

الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة Compliance with the warranty in the trademark license contract

تاريخ الاستلام : اليوم/الشهر/السنة ؛ تاريخ القبول : اليوم/الشهر/السنة

ملخص

إن تفضيل المرخص له التعاقد مع المرخص يرجع إلى معرفته المسبقة بشهرة وكفاءة العلامة محل عقد الترخيص، وعليه فإن آثار هذه الالتزامات لا تقتصر على أطرافها فحسب وإنما تمتد إلى الغير في صورة المستهلك النهائي للمنتج، وعندئذ يصير عقد الترخيص مشكلة حقيقية بالنسبة للمستهلك بالنظر إليه من زاويتين، تمثل الأولى صورة خداع المستهلك وتمثل الثانية مسؤولية ضمان وصيانة هذا المنتج. ولحل هذا الأشكال يمكن إسناد مسؤولية الضمان تقليدياً إلى المرخص له باعتباره بائع المنتجات الموضوع تحت الترخيص، إلا إن التزام المرخص بالضمان في هذا العقد لا يكون إلا بمناسبة النص على ذلك الضمان سواء في عقد الترخيص أو في عقد البيع بين المرخص له والمستهلك النهائي، ولكي يكون الضمان قائماً في عقد الترخيص يجب أن تتوافر شروطه كأن يكون خفياً ومؤثراً وأن لا يكون المشتري عالماً به، أما إذا كان المرخص قد قام بتزويد المرخص له بالبضاعة أو عين الجهة التي تزوده بها، فإن مسؤوليته في الضمان لا تقوم إلا إذا ثبت أنه ارتكب خطأ في التصميم أو في التصنيع

الكلمات المفتاحية: عقد الترخيص؛ الشروط التقييدية؛ العلامة التجارية

* أحمد الأمين قرماط

كلية الحقوق
جامعة الأخوة منتوري
قسنطينة-الجزائر

Abstract

The licensee's preference to contract with the licensee is due to his or her prior knowledge of the mark and the efficiency of the mark in place of the license contract. Therefore, the effects of these obligations are not limited to the parties themselves but rather extend to the third party as the end consumer of the product. The license contract becomes a real problem for the consumer considering it from two angles , The first represents the image of consumer fraud and the second is the responsibility to ensure and maintain this product. In order to resolve these forms, the warranty liability can be traditionally assigned to the licensee as the seller of the products under the license, but the obligation of the licensee in this contract is only on the occasion of the provision of that guarantee either in the license contract or in the contract of sale between the licensee and the end consumer The warranty is valid in the license contract. Conditions must be available as if they were hidden and influential, and the buyer should not be aware of them.

Keywords: License contract; restrictive terms; trade mark

Résumé

La préférence du titulaire pour un contrat avec une licence en raison de la connaissance préalable de la réputation et l'efficacité de la marque remplace le contrat de licence, et donc les effets de ces obligations ne sont pas limitées aux parties, mais étendent également à d'autres dans le consommateur final du produit, et devient alors l'exploitation du contrat de licence de marque est un vrai problème pour le consommateur, compte tenu de la sous deux angles, la première image représente la tromperie des consommateurs et représente la deuxième et la responsabilité d'assurer le maintien de ce produit et de résoudre cette forme peut être attribuée la responsabilité de garantir traditionnellement sous licence en tant que produits de fournisseurs placés sous licence. Toutefois, la garantie sous licence dans le présent contrat, une obligation non seulement à l'occasion du texte sur la garantie, que ce soit dans la licence entre le titulaire et le preneur de licence ou la vente entre le titulaire et le contrat de contrat de consommateur final que dans le cas de l'expiration du projet sous licence.

Mots-clés: Contrat de licence, conditions restrictives, marque

* Corresponding author, e-mail: ahmedelamine.umc@gmail.com

مقدمة:

يعد عقد ترخيص استغلال العلامة من العقود الحديثة نسبيا في عالم الأعمال والتي لقيت - ولا تزال، اهتماما متزايدا من قبل الباحثين القانونيين لما يحمله هذا العقد من خصوصية فيما يتعلق بمحل هذا العقد وهو العلامة باعتبارها احد عناصر الملكية الصناعية المكونة للمحل التجاري، والتي من خلالها يمنح الطرف الأول ويسمى المرخص إلى الغير العلامة من اجل استغلالها لمدة معينة ومقابل مبلغ محدد، غير أن المستهلك للمنتجات محل الترخيص لا يمكنه معرفة أن المنتج ليس من صنع صاحب العلامة وإنما من طرف مستغل هذه العلامة، وهنا يثور التساؤل حول الالتزام بالضمان في مواجهة المستهلك طالما أن مالك العلامة يرافق المرخص له في مراحل تنفيذ عقد الترخيص خاصة منها ما تعلق بجودة المنتج.

ولهذا الموضوع أهمية بالغة من خلال أنه موضوع حديث نسبيا بالنسبة لعقود التجارة الدولية خاصة باعتبار الجزائر من الدول النامية والتي يمثل فيها الاستثمار خارج قطاع المحروقات ضرورة وأهمية كبرى من خلال تنوع مصادر وأساليب الاستثمار، ويمثل هذا العقد يمثل احد الآليات القانونية المبتكرة في مجال الاستثمار في عناصر الملكية الصناعية المكونة للمحل أو المشروع التجاري، وكذا تحديد الأحكام القانونية لعنصر الالتزام بالضمان في مواجهة المستهلك الذي يزيل اللبس عن هذا الموضوع.

يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامة من المواضيع الحديثة نسبيا، والتي أدى ظهورها في الولايات المتحدة الأمريكية ومن بعدها أوروبا بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، إلى تغيير النظرة لوظيفة العلامة التجارية والتي تحولت بموجب هذه العقود من تمثيلها - أي العلامة، للمصدر المادي إلى المصدر التجاري، والتي ومع هذا التطور أدى إلى إحداث لبس أمام المستهلك في تحمل تبعات الضمان عن العيوب الخفية التي قد تحدث في المنتجات والبضائع المصنعة تحت الترخيص، ولهذا يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هي حدود مسؤولية كلا طرفي عقد ترخيص العلامة اتجاه المستهلك للمنتجات التي تحمل العلامة محل عقد الترخيص في ظل استقلالية المرخص له من الناحية القانونية؟

وللإجابة على هذا التساؤل نقسم بحثنا إلى ثلاث مباحث، يتناول الأول ماهية عقد الترخيص، بينما يتناول الثاني المصدر العقدي للالتزام بالضمان بينما تناول الثالث المصدر القانوني لهذا الالتزام.

المبحث الأول: عقد ترخيص استغلال العلامة.

يعتبر عقد ترخيص استغلال العلامة من العقود الحديثة نسبيا والتي ظهرت مع تطور المفهوم القانوني للمشروع التجاري، بحيث أصبح من الممكن تجزأت عناصر المحل أو المشروع التجاري والتصرف فيها كل على حدة، ويمثل عقد الترخيص بهذه الصفة حقا من حقوق مالك العلامة في الانتفاع بها من خلال منحها لطرف آخر قد يكون مستقلا من الناحية القانونية عن صاحب الحق على العلامة، ولهذا يصبح عقد الترخيص عقدا ذو سمات خاصة لا يمكن إيجادها فقي غيره، ولنتناول عقد الترخيص يجرنا إلى التطرق إلى مفهوم هذا العقد وأنواعه ثم التعريف بأركانه.

المطلب الأول: مفهوم عقد الترخيص العلامة: لحدثة الموضوع من جهة وتشابهه مع بعض العقود الأخرى الواردة على عناصر الملكية الصناعية من جهة أخرى، فإن تحديد تعريف دقيق لهذا العقد قد يبعد الغموض الذي يكتنفه خاصة عند إبراز السمات التي تميزه.

الفرع الأول: تعريف عقد الترخيص : نص المشرع على عقد ترخيص استغلال العلامة في المادة (16) من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات⁽¹⁾ والتي جاء فيها أنه "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة، موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية"، غير أن المشرع الجزائري وكغيره من المشرعين الآخرين ترك تعريف هذا العقد إلى الفقه، فيرى (Albert Chavanne) بأن:

"Le contrat de licence de marque est celui par lequel le titulaire d'une marque confère à un tiers le droit d'apposer sa marque sur ses propres produits et d'en faire un usage commercial"⁽²⁾

عقد ترخيص العلامة هو العقد الذي بواسطته يمنح مالك العلامة حق للغير بوضع علامته على منتجاته الخاصة بغرض الاستغلال التجاري، وقد عرفه الأستاذ صلاح زين الدين بأنه "عقد بمقتضاه يسمح مالك العلامة التجارية باستعمال علامته التجارية من قبل شخص آخر لمدة معلومة ولقاء عوض معلوم"⁽³⁾، كما يمكن تعريفه بأنه "العقد الذي يمكن فيه لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها، ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها"⁽⁴⁾، ويجب اعتبار الترخيص عقد إيجار لإنتاج آثاره.

عقد ترخيص استغلال العلامة يخضع في أحكامه إلى القواعد العامة الواردة في القانون المدني التي تحكم العقود ، بالإضافة إلى القواعد الخاصة بالعلامة باعتبارها محل العقد.

قد يثور التساؤل عن إمكانية التنازل عن الترخيص أو الترخيص من الباطن عملاً بأحكام عقد الإيجار، والأصل أن العقد هو شريعة المتعاقدين⁽⁵⁾، وبما أن عقد الترخيص من العقود غير المسماة فإنه يخضع في تفسيره وأحكامه للقواعد العامة، وللمحكمة أن تقرر فيما إذا كان العقد يتضمن إمكانية الترخيص من الباطن أو التنازل عنه. هذا ويترتب على عقد الترخيص أن يصبح للمرخص له حق شخصي يمكّنه من الاستغلال في نطاق حدود العقد، في حين يبقى المرخص محتفظاً بحقه العيني⁽⁶⁾.

إن عقد الترخيص ينصب على الاستغلال، فهو حق شخصي كونه لا ينصب على حق الملكية الذي قد يؤدي إلى الخلط بينه وبين عقد الإيجار، ولهذا العقد خصوصية نابعة من محله تدفعنا إلى عدم إمكانية تصنيفه تحت أية طائفة من العقود.⁽⁷⁾

الفرع الثاني: أطراف عقد الترخيص: يشتمل عقد ترخيص استغلال العلامة على طرفين أساسيين هما المرخص والمرخص له .

1- المرخص: هو الشخص المالك للعلامة وصاحب تسجيلها (8) وفق مقتضيات القانون وهو الشخص المخول بمنح تراخيص الاستغلال، ويجوز أن يكون المرخص شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا سواء من القطاع العام أو الخاص، وفي الحالة الأخيرة فإن منح التراخيص بالاستغلال للغير يكون بناء على قرار صادر من الجمعية العامة للشركة وفقا لمقتضيات قانونها الأساسي.

2- المرخص له: هو الشخص الذي منحه مالك العلامة ترخيصا أو هو الطرف الذي يكون له بموجب هذا العقد الحق في استغلال العلامة ، ويجب أن تتوفر في المرخص له الشروط نفسها الواجب توفرها في المرخص بما يتفق وطبيعة المرخص له ، إذ يجب أن يكون تاجرا، من القطاع العام أو القطاع الخاص وتجدر الإشارة هنا إلى أن الطرف المرخص له قد يكون أحد فروع المرخص أو أحد شركاته الوليدة أو غيرها من المشروعات التي تشرف عليها بشكل مباشر، كما يمكن أن يكون المرخص له الدولة بقطاعيها العام والمختلط (9) .

الفرع الثالث: أنواع عقد الترخيص: ينقسم عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية إلى ثلاثة أقسام، عقد الترخيص الوحيد وعقد الترخيص الاستثنائي وعقد الترخيص غير الاستثنائي.

Le contrat de licence peut se présenter sous des formes variées .Il peut être limite dans l'espace et cela même a l'intérieur du territoire national (10)

ولهذا فإن عقد الترخيص يمكن أن يظهر بعدة أشكال مختلفة ، يمكن أن يكون محددًا في المكان وذلك حتى داخل التراب الوطني، كما أن هذا العقد يحدد بحسب المنتجات التي يتضمنها العقد ، وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري في المادة 16 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات بقوله "...لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها" (11)، وعليه فإن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية يأخذ ثلاثة وجوه:

1. الترخيص الوحيد: هو الترخيص الذي يستأثر بموجبه المرخص له بحق استعمال العلامة محل الترخيص دون أن يكون للمرخص حق منح شخص ثالث ترخيص باستعمال العلامة التجارية (12).

2. الترخيص الإستثنائي أو الحصري: هو عقد بين مالك العلامة يسمى المرخص وبين شخص آخر يرغب في استخدام تلك العلامة بمقتضاه يكون للمرخص له وحده إستعمال العلامة محل العقد في منطقة جغرافية محددة و على منتجات معينة و بمقابل يتم الاتفاق عليه بين الطرفين، ولا يجوز للمرخص أن يمنح ترخيصا آخر لذات العلامة على ذات المنتجات لشخص آخر، ولا أن يقوم المرخص نفسه باستغلالها على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية وكذا في المدة الزمنية المتفق عليها.

3. الترخيص غير الإستثنائي: بموجبه يحتفظ المرخص لنفسه بحق استعمال العلامة لنفسه إلى جانب المرخص له باستعمالها بحيث يجوز للمرخص منح عدة تراخيص لعدد من المرخص لهم⁽¹³⁾.

المطلب الثاني: أركان عقد الترخيص: إن عقد الترخيص كغيره من العقود، يقوم على مجموعة من الأركان الموضوعية العامة هي التراضي والمحل والسبب، بالإضافة إلى أركان موضوعية خاصة تمثل عناصر العقد إضافة إلى أركان شكلية يجب توفرها ليصبح العقد حجة في مواجهة الغير.

الفرع الأول: الأركان الموضوعية: أقر قانون الملكية الفكرية أن الحق في العلامة يمكن أن يكون موضوع الترخيص، لكنه لا يضع قواعد خاصة بذلك. وبالتالي يرجع في ذلك إلى النظام العام لعقد الإيجار.

Le code de la propriété intellectuelle se borne à affirmer que licences, mais ne le droit sur la marque peut être l'objet de prévoit pas de règles spécifiques. Il convient donc de se référer au régime général du contrat de louage⁽¹⁴⁾.

1. الأركان الموضوعية العامة: ويتمثل في التراضي والمحل والسبب.

أ - التراضي: سنركز إلا على أهلية أطراف العقد باعتبار أن أنه يشترط في التراضي في عقد الترخيص الشروط العامة في باقي العقود من إيجاب وقبول متوافقين وتراض صحيح خال من العيوب، فلما كان عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود التجارية، فإنه يجب توفر الأهلية التجارية في طرفيه، فإن كان شخصا طبيعيا يجب أن يكون قادرا على مباشرة التصرفات القانونية بحيث يكون مسؤولا عن الأعمال التي يقوم بها.

ب - المحل: إن المحل وكما عرفه الدكتور عبد الرزاق السنهوري "بالشيء الذي يلتزم المدين القيام به، إما بنقل حق عيني أو بعمل أو الامتناع عن عمل⁽¹⁵⁾

Le code de la propriété intellectuelle se borne à affirmer que le droit sur la marque peut être l'objet de licence⁽¹⁶⁾.

أقر قانون الملكية الفكرية على أن الحق في العلامة يمكن أن يكون موضوع الترخيص، إذ يلتزم المدين وهو المرخص له باستغلال العلامة التجارية محل العقد، وفق شروط خاصة:

- أن تكون العلامة موجودة عند إبرام العقد: ذلك أن المشرع الجزائري أوجب ذكر العلامة في عقد الترخيص بحيث تخضع للإجراءات المنصوص عنها قانونا⁽¹⁷⁾.
- أن تكون العلامة معينة تعيينا دقيقا: وهذا ما يستدعي إبراز العلامة على عقد الترخيص ورسمها مشتملة على جميع عناصرها سواء من حيث الشكل أم من حيث الألوان المكونة لها.
- أن تكون العلامة مشروعة ومما يجوز التعامل فيه. وقد تطرقنا لمحل عقد الترخيص والشروط الواجبة فيه في المبحث الأول.
- ج - السبب:** إن السبب هو الغرض المباشر الذي يقصد الملتزم الوصول إليه من وراء التزامه⁽¹⁸⁾ والسبب في عقد الترخيص هو استغلال العلامة التجارية المرخص بها.

2. الأركان الموضوعية الخاصة (عناصر عقد الترخيص): نصت المادة (17) من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات على ما يلي "يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة (16) أعلاه المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة، والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة..."⁽¹⁹⁾، وعليه فإن عقد الترخيص سيتوجب توفر عدة عناصر.
- أ - العلامة⁽²⁰⁾: باعتبارها محل عقد الترخيص، يجب تحديد العلامة من خلال الشكل والألوان التي تكونها، سواء كانت هذه العلامة تجارية أو صناعية أو علامة الخدمة، وهذا ما أشارت إليه المادة (16) من الأمر 06-03، إذ يؤدي عدم تحديد العلامة إلى بطلان.
- ب - مدة الترخيص: لقد أوجب المشرع الجزائري ذكر مدة الترخيص بالاستغلال في مضمون العقد طالما أنه يخضع في أحكامه إلى عقد الإيجار والذي يتميز بأنه من العقود الزمنية، بالإضافة إلى هذا فإن العلامة التجارية تتميز بخاصية التاقية، ذلك أن الحماية القانونية لها تسقط بمرور عشر سنوات، تسري ابتداء من تاريخ إيداع الطلب حسب المادة (5) من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات⁽²¹⁾، وحسب التعريف الذي قدمته المنظمة العالمية للملكية الفكرية فإن مدة الترخيص لا يجوز أن تزيد على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها.
- ج - إقليم الترخيص: أوجب المشرع الجزائري تحديد الإقليم الذي يتم فيه الترخيص باستغلال العلامة حيث تتيح الحصرية الإقليمية للمرخص له احتكارا باستغلال هذه الأخيرة في جزء من الأراضي التي يشملها التسجيل فقط مع بيان صريح بذلك الجزء من الأراضي تحت طائلة البطلان، والمقصود بالإقليم تحديد مكان الترخيص بدقة بحيث لا يجوز للمرخص له تجاوزه وإلا فإنه يخل بالالتزامات التعاقدية⁽²²⁾.
- د - قائمة المنتجات و الخدمات المرخص بها: المقصود بها أسماء السلع والخدمات موضوع الترخيص الممنوح وفقا لأصناف "تصنيف نيس"⁽²³⁾، على أن تكون كل مجموعة مسبقة برقم التصنيف الذي تنتمي إليه تلك المجموعة، من السلع أو الخدمات في ذلك التصنيف ومقدمة حسب ترتيب أصناف التصنيف المذكور⁽²⁴⁾ ويؤدي عدم ذكر هذه المنتجات أو الخدمات إلى بطلان العقد.
- إذا كانت المادة (17) من الأمر المذكور سابقا قد عدت العناصر الواجب ذكرها في عقد الترخيص فالملاحظ هو عدم إدراج مقابل الاستغلال كعنصر من عناصر عقد الترخيص، و يرجع هذا إلى كون عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية من العقود التي يمكن أن تتم دون مقابل، إذ يلجأ إليه أصحاب المشاريع من أجل حمايتها ضد أعمال التعدي التي قد تطالها في إقليم المرخص له بالترخيص باستغلالها دون مقابل أو بالترخيص باستغلال علامات لم يتم استغلالها من طرف صاحبها.
- الفرع الثاني: الأركان الشكلية لعقد الترخيص: حتى يحدث عقد الترخيص آثاره القانونية وحتى يكون نافدا في مواجهة الغير وجب توفر شروط شكلية إضافية⁽²⁵⁾، ولكن قبل التطرق إلى الشروط الشكلية الخاصة بهذا العقد نبين الجهة المختصة التي

حددها المشرع الجزائري لتتم هذه الإجراءات أمامها. هذا ويمثل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بشخصية قانونية واستقلال مالي ويقوم بمهامه تحت وصاية وزارة الصناعة⁽²⁶⁾.

1- الكتابة الرسمية: بخصوص عقد الترخيص فإن التشريع الجزائري يشترط الكتابة الرسمية في العقد حتى يمكن قيده و تسجيله و نشره في السجلات المخصصة لذلك حتى يكون حجة في مواجهة الغير فنص في المادة (324) مكرر 1 من القانون المدني⁽²⁷⁾، كما نصت المادة (15) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أنه تشترط تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف فيما يخص العقود المتعلقة بالعلامة المودعة أو المسجلة وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود⁽²⁸⁾.

2- قيد رخصة الاستغلال. إن عقد الترخيص هو أحد العقود التي ترد على العلامة التجارية بوصفها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري، وانطلاقا من هذا فإن جميع العمليات التي ترد على المشروع يجب شهرها القانوني لدى الهيئة المختصة وذلك طبقا للمادة (147) من الأمر 59-75 المتضمن القانون التجاري⁽²⁹⁾، كما نصت المادة (17) الفقرة (02) الثانية من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات أنه يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة وتمسك المصلحة مستخرجا للسجل مرقم ومؤشر عليه⁽³⁰⁾، ويتم القيد مقابل دفع الرسوم المستحقة⁽³¹⁾، ويتم طلب إيداع رخصة الاستغلال لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية على مستوى مكتب سجل العلامات⁽³²⁾، وعليه يعتبر سجل العلامات التجارية مرآة حقيقية لجميع الأمور والإجراءات التي تتعلق بالعلامات التجارية.

3- طلب التسجيل: يتضمن طلب تسجيل عقد الترخيص مجموع البيانات والمتمثلة في أسماء طرفي عقد الترخيص وعنوانهما وموطنهما ورقم تسجيل العلامة وأسماء السلع والخدمات موضوع الترخيص ونوعه وإقليمه ومدته وتوقيع الأطراف على طلب القيد، ويكون هذا الطلب مرفقا بعقد الترخيص أو مستخرج مطابق له، وتبعا لذلك تسلم أو ترسل إدارة المركز إلى المودع نسخة من طلب التسجيل تحمل هذه النسخة تأشيرة المعهد تتضمن تاريخ وساعة الإيداع⁽³³⁾ على أن يتم إعلان ونشر هذا الطلب في النشرة الرسمية للملكية الصناعية التي تصدرها الهيئة المختصة بصفة دورية⁽³⁴⁾، إذ على المسجل أن يتخذ كل التدابير لنشر كل تغيير أو إضافة يجري في التفاصيل المدرجة في السجل بشأن أية علامة في النشرة الرسمية وتكون نفقات ذلك على الشخص الذي تسبب في إدخال التغيير أو الإضافة في التسجيل⁽³⁵⁾.

4- تسجيل العقد المتعلق بالعلامة المشهورة: إذا كانت الحماية القانونية للعلامة تتم بمجرد تسجيلها، فإن العلامة المشهورة محمية بسبب شهرتها ولو لم تكن مسجلة، وهذا الاستثناء هو ناتج عن المادة (6) مكرر من معاهدة باريس لعام 1883،

La marque notoire est en effet protégée en raison de sa notoriété, même si elle n'a pas été enregistrée, Cette exception résulte de l'article (6 bis) de la convention de Paris de 1883⁽³⁶⁾.

وهنا يثور التساؤل عن إمكانية تسجيل العقد دون أن تكون العلامة مسجلة؟ لا يوجد ما يحول دون قيام الأطراف بالتسجيل بغض النظر عن تسجيل العلامة من عدمه، فالحجبة التي اكتسبتها العلامة في مواجهة الغير مستمدة من شهرتها لا من

تسجيلها، وبهذا لا يكون تسجيل العلامة شرطا لانعقاد العقد⁽³⁷⁾، وعلى هذا فإن عملية قيد رخصة استغلال علامة تجارية مشهورة تتم ولو لم يتم تسجيل العلامة وفق الإجراءات القانونية، لكن هذا لا يمنع المصلحة المختصة من رفض طلب إيداع تسجيل العلامة المشهورة إذا كانت مخالفة للشروط القانونية إذ يتم هذا الرفض بناء على الفحص التلقائي الذي يهدف إلى التحقق من أن العلامة غير مستثناة من التسجيل.

إتماما لإجراءات قيد رخصة استغلال العلامة التجارية يتم نشر طلب الإيداع في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية الخاصة بالملكية الصناعية والتي تصدر بصفة دورية، إذ على المسجل أن يتخذ كل التدابير لنشر كل تغيير أو إضافة يجري في التفاصيل المدرجة في السجل بشأن أية علامة في النشرة الرسمية وتكون نفقات ذلك على الشخص الذي تسبب في إدخال التغيير أو الإضافة في التسجيل⁽³⁸⁾.

المطلب الثالث: إبرام عقد ترخيص استغلال العلامة.

إن عقد ترخيص استغلال العلامة هو من العقود الرضائية التي تلعب الإرادة فيها دورا هاما في رسم بنود العقد والتزامات كلا طرفيه، وغالبا ما يبرم بين أطراف لا تتواجد في مجلس عقد واحد كما هو الحال في العقود العادية، بل كثيرا ما تبرم من خلال الوسطاء والوكلاء والمراسلة⁽³⁹⁾. إن إبرام هذا العقد لا يمكن الإلمام به إلا من خلال معالجته على مرحلتين: الأولى تتعلق بمرحلة المفاوضات و تليها مرحلة الإبرام النهائي للعقد.

الفرع الأول: مرحلة التفاوض في عقد الترخيص: إن مرحلة الإبرام النهائي للعقد تسبقها عادة مرحلة المفاوضات التمهيديّة التي قد تؤدي مباشرة إلى إبرام العقد في حالة اقتران الإيجاب بالقبول الصادرين من المتعاقدين، ولهذا فمن الممكن انعقاد العقد مباشرة في العقود التجارية بالنظر إلى مبدأ الحرية المعتمدة في النشاط التجاري. إن هذه المفاوضات تدور حول الحق على العلامة التجارية التي ينوي المرخص ترخيصها للمرخص له من أجل استثمارها، وتشمل هذه المفاوضات على مدة الترخيص والإقليم الذي يتم فيه استغلال العلامة، هذا وإذا تمت المفاوضات بالصورة الطبيعية فإن ذلك يؤدي إلى اتفاقات مبدئية، وإذا كان الاتفاق النهائي ينصب على عقد شكلي فإذا لم يستوفي الاتفاق الابتدائي الشكل المطلوب عد باطلا⁽⁴⁰⁾.

الفرع الثاني: الإبرام النهائي لعقد الترخيص: إذا ما وصل عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية إلى مرحلته النهائية في الإبرام بعد نجاح المفاوضات التمهيديّة يتم الانتقال إلى تحرير العقد أين يحدد مضمون عقد الترخيص ومحلّه وقيود الاستغلال والتزامات الطرفين وجزاء مخالفة الالتزامات وكيفية انقضاء العقد ومدة سريانه وقائمة بأسماء السلع والخدمات موضوع الترخيص و كيفية تسوية المنازعات وتعيين القانون الواجب التطبيق على النزاعات التي قد تطرأ. غير أن الميزات الخاصة التي تميز عقد ترخيص العلامة كما رأينا سابقا، قد يكون لها الأثر في هذه المرحلة خاصة عندما يتعلق موضوع العقد بعلامة مشهورة، والتي يكون فيها

صاحب الحق على العلامة أو المرخص في وضع أقوى من المرخص له، مما قد ينتج عنه إملاء شروط الطرف القوي على الطرف الآخر.

المبحث الثاني: المصدر العقدي للالتزام بالضمان في عقد الترخيص: يشهد عالم الأعمال الحديث تزايدا مطردا في حماية المستهلك، الأمر الذي يحقق في النهاية حماية للمشروعات بإرساء قواعد المنافسة، ولا تكتمل هذه الحماية إلا بتسيخ سياسة ضمان متكاملة بحيث يضمن البائع المنتج بالإضافة إلى فترة زمنية تالية، فقد يتم النص في عقد الترخيص على تحديد المسؤولية في الضمان بأن تكون مسؤولية تضامنية، سواء يكون ذلك الاتفاق صريحا أم ضمنا.

المطلب الأول: المركز الاقتصادي للمرخص عند إبرام العقد: من خلال مراحل إبرام عقد الترخيص يتجلى وجود شروط والتزامات قد يملها طرف على الآخر مستغلا وضعيته الاقتصادية القوية في مواجهة الطرف الثاني، مما ينتج وضعية قانونية غير متوازنة، وهنا يظهر مدى اختلال التوازن عند إبرام عقد الترخيص، ولعل هذه الظاهرة تبرز في هذا النوع من العقود مستندة إلى العديد من العوامل القانونية والاقتصادية.

الفرع الأول: عوامل تراجع إرادة المرخص له: إن اختلال التوازن الذي يميز العلاقة بين المرخص والمرخص له عند إبرام عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية، يرجع إلى عوامل موضوعية أملت الظروف القانونية والاقتصادية التي تسيطر على إبرام هذا النوع من العقود، فيمثل الجانب الأول التوسع في سلطان الإرادة ويمثل الجانب الثاني الواقع الاقتصادي لطرفي عقد الترخيص.

1- **التوسع في مبدأ حرية الإرادة:** الواقع أن إعطاء الإرادة هامشا واسعا من الحرية لا يجعلها حرة في تكوين العقد فحسب وإنما يعطي الغلبة للإرادة الأقوى، فيخرج اتفاق الإرادتين في نظام يكرس هيمنة إحداهما على الأخرى، وقد شهدت الحياة الاقتصادية تركيزا متزايدا لرؤوس الأموال بحيث غدت هذه الظاهرة تكشف عن علاقات تبعية متزايدة بين مؤسسات مستقلة⁽⁴¹⁾.

On est dans le domaine régie par l'autonomie de la volonté⁽⁴²⁾.

عند إبرام عقد الترخيص، نحن في مجال محكوم باستقلالية الإرادة.

2- **الواقع الاقتصادي وأثره على العلاقة بين طرفي عقد الترخيص:** يبدو نظريا أن القول بتدخل الدولة التشريعي يمكن أن يحد من اختلال التوازن بين طرفي العقد، إلا أن هذا التدخل يظل محكوما بإرادة الدولة التي تكون معيبة بنفس درجة الخلل الاقتصادي الذي يعانیه هيكلا الإنتاجي.

إن العقود الدولية تبرز كآليات تتحكم في النشاط الاقتصادي يجد فيها أحد الشركاء نفسه في وجوده أوبقائه تابعا للعلاقة المنتظمة ذات الامتياز أو الحصرية التي أقامها مع المرخص الذي يستطیع وضعه في تبعيته اقتصادية وتحت سيطرته، لهذا يصبح المرخص له خاضعا للمرخص لا طوال مدة التعاقد فقط وإنما يتعدى ذلك إلى لحظة انتهاء العقد .

الفرع الثاني: الفاعلية المحدودة لفكرة الإذعان في إعادة التوازن:

1- **توافر شروط الإذعان في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية:** وفقا للفقهاء التقليدي والحديث تتوافر شروط الإذعان في عقود الترخيص وفي ما يلي بيان ذلك:

- يتمتع الطرف الأقوى في عقود ترخيص استغلال العلامة التجارية وهو المرخص باحتكار قانوني أو فعلي يعطيه سيطرة مستمر على الطرف الآخر، فالطرف القوي تظل له السيطرة الاقتصادية لذا فإنه يرضخ دائما إلى ما يمليه المرخص من شروط.
- أن يتعلق الأمر بسلع أساسية ضرورية، ومعيار ما هو ضروري وما هو غير ضروري متغير، وتغيره مرتبط بالظروف الاقتصادية المحيطة والظروف الاجتماعية ونوع النشاط الذي يعبر عنه العقد.
- أن يصدر إيجاب عام ونموذجي بحيث لا يستطيع القابل أن يعدل في شروطه، وهذا ما تمتع عنه إرادة المرخص له لضعف مركزه الاقتصادي بالنظر إلى احتكار المرخص⁽⁴³⁾.
- التمكن التكنولوجي للمرخص في عقود ترخيص استغلال العلامة التجارية خاصة إذا كان هذا العقد ضمن حزمة من عقود التراخيص الخاصة بعناصر الملكية الصناعية، يتيح له إدماج المعارف التكنولوجية الجديدة في عملية الإنتاج وهذا غير متاح للمرخص له، مما يجعل المرخص له مقيد ببعض الشروط يفرضها عليه المرخص فيما يخص شراء المواد الأولية وقطع الغيار وهذا ما يعرف بالشروط التقييدية.
- 2- **إخفاق نظرية الإذعان في إعادة التوازن:** لقد نص المادة (110) من القانون المدني الجزائري على أنه "إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعن منها وذلك وفقا لما تقضي به العدالة، ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك"⁽⁴⁴⁾، فللقاضي أن يعدل في شروطها التعسفية بل وله أن يُعفى منها الطرف المدعن سواء كان هو الدائن أو المدين.
- كما تقضي المادة (2/112) من القانون المدني الجزائري بأن يؤول الشك في عقود الإذعان لمصلحة الطرف المدعن⁽⁴⁵⁾ حيث يضيف ظاهر النص حماية كبيرة للمرخص له، غير أن تطبيق هذا النص تعثره صعوبتان:
- اختلال التوازن الاقتصادي بين المرخص والمرخص له ينعكس على دولة المرخص ودولة المرخص له وهذا الاختلال يجعل من السلطة القضائية في دولة المرخص له واقعة تحت وطأة الضغوط الاقتصادية يضاف إلى ذلك أن النص المتقدم يعطي المحكمة سلطة إحلال إرادتها محل إرادة المرخص لتعديل أو إلغاء ما تراه من شروط تعسفية، الأمر الذي يجعل من تنفيذ الأحكام الصادرة في هذا الخصوص محل شك خارج الولاية الإقليمية للمحكمة، كذلك فإن المرخص له يضطر إلى التواطؤ مع المرخص مرتضيا لنفسه الخضوع لعقد غير متوازن مفضلا ذلك على عدم وجوده⁽⁴⁶⁾.
- تراجع الحماية القضائية للمرخص له في ظل سلطة المحكمة المشروطة في التفسير، إذ أن القاضي إن لم يهتد إلى استخلاص النية المشتركة للمتعاقدين، ورأى أن تفسيرها يحتمل عدة وجوه، فإنه يعتمد على نص المادة (112) من القانون المدني التي تقضي بأن يؤول الشك في مصلحة المدين وهذه القاعدة تبرزها عدة اعتبارات غير أن هذه المادة قد أوردت استثناء على هذه القاعدة خاصة بتفسير الشك في عقود الإذعان، فقضت المادة(112) بأنه "لا يجوز أن يكون تأويل العبارات الغامضة في

عقود الإذعان ضارا بمصلحة الطرف المذعن⁽⁴⁷⁾. فإذا كان الأصل أن تفسر العبارات الغامضة والشك لمصلحة المدين، فإنه استثناء يفسر لمصلحة الطرف المذعن ولو كان دائنا⁽⁴⁸⁾.

الفرع الثالث: فرض تقديم المساعدة الفنية وضمان الجودة: يعد الالتزام بتقديم المساعدة الفنية التزاما قانونيا، ومن ثمة فإن خلو عقد الرخيص من النص الصريح عليه أو استبعاده بنص تعاقدي لا يؤدي إلى تحلل المانع منه، ومؤدى التزام المرخص بإسداء المساعدة الفنية أن يقوم بتزويد المرخص له بكافة المعلومات التطبيقية وكذلك تدريبه على كيفية استغلال المعرفة الفنية المرتبطة بالعلامة محل العقد، وإذا كان التزام المرخص بتقديم المساعدة يطال كافة تفاصيل النشاط محل التعاقد إلا أنه لا يجب أن يتعدى على استقلال المتلقي. ويذهب الفقه والقضاء الفرنسي إلى مد نطاق المسؤولية العقدية إلى المرحلة السابقة للتعاقد، إذ يرتب القضاء الفرنسي مسؤولية المرخص العقدية⁽⁴⁹⁾.

الجودة مطلب يتطلع إليه المستهلك في كل منشأة تحمل العلامة التجارية محل عقد الترخيص، إن طبيعة الالتزام برقابة الجودة يفرض واجبا مزدوجا على طرفي عقد الترخيص، فالمرخص له ملزم باحترام مستوى الجودة في مواجهة مستهلكيه، ومن ثمة المحافظة على السمعة التجارية للعلامة، بينما يلتزم المرخص بالقيام بالرقابة صارمة تكفل حماية علامته محل التعاقد⁽⁵⁰⁾.

المطلب الثاني: تقلص التزام المرخص بالضمان كونه أجنبيا عن عقد البيع: غالبا ما تتضمن عقود البيع المبرمة بين المرخص له والمستهلك بيانا بالجهات التي يمكن أن تقدم الصيانة لها وتضمن منتجها، هذا البيان ينزل بمثابة شرط تعاقدي سواء بين المستهلك والمرخص له بائع المنتج أو مجموع المرخص لهم حتى ولو كانوا خارج إقليم المرخص له، أما إذا لم يتضمن عقد الترخيص مثل هذا الشرط فإن نسبية أثر العقد تحول دون رجوع المستهلك في الضمان إلا على المرخص له، غير أن مشروع المرخص له معرض للانقضاء بأي سبب من الأسباب التي تؤدي في النهاية إلى انتهاء وجوده القانوني. وبغض النظر عن هذه الأسباب فإن الأمر يبرز حين يكون هذا الانقضاء قبل انتهاء مدة الضمان المنصوص عليها في عقد البيع، وهنا لا ينتقل الضمان بحسب الأصل إلى المرخص احتراماً لنسبية العقد، أما إذا تضمن عقد الترخيص اتفاقاً ينقل ضمان العيوب الخفية إلى المرخص في حالة انقضاء مشروع المرخص له⁽⁵¹⁾.

إن تسليم البضاعة من المرخص إلى المرخص له ينشئ الحق للأخير وهو حق مغاير عن ذلك التي تلقاه المستهلك بمناسبة البيع، فإذا تراخى المرخص له في بيع البضائع مما أنقص مدة ضمان العيب الخفي، فإن ذلك لا يؤثر على الضمان الذي اكتسبه المستهلك بموجب عقده مع المرخص له إذ إن المرخص بهذا قد ضمن السلعة التي باعها المرخص له حتى ولو لم تكن الجهة التي زودته بها، ذلك استنادا إلى اتفاقه مع المرخص له بالضمان أو التزامه بضمان المستوى العام للجودة في عموم الشبكة أي شبكة المرخص لهم. وبهذا فإن التزام المرخص بالضمان في عقد الترخيص في حالة انقضاء مشروع المرخص له لا يكون إلا بمناسبة النص على ذلك الضمان سواء في عقد الترخيص بين المرخص والمرخص له أو في عقد البيع

بين المرخص له والمستهلك النهائي، ولكي يكون الضمان قائماً في عقد الترخيص يجب أن تتوافر شروطه كأن يكون خفياً ومؤثراً وأن لا يكون المشتري عالماً به. لذلك يستطيع البائع دفع المسؤولية بإثباته سوء استعمال المشتري للسلعة أو استعمالها في غير ما أعدت له⁽⁵²⁾، وإذا كانت مسؤولية الضمان في مواجهة المستهلك في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية تضيق من زاوية المرخص كونه أجنبياً عن العقد وإعمالاً لنسبية أثره فإن هذه المسؤولية تتسع من جانب المرخص له.

المطلب الثالث: اتساع التزام المرخص له بالضمان: إذا كان المرخص قد قام بتزويد المرخص له بالبيضاة أو عين الجهة التي تزوده بها فإن مسؤوليته في الضمان لا تقوم إلا إذا ثبت أنه ارتكب خطأ في التصميم أو في التصنيع، كما يمكن إثارة مسؤولية المرخص في الضمان بطريقة غير مباشرة، والمسؤولية على هذا النحو تثور في مواجهة كل من المرخص له والمرخص على سبيل التضامن، إلا أن المستهلك لا يستطيع الرجوع على المرخص مباشرة طالما كان للمرخص له وجوداً قانونياً هذا المعنى تقوم المسؤولية التبعية للمرخص وإن كانت على سبيل التضامن باعتباره صاحب العلامة التي تم الإخلال بمنتجها⁽⁵³⁾.

المبحث الثالث: المصدر القانوني للالتزام بالضمان في عقد الترخيص.

يمكن أن يستند الالتزام القانوني في عقد الترخيص على أحكام قانون المستهلك⁽⁵⁴⁾، ذلك أن هذا العقد قد يمثل مشكلة جد حقيقية بالنسبة للمستهلك بالنظر إليه من زاويتين: تمثل إن تفضيل المرخص له التعاقد مع المرخص يرجع إلى معرفته المسبقة بشهرة وكفاءة العلامة محل عقد الترخيص، وإذا كان عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية ينتج العديد من الالتزامات التي يتكفل أطراف العلاقة التعاقدية بتنفيذها فإن آثار هذه الالتزامات لا تقتصر على أطرافها فحسب وإنما تمتد إلى الغير في صورة المستهلك النهائي للمنتج، وعندئذ يصير عقد الأولى صورة خداع المستهلك، وتمثل الثانية مسؤولية ضمان و صيانة هذا المنتج.

المطلب الأول: موقع المرخص من عقد البيع المبرم بيم المرخص له والمستهلك: إن لم يتضمن عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية نصاً يقم مسؤولية المرخص في الضمان فإن البحث يثور حول ما إذا كان بإمكان القانون أن يوفر أساساً لهذه المسؤولية، ذلك أن المشرع الجزائري وفي القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أشار في مادته (12)⁽⁵⁵⁾ إلى أنه على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول، تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل...،مراعاة لإختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال. هذا ما يدل على الشرط الرقابي الذي يقوم به المتدخل بنفسه أو بواسطة الغير سواء كان المتدخل بائعاً أو وسيطاً أو موزعاً، وقد نصت المادة (11) من القانون 09-03 على إلزام المطابقة، كما نصت عليه المواد من (13) إلى (16) من هذا القانون على وجوب الضمان والتجربة من أي من المتدخلين في مراحل عرض المنتج للاستهلاك وأنه حق للمستهلك، ويكون للمتابع الحق في إتباع الطرق القانونية ضد كل المتدخلين أو بعضهم، جراء أي ضرر قد يقع له من استهلاكه لهذا المنتج .

هذا و قد يثار أن مسؤولية المرخص في الضمان لا تقوم إلا بمناسبة قيامه بتوريد البضائع أو بنفي استقلال المرخص له.

المطلب الثاني: مسؤولية المرخص القائمة على توريد البضاعة: يمكن أن تقوم مسؤولية المرخص في الضمان مستندة إلى أحكام عقد الالتزام بالتوريد ، فالفقه الايطالي مثلا يميز بين عقد الالتزام بالتوزيع الذي يتضمن توريدا مستمرا للبضائع وآخر لا يتضمن ذلك ، فإن كان العقد متضمنا شرط الالتزام بالتوريد قامت مسؤولية المرخص⁽⁵⁶⁾، وإن كان عقد الترخيص يتشابه مع عقد الالتزام في هذا الحكم فإن أساس مسؤولية المرخص تكون متولدة عن كونه موردا للبضاعة، أما في الحالة التي يقوم فيها المرخص بتعيين الجهة المزودة بالبضائع بمقتضى شرط الشراء الإجمالي من مصدر معين يعينه المرخص أو مصدر محدد في إحدى الشركات الخاصة التابعة له⁽⁵⁷⁾، فإن مسؤوليته تقوم باعتباره ضامنا للشراء ومسؤولا عن مستوى الجودة للبضائع المشتريات ولا يشترط القضاء الفرنسي لإقامة المسؤولية التضامنية للتوريد الفعلي بالبضاعة وإنما يُقيم مسؤولية الوسيط⁽⁵⁸⁾. وعلى هذا فإن مسؤولية المرخص في الضمان تستند إلى المواد (11) و(16) من القانون 03-09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش باعتبار المرخص مت دخلا في عملية وضع المنتج للاستهلاك .

المطلب الثالث: قيام مسؤولية المرخص بنفي استقلال المرخص له: إن الأصل في المشروع التجاري اكتسابه للشخصية القانونية بجميع مقوماتها، وهذا ما يكفل له وضعها مستقلا عن جميع المشروعات المماثلة حتى وإن كانت تنزود من جهات أجنبية بالمواد الأساسية للنشاط ، وهذه الاستقلالية وإن كانت نتاجا منطقيا لقيام المشروع فإن الوضع يختلف في عقود ترخيص الملكية الصناعية بما فيها عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية ذلك أن هذا العقد يسمح للشركات القابضة أن تبرم هذا العقد من أجل استغلال علامتها ، وذلك بهدف ضمان مراكز ريادية في الأسواق من خلال ربط العلامات التي تظهر متنافسة هذه الشركات القابضة أهم مميزاتها أن تكون لها صفة الرقابة على الشركات التابعة⁽⁵⁹⁾، وهذا ما ينفي استقلالية الشركة المرخص لها باستغلال علامة تجارية مملوكة للشركة القابضة.

ولا يكفي لتقرير استقلال الأطراف ذكر ذلك في العقد وإنما ينظر إلى الواقع الفعلي للعلاقة بينهما لتقرير مدى توافر الاستقلال من عدمه ، على ذلك تقوم مسؤولية المرخص في الحالة التي لا يكون الاستقلال فيها ظاهرا أو محددًا فيكون المرخص له بمثابة مفوض ظاهر للمرخص، وتقوم المسؤولية في الضمان باعتباره طرفا مباشرا في العقد المبرم مع المستهلك⁽⁶⁰⁾.

وعليه فإن استقلالية المشروع في القانون الجزائري لا تحول دون أن تجعل من مسؤولية طرفي عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية في الضمان مسؤولية تضامنية.

خاتمة:

إن الالتزام بالضمان في عقد ترخيص استغلال العلامة يقع على عاتق طرفي العقد وذلك في مواجهة المستهلك، ورغم أن الطرف المرخص له باستغلال العلامة هو طرف مستقل من الناحية القانونية، إلا أن مسؤوليته تبدو أوسع من مسؤولية

المرخص، ويرجع السبب في ذلك إلى البنود العقدية التي قد يفرضها المرخص على المرخص له عند إبرام عقد الترخيص والتي تفرض عليه - أي المرخص له، تحمل مسؤولية الضمان في مواجهة المستهلك، أما مسؤولية المرخص في الضمان فإنها لا تقوم إلا إذا ثبت أنه ارتكب خطأ في التصميم أو في التصنيع، كما يمكن إثارة مسؤولية المرخص في الضمان بطريقة غير مباشرة، والمسؤولية على هذا النحو تثور في مواجهة كل من المرخص له والمرخص على سبيل التضامن، إلا أن المستهلك لا يستطيع الرجوع على المرخص مباشرة طالما كان للمرخص له وجودا قانونيا هذا المعنى تقوم المسؤولية التبعية للمرخص وإن كانت على سبيل التضامن.

الهوامش:

- (1) - الأمر 06-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44 لسنة 2003 المؤرخة في 23.07.2003، ص22.
- (2) - Albert Chavanne et Jean Jaques Buerst. "Droit de la propriété indust "Daloz delta 5eme édition paris 1998 .p 664
- (3) - صلاح زين الدين "العلامات التجارية وطنيا ودوليا" دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن 2006، ص218.
- (4) - www.wipo.int
- (5) - المادة 106 من الأمر 75-58 الصادر في 26.09.1975 المتعلق بالقانون المدني الجزائري. الجريدة الرسمية العدد 78 لسنة 1975 المؤرخة في 30.09.1975
- (6) - علاء عزيز حميد الجبور " عقد الترخيص دراسة مقارنة" الطبعة الاولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن 2003 ، ص42.
- (7) - ريم سعود سماوي ، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية "التنظيم القانوني للتراخيص التعاقدية في ضوء منظمة التجارة العالمية، الطبعة الثانية" دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011 ، ص192.
- (8) - صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص219.
- (9) - علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق، ص63.
- (10) - Albert Chavanne et Jean Jaques – Buerst .op.cit .p 664
- (11) - الامر 06-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص22.
- (12) - صلاح زين الدين ، المرجع السابق، ص217

- (13) - صلاح زين الدين ، المرجع السابق، ص217
- (14) -Joanna Schmidt-Szalewski "Droit des marques" Édition dalloz .Paris.1997. p57.
- (15) - علي علي سليمان" النظرية العامة للالتزام" مصادر الالتزام ، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005. ص 56.
- (16)- Joanna Schmidt-Szalewski op.cit p57.
- (17) - المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (18) - عبد الزراق السنهوري " الوسيط في شرح القانون المدني الجديد نظرية الالتزام" المجلد الأول، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي بيروت لبنان، 1998، ص 541.
- (19) - المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (20) - يمكن تعريف العلامة بأنها السمة أو الإشارة القابلة للتمثيل التصويري والتي ترافق منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي ، إذ يمكن أن تشمل العلامة جميع المنتجات والخدمات حتى ولو لم تكن معروضة للبيع، والعلامة التجارية في هذه الحالة تم تحديدها فقط بالمنتجات التي يقوم التاجر ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة، فتشير إلى مصدر البيع أي دون تلك التي يقوم المنتج بتصنيعها أو الخاصة بالخدمات ، لكن في الحقيقة فإن العلامة التجارية بالمفهوم السابق تندرج ضمن التيار الذي يأخذ بالمفهوم الضيق للعلامة التجارية ، ذلك أن المفهوم الواسع للعلامة يميز بين العلامات من حيث الغاية التي تنتوع إلى ثلاث أنواع : العلامة التجارية وهي التي يتخذها التاجر لتمييز منتجاته التي يبيعها عن غيرها من المنتجات التي تعود لغيره من التجار ، أما العلامة الصناعية فهي التي تستخدم من قبل الصانع بهدف تمييز مصنوعاته عن غيرها من السلع التي يقوم بصناعتها صانعين آخرين ، وبخصوص علامة الخدمة فهي التي تستخدمها المشروعات الخدمية لتمييز خدماتها عن غيرها من الخدمات التي تقدمها المشروعات الأخرى . من الناحية العملية جرت العادة على عدم التمييز بين أنواع العلامات من حيث الغاية ، فينصرف لفظ العلامة التجارية إلى العلامة التجارية والصناعية وعلامة الخدمة دون تمييز أو تفريق بينها ، ذلك أن التمييز الحاصل ليس له أية قيمة عملية ولا يترتب عنه أي نتيجة قانونية باعتبار أنها تخضع لنفس الأحكام والقواعد القانونية، والأكثر من ذلك أنها قد تتحد جميعها في علامة واحدة.
- (21)- المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (22)- المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (23)-www.wipo.int
- (24)-المادة 24 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها الصادر في 02.08.2005 ، الجريدة الرسمية العدد 54 لسنة 2005 الصادرة بتاريخ 07.08.2005 ص11.
- (25)-www.wipo.int

- (26)-المواد 3 و 5 من المرسوم التنفيذي 98-68 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11 المؤرخة في:1998.02.21
- (27)-الأمر 05-07 الصادر في 13.05.2007 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري المؤرخة في 13.05.2007، الجريدة الرسمية العدد 31 لسنة 2007 ص3.
- (28)-المادة 15 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (29)-الأمر 59-75 الصادر في 26.09.1975 المتضمن القانون التجاري ، الجريدة الرسمية العدد 101 لسنة 1975 المؤرخة في 19.12.1975، ص1306.
- (30)-المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .
- (31)-المادة 23 من المرسوم التنفيذي 05-277 ، المرجع السابق.
- (32)-المادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277 ، المرجع السابق.
- (33)-المادة 2/3 من المرسوم التنفيذي 05-277 ، المرجع السابق.
- (34)-المادتين 29،30، المرسوم التنفيذي 05-277، المرجع السابق.
- (35)-صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 308.
- (36)- Joanna Schmidt-Szalewski.opcit. p21.
- (37)-محمد محسن إبراهيم النجار "عقد الامتياز التجاري دراسة مقارنة في نقل المعارف" ، دون طبعة ، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، دون طبعة ، 2001. ص45.
- (38)-صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص308.
- (39)-علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق، ص65.
- (40)-عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 270.
- (41)-محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص34
- (42)- Albert Chavanne et Jean Jaques – Buerst .op.cit, p 655.
- (43)-محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص34
- (44)-الأمر 58-75 الصادر في 26.09.1975 المتعلق بالقانون المدني الجزائري المرجع السابق.
- (45)-الأمر 58-75 الصادر في 26.09.1975 المتعلق بالقانون المدني الجزائري المرجع السابق.
- (46)-علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق ، ص 137.
- (47)-الأمر 58-75 الصادر في 26.09.1975 المتعلق بالقانون المدني الجزائري المرجع السابق.
- (48)-علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق ، ص 13.
- (49)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق، ص230
- (50)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق، ص241
- (51)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق، ص 111.

(52)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق، ص 112.
(53)-صلاح زين الدين، المرجع السابق ، ص221.
(54)-يعرف المستهلك وفقا للاتجاه الضيق بأنه" :كل ش خص يقوم بعمليات الاستهلاك-
إبرام التصرفات – التي تمكنه من الحصول على المنتجات والخدمات، من أجل إشباع رغباته
الشخصية أو العائلية"(54)-. من خلال هذا التعريف يتضح أن هذا الاتجاه ضيق من مفهوم
المستهلك ، وجعل هذه الصفة تلحق بمن يتحقق فيه شرطان:
-الشرط الأول: أن يكون المستهلك قد تحصل على المنتج أو الخدمة للغرض الشخصي
أو العائلي.

-الشرط الثاني: أن يكون محل عقد الاستهلاك منتوجا أو خدمة.
ووفقا لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني مالا أو
خدمة لغرض مزدوج (مهني وغير مهني) ، أما الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك: يتجه إلى
التوسع في المقصود بالمستهلك، بحيث يشمل كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال
أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية، ويهدف هؤلاء إلى مد نطاق الحماية
القانونية إلى المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته، كما هو الحال بالنسبة للطبيب الذي
يشترى المعدات الطبية أو التاجر عندما يشتري أثاثا معمله.

(55)-القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

الغش، المرجع السابق.

(56)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق ، ص 117.

(57)-علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق ، ص136.

(58)-محمد محسن إبراهيم النجار ، المرجع السابق، ص 118 .

(59)-الأمر 96-27 الصادر في 09.12.1996 المعدل والمتمم للمادة 731/03 من

القانون التجاري ، الجريدة الرسمية العدد:77 لسنة 1996 المؤرخة في 11.12.1996.

(60)-محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق ، ص 119 .