري سواء نقلاً أو بيعاً أو رهناً، حيث تنص المادة (1/19) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 على: " 1- يتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته"، فلا تنتقل ملكية العلامة التجارية إلا بانتقال ملكية المشروع.

أما بما يخص المشرع المصري فقد أجاز نقل ملكية العلامة التجارية أو تقرير أي حق عيني عليها أو الحجز عليها بشكل مستقل عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال، فنصت المادة 87 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري لعام 2002 على: " يجوز نقل ملكية العلامة أو تقرير أي حق عيني عليها أو الحجز عليها استقلاً عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال وذلك وفقاً للقواعد والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية هذا القانون". تقابلها المادة (19) من مشروع قانون الملكية الفكرية الفلسطيني.

### ثانياً: انتهاء وزوال شخصية المرخص لها

"لا يعد انتهاء أو زوال شخصية المرخص (مالك العلامة التجارية) - وذلك وفقاً للأحكام الخاصة بكل نوع من أنواع الأشخاص طبيعيين كانوا أو معنويين- لا يكون سبباً منهيماً للعقد، فالاعتبار الشخصي قائم

لشخصية المرخص له، وليس لشخصية المرخص، وكل ما يرمي إليه المرخص له عند إبرامه للعقد هو الاتفاق على الترخيص لاستعمال العلامة التجارية التي حققت من الشهرة والسمعة ما دفعه إلى التفكير في الاستثمار بها دون أي اعتبار لمالك العلامة التجارية<sup>186</sup>.

وبتطبيق الأحكام العامة والتي تقضي بانتهاء العقود القائمة على الاعتبار عند زوال هذا الاعتبار على عقد الترخيص، فإن هذا العقد يقضي إذا كان المرخص له شخصاً طبيعياً وتوفي، أما إذا كان شخصاً معنوياً فيقضي عقد الترخيص بزوال شخصيته الاعتبارية لأي سبب من الأسباب، غير أنه في حالة اندماج الشركة المرخص لها باستعمال العلامة تنتقل الحقوق والالتزامات المتعلقة بعقد الترخيص إلى الشركة الدامجة، حيث تنص المادة (50) من القانون المدني الأردني على: "الأشخاص الحكيمة هي: 1 -الدولة والبلديات بالشروط التي يحددها القانون والمؤسسات العامة و غيرها من المنشآت التي يمنحها القانون شخصية حكيمة. 2 -الهيئات والطوائف الدينية التي تعترف لها الدولة بشخصية حكيمة. 3 -الوقف. 4 -الشركات التجارية والمدنية. 5 -الجمعيات والمؤسسات المنشأة وفقاً لأحكام القانون. 6 -كل مجموعة من الأشخاص أو الأموال تثبت لها الشخصية الحكيمة بمقتضى نص في القانون".

وهنا يكمن الاختلاف بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد الإيجار، "حيث لا يعتبر موت أحد طرفي العقد سبباً لإنهاء عقد الإيجار، وتنتقل فيه الحقوق والالتزامات إلى الورثة باعتبارهم الخلف العام"<sup>187</sup>.

---

<sup>186</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص172.  
<sup>187</sup>السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني ج7، م1، العقود الواردة على العمل، المقولة والوديعة والحراسة، مرجع سابق، ص655.

وهذا يدل على أن شخصية المستأجر في عقد الإيجار ليست محل اعتبار، ولا يستطيع الورثة فسخ العقد إلا في حالات حددها القانون في حين أن الوضع مختلف في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية حيث تحتل شخصية المرخص له اعتباراً مهماً في العقد، يترتب عليها انقضاء العقد بموت المرخص له.

### ثالثاً: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالعدر الطارئ

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد يستجد عليه أمور بعد الانعقاد لم يكن يتوقعها الأطراف كباقي العقود الأخرى، وهذه الأمور قد تجعل تنفيذ العقد مرهقاً مما يؤدي إلى انتهاء العقد تحت ما يسمى بالعدر الطارئ، والذي يختلف عن نظرية الظروف الطارئة التي يطلب فيها أحد أطراف العقد من القضاء تعديل أحكام العقد دون الحق بفسخه بسبب هذا الظرف، وبما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتشابه مع عقد الإيجار فيعمل بنظرية العذر الطارئ ليتم فسخ العقد.

حيث تنص المادة (710) من القانون المدني الأردني على: "1-يجوز الحد المتعاقدين لعذر طارئ يتعلق به ان يطلب فسخ عقد الإيجار وحينئذ يضمن ما ينشأ عن هذا الفسخ من ضرر للمتعاقد الآخر في الحدود التي يقرها العرف. 2 -إذا كان المؤجر هو الذي يطلب انهاء العقد فال يجبر المستأجر على رد المأجور حتى يستوفي التعويض او يحصل على تأمين كاف".

وتقابلها المادة (147) من القانون المدني المصري: "(1) العقد شريعة المتعاقدين ، فلا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين ، أو للأسباب التي يقرها القانون(2) ومع ذلك إذا طرأت حوادث استثنائية عامة لم يكن في الوسع توقعها وترتب على حدوثها أن تنفيذ الالتزام التعاقدى، وان لم يصبح مستحيلًا، صار مرهقًا



للمدين بحيث يهدده بخسارة فادحة ، جاز للقاضي تبعا للظروف وسد الموازنة بين مصلحة الطرفين أن يرد الالتزام المرهق إلى الحد المعقول. ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك".

في حين لم تأخذ القوانين المطبقة في فلسطين بنظرية الظروف الطارئة، وهذا ما أكدته محكمة النقض الفلسطينية بقولها: "إن نظرية الظروف الطارئة التي استندت إليها محكمة الاستئناف لتعويض المطعون ضدها لم تكن من النظريات المعمول بها زمن نفاذ مجلة الأحكام العدلية"<sup>188</sup>، أما مشروع القانون المدني الفلسطيني فقد نص عليها في المادة (151).

#### رابعاً: سقوط الحق بالعلامة التجارية

يثور هنا تساؤل في غاية الأهمية هل لسقوط الحق بالعلامة التجارية أثر على عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية؟ وهل يمكن اعتبار سقوط الحق بملكية العلامة التجارية سبباً منهيماً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية؟

يقوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على استغلال واستعمال علامة المرخص التجارية، ولكن في بعض الأحيان تطرأ بعض الظروف التي يترتب عليها سقوط حق المالك بهذه العلامة التجارية، كالحالة التي يتم فيها شطب (ترقين) العلامة التجارية، "والحالة التي يصدر فيها قرار قضائي يقضي بانتزاع ملكية العلامة التجارية لصالح شخص آخر والحالة التي يقضى فيها ببطلان تسجيل العلامة التجارية باعتبارها من العلامات التجارية غير القابلة للتسجيل"<sup>189</sup>.

<sup>188</sup> طعن رقم 2004/3 الصادر عن المحكمة العليا بغزة بصفتها محكمة نقض، منشور على الموقع الإلكتروني للمقتفي، منظومة القضاء والتشريع.  
<sup>189</sup> الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، مرجع سابق، ص16.

"ونرى أن من شأن فقدان الحق بملكية العلامة التجارية انقضاء العقد، إذ أن الحق بالتصرف بالعلامة التجارية (ومنها الترخيص باستعمالها) يقتصر على مالكةا، ولا يملك غير المالك منح الحق باستعمالها للغير، وإن من شأن سقوط الحق بالعلامة جعل تنفيذ المرخص لالتزاماته مستحيلًا"<sup>190</sup>.

### **المطلب الثاني: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصفة أصلية**

غالبا يتفق الطرفان في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على تحديد مدة للعقد، لا سيما وأن الغاية من عقد الترخيص هي استغلال واستعمال العلامة التجارية لمدة معينة، وبانتهاء هذه المدة ينقضي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ولكن في بعض الحالات قد لا يتفق الطرفان على مدة محددة لانتهاء العقد أو قد يغفلان عن ذلك، وقد تنتهي مثل هذه المدة ويستمر المرخص له باستعمال العلامة التجارية مقابل موافقة صريحة أو ضمنية من المرخص.

وللوقوف حول أحكام انتهاء العقد بانتهاء مدته، سواء حُددت للعقد مدة أم لا، سوف تقوم الباحثة بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين: يتناول الفرع الأول انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء مدته والثاني تجديد العقد.

### **الفرع الأول: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء مدته**

ينتهي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عند حلول الأجل المتفق عليه بين المتعاقدين، أي بانتهاء المدة المتفق عليها أو بحلول تاريخ معين متفق عليه، وفي كلتا الحالتين ينتهي العقد بانتهاء المدة المحددة له، ومن الممكن أن يتفق الطرفان على أن العقد لا ينتهي إلا بعد إخطار (تنبيه)، وفي مثل هذه الحالة

<sup>190</sup>السلامات، نادر عبد الحلبي: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، 176.

يتوجب أن يتم هذا الإخطار لكي ينتهي العقد، وقد لا يتفق طرفا العقد على مدة العقد أو أن العقد لمدة غير محددة، وهنا يتولى القانون تجديد المدة، وللوقوف على هذه المسائل سيتم تقسيم هذا المطلب كالآتي:

### أولاً: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء المدة التي اتفق عليها الطرفان

إذا اتفق المتعاقدان على مدة محددة للعقد، فإن العقد ينتهي عند حلول الأجل المتفق عليه بينهما، وفي هذه الحالة لا يكون هناك حاجة إلى إخطار (تنبيه)، وهنا يتفق الطرفان على تحديد مدة للعقد دون الإشارة إلى ضرورة الإخطار أو التنبيه، أو يتفقان على مدة محددة للعقد مع النص على أن العقد ينتهي دون تنبيه، وبالتالي يعتبر المرخص له معذراً من تلقاء نفسه باعتبار العقد محدد المدة فيطبق حكم العقد، "وعند انتهاء مدة العقد على المرخص له أن يتوقف عن استعمال العلامة التجارية، وإلا يُعد غاصباً"<sup>191</sup>.

"ومع ذلك قد يتفق الطرفان على عدم انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية إلا إذا تم إنذار الطرف الآخر، ويعتبر مثل هذا الاتفاق صحيحاً فالعقد شريعة المتعاقدين، وبالتالي يتوجب إعمال هذا الاتفاق ويعتبر العقد منتهياً بانتهاء المدة المتفق عليها، أما إذا انتهت مدة العقد ولم يتم تنبيه أحدهما الآخر فيمتد العقد"<sup>192</sup>.

### ثانياً: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء المدة التي حددها القانون

يتبادر لدينا هنا تساؤلاً هل يمكن للمتعاقدين أن يتفقا على تحديد أي مدة للعقد، كالاتفاق على أن تكون مدة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية خمس سنوات أو عشر سنوات؟

<sup>191</sup> عزيز، علاء: عقد الترخيص التجاري، مرجع سابق، ص 175.  
<sup>192</sup> فرج، توفيق حسن: النظرية العامة للموجبات، الالتزامات، نظرية العقد، 1966، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 899.

الأصل أن للمتعاقدين الحرية في تحديد مدة العقد استناداً للقواعد العامة، إلا أنهما قد لا يتفقان على تحديد مدة معينة ينتهي بها عقد الترخيص، وهنا جاء القانون وتولى مهمة تحديد العقد، وقيدت بذلك هذا الحق عندما اشترطت أن لا تتجاوز مدة العقد المقررة لحماية العلامة التجارية ذاتها، وهذا ما أكدته المادة (2/25) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999 على: "لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او اكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه او بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها لم ما يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها".

### الفرع الثاني: تجديد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

ذكرنا سابقاً أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينتهي عند حلول الأجل الذي اتفق عليه الطرفان، أو بحلول المدة التي حددها القانون، وهي أن لا يتجاوز العقد المدة المقررة قانوناً لحماية العلامة التجارية، كما وينتهي العقد دون حاجة إلى إخطار أو تنبيه إلا إذا اتفق المتعاقدان على ضرورة الإخطار أو التنبيه لذلك، وفي حال لم يتم الإخطار أو التنبيه أو لم يتم في الميعاد المتفق عليه فإن العقد لا ينتهي بل يمتد.

أما إذا كان الإخطار أو التنبيه غير لازم في العقد فالأصل أن العقد ينتهي بمجرد انتهاء المدة المحددة له أو عند حلول الأجل المتفق عليه، إلا أنه قد ينتهي بحلول أجله ويسكت كل منهما ويبقى المرخص له مستعملاً للعلامة التجارية إيجاباً ضمناً، ويعتبر سكوت مالك العلامة التجارية قبولاً ضمناً لهذا الإيجاب، وهنا يتجدد

العقد بينهما، وهذا ما يسمى بعقد الترخيص الضمني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، حيث يثوم بين الطرفين عقد ترخيص جديد<sup>193</sup>.

ويمتاز التجديد الضمني بأن المتعاقدين لم ينصا عليه صراحة، لأنه لو نص عليه في العقد لكنا بصدد تجديد صريح لا ضمني للعقد، حيث يتفق طرفا العقد على تجديده تلقائياً بمجرد انتهائه، إلا إذا أبدى أحدهما عدم رغبته بالتجديد من خلال إخطار يوجهه للآخر.

"وهناك فارق بين كلا النوعين من التجديد، فالتجديد الضمني يبقى العقد بشروطه السابقة، ويعقب التجديد العقد فوراً دون فارق زمني، وإن كان فيه خروج على القاعدة العامة التي تقضي بأن العقد لا يتم إلا بارتباط الإيجاب بالقبول، أما التجديد الصريح فقد تختلف شروط العقد الجديد عن سابقه فقد تختلف قيمة الإتاوة أو إقليم الترخيص، وهو لا يعقب العقد السابق فوراً بل ينعقد من وقت تلاقي الإيجاب بالقبول<sup>194</sup>.

---

<sup>193</sup>السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص159.  
<sup>194</sup>السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني ج7، م1، العقود الواردة على العمل، المقاوله والوديعة والحراسة، مرجع سابق، ص798.

## الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولت الباحثة رسم معالم النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، على اعتبار أنه واحد من أهم العقود التجارية الدولية المهمة في وقتنا الحاضر، والذي يسهم وبشكل فعال في عملية التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية، وبيان أهم القواعد القانونية التي تحكم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وذلك وفقا لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1953 وتعديله رقم (34) لسنة 1999، وقانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002، بالإضافة إلى الاتجاهات الفقهية والقضائية المختلفة.

## النتائج:

توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتلخص فيما يلي:

1. القانون المطبق بشأن العلامات التجارية في فلسطين وفي الضفة الغربية على وجه التحديد هو قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952، وهو لم يعالج عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أي من أحكامه.

2. تناولت العديد من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ومنها: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس (Trips)، والتوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية 2000 المنبثقة عن معاهدة قانون العلامات 1994، ومعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات 2006.

3. بعدما كان يمنع المشرع الأردني باستعمال العلامة التجارية (وهذا هو المستفاد من تعريفه للعلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 حيث كان يقصر وظيفة العلامة التجارية على الدلالة على مصدر المنتجات)، جاء في التعديل رقم (34) لسنة 1999 للقانون السابق وأجاز في نص المادة (26) منه الترخيص باستعمال العلامة التجارية وحسنا فعل.

4. يحق لمالك العلامة التجارية التصرف بعلامته بجميع التصرفات الجائزة قانونا، ومن هذه التصرفات الترخيص للغير باستعمالها.

5. بالنظر إلى محل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فهو الحق باستعمالها لا الحق بذات العلامة، ويمتاز بأنه حق مؤقت وشخصي ومقيد، وبذلك فهو يختلف عن الحق بذات العلامة التجارية.

6. لا يملك المرخص له إقامة دعوى التعدي على العلامة التجارية محل الترخيص استنادا لحق في الاستعمال، إذ أن للمالك (المرخص) وحده الحق في إقامة هذه الدعوى، وحق المرخص له شخصي في مواجهة مالك العلامة وحده.

7. يرتب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مجموعة من الحقوق والالتزامات لكلا الطرفين، وكان من أهمها التزام المرخص له بجودة ونوعية المنتجات والخدمات المقدمة، ويتيح ذلك للمرخص الحق في مراقبة ذلك من خلال عدة وسائل.

8. اتضح من خلال الدراسة بأن هناك مجموعة من الشروط المقيدة التي أشارت إليها غالبية التشريعات الوطنية والدولية، وجرى العمل على إدراجها في بعض العقود التجارية الدولية، ومنها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وتعرف هذه الشروط بأنها قيود إرادية ترد على الحقوق الناشئة عن هذا العقد، وهذه الشروط ليست على وتيرة واحدة فبعضها ما هو مشروع وبعضها الآخر غير مشروع.

9. مواكبة مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني للتطورات التجارية والصناعية والاقتصادية وذلك بمقارنته بالقوانين الأخرى.

## التوصيات:

تقترح الباحثة ومن خلال دراسة هذا الموضوع عددا من التوصيات وهي كالاتي:

1. العمل على إقرار مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني الذي ينظم كافة جوانب الملكية الصناعية بما فيها العلامة التجارية.

2. يتعين على المشرع الفلسطيني اصدار التشريعات التي تنظم مختلف العقود التي ترد على العلامة التجارية كبيعها ورهنها او الترخيص باستعمالها ، وأن تكون هذه التشريعات مراعية لطبيعة العلامة التجارية وحقوق الملكية الفكرية.



3. تطوير القوانين التي تكفل حماية المستهلك ، وكذلك ايجاد ما يكفل حماية حقوق الدائن المرتهن من الإهمال والتعدي الذي قد يحدث من المدين المرتهن بهدف الإضرار بالعلامة التجارية وبقيمنتها وبالتالي ضياع حقوق الدائن المرتهن.

4. يتعين على المشرع الفلسطيني اصدار اللوائح التنفيذية التي توضح اجراءات انتقال ملكية العلامة التجارية الى الغير .

5. نشر الوعي بأهمية العلامة التجارية ومدى تأثيرها على الصانع والمنتج والمستهلك وعلى الوضع الاقتصادي الفلسطيني بشكل عام.

6. يتعين على المشرع الفلسطيني الاستفادة من تجارب الدول الأخرى والإسراع بالانضمام الى المنظمات الدولية والاتفاقيات ذات العلاقة بالعلامة التجارية ، كالانضمام إلى المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية.

7. يتعين على المشرع الفلسطيني العمل على ايجاد قضاء مختص بالمنازعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية.

8. العمل على تعديل نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية، بشكل يجعل العلامة التجارية متمتعة بالحماية القانونية في حال التعدي عليها، ولو لم تكن مسجلة لدى مسجل العلامات التجارية، حيث أن القضاء الفلسطيني استقر على أن ملكية العلامة التجارية تثبت بالاستعمال وليس التسجيل.

## المصادر والمراجع:

### أولاً: المصادر

#### أ. القوانين

1. قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952.
2. قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.
3. قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.
4. قانون التجارة الأردني رقم 12 لسنة 1966.
5. قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999.
6. القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1996.
7. القانون المدني المصري 131 لسنة 1948.
8. قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000.
9. قانون التجارة اللبناني رقم 304 لسنة 1942 المعدل.
10. قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984.
11. القانون المدني الفرنسي.
12. قانون الموجبات والعقود اللبناني لسنة 1932.
13. قانون الملكية الفكرية الفرنسي.
14. قانون حماية الملكية الفكرية السوري رقم 8 لعام 2007.
15. قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل رقم 21 لسنة 1957.

16. قانون الاتحادي الإماراتي رقم 37 لسنة 1992.

ب. مشاريع قوانين:

1. مشروع قانون التجارة الفلسطيني لعام 2000.
2. مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لعام 2012.

ح. الاتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريس (Trips).
2. التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية.
3. اتفاقية روما المبرمة بين دول السوق الأوروبية المشتركة (الاتحاد الأوروبي في الوقت الحاضر) في لسنة 1957.
4. مشروع تقنين السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا لسنة 1981.

خ. قرارات المحاكم:

1. محكمة التمييز الأردنية.
2. محكمة النقض المصرية.
3. محكمة النقض الفرنسية.

## ثانياً: المراجع

### أ. الكتب

1. جابر، عبد الرؤوف: الوجيز في عقود التنمية التقنية، 2005، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
2. الجبوري، ميثاق طالب عبد حمادي: النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، 2017، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
3. الجبوري، ياسين: شرح القانون المدني، ج1، مصادر الحقوق الشخصية، م1، نظرية العقد، القسم الثالث، آثار العقد وانحلاله، 2002، الطبعة غير مذكورة، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
4. حمدان، حسن محمد: الحماية القانونية للفرانشيزي، دراسة مقارنة، 2008، الطبعة غير مذكورة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
5. الخرشوم، عبد الله حسين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، 2005، الطبعة غير مذكورة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
6. خليل، جلال أحمد: النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية، بدون سنة طبع، الطبعة الأولى، منشورات جامعة الكويت.
7. رضوان، فايز نعيم: عقد الترخيص التجاري، 1990، الطبعة الأولى، مطبعة الحسين الإسلامية، القاهرة.
8. دويدار، هاني محمد: القانون التجاري، 2008، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

9. سامي، فوزي محمد: شرح القانون التجاري، ج1، 2004، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
10. السلامات، نادر عبد الحليم: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني دراسة مقارنة، 2011، الطبعة غير مذكورة، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان.
11. سلامة، نعيم جميل صلاح: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، 2015، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة.
12. السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط في شرح القانون المدني، ج1، نظرية الالتزام العقد- العمل غير المشروع- الإثراء بلا سبب- القانون، 1952، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات المصرية.
13. السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني العقود الواردة على الانتفاع بالشيء، الإيجار والعارية، ج6، م1، 1986، الطبعة غير مذكورة، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
14. السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني ج7، م1، العقود الواردة على العمل، المقاوله والوديعة والحراسة، 1964، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
15. السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني، ج9، 1968، ، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
16. شرف الدين، أحمد: أصول الصياغة القانونية للعقود تصميم العقد، 2008، الطبعة الثالثة، دار نصر للطباعة الحديثة، بدون مكان للطبع.

17. صلاح، زين الدين: المدخل إلى حقوق الملكية الفكرية، 2006، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
18. صلاح، زين الدين: شرح التشريعات الصناعية والتجارية، 2007، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
19. الصغير، حسام الدين عبد الغني: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، 1993، الطبعة غير مذكورة، دار الفكر العربي، القاهرة.
20. الصغير، حسام الدين: الجديد في العلامات التجارية، 2005، الطبعة غير مذكورة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
21. الطيار، صالح بن بكر: العقود الدولية لنقل التكنولوجيا، 1999، الطبعة الثانية، مركز الدراسات العربي الأوروبي، باريس.
22. عبد الله، عبد الكريم: عقود نقل التكنولوجيا، 2007، الطبعة غير مذكورة، مكتبة صادر ناشرون، بيروت.
23. العبيدي، علي هادي: العقود المسماة، البيع والإيجار، 2006، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
24. عزيز، علاء: عقد الترخيص التجاري، 2003، الطبعة غير مذكورة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
25. العكيلي، عزيز: شرح القانون التجاري، ج1، 2005، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.

26. عمار، ماجد: عقد الترخيص الصناعي وأهميته للدول النامية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
27. عمار، ماجد: عقد نقل التكنولوجيا، الترخيص، شرط التحكيم، ثغرات العقود طويلة الأجل، نماذج عملية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
28. عيسى، حسام محمد: نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، 1987، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
29. فرج، توفيق حسن: النظرية العامة للموجبات، الالتزامات، نظرية العقد، 1966، الطبعة غير مذكورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
30. القليوبي، سميحة: الملكية الصناعية، 2005، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة.
31. كورنو، جيرار (1998)، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، الطبعة الأولى، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.
32. الكيلاني، محمود: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا: دراسة تطبيقية، 1988، الطبعة غير مذكورة، القاهرة.
33. لطفي، خاطر: موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية وفقا للقانون رقم 82 لسنة 2002 في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، بدون مكان أو سنة طبع.
34. المحامي، هشام زوين: الحماية الجنائية والمدنية للعلامات التجارية، 2004، الطبعة الأولى، المكتب الثقافي للنشر والتوزيع، القاهرة.
35. المحامي، هشام زوين: رهن المحل التجاري، 2005، الطبعة الأولى، بدون مكان طبع.



36. مصطفى الجمال وآخرون، مصادر وأحكام الالتزام، دراسة مقارنة، 2006، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
37. مغرب، نعيم: الفرشايذ دراسة مقارنة، 2006، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
38. مغرب، نعيم: الماركات التجارية والصناعية: الطبعة الأولى، 2005، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
39. محدين، جلال وفاء: الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس، 2004، الطبعة غير مذكورة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.

ب. الرسائل الجامعية:

1. الصرايرة، منصور عبد السلام: الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني، رسالة ماجستير، 2004، الكرك دار رند، منشورة على الموقع الإلكتروني:  
[www.emarefa.net](http://www.emarefa.net)
2. الطراونة، هشام سالم: الشروط المقيدة للمنافسة في تراخيص العلامات التجارية المتعلقة بنقل التكنولوجيا دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، 2010، جامعة آل البيت، الأردن.
3. العابدين، زين: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، 2018، جامعة النيلين، الخرطوم منشورة على الموقع الإلكتروني:

[www.emarefa.net](http://www.emarefa.net)

4. كاظم، حسن علي: الشروط المقيدة في عقد الترخيص، رسالة ماجستير، 2001، جامعة الجزائر كلية القانون.

5. شافي، نادر: عقد الفرنشايز، 2005، مجلة الجيش العدد 244، بحث منشور على شبكة

الانترنت على الموقع <https://www.lebarmy.gov.lb>

#### د. المقالات والأبحاث:

1. أبو الليل، إبراهيم الدسوقي، تراخيص استغلال براءات الاختراع ونقل التكنولوجيا للدول النامية، ص2، بحث منشور على شبكة الإنترنت على الموقع:

[www.arabscool.org.sy/Files/Wipo/PatentsDeveloppingCountries.doc](http://www.arabscool.org.sy/Files/Wipo/PatentsDeveloppingCountries.doc)

2. خليل، رائد أحمد: أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مقالة منشورة في مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، المجلد2، السنة6، العدد 20.

3. القليوبي، سميحة: تقييم شروط التعاقد والالتزام بالضمان في عقود نقل التكنولوجيا، بحث منشور في مجلة مصر المعاصرة، العدد 406، لسنة 1986.

4. المرشدة، ماجد: الترخيص الاتفاقي في براءات الاختراع، بحث منشور في مجلة علوم إنسانية، 2006، السنة الثالثة، العدد 27، مارس- آذار، منشورة على شبكة الإنترنت على الموقع الإلكتروني:

[www.UlumInsanianet.net](http://www.UlumInsanianet.net)

5. شافي، نادر: عقد الفرنشايز، 2005، مجلة الجيش العدد 244، بحث منشور على شبكة الانترنت على الموقع الإلكتروني:

<https://www.lebarmy.gov.lb/ar/content/%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B4%D9%8A%D8%B2-franchising>

ذ. الندوات:

1. الأحمر، كنعان: الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز التجاري، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل زيادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، تنظمها منظمة الويبو بالتعاون مع وزارة الاقتصاد والتجارة السورية، دمشق في 11 و12 مايو/2004، ص12، بحث منشور على شبكة الإنترنت على الموقع الإلكتروني:

[www.wipo.int/edocs/odcs/arab/ar/WIPO/IP/DAM/04/DOC.8](http://www.wipo.int/edocs/odcs/arab/ar/WIPO/IP/DAM/04/DOC.8)

2. الصغير، حسام الدين عبد الغني: ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية، لأعضاء مجلس الشورى بالتعاون مع وزارة الصناعة، مسقط، عمان في 3 و4 مارس/2004، منشور على شبكة الإنترنت على الموقع الإلكتروني:

[www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_mct\\_04/wipo\\_ip\\_mct\\_04\\_9.do](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_mct_04/wipo_ip_mct_04_9.do)

ر. المراجع الأجنبية:

Deese, Pamela: Trade Mark Licensing: Negotiating The Royalty Rate, The .1

Licensing Journal, 2004, June, p.23

Klerman, Danil: 2006, Trademark Dilution Search Cost, and Naked .2

.Licensing, Fordlholm Law Rev, 47, no4, Mr P2006, P.1795

ز. المواقع الإلكترونية:

<http://www.wipo.int> .1

<http://www.muqtafi.birzeit.edu/> .2

## فهرس المحتويات

أ	إقرار:.....
ب	الشكر والتقدير.....
ج	ملخص:.....
هـ	Abstract:.....
ز	المقدمة:.....
1	الفصل الأول: مفهوم عقد ترخيص العلامة التجارية.....
1	المبحث الأول: التعريف بعقد ترخيص العلامة التجارية.....
2	المطلب الأول: تعريف عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية.....
2	الفرع الأول: تعريف عقد ترخيص العلامة التجارية.....
5	الفرع الثاني: أنواع عقد ترخيص العلامة التجارية.....
9	المطلب الثاني: خصائص عقد ترخيص العلامة التجارية.....
10	الفرع الأول: خصائصه كعقد.....
13	الفرع الثاني: خصائصه كمشروع تجاري.....
16	المبحث الثاني: تمييز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عما يشته به.....
16	المطلب الأول: تمييزه عن بعض العقود التجارية الدولية.....
16	الفرع الأول: تمييزه عن عقد الفرنشايز.....
19	الفرع الثاني: تمييزه عن عقد نقل التكنولوجيا.....
21	المطلب الثاني: تمييزه عن بعض التصرفات الواردة على العلامة التجارية.....
22	الفرع الأول: تمييزه عن التنازل عن العلامة التجارية.....
24	الفرع الثاني: تمييزه عن رهن العلامة التجارية.....
26	الفرع الثالث: تمييزه عن حجز العلامة التجارية.....
29	الفرع الرابع: تمييزه عن عقد الوكالة التجارية.....
31	المبحث الثالث: الطبيعة القانونية لعقد ترخيص العلامة التجارية.....
32	المطلب الأول: عقد ترخيص العلامة التجارية حق منفعة وعقد إيجار.....
32	الفرع الأول: عقد ترخيص العلامة التجارية حق منفعة.....
34	الفرع الثاني: عقد ترخيص العلامة التجارية عقد إيجار.....
36	المطلب الثاني: عقد ترخيص العلامة التجارية ذو طبيعة خاصة.....
37	الفرع الأول: مضمون الطبيعة الخاصة لعقد ترخيص العلامة التجارية.....
39	الفرع الثاني: تجارية عقد ترخيص العلامة التجارية.....
44	الفصل الثاني: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية.....

44.....	المبحث الأول: التزامات المرخص
45.....	المطلب الأول: الالتزام بنقل الحق باستعمال العلامة التجارية
50.....	المطلب الثاني: الالتزام بالضمان
51.....	الفرع الأول: ضمان التعرض والاستحقاق
58.....	الفرع الثاني: ضمان العيوب الخفية
59.....	المطلب الثالث: الالتزام بعدم إنهاء العقد أو تجديده إلا لسبب مشروع
65.....	المبحث الثاني: التزامات المرخص له
65.....	المطلب الأول: الالتزام باستعمال العلامة محل الترخيص
70.....	المطلب الثاني: الالتزام بدفع المقابل
70.....	الفرع الأول: المقابل النقدي
78.....	الفرع الثاني: المقابل العيني
79.....	المطلب الثالث: الالتزام بالحفاظ على العلامة التجارية محل الترخيص
82.....	المطلب الرابع: الالتزام بعدم النزول عن العقد أو الترخيص من الباطن
85.....	المبحث الثالث: الالتزام بالشروط التقييدية
86.....	المطلب الأول: معنى الشروط المقيدة و تحديد معيار التقييد
86.....	الفرع الأول: معنى الشروط المقيدة
89.....	الفرع الثاني: تحديد معيار الشروط المقيدة
93.....	المطلب الثاني: أنواع الشروط المقيدة في عقد ترخيص العلامة التجارية
94.....	الفرع الأول: الشروط المقيدة المشروعة في عقد ترخيص العلامة التجارية
99.....	الفرع الثاني: الشروط المقيدة غير المشروعة في عقد ترخيص العلامة التجارية
103.....	المبحث الرابع: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
103.....	المطلب الأول: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قبل انتهاء مدته
104.....	الفرع الأول: الأسباب العامة لانتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
107.....	الفرع الثاني: الأسباب الخاصة لانقضاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
112.....	<u>المطلب الثاني: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصفة أصلية</u>
112.....	الفرع الأول: انتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء مدته
114.....	الفرع الثاني: تجديد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
116.....	الخاتمة:
116.....	النتائج:
118.....	التوصيات:
121.....	المصادر والمراجع: