

المفهوم القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية (دراسة مقارنة)

م. ميثاق طالب عبد
جامعة بابل - كلية القانون

أ.م.د. صفاء تقي عبد نور العيساوي
عميد كلية القانون - جامعة واسط

مشروع تجاري . وقد يشتهر هذا العقد مع بعض التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية أو مع عقود تجارية أخرى ترد على أموال معنوية كعقود نقل التكنولوجيا وعقد الإمتياز التجاري ، وبالرغم من هذا التشابه فإن هذا العقد يبقى له طابعه الخاص الذي يميزه عنها ، والذي يسهم في إيجاد مفهوم قانوني خاص ومستقل للعقد .

ولغرض تسليط الضوء على مفهوم عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية سنقسم هذا البحث على ثلاثة مباحث ، الأول للتعريف به مع بيان أنواعه والخصائص التي يتميز بها أما المبحث الثاني فيسكون لتمييزه عما يشتهر به ، وسنخصص الثالث لبيان التكيف القانوني لهذا العقد.

تمهيد وتقسيم :

يُعدُّ عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية واحداً من العقود المهمة التي ترد على أموال معنوية . وتبرز هذه الأهمية من الدور الذي يلعبه هذا العقد كونه أداة مهمة يلجأ إليها المستثمرون وأصحاب المشاريع متوسطة النشاط بهدف توسيع نشاطاتهم وزيادة الثقة في منتجاتهم أو خدماتهم . ويتم ذلك من خلال الحصول على ترخيص من إحدى الشركات العملاقة ذات الشهرة العالمية ، بإستعمال علامتها التجارية لمدة معينة ، مقابل أجر متفق عليه . ولهذا العقد أنواع متعددة يتم تدأولها في الحياة العملية ، فضلاً عن ذلك يمتاز بخصائص معينة ، بإعتبره عقداً يبرم بين طرفين أو عقداً قائماً على

Abstract

Legal Conception of a Trademark License Contract

A trademark licensing contract is considered one of the most important contracts in connection with the service mark and other materials or intellectual property . The importance of this contract can be attributed to its role in promoting sales of materials and services. The trademark licensing contract is deemed a notable mean by which the licensor permits the license (investors) to use its trademark in commerce for a period of time which is usually specified in a written contract . Payments from license usually is stated explicitly in the contract of license as well .

There are different kinds of license contracts with may be dealt during practice . In addition , some other legal requirements need to be found in such legal action as a written contract between a trademark owner ("licensor") and another party " license" . This

contract which is mainly used in commercialization projects may be look similar to the other legal action in connection with trademark contracts or other commercial agreements between companies . In spite of such similarities , it is evident that trademark license contract remains distinguishable and clear enough to be recognized or identified as different among these different kinds of legal actions .

In light of the above , this research will look into the conception of the trademark license contract in three Sections . First section will show the definition of the trademark license and elements of the contract will also be examined . Section two will embark on distinguishing the trademark license contract and the last section will be devoted to its legal provision . Finally , the conclusion of this study will summarize the outcome of each section of the research .

المقدمة

يتطلب التقديم لموضوع بحثنا إستعراض
النقاط الآتية :-

أولاً :- التعريف بموضوع البحث :-

يُعد عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من العقود المعاصرة نسبياً ، والتي ظهرت عندما أستقرت في الأذهان فكرة إنفصال ملكية العلامة التجارية كمنقول معنوي عن استعمال هذه العلامة ورسخت في التشريعات ، نظرية إعتبار الحق في العلامة التجارية من الحقوق التي يجوز التصرف بها كافة أنواع التصرفات الجائزة قانوناً كالبيع والرهن والحجز والتنازل وحتى الوصية والهبة .

وبذلك ، أضحى من الجائز قانوناً إستعمال العلامة التجارية من غير مالكة وقد ينحقق ذلك من خلال الترخيص بإستعمال العلامة التجارية .

وعليه فإنه من الأهمية الوقوف على المفهوم القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، ذلك العقد الذي إبتكره رجال الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشر إلى كافة أنحاء العالم .

ولعل السبب في ذلك الإنتشار يعود إلى تطور الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية ، نتيجة للتغيرات الإقتصادية المعاصرة التي شهدتها العالم ، إذ لم تعد العلامة التجارية مجرد أداة لتمييز مصدر المنتجات بل

أصبحت ترمز إلى صفات هذه المنتجات أو الخدمات وخصائصها ، وبعبارة أدق ، أصبحت أداة تضمن جودة المنتجات ، فلم يعد المستهلك يهتم بمصدر المنتجات بقدر ما يهتم بوجود تلك العلامة المشهورة على تلك المنتجات أو الخدمات التي تضمن للمستهلك توافر صفات وخصائص معينة تميزها عن غيرها من المنتجات أو الخدمات المماثلة .

إنّ تطور الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية إنعكس بصورة إيجابية على إنتشار عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، لذلك سعت الكثير من الدول ومنها العراق إلى تعديل أو إلغاء تشريعاتها القديمة الخاصة بحقوق الملكية الفكرية وإستحداث نصوص أو تشريعات جديدة تجيز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بعد أن كانت التشريعات لا تجيز إبرام هذا العقد ، بل لا تجيز أي تصرف بالعلامة التجارية إلا إذا كان مقترناً بالمحل التجاري . وهذا يعود للدور التقليدي الذي كانت تؤديه العلامة التجارية والذي يقتصر على كونها أداة للدلالة على مصدر المنتجات .

ثانياً :- أهمية موضوع البحث وأسباب إختياره :-

إن الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يُعدّ نظاماً للتعاون المستمر بين المشاريع مما يتيح أفضل الفرص للتوسع إعتداداً على

ومن هنا ، وجدنا من الأهمية تسليط الضوء على المفهوم القانوني للعقد المذكور ، ودعوة الباحثين إلى التعمق في دراسات قانونية متخصصة في كل جوانبه ، إنسجاماً مع توجه المشرع العراقي في التحول الإقتصادي لاسيما وأن الدستور العراقي لسنة ٢٠٠٥ النافذ يشير في المادة (٢٥) منه على أن تكفل الدولة إصلاح الإقتصاد العراقي وفق أسس إقتصادية حديثة وبما يضمن إستثمار كامل موارده ، وتنويع مصادره ، وتشجيع القطاع الخاص وتنميته . فضلاً عن ضرورة التحول الفعال لنظام الملكية الفكرية في العراق للإرتقاء بالوضع الإقتصادي فيه ، بما يسهم في تنشيط القطاع الصناعي وخلق فرص عمل والحد من البطالة . كما أن التركيز على تلك المواضيع ينسجم من تطلعات العراق بأن يغدو عضواً كاملاً في نظام التجارة الدولية والتي تعرف بمنظمة التجارة العالمية وضرورة الأخذ بمعاييرها المعاصرة .

ثالثاً :- نطاق البحث :-

تتصب هذه الدراسة على بحث المفهوم القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، ولما كان العراق يعد من الأسواق الناشئة والذي بدأ العمل التجاري فيه بالتطور شيئاً فشيئاً ، وبدأت هنالك بعض المحاولات وإن كانت في بداياتها نحو بناء مؤسسات تجارية وإقتصادية كبيرة ، فإن لهذه الدراسة

شهرة العلامة التجارية . لذلك وسيلة لنشر المنتجات أو الخدمات للمشاريع الكبيرة ، وغاية للمشاريع الصغيرة في الإستفادة من تلك العلامة في أن تدخل منتجاتها أسواق المنافسة بأسرع وقت .

وعلى الرغم من شيوع وانتشار عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، إلا أنه لا يزال غير واضح المعالم ويخضع في الكثير من أحكامه إلى القواعد العامة والأعراف التجارية ، ويعود ذلك إلى أن بعض التشريعات إقتصرت على إجازة هذا النوع من العقود بإعتبره أحد التصرفات الواردة على العلامة التجارية دون حاجة لإقتران هذا التصرف بالمحل التجاري أو المؤسسة التجارية ، بعد أن كانت هذه التشريعات لا تجيز هكذا تصرف دون التغلغل في جوانبه القانونية الموضوعية .

ومن هذه التشريعات ، قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقانون رقم (٨٠

(لسنة ٢٠٠٤ والذي ينص في الفقرة

(١) من المادة (١٨) على أنه : (لمالك العلامة أن يمنح ترخيص لشخص طبيعي أو أكثر أو كيان معنوي بإستعمال علامته على كل أو بعض المنتجات التي تم تسجيل العلامة عليها . و لا يمنع هذا الترخيص الممنوح لغيره المالك من إستعمال العلامة ، ما لم يتفق على خلاف ذلك) .

الفرنسي ، وكذلك الإتفاقيات التجارية الدولية سيما تلك المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية كإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (Trips) وإتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

كما أن منهج الدراسة في البحث ، سيكون تحليلياً إذ سنقوم بمحاولة تحليل كل جزئية وكل إشكالية تواجهنا خلال البحث في ضوء الآراء الفقهية ، وتحليل القواعد القانونية الوطنية والدولية المقررة بهذا الصدد وبيان أبعادها وآثارها على العقد موضوع البحث .

خامساً :- خطة البحث :-

بغية إعطاء البحث أبعاده اللازمة والإحاطة بجميع جوانبه والوقوف على معطياته المختلفة وبما ينسجم وخصوصيته ، فقد إرتأينا تقسيمه على ثلاثة مباحث مسبقة بمقدمة وتعبها خاتمة . أول هذه المباحث خصصناه لدراسة ماهية عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، والذي سنتناوله في مطلبين ، الأول تعريف العقد وبيان أنواعه ، أما الثاني سنكرسه لخصائصه . أما المبحث الثاني فسنخصصه لتميز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية عما يشته به من أوضاع قانونية ، والذي يقسم إلى مطلبين الأول يخصص لتميزه عن بعض العقود التجارية الدولية ، والثاني يفرد لتميزه عن بعض التصرفات الواردة على العلامة التجارية .

القانونية آثار إيجابية على الصعيدين التجاري والإقتصادي والذي نأمل أن تسهم في بناء مؤسسات تجارية وإقتصادية رصينة .

ومن اجل ذلك ، يثير الموضوع مدار البحث جملة من التساؤلات سنحاول الإجابة عليها من خلال هذا البحث . وأهمها ما المقصود بعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ؟ وما أنواعه ؟ وما الخصائص التي يمتاز بها عن غيره ؟ وما تكيف القانوني لهذا العقد ؟ وهل هو عقد رضائي أم شكلي أي هل ينفذ بمواجهة الغير بمجرد إبرامه أو أنه يحتاج لإجراء آخر ؟ وإطلاقاً من أن هذا العقد يقوم على وجود مشروع تجاري ، فما هي خصائصه الناجمة عن ذلك ؟ وهل ثمة عقود يشتهب معها هذا العقد ، ما هي ، وكيف يتم تمييزه عنها ؟ وما هو التكيف القانوني لهذا العقد ؟ وما هي الآراء التي طرحت بهذا الصدد ؟ وأيها أقرب إلى الدقة وبما يمكن من الأخذ وإعتماده أساساً لتأصيل طبيعة التكيف القانوني للعقد مدار البحث .

رابعاً :- منهجية البحث :-

إعتمادنا في البحث منهجاً مقارناً تأصيلياً وتحليلياً في الوقت ذاته ، فقمنا بإستعراض المفهوم القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وفق تنظيم القانون العراقي والمصري وقانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي فضلاً عن القانون

إليه . فهو أولاً يحصل على مقابل مادي نظير الترخيص ، وهو في الوقت ذاته يحقق شهرة وإنتشار أوسع لمنتجاته . وعليه فإننا سنبين في هذا المبحث ماهية هذا العقد وذلك في مطلبين ، الأول لتحديد المقصود بعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، والثاني سنكرسه للخصائص التي يتميز بها عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية .

المطلب الأول

المقصود بعقد الترخيص بإستعمال

العلامة التجارية وأنواعه

يتخذ عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية مفهوماً متميزاً وذلك كونه عقد ينصب على شيء معنوي يرد على عنصر من عناصر المحل التجاري للمشروع . ولغرض تحديد المقصود بعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية سوف نقسم هذا المطلب على مقصدين نتناول في الأول تعريف عقد الترخيص ، ونكرس الثاني لدراسة أنواعه التي يتم تداولها في الحياة التجارية .

المقصد الأول

تعريف عقد الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية

يُشتق مصطلح الترخيص من المصطلح اللاتيني (Licento) ومعناه الحرية ، وهو ينصرف إلى حرية الفعل أو التصرف .

أما المبحث الثالث فسيكون لبث التكييف القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في ثلاث مطالب الأول لتكييفه بأنه حق منفعة ، والثاني بأنه عقد إيجار ، والثالث لبيان رأينا بالموضوع بخصوص الطبيعة الخاصة لهذا العقد .

المبحث الأول

ماهية عقد الترخيص بإستعمال

العلامة التجارية

ينصب عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية على منح الطرف المرخص له الحق بإستعمال العلامة المرخص له بإستعمالها وفقاً لشروط وبنود العقد وبذلك يضحى الأخير صاحب حق شخصي بهذا الإستهلال ، ويحاول الطرف المرخص ومن خلال هذا العقد الإلتشار والزيادة في شهرة علامته التجارية محل الترخيص ، إذ إن العلامة التجارية عنصر أساس في القطاع الإقتصادي بشكل عام ، والتجاري بشكل خاص . كما أن لها دور كبير في عملية تسويق المنتجات والسلع والبضائع المختلفة ، وبما يحقق زيادة في إستهلاكها . إذ يميل المستهلك عادةً إلى إنتقاء البضائع التي تحمل علامات تجارية تمثل بالنسبة إليه جودةً في المنتج .لذلك يميل المنتج إلى الترخيص لغيره بإستعمال العلامة التجارية الخاصة بمنتجه ليحقق فائدة مزدوجة بالنسبة

استغلالها، و كل شخص يحاول الانتفاع بها بدون ترخيص من المالك سيدخل في إطار التعدي و المنافسة غير المشروعة . لذلك ونتيجة لحاجة الطرف المرخص له لهذه الحقوق أو المعرف الفنية فإنه يلجأ إلى الطرف المرخص ليحصل على ترخيص يمكنه من إستعمالها دون معارضة أو منازعة من أحد ، ودون أن يعتبر عمله غير مشروع ، أي من خلال الترخيص يضيفي المرخص له نوعاً من المشروعية على عملية استعماله و انتفاعه بهذه الحقوق.

وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية واحد من عقود الترخيص التجارية التي ترد على العلامات التجارية ، مع اقترانه في الغالب بالمساعدة الفنية . و حسب اطلعا على التشريعات لم نجد تعريفاً لهذا العقد و إنما تركت هذا الأمر للإجتهاد الفقهي . وحسناً فعل المشرع في ذلك ، لان مهمته ليس وضع التعريفات و إنما وضع الأحكام القانونية ، فاقترحت تلك التشريعات إما على مجرد إجازة هذا التصرف أو تنظيم بعض جوانبه القانونية كعقد . فقانون العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقانون رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤ وفي المادة (١٨) أشار إلى مجرد إجازة التصرف بالعلامة التجارية من خلال إبرام عقد ترخيص بإستعمالها (٥) وكذلك الحال

وبعبارة أخرى ينصرف إلى شرعية ذلك التصرف ، إذ بدون الحصول على هذا الترخيص يُعد استعمال الحق محل الترخيص أمراً غير مشروع . لذلك ذهب بعضهم إلى تعريفه بأنه : (حق يعطى من سلطة مختصة ، لمباشرة عمل لا يعتبر مشروعاً دون هذا الترخيص) (١).

وعرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (Wipo) (٢) عقد الترخيص بصورة عامة بأنه : (رضا مالك الحق الخاص (المرخص)، لشخص آخر هو المرخص له ، بأن يؤدي الأخير عملاً معيناً ، و يكون هذا العمل محمياً بحق المرخص الخاص) (٣) . وعرفه آخرون بأنه (اتفاق يتعهد بموجبه شخص طبيعي أو معنوي (المرخص) بأن يجعل من تعاقد معه (المرخص له) ينتفع من حقوق الملكية الصناعية أو المعرفة الفنية (Know HOW) . الموجودة في حوزته ، لمدة محددة ، ولقاء مقابل معين يتعهد الطرف المرخص له بأدائه) (٤).

وهكذا يتضح لنا من ذلك إن عقد الترخيص التجاري يرد على حق أو أكثر من حقوق الملكية الصناعية أو أي ابتكار تكنولوجي مسجل ، فقد يرد على العلامات التجارية أو براءة الاختراع أو المعارف الفنية (Know How) أو الرسوم و النماذج الصناعية و غير ذلك. فهذه الحقوق تمنح صاحبها حقاً احتكارياً و استثنائياً في استعمالها و

استعمال تلك العلامة في منطقة محددة ولمدة معينة وفي مقابل بدل يلتزم به الطرف المرخص له (٧). ويرى آخرون بأن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هو (صورة من صور الإجارة ، محله إستعمال العلامة التجارية) . أو هو (عقد بمقتضاه يخول صاحب العلامة لغيره إستعمالها خلال مدة معينة ، فيضع العلامة على سلع من صنعه في مقابل جر معلوم مع بقاء المرخص محتفظاً بملكية العلامة) (٨) . كما يُعرف بأنه : (عقد مكتوب يجوز بموجبه لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بإستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها على أن لا تزيد مدة الترخيص بهذا الإستعمال عن المدة المقررة لحماية العلامة) (٩).

مما تقدّم أعلاه ، يتضح لنا أن التعريف التي طرحت بصدد عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية تصب في معنى واحد ، ولا يوجد تنوع في الأفكار التي تم طرحها من خلال هذه التعريف وذلك راجع إلى وضوح المعنى المقصود من هذا العقد وهو قيام الطرف المرخص صاحب الحق في العلامة التجارية بمنح الإذن للطرف المرخص له ، في إستعمال هذه العلامة لمدة محددة ، وفي نطاق جغرافي معين ، ولقاء مقابل يتحدد في العقد مقداره وكيفية دفعه .

بالنسبة لقانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ في المادة (٢٦) المعدلة بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩ أما قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ فقد أشار إلى بعض الجوانب القانونية الخاصة بهذا العقد وذلك في المواد (٩٥ - ٩٩) . وكذلك الحال بالنسبة لقانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي رقم ١٨ لسنة ٢٠٠٧ في المواد (٣٠ - ٣٤) . وقانون الملكية الفكرية السوري رقم (٨) لسنة ٢٠٠٧ ، وقانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم ٥٩٧ لسنة ١٩٩٩ في المادة (٧١٤) وبفقرات عدة . إذ تنظم تلك التشريعات عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية دون إيراد تعريف محدد له.

أما على صعيد الفقه فقد عرف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بأنه (عقد يبرمه مالك العلامة التجارية ويرخص فيه لشخص طبيعي أو معنوي أو أكثر بإستعمال علامته على كل أو بعض المنتجات التي تميزها العلامة المرخص بإستعمالها ، وذلك خلال مدة محددة وداخل نطاق جغرافي معين ، ولقاء أجر متفق عليه) (٦) . وعرفه آخرون بأنه (إتفاق ما بين صاحب الحق في العلامة التجارية (المرخص) وشخص آخر (المرخص له) ، يسمح بموجبه الطرف الأول للطرف الثاني

عالمية تتمتع بإستحسان وثقة من قبل جمهور المستهلكين . فيقوم هذا الطرف بمنح الغير الطرف الثاني (المرخص له) والذي يسمى أيضاً بالمنقول إليه أو المتلقي أو المستأجر ترخيصاً أو إنذاراً بإستعمال علامته التجارية . ، فقد يكون شخص طبيعي أو معنوي يرغب في الحصول على ترخيص يسمح له بإستعمال العلامة التجارية المشهورة المملوكة للطرف الأول (المرخص) وكذلك الحق في الحصول على الحقوق المتصلة بهذا الإستعمال كالمساعدة الفنية . وبعد هذا العرض ، يمكن لنا أن نعرف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بأنه : (إتفاق بين مالك العلامة التجارية (المرخص) وشخص طبيعي أو معنوي (المرخص له) بموجبه يأذن المرخص للمرخص له بإستعمال حقه الإستثنائي في إستعمال العلامة التجارية المثبتة على كل أو بعض بضائعه أو خدماته لمدة محددة ، وفي نطاق جغرافي محدد ، ولقاء اجر متفق عليه).

المقصد الثاني

أنواع عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية

لم تحدد التشريعات صوراً معينة يتعين ان يتخذها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، إلا ان الفقه و الواقع العملي طرح ثلاثة أنواع لهذا العقد ، فقد يكون الترخيص

وفي واقع الأمر ، فإن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لا يؤدي إلى نقل ملكية العلامة المرخص بإستعمالها ، ولا يزيل الحقوق المتفرعة من هذه الملكية عن صاحبها ، فيظل الأخير مالكاً لها ويبقى له حق التنازل عنها ونقل ملكيتها في أي وقت يشاء ، بإعتبار أن هذا التصرف لا يتعارض والترخيص بالإستعمال الذي ينصب فقط على حق الإستعمال وهو حق شخصي لا ينتج عنه أي مساس بحق الملكية . كما يكون من حق هذا المالك (المرخص) إستعمال علامته محل الترخيص بنفسه أو من خلال إبرام عقود ترخيص أخرى بهذا الإستعمال طالما أن عقد الترخيص الأول لم يتفق فيه على خلاف ذلك . ويبقى المالك (المرخص) صاحب الحق الوحيد في رفع دعوى التقليد على من يعتدي على هذه العلامة المرخص بإستعمالها ، ما لم يتم الإتفاق على خلاف ذلك (١٠) عليه ، لا يملك المرخص له هذا الحق .

ونود أن نشير هنا إلى أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يُبرم بين طرفين هما المرخص والمرخص له . فبالنسبة للطرف الأول (المرخص) والذي يسمى أيضاً بالمؤجر أو المانح ، فإنه قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً ، من أشخاص القانون العام أو الخاص ، فرداً أو جماعة أو شركة ، يملك علامة تجارية ذات شهرة

علامته التجارية بنفسه أو من منح ترخيص لغيرهم بهذا الاستعمال ، أي إن الطرف المرخص له هو الشخص الوحيد صاحب الحق في استعمالها . وقد يكون الترخيص لأستثنائي محدداً بمنطقة جغرافية معينة ، وهنا يستطيع الطرف المرخص استعمال علامته أو أن يمنح تراخيص لغيره بهذا الاستعمال في المناطق الأخرى الخارجة عن النطاق الأستثنائي^(١٣).

لهذا يُعد الترخيص الأستثنائي (الحصري) من أقوى صور عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، إذ لا يبقى للمالك سوى حق الملكية على تلك العلامة التجارية دون الحق في استعمالها ، لذلك وفي كثير من الأحيان يختلط عقد الترخيص الأستثنائي مع عقد التنازل عن العلامة التجارية ، مالم يتبين من شروط العقد احتفاظ المرخص بالملكية . كأن يذكر في العقد ان المرخص يحتفظ بحقه في إقامة دعوى التقليد أو أن يتم تحديد نطاق الحصري بصورة دقيقة من حيث المدة و نوعية المنتجات وتعيين الاقليم الجغرافي^(١٤).

وعلى الرغم من تجرد المالك في الترخيص الأستثنائي من حقه في استعمال علامته التجارية داخل النطاق الأستثنائي ، إلا ان الفقه يكاد يجمع على ان الطرف المرخص هو من يتولى الحماية الكاملة لما يقع على علامته من اعتداء حتى في داخل الاقليم

بالاستعمال استثنائياً أو غير استثنائي . أو يأخذ هذا الترخيص بالاستعمال شكل الترخيص الإفرادي أو الوحيد ، و سنعرض فيما يأتي كل نوع من هذه الأنواع و على النحو الآتي :-

أولاً : الترخيص الأستثنائي (الحصري)

Exclusive Licence

في هذا النوع من الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتفق مالك العلامة مع المرخص له على ان يقوم الأخير باستعمال العلامة المرخص بها داخل النطاق الجغرافي المبين في العقد دون ان ينافسه احد في هذا الاستعمال ، بحيث يستأثر الطرف المرخص له ، دون سواه ، بهذا الحق^(١١). ولا يجوز للطرف المرخص في الترخيص الأستثنائي أن يمنح ترخيصاً آخر باستعمال العلامة التجارية ذاتها و على المنتجات ذاتها لشخص آخر ، و لا أن يقوم هذا الطرف باستعمال هذه العلامة بنفسه على المنتجات ذاتها و في المنطقة الجغرافية نفسها خلال المدة الزمنية المتفق عليها ، ولذلك سمي هذا النوع من أنواع الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالترخيص أَلحصري^(١٢). إذ ينحصر حق إستعمال العلامة التجارية محل الترخيص في شخص المرخص له دون غيره.

والترخيص أَلاستثنائي قد يكون عاماً ، وبموجبه يُمنع المرخص من استعمال

والأصل في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أن يبقى المرخص حراً في استعمال علامته التي رخص باستعمالها بنفسه أو منح تراخيص أخرى بهذا الاستعمال ، هذا يعني أن الأصل في الترخيص هو أن يكون غير استثنائي (عادي) ما لم يتفق في العقد خلاف ذلك ، فإذا لم يشر الأطراف المتعاقدة لنوع الترخيص فهذا يعني انه ترخيصٌ عادي ، وهذا ما أكدته المحكمة العليا الكندية في السابقة القضائية الهامة^(٢٠).

وتتلخص وقائع هذه القضية بأن شركة (Seiko Time Canada Ltd) ادعت بأنها المرخص لها الوحيد باستعمال العلامة التجارية (Seiko) ووضعتها على الساعات التي تقوم بتوزيعها ، وهذه العلامة التجارية هي علامة يابانية عائدة إلى المصنع الياباني (Hattori) المختص بتصنيع الأجهزة الدقيقة و الساعات ، و استمرت الشركة بإدعائها بأن شركة (Consumers Distributing compny limited) قد خرقت قانون العلامات التجارية عندما قامت بتسويق ساعات تحمل علامة (Seiko) اليابانية في كندا مما أدى إلى حدوث ارتباك في السوق الكندي و إلحاق الضرر بشركة (Seiko Time Canada Ltd)، المرخص لها باستعمال هذه العلامة في كندا ، و أشار قاضي المحكمة العليا الكندية (Estey J) في قراره انه من الصعب القول بان سلوك

الاستثنائي ، ولا ينتقل هذا الحق إلى غيره ، فالطرف المرخص له لا يملك الحق في رفع دعوى التقليد^(١٥).

وغالبا ما يلجأ مالك العلامة التجارية إلى الترخيص الاستثنائي في حالة وجود صعوبات عملية تحول دون تسويق منتجاته أو خدماته بنفسه في بعض الدول خاصة الدول ذات النطاق الجغرافي الواسع^(١٦) ، وكذلك يلجأ المالك إلى هذا الترخيص عندما تكون هنالك مشاكل مالية أو إدارية تحول دون استعماله لعلامته التجارية ، فيرخص باستعمالها بصورة استثنائية كي يحافظ على العلامة من أن تكون مالياً مباحاً للجميع بسبب الترك وعدم الاستعمال.

ثانياً: الترخيص غير الاستثنائي

Non-Exclusive Licence

ويسمى أيضاً بالترخيص العادي^(١٧) وفيه يجوز للطرف المرخص ان يمنح ترخيصاً آخر للعلامة التجارية ذاتها و على المنتجات ذاتها و في نفس المنطقة الجغرافية ، لشخص أو أشخاص آخرين^(١٨) ، ففي الترخيص غير الاستثنائي (العادي) يظل المرخص حراً في ان ينافس المرخص له في الإقليم ذاته الذي يغطيه عقد الترخيص ، و كذلك يكون الطرف المرخص حراً في منح غيره عقود ترخيص أخرى في نفس الإقليم و بذات العلامة التجارية المرخص باستعمالها^(١٩).

وحيداً لا يحق له أن يمنح تراخيص أخرى لغير الطرف المرخص له ، لكنه في الوقت نفسه يحتفظ بحقه في استعمال العلامة التجارية^(٢٣).

مما تقدّم ، يمكن ملاحظة أن الفرق الأساس بين الترخيص الإستثنائي والترخيص الإفرادي يتجسد في ثبوت الحق للمالك العلامة التجارية في الترخيص للإفرادي بإستعمال هذه العلامة بعد الترخيص ، وعدم ثبوت ذلك الحق للمالك في الترخيص الإستثنائي .

ملخص القول ، أن الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يكون على ثلاثة أنواع وفق ما يتم تحديده في العقد المبرم بين مالك العلامة التجارية والمرخص له ، فقد يكون الترخيص إستثنائي للمرخص له أو ترخيص غير إستثنائي ، أو ترخيص وحيد .

المطلب الثاني

خصائص عقد الترخيص بإستعمال

العلامة التجارية

يتميز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بجملة من الخصائص التي ينفرد ببعض منها و يشترك في بعض آخر مع غيره من العقود . فعقد الترخيص من العقود الرضائية التي ترد على منفعة الشيء دون المساس بملكيته، لذلك فهو لا ينقل ملكية العلامة التجارية للطرف المرخص له إنما

شركة (Consumers Distributing) شركة (compny limited) يشكل خرقاً لقانون العلامات التجارية ، سيما و انها قامت ببيع وتوزيع الساعات ذاتها التي يصنعها المصنع الياباني (Hattorie) صاحب الترخيص ، أي أنها قامت بتوزيع ساعات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها الساعات التي توزعها شركة (Seiko Time Canada Ltd) و اما ادعاء الأخيرة بأنها الطرف المخص له الوحيد في كندا بإستعمال العلامة (Seiko) فإنها حجة مردودة لان عقد الترخيص المبرم بين الشركة و شركة (Seiko Time) (Groporation) اليابانية (المرخصة) هو الذي يحدد نوع الترخيص ، وما دام العقد لم يذكر ذلك فان الترخيص يُعد ترخيصاً عادياً ومن ثم يحق للشركة المرخصة أن تمنح ترخيصاً لأي شخص آخر^(٢١).

ثالثاً : الترخيص الإفرادي (الوحيد)

Sole Licence

بموجب هذا النوع من الترخيص يكون للمرخص له دون غيره الحق في استعمال العلامة التجارية المرخص بها ، داخل النطاق الجغرافي المحدد بالعقد . و لكن يبقى للمالك العلامة (الطرف المرخص) الحق في استعمال هذه العلامة بنفسه داخل هذا النطاق الجغرافي ، دون أن يكون له الحق في الترخيص لغيره^(٢٢) . وهذا يعني أن مالك العلامة التجارية المرخص بها ترخيصاً

أولاً:- عقد من العقود الرضائية :-

Consensual Contrat

عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقد رضائي ينعقد بتراضي الطرفين المتعاقدين ، دون أن يتوقف إخراج هذا التراضي على شكل مخصوص يقرره القانون^(٢٥) والأصل في العقود إنها رضائية ، أي تتعقد بمجرد تلاقي الإيجاب و القبول دون الحاجة إلى استيفاء شكل معين لانعقادها ، إلا إن هذه القاعدة أكثر انطباقاً على العقود التجارية منها على العقود المدنية ، بالنظر لمبدأ الحرية المعتمدة في النشاط التجاري و انسجاما مع السرعة المتوخاة فيه ، فضلاً عن ذلك فإن التاجر قادر على حماية نفسه أكثر من غيره التاجر^(٢٦) . بيد ان بعض التشريعات المعاصرة تشترط عادة أن يكون هذا العقد مكتوباً حتى تتمكن من تسجيله و النشر عنه في السجلات المخصصة لذلك ، أي إن اشتراط الكتابة لا يؤثر على طبيعة العقد الرضائي و إنما تكون الكتابة شرطاً ضرورياً لإثباته ونفاذه بحق الغير ، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يكون نافذاً في مواجهة الغير إلا بعد تسجيله والنشر عنه في السجلات المخصصة لذلك^(٢٧) .

وصفة الرضائية ليست من النظام العام فيجوز للأطراف أن يتفقوا على أن العقد لا ينعقد إلا في شكل معين ، ككتوبينه في سند

يُنشئ له حقاً شخصياً عليها ، فضلاً عن ذلك فهو من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي إذ يلعب هذا الاعتبار دوراً مهماً في إبرامه و تنفيذه ، فضلاً عن كونه من العقود المستمرة حيث يفتقر تحقق المنفعة المقصودة منه بعنصر الزمن .

ويتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه عقداً مستنداً على مشروع تجاري ، بخاصيتين مهمتين تشكلان جوهر هذا العقد ، هما الرقابة و الإشراف المالي و الإداري و القانوني للمشروع المرخص له عن المشروع المرخص .

لذلك فأنا سنسلط الضوء على خصائص هذا العقد في مقصدين ، الأول سنعده لخصائصه كونه عقداً ، و الثاني لخصائصه كونه عقداً مستنداً على مشروع تجاري و كالآتي :-

المقصد الأول

الخصائص العامة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بخصائص عدة^(٢٤) ، أهمها انه من العقود الرضائية ومن عقود الاعتبار الشخصي ومن العقود المستمرة التنفيذ و التي يكون الزمن عنصراً جوهرياً فيها ، و سنتناول كل من هذه الخصائص في هذا المقصد وكالآتي :-

ويترتب على كون عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من عقود الاعتبار الشخصي نتيجتان مهمتان هما :-

الأولى :- لا يجوز للمرخص له ان يتنازل عن عقد الترخيص لغيره أو أن يمنح هذا الغير ترخيصاً من الباطن ، مالم يتم الاتفاق على خلاف ذلك صراحة في العقد (٣٢) .

بمعنى إن الطابع الشخصي لعقد الترخيص و ان كان من طبيعة هذا العقد إلا انه ليس من مستلزماته ، فيجوز الاتفاق على منح المرخص له حق التنازل عن الترخيص أو أن يكون له سلطة منح ترخيص من الباطن (٣٣).

والنتيجة الثانية :- إن وفاة المرخص له أو إفلاسه سيؤدي إلى انقضاء عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك ، هذا يعني ان عقد الترخيص لاينتقل إلى الورثة إلا إذا وافق المرخص صراحة على هذا الانتقال (٣٤).

ثالثاً:- عقد من العقود المستمرة التنفيذ

Contrat succesif

العقد المستمر هو الذي يكون الزمن عنصراً جوهرياً فيه ، ويراد لذاته ، وبه يتحدد المعقود عليه ، وذلك لان الغاية التي يراد الوصول إليها عن طريق العقد لا يمكن أن تتحقق إلا بالزمن (٣٥).

وعليه فإن الزمن في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يُعدُّ عنصراً

رسمي أو عادي ، وفي هذه الحالة لا يكفي لإنعقاد هذا العقد مجرد إتفاق الطرفين وإنما يجب إستيفاء الشكل الذي تم الإتفاق عليه (٢٨) .

يتضح لنا من ذلك أن التشريع والفقهاء ، وحسب الأصل يذهبان إلى أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية عقد رضائي ، وأما شروط الكتابة والتسجيل والإعلان فهي لإثبات هذا العقد ونفاذه في حق الغير.

ثانياً:- عقد من عقود الإعتبار الشخصي (

Intitu personae (٢٩)

يلعب الإعتبار الشخصي في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية دوراً مهماً في إبرامه ، فلا يتم إبرام مثل هذا العقد إعتباطاً بل يجب التوقف أمام المميزات الشخصية للمتعاقد ، وعماً إذا كان يحوز على الخصائص والصفات المطلوبة لتنفيذ العقد (٣٠) .

فشخصية الطرف المرخص له محل إعتبار في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، إذ يجب أن يكون متمتعاً بالثقة المالية والكفاءة الفنية والتجارية التي تضمن للطرف المرخص له قدرته على الوفاء بإلتزاماته وإنتاج بضائع أو تقديم خدمات ذات جودة عالية ومن ثم عدم الإساءة إلى سمعة المرخص التجارية (٣١).

وتوسيع دائرة نشاطاتها من خلال السمعة التجارية الجيدة التي تتمتع بها العلامة محل عقد الترخيص ، وتتميز هذه العلاقة التعاقدية بين المشروع المرخص والمشروع المرخص له بخاصيتين مهمتين ، فضلاً عن كونهما من الركائز الأساسية التي يقوم عليها عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، هما الرقابة والإشراف التي يباشرها المشروع المرخص على المرخص له ليضمن قيام الأخير بتنفيذ إلتزاماته بما لا يسيء لسمعته التجارية. وكذلك الإستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمرخص له ، فالطرف المرخص له ليس مشروعاً تابعاً للمشروع المرخص وإنما هو مشروع قائم بذاته .

وستتناول هاتين الخاصيتين في هذا

المقصد وكالاتي :-

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

إن جوهر عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هو عنصر السيطرة والرقابة التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له ، وهدف هذه السيطرة والرقابة هو تحقيق وتوفير شكل موحد وثابت لشبكة الترخيص ، وكذلك ضمان جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة للجمهور وكفاءتها ، والتي يسعى

جوهرياً فيه لا عنصراً عرضياً يحدد أجل تنفيذه فحسب ، لان 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 (٣٦) ، وبعبارة أخرى فإن الزمن في عقد الترخيص هو المقياس لتحديد التزامات وحقوق أطرافه (٣٧) .

ومن هنا ، فلا يمكن تصور انعقاد عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بدون عنصر الزمن لان مقدار الأداء المتفق عليه لا يمكن قياسه كمياً إلا بحسب المدة التي يجري تنفيذه خلالها (٣٨) ، ويترتب على ذلك إن فسخ عقد الترخيص هذا لا يكون له أثر رجعي لان الزمن فيه عنصرٌ جوهري ومن ثم فإن ما مضى منه لا يمكن رده ، فيقتصر اثر الفسخ على المستقبل فقط (٣٩) .

المقصد الثاني

خصائص عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية باعتباره عقداً قائماً على مشروع تجاري

يبرم عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بين مشروعين تجاريين هما المشروع المرخص والمرخص له. وفي الغالب، يكون المشروع المرخص شركة تجارية عملاقة مالكة لعلامة تجارية مشهورة تكون محل ثقة جمهور المستهلكين ، والمشروع المرخص له شركة جديدة ترغب بزيادة وتحسين منتجاتها

الطرف الأخير سيكون قادراً على الإساءة لسمعة الطرف المرخص من خلال وضع العلامة المرخص له بإستعمالها على بضاعة رديئة ، لذلك يجب إحاطة الطرف المرخص بالضمانات الكافية التي تضمن له عدم حصول ذلك ، من خلال الرقابة والإشراف التي يمارسها على أعمال المرخص له (٤٢).

إن الهدف الأساس من وراء الرقابة والإشراف هو حماية المرخص من خلال ضمان عدم الإساءة لسمعته التجارية ، وجمهور المستهلكين على حدٍ سواء ، وهذا ما أكدّه القضاء الأمريكي في قضية (Coca_cola`_Bennett) ، عندما أشارت المحكمة إلى أن إعطاء الحق للطرف المرخص في التفتيش والإشراف على جميع مراحل التعبئة لمراقبة جودة المنتج ، من شأنه عدم وقوع الجمهور في الغش والخداع الذي قد يمارسه المرخص له (٤٣).

وهكذا يمكن القول إن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ليس من شأنه خداع الجمهور أو تضليله ما دام المرخص يمارس الرقابة والإشراف على أعمال المرخص له ، لأن المستهلك سيحصل على سلع على الرغم من كونها مصنوعة من قبل المرخص له ، إلا أنها تتوفر فيها الصفات والخصائص التي تدل عليها العلامة التجارية محل الترخيص، فالمستهلك لا يعنيه مصدر

المرخص لتحقيقها . لكون هذه الجودة والكفاءة مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بعلامته وسمعته التجارية من خلال ظهور شبكة الترخيص لجمهور المستهلكين وكأنها كيان قانوني واحد ، أي أن هؤلاء يظنون أنهم يتعاملون مع الطرف المرخص ، حيث يستدل هؤلاء المستهلكون بالعلامة التجارية على مصدر المنتجات ومقدار جودتها وهو ما يسعى إليه كل من المرخص والمرخص لهم لكي يجعلوا هذا الإنطباع موجوداً دائماً عند الجمهور (٤٠) ، لذلك بات من الطبيعي في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية أن يقوم المرخص بمراقبة أعمال المرخص له لمعرفة مدى إلتزامه بالطرق والأساليب المتفق على إستعمالها في عملية التصنيع والتوزيع ، فيحق للطرف المرخص أن يراقب الكيفية التي يتم من خلالها إستعمال 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 (٤١) .

فعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يضيف مركزاً تنافسياً قوياً للطرف المرخص له من خلال منحه الحق في إستعمال هذه العلامة التجارية ووضعها على المنتجات والخدمات المقدمة من قبله ، وبالتالي فإن

وإداري وقانوني ، فالمرخص له يمتلك ذمة مالية منفصلة عن الذمة المالية للطرف المرخص ، وكذلك يتمتع بهيكلية إدارية خاصة به ، وكل ما في الأمر ، أن المرخص يمكن المرخص له من إستخدام علامته التجارية لمدة معينة من الزمن (٤٥).

فمن الناحية المالية يمتلك المرخص لذمة مالية مستقلة عن الذمة المالية للمشروع المرخص ، مما يجعله يتحمل كل تكاليف الإستثمار في مشروعه ، ابتداءً من تكاليف تأسيس هذا المشروع وتعيين الكوادر العاملة فيه ، وإنهاءً بالأقساط التي يجب دفعها للمرخص كمقابل للترخيص بإستعمال علامته التجارية (٤٦) ، وكنيجة لهذا الإستقلال فإن المخاطر التي قد تعترض المشروع المرخص له ، يتحملها الأخير دون أن تتعدى آثارها الى المشروع المرخص (٤٧).

ويمنح هذا الإستقلال المرخص له الحرية الواسعة في تنظيم نشاطه والإستعانة بمن يشاء من العمال والمستخدمين وتحديد ساعات العمل ، ويتحمل وحده المصروفات اللازمة لإدارة نشاطه ، وله أن يزول أي نشاط تجاري لحسابه الخاص بشرط أن لا يتعارض

مع عقد الترخيص ، ويترتب على ذلك أن المرخص له يكتسب الصفة التجارية ما دام يتمتع بالإستقلال في عمله (٤٨).

المنتجات بقدر ما يعول على درجة جودتها ، وهذا لا يتحقق إلا بتوافر قدر من الرقابة التي يمارسها المرخص على المرخص له (٤٤).

يتضح لنا مما تقدم أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لا يمكن تصوره خالياً من الرقابة والإشراف ، لما لها من أهمية بالغة في طمأنة المرخص وجمهور المستهلكين بأن البضائع أو الخدمات التي يقدمها المرخص له والتي تحمل علامة المرخص التجارية تتمتع بدرجة الجودة ذاتها التي تحملها البضائع أو الخدمات التي يقدمها المرخص ، وبذلك تتوفر الحماية اللازمة للطرف الأخير وجمهور المستهلكين على حدٍ سواء ، سيما وأن غالبية المستهلكين لا يمتلكون القدرة على التمييز بين البضائع التي ينتجها المرخص عن تلك التي ينتجها المرخص له ، فتظهر البضاعة وكأنها صادرة من منشأ واحد ، فكل أثر سيء تتركه منتجات الطرف المرخص له سينعكس سلباً على السمعة التجارية للطرف المرخص والعكس صحيح .

ثانياً : الإستقلال المالي والإداري والقانوني بين المشروع المرخص والمشروع المرخص له .

على الرغم من الرقابة والإشراف التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له إلا أن الأخير يبقى متمتعاً بإستقلال مالي

المبحث الثاني

تميز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية عما يشته به من أوضاع قانونية

يتميز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية عن بعض التصرفات القانونية التي قد يشته بها ، وهذه التصرفات قد تأخذ شكل العقود التجارية الدولية ، أو تكون مجرد تصرفات واردة على العلامة التجارية ، لذلك سنقسم دراستنا في هذا المبحث على مطلبين ، الأول لتميز عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية عن بعض العقود التجارية الدولية ، والثاني سنخصه لتمييزه عن بعض التصرفات الواردة على العلامة التجارية بحد ذاتها.

المطلب الأول

تمييزه عن بعض العقود التجارية الدولية

يشترك عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في بعض جوانبه القانونية مع بعض العقود التجارية الدولية ، والذي قد يؤدي إلى حصول اللبس بينه وبين هذه العقود ، وأهمها عقود نقل التكنولوجيا وعقد الإمتياز التجاري (الفرشايز) ، ولغرض تسليط الضوء على هذا الموضوع سنقسم هذا المطلب على مقصدين ، الأول لتمييزه عن عقود نقل

ويتوجب على المرخص له أن يعلن إستقلاله عن المرخص ، فيلتزم بإعلام الغير كالمستهلكين والممولين والضامنين والمصارف وسواهم ، لينفي حالات اللبس التي قد تصيهم ويعتقدون أن المشروع المرخص والمرخص له شخص واحد، وبالتالي، فالمرخص له يجب أن يعلن عن هذا الإستقلال ولا يجوز له أن يقدم نفسه كتابع للمشروع المرخص أو وكيل عنه أو مستخدم عنده وهذا ما أكده القرار الوزاري الصادر في فرنسا بتاريخ ٢١ / شباط / ١٩٩١ ، بضرورة قيام المرخص له بإعلام المستهلك عن طبيعة مشروعه المستقل وبصورة واضحة ومقروءة في جميع مستنداته (٤٩) .

بناءً على ما تقدّم ، يبدو لنا جلياً أن المرخص له في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يتمتع بإستقلال مالي وإداري وقانوني عن المرخص ، على الرغم من الرقابة والإشراف التي يمارسها الأخير على أعمال المرخص له ، فالرقابة والإشراف وإن كانت تحد من إستقلال المرخص له إلا أنها لا يمكن أن تنفيه .

وبين 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 (٥٣) .

وجوهر عقود نقل التكنولوجيا هو ليس العناصر المادية التي قد تشملها هذه العقود ، بل هو العنصر المعنوي الذي يتمثل بحقوق الإختراع والمعارف الفنية (Know How) وغيرها (٥٤) . وفي الواقع تجسد المعارف الفنية (Know How) المحل الرئيس لهذه العقود .

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 Know) و (الخبرة How) (٥٥) .

يتبين مما تقدّم ، أن هنالك أوجه شبه وإختلاف بين عقود نقل التكنولوجيا وبين عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، فأوجه

التكنولوجيا ، والثاني لتمييزه عن عقد الإمتياز التجاري (الفرنشايز) وكالاتي :

المقصد الأول

تمييزه عن عقود نقل التكنولوجيا (٥٥)

تتنوع صور العقود التي تهدف إلى نقل التكنولوجيا ، لأنه لا يوجد عقد بذاته يمكن أن يطلق عليه وحده عقد نقل التكنولوجيا ، وإنما يُعدّ كل عقد يغطي عمليات معينة ، ويتضمن إلتزامات تؤدي إلى نقل التكنولوجيا ، وهذا ما إتفق عليه غالبية الكتاب والفقه المقارن (٥٦) .

ويراد بنقل التكنولوجيا ، كل إتفاق مكتوب يتعهد بموجبه مورد التكنولوجيا بأن ينقل ، بمقابل، إلى مستورد التكنولوجيا خلال مدة معينة ، معلومات فنية جديدة أو غير مستعملة من قبل مشاريع محلية أخرى لاستعمالها في طريقة فنية خاصة لإنتاج سلعة معينة أو تطويرها أو تركيب أو تشغيل الآلات والأجهزة أو لتقديم الخدمات . ولا يعد نقلاً للتكنولوجيا مجرد بيع أو شراء أو تأجير أو إستئجار السلع ، ولا بيع العلامات والأسماء التجارية أو الترخيص بإستعمالها إلا إذا ورد ذلك كجزء من عقود نقل التكنولوجيا ، أو كان مرتبطاً بها (٥٧) .

ويجب التمييز بين نوعين مختلفين لعقود نقل التكنولوجيا ، الأول : النقل الداخلي للتكنولوجيا والذي يتم داخل المشروع الواحد ، كالنقل داخل المشروع متعدد القوميات ،

الإختراع والنماذج الصناعية والعلامات التجارية ، وقد تنصب هذه العقود أيضاً على توريد وتشغيل الأجهزة والآلات اللازمة للإنتاج ، وكما هو الحال في عقود تسليم المفتاح (٦٢) .

وهذا الإختلاف في المحل الذي ينصب عليه العقد ، يستتبع إختلافاً في الآثار المترتبة على كل عقد منهما ، فعلى الرغم من ، إشتراكهما في إلتزامات الطرف المورد أو المرخص ، إلا أنهما يختلفان في مضمون هذه الإلتزامات (٦٣) ، كذلك يختلفان في إنعقاد كل منهما ، فبينما ينعقد عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بالتراضي بين طرفيه ، تتطلب عقود نقل التكنولوجيا إضافة لذلك إستيفاء شكلية معينة تتمثل بالكتابة ، والتي يترتب على إنعدامها بطلان العقد (٦٤) .

فضلاً عن ذلك ، يختلف كلا العقدين في الغاية أو الهدف المراد تحقيقه منهما ، فبينما تهدف عقود نقل التكنولوجيا إلى قطع مسافة التخلف التكنولوجي والصناعي من خلال إستيعاب ما وصلت إليه التكنولوجيا في الدول المتقدمة ، ليرتبب على ذلك حتماً إزدياد التطور الإقتصادي وإزدياد الدخل القومي وإرتفاع مستوى المعيشة لدى الدول النامية المستوردة للتكنولوجيا (٦٥) ، فإن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يهدف إلى زيادة الثقة في جودة البضائع

الشبه تتمثل بأن كلا العقدين يردان على أموال منقولة معنوية (٥٦) ، وإن كلاً من عقود نقل التكنولوجيا وعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هما من عقود الإعتبار الشخصي (٥٧) ، وهما أيضاً من العقود المستمرة التنفيذ والتي يلعب الزمن دوراً مهماً في تنفيذها (٥٨) . وكلاهما يردان على منفعة الشيء لا على ملكيته ، فعقود نقل التكنولوجيا لا تؤدي إلى نقل ملكية التكنولوجيا إلى المتلقي وإنما تمكنه من الإنتفاع بها (٥٩) ، ويشتركان في الرقابة والإشراف التي يمارسها الطرف المورد أو المرخص على الطرف المتلقي أو المرخص له (٦٠) ، فضلاً عن ذلك ، فإن كلا العقدين يتم إبرامهما بين شركات أو مشروعات مستقلة مالياً وإدارياً وقانونياً (٦١) .

وعلى الرغم من أوجه الشبه فيما بين العقدين ، إلا إن هنالك بعض المسائل الجوهرية التي يختلفان فيها ، فبينما ينصب عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية على العلامات التجارية فقط دون غيرها من عناصر الملكية الفكرية ، تنصب عقود نقل التكنولوجيا على نقل معلومات فنية لإستعمالها في إنتاج السلع أو في تطبيق طريقة فنية في الإنتاج أو في تقديم الخدمات ، فعقود نقل التكنولوجيا تتضمن الترخيص بإستغلال حقوق المعرفة الفنية (Know How) فضلاً عن حقوق الملكية الصناعية كبراءات

المقصد الثاني

تميزه عن عقد الإمتياز التجاري (الفرنشايز) الفرنشايز أو (الإمتياز التجاري) ،مصطلح ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية ، منذ مدة لا تزيد عن الربع قرن وانتشر منها إلى العالم ، وهو يعني إقدام شخص أو مؤسسة على تطوير نشاطها التجاري أو الصناعي وإطلاقه بشكل مزدهر ، بشرط أن تتبع وسائل وطرق سرية جديدة وعلامات تجارية تكون الباعث في تقدم هذا النشاط ، ومن أبرز الأمثلة على الإمتياز التجاري : سلسلة مطاعم الماكدونالدز ، والبيترهت ، والهوليداي إن وغيرها (٦٨) .

عُرّف الإمتياز التجاري أو الفرنشايز بأنه (علاقة عقديّة بين طرفين يتضمن حق أحدهما وهو المتلقي ، بإستعمال مجموعة من حقوق الملكية الصناعية والتجارية والمعرفة الفنية ، والتي توصل إليها المانح وأثبتت نجاحها في مشروعه ، وإستغلال كل ذلك في إنتاج أو توزيع السلع أو تقديم الخدمات ، في مقابل أجر يتفق عليه الطرفان مع تعهدهما بالتعاون المستمر فيما بينهما للحفاظ على مستوى الجودة العام لنشاطهما) (٦٩) .

يستند عقد الإمتياز (الفرنشايز) بشكل أساس على مقومات غير مادية تدخل في إطار الملكية الفكرية أو في إطار الأسرار الواجب حمايتها المعرفة الفنية كونها تشكل

والخدمات التي يقدمها المرخص له من خلال وضعه للعلامة التجارية المملوكة للمرخص والتي رخص له بإستعمالها على بضائع أو خدمات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها منتجات المرخص (٦٦) .

ينضح لنا من ذلك أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لا يمكن جعله عقداً من عقود نقل التكنولوجيا للخصوصية التي تتميز بها هذه العقود من حيث المحل الذي ترد عليه ومضمون الإلتزامات التي تترتب على عاتق أطرافها ، فضلاً عن كونها عقوداً شكلية مركبة من أكثر من عقد واحد. ولذلك نستحسن موقف المشرع المصري في قانون التجارة رقم ١٧ / لسنة ١٩٩٩ عندما أشار في المادة (٧٣) منه إلى عدم جعل عقود الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من قبيل عقود نقل التكنولوجيا ، إلا إذا كان عقد الترخيص جزء من عملية نقل التكنولوجيا ، والهدف من ذلك على رأي بعض الفقهاء (٦٧) منع أي تحايل على أحكام القانون ، من خلال إدراج الشروط التقييدية المحرمة في عقود نقل التكنولوجيا ، في عقود الترخيص بإستعمال العلامة التجارية .

التصنيع يغطي طريقة البيع وخطط التوزيع والتسويق ، وبإختصار فإن عقد الإمتياز يتضمن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية فضلاً عن أمور أخرى مهمة كالمعرفة الفنية (Know How) (٧٣) .

وعليه ، لا يمكن القول ، بأي حال من الأحوال ، إن عقد الإمتياز التجاري هو عقد ترخيص تجاري ، لأن ذلك سيؤدي إلى اللبس والخلط مع عقود أخرى ، وهي عقود الترخيص البسيطة سواء أكانت ترخيصاً بإستعمال العلامة التجارية أم ترخيصاً بالمعرفة الفنية ، على الرغم من إن عقد الإمتياز التجاري (الفرشايز) يتكون من عقود الترخيص البسيطة هذه مجتمعة ، بيد أن أخذ كل عقد منها بصورة مستقلة لا يشكل في النهاية عقد إمتياز تجاري .

وهكذا نخلص أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لا يمكن إعتبره عقد إمتياز تجاري (الفرشايز) لأن الأخير يتضمن فضلاً عن الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، تراخيص بإستعمال حقوق أخرى من حقوق الملكية الفكرية،بالإضافة الى استعمال المعرفة الفنية (Know How) والتي تشكل العمود الفقري لعقد الإمتياز التجاري ، خلافاً لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية الذي لا يتضمن مثل هذه المعرفة .

العصب الرئيس لهذا النشاط (٧٠) . وعليه يمكن القول أن عقد الإمتياز التجاري يرتكز على: مجموعتين من العناصر :-

الأولى :- هي حقوق الملكية الصناعية والتجارية العلامات التجارية والاسم التجاري والرسوم والنماذج الصناعية ، وهذه الحقوق مملوكة للمانح إلا أنه يعطي المتلقي الحق في إستعمالها شريطة أن تكون العلامة التجارية من بينها ، لأنها تشكل عنصراً جوهرياً في عقد الإمتياز التجاري (٧١) .

الثانية :- المعرفة الفنية ، وهي تتمثل بالأساليب والطرق والوسائل الناتجة عن خبرة وتجربة صاحب الإمتياز ، والتي كانت سبباً في نجاحه وإزدهاره ، وهي سرية وجوهرية ومحددة (٧٢) يتضح لنا

من ذلك ، أن هنالك بعض أوجه التقارب بين عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وعقد الإمتياز ، إلا أن عقد الإمتياز التجاري (الفرشايز) يكون أكثر تعقيداً من عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من جهة مشتملاته ، فهو يتضمن منح الترخيص بإستعمال العلامة التجارية مع منح التراخيص بإستعمال حقوق أخرى من حقوق الملكية الفكرية ، هذا يعني أن الترخيص في عقد الإمتياز التجاري يمتد ليشمل الاسم التجاري والنماذج الصناعية والمعرفة الفنية وغير ذلك ، فعقد الإمتياز فضلاً عن طرق

المطلب الثاني

تمييزه عن بعض التصرفات الواردة

على العلامة التجارية

لما كانت العلامة التجارية تمثل قيمة مالية في الجانب الإيجابي من ذمة مالكيها فإن الأخير له الحق بإستعمالها بنفسه أو إستغلالها من خلال الترخيص لغيره بهذا الإستعمال . وله الحق أيضاً بالإستفادة من قيمتها المالية من خلال التنازل عن ملكيتها لغيره أو تقديمها حصة في شركة معينة. فضلاً عن ذلك يجوز له رهنها والإقتراض بضمانها هذا من جانب ، ومن جانب آخر تدخل العلامة التجارية في الضمان العام لدائني صاحبها ، فيجوز لهم أن يحجزوا عليها ليستوفوا حقوقهم من ثمنها .هذا ولا بد من الإشارة الى ان قيمة العلامة تأتي من استغلالها واقترانها بمنتج معين .وتلك القيمة تتناسب طردياً مع درجة الثقة التي يوليها المستهلك للمنتج او الخدمة التي تميزها تلك العلامة التجارية.حتى أن العلامة التجارية قد تكون لوحدتها محلاً للبيع والشراء وكافة أنواع التصرفات الأخرى.

نخلص مما تقدّم أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية الذي يبرمه المالك ، هو ليس التصرف الوحيد الذي يردُّ على هذه العلامة ، بل هنالك تصرفات أخرى ممكن أن تكون العلامة التجارية محلاً لها ،

وهذه التصرفات هي التنازل عن ملكيتها لغيره،بعوض ،عن طريق البيع ،او بدون عوض،عن طريق الهبة. أو رهنها لغيره ،أوالإقتراض بضمانها أو الحجز عليها من قبل دائني مالكيها .ولتفادي حصول أي خلط بين هذه التصرفات وعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، سنسلط الضوء في هذا المطلب على تمييزه عن هذه التصرفات ، وذلك في ثلاثة مقاصد :-

الأول ، لتمييز الترخيص بأستعمال العلامة التجارية عن التنازل عنها ، والثاني لتمييزه عن رهن العلامة التجارية والأخير سيكون لتمييزه عن حجز العلامة التجارية وكالاتي :-

المقصد الأول

تمييزه عن التنازل عن العلامة التجارية

التنازل عن العلامة التجارية هو (عقد بموجبه يتنازل مالك العلامة التجارية عن حقوق ملكيته المعترف له بها على تلك العلامة) (٧٤) . بمعنى نقل ملكيتها إلى لغيره ، سواء تم هذا التنازل بعوض أم بدون عوض ، فإن كان بدون عوض ، فإننا سنكون أمام هيئةٍ للعلامة التجارية يجب أن نتبع فيها أحكام الهيئة الواردة في القوانين المدنية (٧٥).ولكن في الغالب يكون التنازل عن العلامة التجارية بعوض ، ويُعد في هذه الحالة بيعاً لهذه العلامة التجارية ويخضع للقواعد العامة في عقد البيع (٧٦) .

بالعلامة التجارية بمعزل عن المحل التجاري (٧٩) . فضلاً عن ذلك ، فإن التنازل عن العلامة التجارية قد يتم من خلال تقديمها كحصة عينية في شركة ، فإذا كان تقديم العلامة على سبيل التملك ، سرت على هذا التنازل أحكام عقد البيع ، وتصبح العلامة التجارية ملكاً لهذه الشركة ، ولا يتم إرجاعها للمالك بعد إنتهاء هذه الشركة أو الحكم ببطولانها إلا إذا إتفق صراحة على ذلك. أما إذا قدمت على سبيل الإنقاع فقط ، وليس على سبيل التملك فتسري أحكام الترخيص بالإستعمال ، أي يصبح للشركة حق إستعمال هذه العلامة التجارية مع إحتفاظ المالك بملكيتها (٨٠) .

والتنازل عن العلامة التجارية - بصورة سالفة - الذكر كافة ينعقد صحيحاً بتراضي أطرافه دون الحاجة إلى إستيفاء شكلية معينة. إلا أنه لا يكون نافذاً في مواجهة الغير إلا بعد تسجيل هذا التنازل في السجل المخصص لذلك بعد ذكر أسم المالك الجديد وسبب نقل الملكية ، والإعلان عنه في جريدة العلامات التجارية (٨١) ، هذا ولم يشترط المشرع العراقي وفي قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل ، التسجيل و الإعلان لنفاذ التصرفات الواردة على العلامات التجارية بحق الغير ، وذلك بعد أن أشار في الفقرة (٢) من المادة (١٨) إلى انه : (لا يشترط

وقد حصل تطوُّر ملحوظ في التشريعات المقارنة بخصوص موضوع التنازل عن العلامة التجارية حيث أجازت هذه التشريعات ومنها قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي المعدل (٧٧) التنازل عن العلامة التجارية سواء أكان هذا التنازل قد حصل مع المحل التجاري أم مشروع الإستغلال أم بمعزل عنهما ، بعد أن كانت هذه التشريعات لا تجيز مثل هذا التصرف إلا مع المحل التجاري أو مشروع الإستغلال ، كون العلامة التجارية تابعة لهما ، معللة ذلك بحماية الجمهور من التضليل واللبس ، إذ لو جاز التصرف في العلامة التجارية وحدها منفصلة عن المحل أو مشروع الإستغلال وأُستخدمت في تمييز منتجات محل أو مشروع تجاري آخر ، قد يستمر الجمهور في إعتقاده بأن المنتجات التي تحمل هذه العلامة هي نفس منتجات المحل أو مشروع الإستغلال الأول (المتنازل) (٧٨) .

وقد يحصل التنازل عن العلامة التجارية من خلال قيام المالك بشطب علامته بحيث تصبح مالاً مباحاً للجميع ، وذلك بالإتفاق مع المتنازل إليه ، حيث يقوم الأخير وعلى الفور بطلب تسجيلها بإسمه ، وهو ما يطلق عليه ب(التصرف بالعلامة التجارية على بياض) ، وكان يتم اللجوء إليه في السابق عندما كانت التشريعات تمنع التصرف

أو بيع أو توزيع المنتجات التي تحمل هذه العلامة ، فضلاً عن ذلك ، يكون له الحق بالتنازل عن ملكيتها مرة ثانية ، أو ان يقرر حق رهن عليها أو يمنح لغيره ترخيصاً باستعمالها ، كما يصبح صاحب الحق الوحيد في مقاضاة الغير بسبب التعدي على هذه العلامة ، ما لم يتفق على خلاف ذلك^(٨٤).

يتضح مما تقدم ، إن التنازل عن العلامة التجارية يبدو قريباً جداً من عقد الترخيص باستعمال العلامة في بعض الجوانب القانونية ، سيما في حالة الترخيص الاستثنائي ، إذ يتجرد المالك من حقه في استعمال علامته التجارية داخل الإقليم الاستثنائي ، وهذا الأمر سيثير اللبس لدى الغير إذ يجعلهم يعتقدون بأن الطرف المرخص ربما يكون قد تنازل عن علامته التجارية للطرف المرخص له ، ومعيار تمييز التصرف كونه تنازلاً عن العلامة أو مجرد ترخيص لغيره باستعمالها ، هو الآثار القانونية المترتبة على العقد و ليس اللغة المستخدمة في صياغة العقد^(٨٥).

وأياً كان الأمر ، وعلى الرغم من أوجه الشبه بين عقد التنازل عن العلامة التجارية و عقد الترخيص باستعمالها ، إلا انه هنالك مجموعة من الفروق الجوهرية في مابين هذين العقدين وهي :

لإثبات قانونية العلامة أو للتمسك بالحق فيها تجاه الغير قيد التحويل أو الترخيص باستعمال العلامة للمحول له أو المرخص له (، وقد تأكد موقف المشرع العراقي هذا عندما علق العمل بالمادة (١٩) من القانون نفسه و التي كانت تشترط التسجيل و الإعلان لنفاذ التصرف بالعلامة التجارية بحق الغير ، وهذا اتجاه غير سليم لأنه يؤدي إلى التضليل و اللبس لدى جمهور المستهلكين ، فضلاً عن الإضرار بحقوق الغير الذين يكون لهم حقوق على هذه العلامة التجارية ، وذلك لعدم علمهم بالتصرفات الواردة عليها .وقد منع قانون الملكية الفكرية الفرنسي تحديد الحدود الجغرافية لاستعمال العلامة المتنازل عن ملكيتها^(٨٢)، لان مثل هذا الشرط يعد تعسفاً في استعمال الحق من وجهة نظر القضاء الفرنسي^(٨٣).

ويترتب على التنازل عن العلامة التجارية بكافة صوره السابقة ، نقل ملكية هذه العلامة من الطرف المتنازل إلى الطرف المتنازل إليه ، فيكون للأخير حقٌ عيني قابلاً للاحتجاج به على الكافة ، وهو حق ملكية العلامة التجارية محل التنازل ، و الذي يمكنه من احتكار استعمالها دون غيره في تمييز المنتجات و السلع المقرر وضعها عليها ، وكذلك يحق له منع غيره بمن فيهم الطرف المتنازل ذاته من استيراد أو استعمال

اعتداء على العلامة التجارية ، خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يبقى فيه الطرف المرخص صاحب الحق الوحيد في إقامة مثل هذه الدعاوى ، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك^(٨٨).

المقصد الثاني

تمييزه عن رهن العلامة التجارية

قد يلجأ التاجر ونتيجة لاعتبارات الائتمان التجاري إلى رهن علامته التجارية للاقتراض بضمانها ، سواء تم ذلك الرهن مع المحل التجاري أو بصورة مستقلة عنه ، فالجهة مانحة القرض أو الضمان تسعى جاهدة إلى ضمان سداد التاجر لهذا القرض ، وفي سبيل ضمان مستحقاتها تسعى للحصول على ضمانات تؤمن لها هذا السداد ، ومن هذه الضمانات إيقاع الرهن على العلامة التجارية المملوكة للراهن ، سيما و إن معظم التشريعات المقارنة ومنها التشريع العراقي قد أجازت التصرف الذي تكون العلامة التجارية محلاً له^(٨٩).

وحسب تقديرنا ، لا يوجد تنظيم تشريعي خاص برهن العلامات التجارية ، لكون الأخيرة عنصراً معنوياً مهماً من عناصر المحل التجاري ، وإن بعض التشريعات المقارنة قد أفردت تنظيماتاً تشريعية خاصة برهن المحل التجاري^(٩٠). ويُعد رهن المحل التجاري رهنًا ذا طبيعة خاصة ، إذ لا يمكن خضوعه لبعض القواعد العامة المنظمة

١. ان التنازل عن العلامة التجارية يخول الطرف المتنازل إليه حق الملكية ، ومعنى ذلك إن الطرف المتنازل إليه يكون له حقاً على العلامة التجارية محل التنازل ، فيستطيع بمقتضاه التصرف بهذه العلامة بالبيع أو بالهبة ، كما يمكن له أن يمنح الغير ترخيصاً باستعمالها ، خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، الذي لا يخول الطرف المرخص له إلا حق الاستعمال فقط ، وبالتالي فلا يستطيع أن يتصرف بهذه العلامة ، لأنه لا يكون إلا صاحب حق شخصي على هذه العلامة و الذي يخوله حق استعمالها شخصياً^(٨٦).

٢. لما كان الطرف المتنازل إليه صاحب حق عيني على العلامة التجارية ، فإنه يستطيع ان يتصرف بحقه هذا بكافة أنواع التصرفات ، كما يكون هذا الحق قابلاً للانتقال لغيره عن طريق الميراث أو الوصية ، خلافاً لحق الطرف المرخص له الذي يكون مجرد حق شخصي بالاستعمال فقط ، فلا يجوز ان يتنازل عن حقه هذا لغيره لان شخصيته تكون محل اعتبار ، وكذلك لا ينتقل هذا الحق إلى ورثته أو الموصى له ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك^(٨٧).

٣. للمتنازل إليه الحق في إقامة الدعاوى الخاصة بحماية حقه في الملكية ، أي إن الطرف المتنازل إليه يبقى صاحب الحق الوحيد في إقامة هذه الدعاوى ضد أي

الترخيص باستعمالها ، ففي كلا العقدين لا يحرم المالك من سلطاته على علامته التجارية (المرهونة أو المرخص باستعمالها) ، على الرغم من ترتب حقوق لغيره عليها . الحقيقة أن رهن العلامة التجارية يُعدّ من العقود الرضائية التي لا يشترط لصحتها استيفاء شكلية معينة^(٩٣) ، وان كانت كتابة هذا العقد شرطاً ضرورياً لمثل هذا التصرف ، حيث لا يمكن الاحتجاج بالرهن اتجاه الغير إلا إذا سجل في السجل المخصص لذلك وأُعلن في جريدة العلامات التجارية ، أي إن رهن العلامة التجارية لا يكون نافذاً اتجاه الغير إلا بعد إجراء عملية التسجيل و الإعلان^(٩٤) ، وبذلك فهو يشترك مع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في هذه الصفة.

وهكذا نخلص ، إن هنالك بعض أوجه التشابه بين رهن العلامة التجارية وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، و التي اشرنا إليها فيما سبق ، إلا انه وعلى الرغم من هذا التشابه فإن هنالك فوارق جوهرية فيما بينهما ، تتمثل ابتداءً باختلاف طبيعة كل منهما ، فهن العلامة التجارية هو تصرف قانوني يجريه مالك العلامة لضمان تسديد قرض أو أوفاء بالتزام أصلي ، ومن ثم يدور وجوداً وعدمياً مع ذلك الالتزام.فهو ليس عقداً مستقلاً بذاته بل تابع للالتزام أصلي ، إذ يبرمه مالك العلامة

لرهن المنقولات على اعتبار أن المحل التجاري مالٌ منقول سواء أكان ذلك في القانون التجاري أم المدني ، سيما تلك القواعد المتعلقة بنقل حيازة الشيء المرهون إلى الدائن المرتهن أو إلى الغير^(٩١)، لان تطبيق هذه القواعد على رهن المحل التجاري أو العلامة التجارية يعني فوات الفرصة من هذا الرهن ، إذ يُحرم الطرف الراهن من استغلال و إدارة محله التجاري أو علامته التجارية ، لذلك أجازت بعض التشريعات وخروجاً عن الاصل العام ان يكون للراهن الحق في الاحتفاظ بحيازة محلّة التجاري أو علامته التجارية المرهونة ، كي يستطيع ممارسة نشاطه التجاري بالرغم من وجود الرهن^(٩٢) ، ومن هذه التشريعات هو التشريع اللبناني الذي أشار في المادة (٢٢) من القانون رقم (١١) لسنة ١٩٦٧ الخاص

بالمؤسسة التجارية الى انه من الممكن رهنها دون نقل حيازتها إلى الدائن المرتهن ، وكذلك الحال بالنسبة للمشرع المصري الذي أشار إلى الحكم ذاته في القانون رقم (١١) لسنة ١٩٤٠ الخاص برهن المحل التجاري أو المصنع ، في المواد (١٣،١٨،٢٤).

وعليه فإن مالك العلامة التجارية يبقى متمتعاً بحيازة علامته بالرغم من هذا الرهن ، لذلك فهو يستطيع استعمالها و التصرف بها بكافة انواع التصرفات ، وفي هذا الجانب يقترب رهن العلامة التجارية من عقد

العلامة التجارية محلاً للحجز من دائتي مالكة ، سواء أتم حجزها مع المحل التجاري أم بصورة مستقلة عنه^(٩٩).

وحجز العلامة التجارية يتم وفقاً لما هو مقرر في قانون المرافعات المدنية سيما القواعد الخاصة بحجز الأموال المنقولة بين يدي المدين أو حجز ما للمدين من أموال لدى الغير^(١٠٠).

والحجز الاعتيادي على العلامة التجارية يُعد تدبيراً مؤقتاً يهدف إلى التحفظ على أموال المدين بهدف حفظها وعدم إنقاص قيمتها ، حمايةً لحقوق الدائن أو الدائنين الحاجزين^(١٠١) . وبعد أن تقرر المحكمة ، الحجز على العلامة التجارية بناءً على الطلب المقدم من الدائن أو الدائنين الحاجزين ، فإنها تقوم بتنفيذه وتبليغ المحجوز عليه و الشخص الثالث المحجوز تحت يده إن وجد^(١٠٢) .

فضلاً عن ذلك لابد من تسجيل الحجز في السجل المخصص لذلك ، وهذا السجل يسمى بسجل "العلامات التجارية" ، والذي يتم الاشراف عليه في العراق من قبل وزارة الصناعة^(١٠٣). أما في مصر فتتولى مسكه مصلحة التسجيل العقاري. وفي لبنان يمسك من مصلحة حماية الملكية الفكرية. أما في فرنسا فيتتولى مسكه المعهد الوطني للملكية الصناعية ، مع ذكر اسم الدائن الذي تم الحجز لمصلحته ، من ثم يتم الإعلان عن

ضماناً وتأميناً لحقوق الدائن المرتهن ، نتيجة لوجود علاقة مديونية سابقة فيما بينهما فيأتي رهن العلامة لضمان قيام المدين (الراهن) بالوفاء بها. خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يُعد اتفاقاً مستقلاً بذاته بموجبه يسمح مالك العلامة التجارية باستعمال علامته لمدة معينة وفي نطاق محدد ، ومن ثم فهو ليس نوعاً من التأمينات كما هو الحال في عقد رهن العلامة التجارية^(٩٥). كذلك يختلف عقد رهن العلامة التجارية عن عقد الترخيص باستعمالها من حيث نوع الحق الذي ينشئه كل عقد منهما. فبينما ينشئ رهن العلامة التجارية حقاً عينياً للدائن المرتهن ، يخوله مزايا الحقوق العينية سيما التقدم و التتبع ، لا يكون للطرف المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية إلا حقاً شخصياً يخوله استعمال هذه العلامة وفقاً للشروط المذكورة في العقد^(٩٦).

المقصد الثالث

تمييزه عن حجز العلامة التجارية

تمثل العلامة التجارية قيمة مالية هامة في ذمة صاحبها^(٩٧) ، لذلك فهي تُعد جزءاً من الضمان العام لجميع دائنيه ، فيجوز لهم أن يستصدروا حكماً بالحجز عليها لاستيفاء حقوقهم من ثمنها^(٩٨) وقد أجازت التشريعات المقارنة ومنها قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي أن تكون

الترخيص باستعمالها و التي أشرنا إليها فيما سبق ، إلا أن هنالك بعض أوجه الاختلاف التي تبيّن وبجلاء الفرق بينه وبين عقد الترخيص بالاستعمال . فحجز العلامة التجارية لا يخرج عن كونه إجراءً وقائياً مؤقتاً يلجأ إليه ألدائن 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 ، في حين ان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية اتفاق بين طرفين (المرخص و المرخص له) موضوعه السماح للأخير باستعمال العلامة التجارية المملوكة للمرخص وفقاً للشروط المتفق عليها في العقد ، فضلاً عن ذلك ، فان حجز العلامة التجارية هو عبارة عن إجراء من طرف واحد هو الدائن (الحاجز) ، والذي يتم جبراً على المدين (مالك العلامة التجارية) وبدون إرادته ، خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذي يُعد اتفاقاً رضائياً بين طرفين لترتيب آثار معينة ، فالتراضي ركن أساس لانعقاد هذا العقد .

الحجز من خلال نشره في جريدة العلامات التجارية^(١٠٤) . وعلى الرغم من حجز العلامة التجارية فان صاحب العلامة - المحجوز عليها - يبقى مالكا لها ، لان الحجز أياً كان نوعه لا يؤدي إلى إخراج هذه الأموال المحجوزة من ملكية المدين المحجوز على أمواله ولا يؤدي مباشرة إلى بيع تلك الأموال ، ومن ثم فإن الحجز لا يُرتب حقاً عينياً للدائن الحاجز على العلامة التجارية و إنما الهدف من الحجز هو التحفظ على هذه الأموال تمهيداً لاستيفاء الدائن الحاجز حقه من ثمنها بعد بيعها^(١٠٥). فما دامت العلامة التجارية المحجوزة أموالاً منقولة - معنوية- يتم تسجيل ونشر المعاملات الجارية عليها في الدوائر الرسمية ، فإن المحجوز عليه يستطيع أن يتصرف بها أو يرتب عليها أي حقوقٍ أخرى ، على أن يتحمل المالك الجديد أو مكتسب الحق نتائج هذا الحجز ، لأنه قد إطلع على قرار الحجز و قبلَ بإجراء التصرف لمصلحته رغم وجود هذا القرار ، وتبعاً لذلك فإنه يتحمل نتائج قرار الحجز^(١٠٦) ، وبذلك يشترك حجز العلامة التجارية مع عقد الترخيص باستعمالها لان المالك و على الرغم من الحجز أو الترخيص يبقى محتفظاً بحقوقه وسلطاته عليها .

يتضح لنا مما تقدّم أن كان هناك بعض أوجه الشبه بين حجز العلامة التجارية و

المبحث الثالث

التكييف القانوني لعقد الترخيص

بإستعمال العلامة التجارية

إن التكييف القانوني لأي عقد من العقود تعني إعطائه الوصف القانوني الذي يتلائم والآثار الأساسية التي يربتها هذا العقد والتي إتجهت إرادة الأطراف لتحقيقها. فهذا الوصف يتحدد من خلال الغايات العملية التي إتجه الأطراف إلى تحقيقها بصرف النظر عن أي تسمية يطلقها على ذلك . فالتكييف عمل قانوني صرف ولا سلطة فيه لإرادة المتعاقدين ، فهؤلاء لهم الحق في تحديد الآثار التي يرغبان بتحقيقها في العقد ، فإن تحددت ، يكون وصف هذا العقد عملاً قانونياً محضاً ، لأنه يعني إدخال صورة الآثار كما حددها المتعاقدون في إطار قانوني معين (١٠٧).

وفيما يتعلق بعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، وحيث يعد الأخير من العقود المعاصرة نسبياً التي لم تلقى تنظيمًا تشريعياً وإهتماماً فقهيًا كافيًا لإبراز معالمها القانونية ، فقد حصل خلاف حول تكييف هذا العقد ، فذهب بعضهم إلى إعتبره حق منفعة يرد على العلامة التجارية يربتها مالكها (الطرف المرخص) لمصلحة المنتفع (الطرف المرخص له) ، وبعضهم الآخر ذهب إلى إعتبره عقد إيجار للعلامة التجارية

، وإتجاه ثالث أنكر كلا الرأيين وإعتبره عقداً ذي طبيعة خاصة يقترّب في مضمونه من عقد الإيجار. لذلك فإننا سنسلط الضوء في هذا المبحث على تحديد التكييف القانوني الذي يتلائم وطبيعة الآثار التي يربتها عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من خلال إستعراض الآراء الفقهية والأحكام القانونية التي طُرحت بصددها هذا الموضوع ، وذلك في ثلاثة مطالب.الأول لمبحث الآراء التي ذهبت إلى تكيفه بأنه حق منفعة يُرد على العلامة التجارية والثاني للآراء التي إعتبرته عقد إيجار لهذه العلامة ، أما الثالث فسنخصصه لمبحث الطبيعة الخاصة لهذا العقد والتي نادى بها بعض الفقهاء .

المطلب الأول

عقد الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية حق منفعة

ذهب جانب من الفقه إلى تكيف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بأنه (حق منفعة (l'usu fuit) يربتها المالك - المرخص - على علامته التجارية لمصلحة شخص آخر - المرخص له - مستنداً في ذلك على أن كل من عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وحق المنفعة هنالك شخص يتمتع بحق إستعمال شيء غير مملوك له ، على أن تبقى ملكية هذا الشيء لشخص آخر

على خلاف ذلك ، وكذا الحال في حق
المنفعة الذي ينتهي حتماً بوفاة المنتفع أو
بإنتهاء الأجل المحدد له (١١١) .

وعلى أية حال ، فإن هذا التكيف لا يمكن
الأخذ به . إذ تعرض إلى إنتقادات لعل أهمها
وجود فوارق بين كل من عقد الترخيص
بإستعمال العلامة التجارية وحق المنفعة ، إذ
يحق للطرف المرخص في عقد الترخيص 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 إستثنائياً ، أما الشيء
محل حق المنفعة فلا يمكن أن يرد عليه
سوى حق منفعة واحد (١١٢) . فضلاً عن
ذلك فإن المرخص له في عقد الترخيص
بإستعمال العلامة التجارية لا يكون له حقاً
عينياً على العلامة التجارية المرخص
بإستعمالها ، وإنما يكون له حق شخصي
يخوله حق إستعمالها لمدة معينة وفي نطاق
محدد (١١٣) . خلافاً لحق المنتفع في
الأنشغال ، حيث يكون له حق عيني يقع
مباشرةً على الشيء المنتفع به ، ويمكن
الإحتجاج به في مواجهة الكافة (١١٤) .

فضلا عن الى ما تقدم فإن الحق في
الإنشغال - حق المنفعة - ينتهي حتماً بموت
المنتفع ، أما في عقد الترخيص بإستعمال
العلامة التجارية قد يتفق الطرفان على سير
العقد في مواجهة الورثة عند وفاة المرخص

(الطرف المرخص) (١٠٨) .

وحق المنفعة هو من الحقوق العينية الأصلية
المتفرعة عن حق الملكية ، فهو مجرد المالك
من سلطتي الإستعمال والإستغلال 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 الإنشغال بشيء
مملوك لغيره شرط المحافظة على الشيء
ذاته لرده إلى صاحبه عند نهاية مدة الحق
والذي ينتهي حتماً بوفاة المنتفع) (١٠٩) .

وعليه فإن حق المنفعة حق مؤقت ينتهي
حتماً بوفاة المنتفع أو بإنتهاء الأجل المحدد
له ، فلا ينتقل هذا الحق إلى الورثة بعد وفاة
المنتفع وإنما يرجع إلى مالك الرقبة لتعود
ملكيته للعين كاملة (١١٠) . ومن خلال ذلك
نلاحظ إن هنالك بعض أوجه التقارب فيما
بين عقد الترخيص بإستعمال العلامة
التجارية وحق المنفعة ، فكلاهما يردان على
الإنشغال بالشيء دون المساس بملكيته ،
لذلك فإنهما لا يردان إلا على أشياء غير
قابلة للإستهلاك ، لأن كلاً من المنتفع
والمرخص له ملتزمان برد الشيء - محل
الإنشغال أو الترخيص - إلى مالكة عند
إنتهاء العقد أو عند زوال حق المنفعة . كذلك
يشتركان بعنصر التأقيت ، فعقد الترخيص
بإستعمال العلامة التجارية ينتهي بإنتهاء
مدته أو بوفاة المرخص له مالم يتم الإتفاق

(تملك منفعة معلومة بعوض معلوم لمدة معلومة ، وبه يلتزم المؤجر أن يمكن المستأجر من الإنتفاع بالمأجور) (١١٧) . ومن بين الأسانيد والحجج التي ساقها أنصار هذا الرأي هو الشبه الواضح بين إلتزامات طرفي عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وإلتزامات المؤجر والمستأجر في عقد الإيجار ومضمون هذه الإلتزامات التمكين من الإنتفاع بشيء معين مقابل دفع الأجرة . فضلاً عن ذلك ، إن العقدين كليهما من العقود الزمنية التي تقاس المنفعة فيها بعنصر الزمن . لذلك فلا يكون للفسخ في العقدين أثر رجعي ، لأن ما مضى من الزمن لا يمكن إرجاعه (١١٨) .

وما يؤيد هذا التكييف ، هو بقاء المؤجر في عقد الإيجار والمرخص في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية مالكاً للشيء المؤجر أو المرخص بإستعماله ، ذلك لأن كلا العقدين يمكنان الغير من الإنتفاع بشيء معين لمدة محددة مقابل أجر متفق عليه . فهما لا ينقلان ملكية هذا الشيء ، وإنما تبقى هذه الملكية بيد المالك - المؤجر أو المرخص - الذي يستطيع أن يتصرف بالشيء المؤجر أو المرخص بإستعماله بكافة أنواع التصرفات . وكذلك يبقى المالك صاحب الحق الوحيد في منع التعرض الصادر من الغير وإتخاذ الإجراءات اللازمة لرد هذا التعرض ما لم يتفق الطرفان على

له . وأخيراً ، فإن المنتفع في حق المنفعة يستطيع أن يتنازل عن حقه في الإنتفاع لشخص آخر ، فهو صاحب حق عيني ومن ثم يستطيع أن يتصرف به كافة أنواع التصرفات دون الحاجة لموافقة المالك - مالك الرقبة - ، خلافاً لعقد الترخيص بإستعمال 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 (١١٥) .

نخلص مما تقدم الى ان عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لا يمكن ، بأي حال من الأحوال، تكييفه بأنه حق منفعة ، وذلك لإختلاف طبيعة الحق الناشئ عن هذا العقد - حق شخصي - عن الحق الناشئ عن حق المنفعة - حق عيني - فضلاً عن الفروقات الأخرى والتي أشرنا إليها في أعلاه.

المطلب الثاني

عقد الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية عقد إيجار

يتجه جانب من الفقه إلى تكييف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بأنه عقد إيجار للعلامة التجارية المرخص بإستعمالها (١١٦) . وقد عُرف عقد الإيجار بأنه:

الإيجار من الباطن أو التنازل عن حقه في الإيجار لغيره ودون حاجة لموافقة المؤجر ، إلا إذا وجد الشرط المانع الذي بموجبه يُمنع المستأجر من القيام بذلك وهذا خلاف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية الذي يُعد الأصل فيه هو عدم قدرة المرخص له على الترخيص من الباطن أو التنازل عن حقه في الترخيص لغيره ، إلا بموافقة المرخص (١٢٢) . ولا إلزام على المستأجر في ضرورة الإنتفاع بالشيء المؤجر مادام مستمراً بدفع المقابل المتفق عليه ، خلافاً لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية الذي يلتزم فيه المرخص له بإستعمال العلامة محل الترخيص طيلة مدة الترخيص ووفقاً للشروط المتفق عليها كي لا تسقط العلامة وتضحى مالا مباحاً (١٢٣) . هذا فضلاً عما يقوم بين العقدين من فوارق إقتصادية ، إذ يقتصر عمل المستأجر على الإنتفاع بشيء قائم ، بينما يتعين على المرخص له أن يُنشئ مشروعاً جديداً لغرض تصنيع البضائع أو تقديم الخدمات التي سيضع عليها العلامة التجارية المرخص له بإستعمالها ، ويقضي منه ذلك نفقات طائلة (١٢٤) .

نخلص مما تقدّم ، أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وعلى الرغم من أوجه الإختلاف بينه وبين عقد الإيجار ، إلا أنه يبقى أقرب في جوهره إلى هذا العقد ،

خلاف ذلك ، فضلاً عن ذلك ، فإن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية كعقد الإيجار من حيث سريانه في حق المالك الجديد بشرط أن يكون ثابت التاريخ (١١٩) ، وكما هو الحال في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، فإن الحق الذي ينشئه عقد الإيجار للمستأجر هو حق شخصي لا عيني (١٢٠) . وقد أيد القضاء الفرنسي هذا الإتجاه في العديد من أحكامه حيث أشار إلى أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هو عقد إيجار في جوهره إذا كان بمقابل ، أما إذا كان مجاناً فهو عقد إعارة (١٢١) .

وعلى الرغم من هذا الشبه الكبير بين العقدين إلا أن هذا التكييف لا يمكن الأخذ به على إطلاقه ، لأن هنالك فوارق هامة بينهما. فالإنتفاع بالشيء المؤجر يكون مقصوراً على المستأجر دون سواه ، ويلتزم المؤجر بأن يمكنه من هذا الإنتفاع ، أما في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية فإن هذا الإقتصار لا يكون إلا بإتفاقٍ خاص بين الطرفين - أي عندما يكون الترخيص إستثنائياً - لأن الأصل في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية أن يكون بسيطاً وبالتالي لا يُمنع المرخص من إبرام ترخيص أخرى بإستعمال العلامة التجارية ذاتها. فضلاً عن ذلك فإن الأصل في عقد الإيجار أن يكون المستأجر له الحق في

حقاً دائماً إذا ما قام بتسجيل علامته خلال المدد القانونية (١٢٦) .

وهذه الطبيعة الخاصة لمحل العقد ، هي التي جعلت من الإعتبار الشخصي عنصراً جوهرياً في عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية على خلاف الحال في عقد إيجار الأشياء المادية (١٢٧) ، لأن العلامة التجارية المرخص بإستعمالها ،في عقد الترخيص ،تشكل رمزاً للثقة بجودة المنتجات أو الخدمات التي توضع عليها.وبذلك فكل إستعمال من قبل المرخص له يسئ لهذه العلامة سينعكس سلباً على الطرف المرخص وعلى شهرة علامته التجارية محل الترخيص ، لذلك يكون الطرف المرخص له محل إعتبارٍ دائماً بالنسبة للمرخص - مالك العلامة - الذي يحرص أشد الحرص على الإبقاء على السمعة الجيدة لعلامته التجارية عند جمهور المستهلكين وتحسين صورتها لديهم كي تبقى محل ثقةٍ في نظرهم (١٢٨) .

وكذلك الحال بالنسبة لإلتزام المرخص له بإستعمال العلامة التجارية طيلة مدة الترخيص ، إذ أن الطبيعة الخاصة لمحل العقد هي التي تلقي على كاهل المرخص له هذا الإلتزام ، لأن عدم قيام الأخير بهذا الإلتزام قد يؤدي إلى عدم إستمرار الحماية القانونية لهذه العلامة ، سيما إذا كان الترخيص إستثنائياً يقتصر فيه إستعمال

لأنه يشترك معه في كثير من جوانبه القانونية ويكاد يكون أقرب العقود المسماة إليه ، ومع ذلك يبقى لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية طبيعته الخاصة والتي سنبينها في المطلب اللاحق .

المطلب الثالث

عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ذو طبيعة خاصة

يُعدّ عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من العقود التي لم تتل تنظيمياً تشريعياً كافياً ، لذلك حصل خلافٌ فقهيٌ حول التكييف القانوني لهذا العقد ، وعلى الرغم من أنه أقرب لعقد الإيجار إلا أنه يبقى متمتعاً بخصوصية معينة تجعله خاضعاً لبعض الأحكام القانونية الخاصة به والتي تميزه عن عقد الإيجار .

وفي واقع الامر، تعود الطبيعة الخاصة لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية إلى المحل الذي ينصب عليه العقد والمتمثل بالعلامة التجارية التي تمنح مالكها حق إحتكار إستغلالها دون غيره ، وكل إستعمال لها دون ترخيص من هذا المالك يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون (١٢٥) .ويُعد ذلك نتيجة طبيعية للحق الإستثنائي الذي ترتبه ملكية العلامة التجارية ، علماً أن حق المالك الإستثنائي على علامته التجارية يُعد

وتتظيم بعض جوانبه القانونية الخاصة التي تميزه عن القواعد العامة ، سيما مسألة نطاق حقوق كل طرف من أطرافه - المرخص والمرخص له - والشروط التقيدية التي قد يتضمنها العقد ، على غرار ما فعله المشرع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ ، حيث نظم أحكام هذا العقد في المواد (٩٥ - ٩٩) من هذا القانون .

بالإضافة إلى ما تقدم فإنه قد يثور التساؤل حول مدى تجارية عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية ؟عبارة أخرى، هل يعد العقد المذكور عقد تجاري يخضع لمجموعة القانون التجاري ؟ أم انه عقد مدني؟وبالتالي فإنه يخضع لمجموعة القانون المدني والقواعد العامة للعقود فيه؟

في واقع الأمر ، أن العقود التجارية هي الأدوات القانونية لتبادل السلع والبضائع والخدمات المختلفة في ميدان النشاط التجاري. إذ بواسطتها يتم التعامل التجاري سواء أكان ذلك في نطاق التجارة الداخلية أم في نطاق التجارة الدولية (١٣١) . وعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هو واحدٌ من العقود التجارية التي ترجع في أصل وجودها إلى البيئة التجارية ، فهو عقدٌ مبتكرٌ ابتدعته حاجات التجارة ، يركز بصورةٍ أساسية على شهرة العلامة التجارية (١٣٢) . وكذلك أهميتها في جذب الزبون. وبهذا

العلامة على الطرف المرخص له ، مما يجعل العلامة التجارية المرخص بإستعمالها عرضةً لإستصدار حكمٍ بشطبها في حالة عدم قيام الأخير بهذا الإستعمال (١٣٩) .

وأخيراً ، فإن الطبيعة غير المادية لمحل عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هي التي تفسر قيام المرخص له بإنشاء مشروع أو تطويره من أجل تصنيع بضائع أو خدمات معينة لغرض وضع العلامة التجارية المرخص بإستعمالها عليها ، وبالتالي فهو لا يستطيع إستعمال العلامة التجارية محل الترخيص دون القيام بذلك (١٣٠) .

يتضح لنا من ذلك ، أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية يُعدّ عقداً من العقود غير المسماة والتي ترد على حق من حقوق الملكية الصناعية ، ولذلك فإن له طبيعة خاصة ، متأتية من الطبيعة المعنوية لمحل العقد الذي يتمثل بالعلامة التجارية ، وكذلك بما تخوله هذه العلامة من حق إحتكاري للمالك في إستغلالها دون غيره ، وبناءً عليه ونظراً للدور الإقتصادي الكبير الذي يلعبه عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وبسبب الخصوصية التي يتميز بها هذا العقد ، نقترح على المشرع العراقي أن يفرد تنظيمياً خاصاً لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وأن يكون هذا التنظيم في قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية ، لغرض توضيح معالم هذا العقد

خلال الصفة التجارية للأعمال التي ينصب عليها العقد ، فمتى ما إنصب العقد على عملٍ تجاريٍ عُدَّ تجارياً وإذا إنصبَّ على عملٍ مدنيٍ عُدَّ العقدُ مدنياً^(١٣٤) . فالعمل التجاري هو الأساس في إضفاء الصفة التجارية على عقدٍ ما ، وحتى يكون عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية تجارياً لا بدَّ أن ينصب على عملٍ تجاري ، سيما وأن اغلب التشريعات التجارية المقارنة ومنها قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ تجعل من الأعمال التجارية والتجار أساساً لأحكامها وتحدد على ضوء ذلك نطاق تطبيقها^(١٣٥) ، ولكن ماذا نقصد بالعمل التجاري ، وما هو المعيار الذي يمكن الإستناد عليه لتمييز الأعمال التجارية عن المدنية ؟

تكاد التشريعات التجارية المقارنة تخلو من تعريفٍ إصطلاحيٍ للعمل التجاري^(١٣٦) ، مما حدا بإجتهد الفقه إلى أن يضع معياراً أو ضابطاً معيناً يمكن الإستناد عليه لتمييز العمل التجاري عن المدني . إلا أنه لم يستخلص معياراً عاماً^{١٣٧} وشاملاً للعمل التجاري وإنما طرحت نظريات مختلفة ، يستند بعضها على العوامل الإقتصادية كنظرية المضاربة والتداول ، ويستند بعضهم الآخر على عوامل قانونية كنظرية الحرفة والمشروع^(١٣٨) .

الصدد لا بد من الإشارة إلى أن عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية يثير مشكلة حقيقية بالنسبة إلى المستهلك، تتمثل في صورة المنتج أو السلعة التي تحمل العلامة محل الترخيص. إذ تكون البضاعة حائزة على ثقة المستهلك قبل الترخيص بأستعمالها من قبل المالك. فإذا تم الترخيص بأستعمالها، استمر الزبون بشراء البضاعة ثم يبدأ في ملاحظة اختلاف مواصفات المنتج وجودته . وهذا يعني بان جودة المنتج قبل الترخيص كانت أكثر من جودته بعد الترخيص. ويحدث ذلك كثيراً في المنتجات الطبية ، والمواد الغذائية و مواد التجميل. وعندئذ يكون من الصعوبة على المستهلك إثبات انخفاض درجة جودة المنتج.

ويذهب جانب من الفقه إلى القول بان تسمية العقود التجارية تثير اللبس والغموض وتفقر إلى الضبط والتحديد ، لذا ينتقدون هذه التسمية على الرغم من إستعمالها 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 ، إستناداً لموضوعاتها وتبعاً لصفات أطرافها والغاية التي يهدفون إلى تحقيقها^(١٣٣) . لهذا فالعقد يكتسب الصفة التجارية لأسباب لا تتعلق بطبيعته وإنما من

تجارية وبالتالي فكل عمل يمارس في إطار هذه الحرفة يُعد تجارياً (١٤١) .

ووفقاً لنظرية المشروع (Enterprise) يُعد عملاً تجارياً (كل عمل يتم في نطاق مشروع تجاري وليس في نطاق فردي) ، أي تركز هذه النظرية إلى الكيفية التي يتم بها العمل ، فإذا كان العمل يمارس بصورة مشروع فهو تجاري ، ويقوم المشروع التجاري على عنصرين هما الإحتراف ووجود تنظيم مسبق ، وعلى هذا الأساس فإذا كانت ممارسة العمل على وجه متكرر ووفقاً لنظام عمل معين فإن هذا العمل يُعد تجارياً (١٤٢) .

وإذا طبقنا هذه النظريات على عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية نلاحظ أن هذا العقد يُعد تجارياً بالإستناد إلى أكثر من نظرية واحدة ، سيما نظريتنا المضاربة والمشروع . فهو عقد تجاري وفقاً لنظرية المضاربة لأنه يهدف وبصورة أساس إلى تحقيق الربح وذلك من خلال وضع رأس مال معين وإستثماره 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 بإستعمالها . وهو كذلك بالنسبة إلى الطرفين كليهما، المرخص والمرخص له.

وكذلك فهو عمل تجاري وفقاً لنظرية المشروع ، لأن هذا العقد لا يمكن أن يقوم

ويُقصد بنظرية المضاربة (speculation) 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 (١٣٩) .

أما بالنسبة لنظرية التداول (circulation) فتعني أنه (يجب أن يتوفر عنصر التوسط في نقل البضاعة بين مرحلة الإنتاج ومرحلة الإستهلاك ليكون العمل تجارياً ، أي أن البضائع تمر في مراحل تداول منذ خروجها من يد المنتج حتى وصولها إلى يد المستهلك) ، بمعنى آخر (إن 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) (١٤٠) .

أما نظرية الحرفة (deli profession) فيراد بها (أن العمل متى ما تمت ممارسته ضمن الحرفة التجارية فإنه يُعد عملاً تجارياً) ، ومعنى الحرفة هو (العمل في إستغلال تجاري بطريقة ثابتة ومنظمة ومستمرة) ، وعلى هذا الأساس تستلزم الحرفة بعض العناصر الخارجية ، كوجود محل تجاري وإستخدام قوة عمل وإتصال بالعملاء وسمعة

الأعمال ويكتفي بالإشارة لها على سبيل المثال والدلالة (١٤٣) . سيّما وإننا الآن في ظل ثورة من المعلوماتية و التقدم في مجال التجارة الدولية و التي من شأنها أن تؤدي إلى ظهور العديد من الأعمال التجارية ، ولكن ومع بقاء الموقف التشريعي على حاله بدون تغيير سيؤدي ، بلا شك ، إلى خروج العديد من هذه الأعمال من نطاق القانون التجاري، رغم اكتسابها للصفة التجارية. لذلك نقترح على المشرع العراقي ان يغير من موقفه هذا ويضيف مادة جديدة إلى قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ، تبين وبصورة واضحة إن الأعمال التجارية الواردة في المادة (٥ و ٦) قد تم ذكرها على سبيل المثال لا الحصر ، ونفضل أن تكون صياغتها بالشكل الآتي (يُعد عملاً تجارياً كل عملٍ يمكن قياسه على الأعمال المذكورة في المادتان (٥ و ٦) للتشابه بالصفات و الغايات) .

صفوة القول أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو من العقود التجارية ذات الطبيعة الخاصة و التي تبرم بين أطراف تمارس النشاط التجاري على وجه الاحتراف ، وتنتمي في الغالب إلى دولٍ مختلفة ، وبذلك فهو عقد من العقود التجارية ذات الطبيعة الخاصة و التي تتبع خصوصيتها من الطبيعة المعنوية للمحل الذي ترد عليه.

إلا بتوافر عنصر قوة العمل المتمثل باستعمال العمال والفنيين والمهندسين ، الذين يتولون إدارة وتشغيل المشروع المرخص له فضلاً 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 دوراً مهماً في نجاح المشروع المرخص له وتحقيقه للنتائج المتوخاة منه .

وأياً كان الأمر ، فإن موقف التشريعات التجارية تختلف في ما يُعتبر من الأعمال أعمالاً تجارية فالنصوص القانونية الواردة في قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ، والتي تعالج الأعمال التجارية ، قد أشارت وفي المادة (٥ و ٦) إلى ذكر هذه الأعمال على سبيل الحصر لا المثال و لا يوجد ضمن المواد المشار إليها أنفاً ما يشير إلى إعتبار التصرفات التي ترد على العلامة التجارية أعمالاً تجارية ، مما يستدعي تدخل المشرع لإضافة تلك التصرفات ومنها الترخيص إلى مجموعة الأعمال التجارية ، كي يتسنى لنا إطلاق الصفة التجارية على هذا العمل بالاستناد الى النصوص التشؤيعية مباشرة، وإن كنا نفضل أن يسائر المشرع العراقي غالبية التشريعات التجارية المقارنة ، وذلك بأن يبتعد عن التعداد الحصري لهذه

الخاتمة

أما وقد نفذ المداد وجف القلم في موضوع بحثنا ، وجب علينا تسجيل أهم النتائج والمقترحات المترشحة عنه وفيما يلي تفصيلها :

أولاً:- النتائج : نوجز أهم النتائج بالآتي :-

١. إن عقد الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية إتفاق بين مالك العلامة

التجارية ويطلق عليه (المرخص)

، وشخص طبيعي أو معنوي يطلق

عليه (المرخص له) ، بموجبه يأذن

المرخص للمرخص له بإستعمال حقه

الإستثنائي في إستعمال العلامة

التجارية على كل أو بعض بضائعه أو

خدماته ، لمدة محدودة ، وفي نطاق

محدد ، ولقاء أجر متفق عليه .

٢. يحدد نوع الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية في العقد المبرم بين الطرفين ،

فهو إما أن يكون إستثنائي للمرخص له

أو ترخيص غير إستثنائي ، وقد يكون

ترخيص انفرادي - وحيد - ، وان الفرق

الاساس بين الانواع الثلاثة يتجسد في

مدى حصر حق استعمال العلامة

التجارية بالمرخص له وحده دون غيره.

٣. يُعد عقد الترخيص بإستعمال العلامة

التجارية من العقود الرضائية ، ومع

ذلك ، يجوز لأطرافه أن يتفقوا على أن

العقد محل البحث لا ينعقد إلا في شكل

معين . وفي هذه الحالة لا يكفي لإنعقاد

هذا العقد مجرد إتفاق الطرفين وإنما

يجب إستيفاء الشكل الذي تم الإتفاق

عليه .

٤. شخصية الطرف المرخص له محل

إعتبار في عقد الترخيص بإستعمال

العلامة التجارية ، إذ يجب أن يكون

متمتعاً بالثقة المالية والكفاءة الفنية

والتجارية بما يضمن عدم الإساءة إلى

سمعة المرخص التجارية . ومع ذلك

يملك المشروع المرخص حق الرقابة

والإشراف على المشروع المرخص له

لضمان جودة المنتجات أو الخدمات

المقدمة للجمهور وكفاءتها .

٥. يتمتع المشروع المرخص له بإستعمال

العلامة التجارية بإستقلال مالي وإداري

وقانوني عن المشروع المرخص .لذلك ،

فإن المخاطر التي قد تعترض المشروع

المرخص له ، يتحملها الأخير دون أن

تتعدى آثارها للمشروع المرخص ،

ويترتب على ذلك إكتساب المشروع

المرخص له صفة التاجر .

الفكرية (TRips) وإتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، وكذلك القوانين الوطنية السباقه في هذا المجال .

٢. إلى حين إعداد مشروع قانون موحد لحماية حقوق الملكية الفكرية ، نقترح على المشرع العراقي الإسراع في إجراء تعديل لقانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقانون رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤ حيث أن القانون لم يعد ينسجم والتطورات الحاصلة في مجال التعامل في العلامة التجارية. فضلاً ، عن أن التعديل الأخير في عام ٢٠٠٤ ، حصل على عجلة ويحمل في طياته العديد من التناقضات .

٣. إنسجماً مع ما ورد في الفقرة (٢) آنفاً ، ويقدر تعلق الأمر ، في مدار البحث ، نقترح على المشرع تعديل المادة (١٨) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية النافذ وذلك في إشتراط كتابة التصرف الناقل لملكية العلامة التجارية ، وإلا حُكم ببطلان هذا التصرف ، أي يجعل التصرف بالعلامة التجارية تصرفاً شكلياً ، وذلك من أجل رفع التضليل واللبس

٦. كيف عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية بأنه عقداً من العقود غير المسماة والذي ترد على حق من حقوق الملكية الصناعية ، متمثل بالعلامة التجارية تلك العلامة التي تخول مالكةها حق إحتكاري في إستغلالها دون غيره .

٧. يُعد عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية من العقود التجارية التي تبرم بين أطراف تمارس النشاط التجاري على وجه الإحتراف، إلا أن ذلك العقد لا يُعد من عقود نقل التكنولوجيا ، إلا إذا كان الترخيص جزء من عملية نقل التكنولوجيا حماية لذلك العقد من الشروط التقييدية .

ثانياً :- المقترحات. بناءً على ما تم سرده من نتائج ووفق معطيات البحث يمكن أن نتقدم بالمقترحات الآتية :-

١. نقترح على المشرع العراقي جمع كافة القوانين التي تنظم الحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية في قانون واحد يطلق عليه (قانون حماية الملكية الفكرية) لما له من دور كبير في مواكبة التطورات الهائلة التي شهدها العالم في مجال الحقوق المتصلة بالملكية الفكرية . مستنيرين بذلك بإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية

الخاصة التي تميزه عن القواعد العامة ،
سيما مسألة نطاق حقوق كل طرف من
اطرافه والشروط التنفيذية التي قد
يتضمنها العقد .

٦ . يفضل أن يساير المشرع العراقي أغلب
التشريعات التجارية المقارنة ، وذلك بأن
يعيد النظر بصياغة نص المادة (٥)
من قانون التجارة العراقي النافذ رقم ٣٠
لسنة ١٩٨٤ ، والتي أوردت الأعمال
التجارية على سبيل الحصر ، ويكتفي
بالإشارة إلى تلك الأعمال على سبيل
المثال ، ونقترح أن تكون صياغتها على
النحو الآتي (تعتبر الأعمال التالية
وكل عملٍ يمكن قياسه على تلك
الأعمال أعمالاً تجارية ، إذا كانت
بقصد الربح ، ويفترض فيها هذا القصد
ما لم يثبت العكس) سيما وإننا الآن في
ظل ثورة من المعلوماتية والتقدم في
مجال التجارة الدولية والتي من شأنها
أن تؤدي إلى ظهور العديد من الأعمال
التجارية .

والله موفق وهو المستعان .

لدى جمهور المستهلكين . كما نقترح رفع
التعليق عن المادة (١٩) من القانون
نفسه ، والذي جاء به التعديل الأخير
للقانون ، تلك المادة التي تشترط
التسجيل والإعلان لنفاذ التصرف
بالعلامة التجارية بحق الغير ، لما في
ذلك من أضرار بحقوق الغير الذين
يكون لهم حقوق على العلامة التجارية
محل التصرف .

٤ . نقترح النص على حق المرخص له في
إقامة الدعاوى الخاصة ضد أي إعتداء
على العلامة التجارية محل الترخيص ،
ما لم يُتفق على خلاف ذلك ، إذ أن
حصر إقامة مثل هذه الدعاوى
بالمرخص ، قد يؤدي إلى عدم رد هذه
الإعتداءات إذا لم يتفق على حق
المرخص له في إقامة مثل هذه الدعاوى
، خصوصاً إذا كان نطاق الترخيص
يمتد إلى مناطق جغرافية واسعة .

٥ . نقترح أن يفرد تنظيماً خاصاً لعقد
الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ،
وأن يكون هذا التنظيم في قانون
العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية
النافذ أو ضمن مشروع قانون الملكية
الفكرية ، لغرض توضيح معالم هذا
العقد وتنظيم بعض جوانبه القانونية

الهوامش

ط ١ ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، الأردن ،
١٩٩١ ، ص ٢٢ . وكذلك د. جلال أحمد خليل ،
النظام القانوني لحماية الاختراعات و نقل
التكنولوجيا للدول النامية ، ط ١ ، منشورات
جامعة الكويت ، بدون سنة الطبع ، ص ٤٠٢ .
وكذلك د. صلاح الدين الناهي ، الوجيز في
الملكية الصناعية و التجارية ، دار الفرقان ،
الأردن ، ١٩٨٣ ، ص ٣٢٧ . و د. سمير جميل
الفتلاوي ، استغلال براءة الاختراع ، دار
المطبوعات الجامعية ، القاهرة ، ١٩٨٤ ، ص
١٢٠ .
° - نصت م (١٨) على انه (١ -) لمالك
العلامة أن يمنح ترخيص لشخص طبيعي أو
أكثر أو كيان معنوي بإستعمال علامته على كل
أو بعض المنتجات التي تم تسجيل العلامة
عليها ، لا يمنع هذا الترخيص الممنوح لغيره
المالك من إستعمال العلامة ، ما لم يتفق على
ذلك) .
٦ - د. خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية
الفكرية ، دراسة تأصيلية وفقاً للقانون رقم ٨٢
لسنة ٢٠٠٢ في شأن حماية حقوق الملكية
الفكرية ، ط ١ ، بدون مكان أو سنة طبع ، ص
٢٨٦ . وأنظر بنفس المعنى د. سميحة القليوبي
، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ،
القاهرة ، بدون سنة طبع ، ص ١٤٨ . و د. محمد
حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل
التجاري ، ط ١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ،
١٩٦٩ ، ص ١٨٩ . و د. مصطفى كمال طه ،
القانون التجاري ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع
، القاهرة ، بدون سنة طبع ، ص ٦٩٨ .

١ - د. ماجد عمار ، عقد الترخيص الصناعي
و اهميته للدول النامية ، دار النهضة العربية ،
القاهرة ، ١٩٨٧ ، ص ١٦ ، وكذلك د. صلاح
الدين جمال الدين ، عقود نقل التكنولوجيا ، ط ١
، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ ،
ص ٩٥ .

٢ - تم انشاء منظمة (Wipo) في عام ١٩٦٧
بموجب اتفاقية أستكهولم ، ثم اعتبرت إحدى
الوكالات المتخصصة التابعة للأمم المتحدة في
١٧/ديسمبر /١٩٧٤ ، و تعنى هذه المنظمة
بحقوق الملكية الفكرية ، لمزيد من التفصيل حول
هذه المنظمة و الدول الأعضاء فيها انظر د.
صلاح زين الدين ، المدخل إلى حقوق الملكية
الفكرية ط ١ ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ،
الأردن ، ٢٠٠٦ ، ص ١٣٩ و ما بعدها .

٣ - وأصل النص باللغة الإنكليزية هو
(Licence Means the consent given))
by the ownr of an exelusive right
"licensor" to anther person "licencee"
to perform certain act culich are by
(an exclusive right
أشار إليه د. عاطف العزب ، الحماية القانونية
في الحصول على التكنولوجيا ، مجلة مصر
المعاصرة ، العدد ٣٦٠ ، لسنة ١٩٧٥ ، ص
٩٣ .

٤ - أنظر في ذلك د. عبد الغني محمود ،
الإطار القانوني في الحصول على التكنولوجيا ،

التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٥ ، ص ١٦٦. أنظر أيضاً د. هاني دويدار ، القانون التجاري ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي ، بيروت ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٨٥ وما بعدها .

١٣ - انظر بهذا المعنى د. جلال احمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٩ .

١٤ - د. محمد حسني عباس ، المصدر السابق ، ص ١٩٢ .

١٥ - د. أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٩١ . وكذلك د. احمد محمد محرز ، القانون التجاري ، بدون مكان طبع ، ١٩٩٨ ، ص ٥٣٤ . و د. علاء عزيز ، عقد الترخيص التجاري ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ٢٠٠٣ ، ص ١٧ . وكذلك انظر

P.Roubier Droit_De_LaPropriete industrielle, Tom.2, Paris, 1954, P.266

علماً ان قانون الملكية الفرنسي أشار وبصورة صريحة في المادة (L_716_5) إلى منع الطرف المرخص له من إقامة دعوى تقليد إلا إذا تم الاتفاق على خلاف ذلك ، اما التشريع العراقي و التشريعات المقارنة الأخرى فلم تتضمن نصاً مماثلاً.

١٦ - د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص ٢٨٨ .

١٧ - يشير البعض بان الرتخيص غير الاستثنائي يجب ان يسمى بالترخيص العادي ، لان الترخيص غير الاستثنائي يشمل الترخيص العادي و الترخيص الوحيد . انظر في ذلك د.

سمير جميل الفتلاوي ، المصدر السابق ، ص ١٢٣ ، هامش (٢٦) .

٧ - د. حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية في عقد الترخيص ، بحث مقدم للمؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في كلية الحقوق الجامعة اللبنانية للفترة ٢٨-٢٩ أيار ١٩٩٨ ، منشور على شبكة الانترنت على موقع مركز القانون والتحكيم ، ص ١

<http://www.lac.com.jo/Default.htm>)

وكذلك د. هالة مقداد احمد ، العلامة التجارية (دراسة مقارنة) ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة الموصل ، ١٩٩٧ ، ص ٩٩ .

٨ - أنظر د. حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٣ ، ص ٥٦ .

أنظر كذلك منصور الصرايرة ، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة مؤتة ، ص ٣٨ .

٩ - أنظر طالب سلمان ، العلامة التجارية المشهورة ، منشورات زين الحقوقية ، لبنان ، ط ١ ، ٢٠١٣ ، ص ٥٨ .

١٠ - د. أكثم أمين الخولي ، الوسيط في شرح القانون التجاري ، في الأموال التجارية ، ط ١ ، ج ٣ ، بدون مكان طبع ، ١٩٦٤ ، ص ١٩٠ .

وكذلك د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص ٢٨٦ .

١١ - د. خاطر لطفي ، ألامصدر السابق ، ص ٢٨٧ .

١٢ - د. عبد الله حسين الخرشوم ، الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية ، دار وائل للنشر و

التبادلية (ملزمة للجانبين) ومن عقود المعاوضات و كذلك من العقود الواردة على المنفعة.

٢٥ - د.احمد شرف الدين ، أصول الصياغة القانونية ، تصميم العقد ، ط ٣ ، دار نصر للطباعة المعاصرة، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٦٦. وكذلك د. عباس الصراف و آخرون ، مقدمة في النظرية العامة لمفهوم الحق الشخصي تقسيمات العقود ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط ١ ، ٢٠٠٥ ، ص ٧٢ . وكذلك د. جلال احمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤١٠ . د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص ٢٨٥.

٢٦ - د. طالب حسن موسى ، العقود التجارية في القانون التجارة العراقي ، ط ١ ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٧٣ ، ص ١٤.

٢٧ - أنظر في ذلك م (٩٦) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ . كذلك م (٧٦) من قانون الملكية التجارية والصناعية اللبناني . و م (٧ / ٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي لسنة ١٩٩٩ . و م (٥٤) من قانون الملكية الفكرية السوري رقم (٨) لسنة ٢٠٠٧ .

٢٨ - د. علاء عزيز ، المصدر السابق ، ص ٢٠. كذلك د. زهدي يكن ، شرح قانون الموجبات و العقود اللبناني ، ج ٣ ، دار الثقافة ، بيروت ، بدون سنة طبع ، ص ١٨٥.

٢٩ - يعرف الاعتبار الشخصي بأنه أن تكون شخصية احد المتعاقدين أو صفة من صفاته عنصراً جوهرياً في التعاقد ، أي أن تكون صفته هذه قد روعيت في إبرام العقد وبالتالي تكون هي

١٨ - د. عبد الله حسين الخرشوم ، المصدر السابق ، ص ١٦٦.

١٩ - د. طارق حمودي ، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني ، ندوة الويبو (Wipo) الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريسيين و طلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (Wipo) ، الفترة من ٦_٨ نيسان ٢٠٠٤ ، ص ٨ ، منشور على شبكة الانترنت على الموقع

www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_amm_04/wipo_ip_uni_amm_04_14.doc . وكذلك د. ماجد عمار ، المصدر السابق ، ص ٤١.

٢٠ - Consumers _Distributing compny limited R.seiko time Canada Ltd 1984 1R ,C.S.583(S.C.C.)

٢١ - راجع نص القرار على موقع المحكمة العليا الكندية : www.canlii.org/ca/cas/fc/2003/2003_fca241/html

٢٢ - د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص ٢٨٨.

٢٣ - د. محمد حسني عباس ، المصدر السابق ، ص ١٩٢ .

٢٤ - سنركز في هذا المقصد على الخصائص التي يوجد فيها خصوصية لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ، أما السمات فإنها تسري على هذا العقد شأنه شأن العقود الأخرى ، أي تخضع للقواعد العامة ومنها انه من العقود

٤٠ - د. محمود أحمد الكندري ، أهم المشاكل العملية التي يواجهها عقد الإمتياز التجاري ، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية ، ٤٤ ، ص ٢٢ ، ديسمبر ، ٢٠٠٠ ، ص ١٢٤ .

٤١ - د. نعيم مغنغب ، الفرشايذ ، المصدر السابق ، ص ٢٢٤ .

٤٢ - د. ماجد عمار ، المصدر السابق ، ص ١٣ .

٤٣ - (Coca_cola_ V.Bennett) ١٩١٦ . 8th cir .A. 238F.C.C .) أشار إليها د. درع حماد عبد ، عقد الإمتياز ، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٣ ، ص ١٠٨ .

٤٤ - أنظر بهذا المعنى د. محمود أحمد الكندري ، المصدر السابق ، ص ١١٧ .

٤٥ - د. نادر شافي ، الفرشايذ ، بحث منشور على شبكة الإنترنت ، على الموقع http://www.lebarmy.gov.lb/arabic/Co_mmanders.asp ، ص ١ . وكذلك د. محمود أحمد الكندري ، المصدر السابق ، ص ١٠٤ .

٤٦ - د. درع حماد عبد ، المصدر السابق ، ص ٣٦ .

٤٧ - John adams, K. V. Prichard Johnes, Franchising Practice and Precedents in business, Formante franchising, Thiedition, Butter worths, 1990 P.18 .

الدافع الباحث للتعاقد ، انظر في تفصيل ذلك . أياذ احمد البطاينة ، الاعتبار الشخصي و أثره في التعاقد ، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية القانون جامعة بابل ، ١٩٩١ ، ص ٩ .

٣٠ - د. نعيم مغنغب ، الفرشايذ ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٦ ، ص ١٥٢ .

٣١ - أنظر بهذا المعنى د. ماجد عمار ، المصدر السابق ، ص ٩ .

٣٢ - د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، ط ٥ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ ، ص ٥٥٢ .

٣٣ - د. محمد حسني عباس ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ .

٣٤ - د. علاء عزيز ، المصدر السابق ، ص ١٩ . وكذلك أياذ احمد البطاينة ، المصدر السابق ، ص ١٥٨ .

٣٥ - د. عبد المجيد الحكيم ، نظرية العقد ، الشركة الأهلية للطباعة و النشر ، ج ١ ، بغداد ، ١٩٦٦ ، ص ١٠٦ .

٣٦ - د. سليمان مرقص ، نظرية العقد ، دار النشر للجامعات المصرية ، ١٩٥٦ ، ص ٨٢ .

٣٧ - د- حسن علي الذنون ، دور المدة في العقود المستمرة ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٨ ، ص ٩ .

٣٨ - د. عباس الصراف و آخرون ، المصدر السابق ، ص ٩٢ .

٣٩ - د. مصطفى عبد الستار الجارحي ، فسخ العقد ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٨ ، ص ٢٥ .

dudroit International , 1978 , P.23 .

^{٥٢} - أنظر بنفس المعنى م (٧٣) من قانون

التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ .

^{٥٣} - د. حسام الدين عبد الغني الصغير ،

ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا ، ندوة

الويبو (wipo) الوطنية عن الملكية الفكرية ،

لأعضاء مجلس الشورى بالتعاون مع وزارة

الصناعة ، مسقط ، عمان ، في ٣-٤ مارس)

آذار (٢٠٠٤ ، منشور على شبكة الانترنت

على الموقع

)

www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/

wipo_mct_04/wipo_ip_mct_04_9.do

(ص٢ .

^{٥٤} - د. محسن شفيق ، المصدر السابق ،

ص٢٢ .

^{٥٥} - د. محمود الكيلاني ، مصدر سابق ، ص٦٩

وما بعدها . وأنظر أيضاً د.نداء كاظم المولى ،

المصدر السابق ، ص٣٩-٤٠ .

^{٥٦} - فمحل عقد الترخيص بإستعمال العلامة هو

العلامة التجارية ، ومحل عقود نقل التكنولوجيا

تكون في الغالب عبارة عن براءات الإختراع

والمعارف الفنية (Know How) وكلاهما

عبارة عن أموال معنوية ، أنظر في ذلك د.

صلاح الدين الناهي ، المصدر السابق ،

ص٣٢١ . . د.نداء كاظم المولى ، المصدر

السابق ، ص٣٢١ .

^{٤٨} - د. مصطفى كمال طه ، العقود التجارية،

ط١ ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ،

٢٠٠٥ ، ص١٣٠ .

^{٤٩} - د. نعيم مغيب ، الفرشاييز ، المصدر

السابق ، ص٢١٤ .

^{٥٠} - لقد عرفت التكنولوجيا بأنها أموال منقولة

معنوية لها قيمة إقتصادية ، د. إبراهيم المنجي ،

عقود نقل التكنولوجيا ، ط١، منشأة المعارف ،

الإسكندرية ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٣ . وعرفها

آخرون بأنها (مجموعة من المعلومات المتعلقة

بكيفية تطبيق نظرية علمية أو إختراع) أي هي

الجانب التطبيقي للعلم ، د. محسن شفيق ، نقل

التكنولوجيا من الناحية القانونية ، القاهرة ،

١٩٨٤ ، ص ٤ . د. عبد الغني محمود ،

المصدر السابق ، ص٥ .

^{٥١} - أنظر في ذلك د.محمود الكيلاني ، عقود

التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا ، ط٢

، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٥ ، ص٦٥

. ود. حسام محمد عيسى ، نقل التكنولوجيا ،

دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية ، دار

النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٧ ، ص٣١٩ .

ود.نداء كاظم المولى ، الآثار القانونية لعقود نقل

التكنولوجيا ، ط١ ، دار وائل للنشر والتوزيع ،

الأردن ، ٢٠٠٣ ، ص١٦ . د. صادق زغير

محسن ، تنازع القوانين في عقود نقل التكنولوجيا

، أطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ٢٠٠١ ،

ص٢ . وفي الفقه الفرنسي أنظر : Jeans

chapira , Le contrats international to

transfers technolguein , Journal

٦٥ - د.محمد حسني عباس ،الملكية الصناعية أو النظام القانوني إلى عصر التكنولوجيا ،منشورات الويبو ، ١٩٧٦ ، ص ٢١ .

٦٦ - د. صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعية والتجارية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن ، ٢٠٠٧ ، ص ١١٥ .

٦٧ - د. إبراهيم المنجي ، المصدر السابق ، ص ٢٧ . د. محسن شفيق ، المصدر السابق ، ص ٢١ .

٦٨ - د. نادر شافي ، المصدر السابق ، ص ١ . د.نعيم مغيبغ ، الفرشائيز ، المصدر السابق ، ص ١٣ .

٦٩ - د. درع حماد عبد ،المصدر السابق ، ص ١٧ .

٧٠ - د. نعيم مغيبغ ، الفرشائيز ، المصدر السابق ، ص ٨١ . وكذلك د. أحمد شرف الدين ، المصدر السابق ، ص ٢٦٥ .

٧١ - د. محمد محسن إبراهيم النجار ، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، ط ١ ، ٢٠٠٥ ، ص ١٣٣ .

٧٢ - د. احمد عبد الرحمن الملحم ، مدى تقييد شرط القصر للمنافسة الرأسية ، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية ، العدد الأول ، س ٢٠ ، مارس ١٩٦٩ ، ص ٤٤ . وكذلك د. نعيم مغيبغ ، الفرشائيز ،المصدر السابق ،ص ٩٠ .

٧٣ - د. كنعان الأحمر ، الإنتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والإمتياز التجاري ، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل زيادة

٥٧ - د. ماجد عمار ، المصدر السابق ، ص ٨ . وكذلك فرقد زهير ، النظام القانوني لعقد نقل التكنولوجيا ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة بابل ، ٢٠٠٧ ، ص ٤١ .

٥٨ - د. إبراهيم المنجي ، المصدر السابق ، ص ٣٣ .

٥٩ - د. صالح بن بكر الطيار ، العقود الدولية لنقل التكنولوجيا ، ط ٢ ، مركز الدراسات العربي - الأوربي ، باريس ، ١٩٩٩ ، ص ٦١ . وأنظر أيضاً د.حسام محمد عيسى ، المصدر السابق ، ص ٣٣٣ .

٦٠ - د. حسام محمد عيسى ، المصدر السابق ، ص ٣٢٩ وما بعدها .

٦١ - د.حسام الدين عبد الغني الصغير ، ترخيص الملكية الفكرية ، المصدر السابق ، ص ٢ .

٦٢ - د.حسام الدين عبد الغني الصغير ، المصدر السابق ، ص ٣ .

٦٣ - لمزيد من التفصيل حول مضمون آثار عقود نقل التكنولوجيا ، أنظر د. سينوت حليم دوس ، نقل التكنولوجيا بين النظرية والتطبيق ، ط ١ ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٧ . وكذلك د. إبراهيم سيد أحمد ، عقد نقل التكنولوجيا فقهاً وقضاءً ، ط ١ ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص ٤٥ .

٦٤ - هذا ما أشارت إليه م (٧٤) فقرة (١) من قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ .

لسنة ١٩٩٩ ، وم (٤٧) من قانون الملكية الفكرية السوري لسنة ٢٠٠٧ . وقد أشارت إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) ، وهي إحدى الإتفاقيات المنبثقة من منظمة التجارة العالمية (WTO) المبرمة عام ١٩٩٤ ، إلى ذلك صراحةً في م (٢١) منها .

٧٨ - د. مصطفى كمال طه ، أساسيات القانون التجاري ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٠ ، ص ٦٧١ . د. صلاح زين الدين ، التشريعات الصناعية والتجارية ، المصدر السابق ، ص ٣٥٧ ، وأنظر أيضاً د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ٢٨٩ .

٧٩ - القاضي إلياس ناصيف ، المصدر السابق ، ص ٢٥١ . وأنظر أيضاً د. درع حماد عيد ، المصدر السابق ، ص ١٠٣ .

٨٠ - د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ٢٤٩ . وأنظر أيضاً د. محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ٣٢٤ . د. نعيم مغبغب ، الماركات التجارية والصناعية ، المصدر السابق ، ص ١٤٧ .

٨١ - وهذا ما أكدته م (٨٩) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري لعام ٢٠٠٢ ، وم (٣) ، (٢٨) من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي رقم (١٨) لسنة ٢٠٠٧ ، و م (١٩ ، ٤) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢ المعدل بالقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩ ، وكذلك م (٧٦) من قانون

الأعمال والتجارة والبحث والتطوير ، تنظمها منظمة الويبو بالتعاون مع وزارة الاقتصاد والتجارة السورية ، دمشق ، في ١١ و ١٢ مايو / آيار / ٢٠٠٤ ، ص ١٢ ، بحث منشور على شبكة الانترنت وعلى الموقع :- www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo/ip/dam/04/doc.8 وكذلك د.

أحمد شرف الدين ، المصدر السابق ، ص ٢٧٣ .

٧٤ - د. نعيم مغبغب ، الماركات التجارية والصناعية ، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٥ ، ص ١٤٠ .

٧٥ - د. أكثم امين الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٧٤ .

٧٦ - د. صلاح زين الدين ، التشريعات الصناعية والتجارية ، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٠ ، ص ٣٦١ . وأيضاً القاضي إلياس ناصيف ، المؤسسة التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ١٩٩٦ ، ص ١٩١ . وأنظر أيضاً د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ٢٩١ .

٧٧ - أنظر المادة (١٧) ، من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي رقم (٢١) سنة ١٩٥٧ المعدل ، وأيضاً المادة (٨٧) من قانون حماية الفكرية المصري لسنة ٢٠٠٢ ، والمادة (٧٦) من قانون الملكية التجارية والصناعية اللبناني لعام ١٩٢٤ المعدل ، والمادة (١ ، ٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي

، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ٢٤٩ .

^{٨٥} - وهذا ما اشار إليه القضاء الامريكي في العديد من قراراته ، منها قضية (مون برا يمر) ضد شركة (هويرل بول) حيث أشارت المحكمة إلى ان العبرة في تميز التصرف كونه تنازلاً أو مجرد ترخيص هو الآثار التي يرتبها العقد ، اما التسمية التي يطلقها الأطراف على العقد فلا يمكن لها إلا تأثير طفيف ، (Mon Brimer V Hirl Pool Group 180 UspQ Cal 1973) وانظر كذلك نفس الحكم في قضية (Discovery rightsIm. V.Avonprods) (N . D . 1974) أشار إليها د. ماجد عمار ، المصدر السابق ، ص ٢٢ و ص ٢٥ .

^{٨٦} - أنظر بنفس المعنى د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص ٢٦٩ و ٢٧٠ . وكذلك د. علاء حميد ن المصدر السابق ، ص ٢٣ .

^{٨٧} - د. محمد حسين إسماعيل ، المصدر السابق ، ص ١٣٤ . أيضاً د. عبد الوهاب عرفه ، حماية حقوق الملكية الفكرية ، ج ١ ، المكتب الفني للموسوعات القانونية ، الإسكندرية ، بدون سنة طبع ، ص ٤٧ .

^{٨٨} - د. مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، المصدر السابق ، ص ٦٩٩ . وكذلك انظر د. طارق حمودي ، المصدر السابق ، ص ٩ .

^{٨٩} - انظر م (١٧) من قانون العلامات التجارية العراقي لعام ١٩٥٧ والتي نصت (يجوز نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها وحجزها مع المحل التجاري أو مع ذلك الجزء من المحل التجاري الذي يربط بين الإستعمال وما ترمز إليه العلامة

الملكية التجارية والصناعية اللبناني ، باستثناء قانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم (٥٩٧) لسنة ١٩٩٩ ، الذي اشترط كتابة التصرف الناقل لملكية العلامة التجارية ، و إلا حكم ببطلان هذا التصرف أي جعل من التنازل عن العلامة التجارية تصرفاً شكلياً ، و ذلك في م (١،٧١٤) منه .

^{٨٢} - وذلك في م (١،٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي لعام ١٩٩٩ ، و لا يوجد نص مشابه له في التشريع العراقي و المصري و اللبناني و الأردني .

^{٨٣} - وهذا ما أشارت إليه محكمة النقض الفرنسية في الحكم الصادر في (21Fev.) سنة ١٩٧٨ ، أشار إليه د. نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية (في الملكية الصناعية) ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٢٩ .

^{٨٤} - انظر في ذلك د. عبد الوهاب السيد عرفه ، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية وفقاً لقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ و لائحته التنفيذية ، ط ١ ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ ، ص ١١٢ . و انظر بنفس المعنى د. محمد حسين إسماعيل ، التنازل بعبوض عن براءة الاختراع ، بحث منشور في مجلة جامعة مؤتة للبحوث و الدراسات ، تصدر عن جامعة مؤتة ، الأردن ، المجلد الثاني ، العدد الأول ، حزيران ، ١٩٨٧ ، ص ١٣٠ . وكذلك د. مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، المصدر السابق ص ٦٩٩ ، و د. نوري حمد خاطر ، المصدر السابق ، ص ٣٣٠ . وكذلك د. سميحة القليوبي

ص ١٢٠. علماً إن المشرع الفرنسي وفي المادة (٧٠٧١٤) من قانون الملكية الفكرية اشترط الرسمية لعقد رهن العلامة التجارية و إلا اعتبر العقد باطل خلافاً للقوانين المقارنة الأخرى التي لم تنص على شرط مماثل.

^{٩٤} - د. سمير الفتلاوي ، المصدر السابق ، ص ٥٤ . و أيضاً انظر المستشار أنور طلبية ، الالمصدر السابق ، ص ١١١ . و أيضاً هشام زوين المحامي ، الحماية الجنائية و المدنية للعلامات التجارية ، المكتب الثقافي للنشر و التوزيع ، ط ١ ، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٥٤ .
^{٩٥} - انظر بنفس المعنى د. علاء عزيز حميد ، المصدر السابق ، ص ٢٤ .

^{٩٦} - ولاشك ان الاختلاف في نوع الحق الناشئ عن رهن العلامة التجارية (حقاً عينياً) ، عن الحق الناشئ عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية (حقاً شخصياً) ، يترتب عليه فروق جوهرية تتمثل أساساً بالفارق بين الحق العيني و الحق الشخصي ، لمزيد من التفصيل حول هذه الفروق راجع د. محمد طه بشير ، غني حسون طه ، الحقوق العينية ، دار الكتب للطباعة و النشر ، ج ١ ، بغداد ، ١٩٨٢ ، ص ٩ . وفي طبيعة حق الدائن المرتهن انظر هشام زوين المحامي ، رهن المصنع و المحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ١٧٠ ومابعدها ، و أيضاً د. محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية و المحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ٤٧٠ .

^{٩٧} - وتجدر الإشارة الى ان للعلامة التجارية قيمة مالية كبيرة جداً، فمثلاً تعد علامة (ابل)

(، و المادة (٨٧) من قانون الملكية الفكرية المصري لعام ٢٠٠٢ ، والمادة (٧٦) من قانون الملكية التجارية و الصناعية اللبناني ، والمادة (١٠٧١٤) من قانون الملكية الفرنسي لسنة ١٩٩٩ و المادة (٤٧) من قانون الملكية الفكرية السوري لسنة ٢٠٠٧ .

^{٩٠} - كقانون بيع ورهن المحل التجاري المصري رقم (١١) لسنة ١٩٤٠ ، وقانون المؤسسة التجارية اللبنانية ، رقم (١١) لسنة ١٩٦٧ ، و القانون الفرنسي الصادر في ١٧/مارس عام ١٩٠٩ . و لا يوجد تشريع خاص برهن المحل التجاري في العراق .

^{٩١} - كالمادة (٨٧) من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ، و المادة (١٠١٢٠) من قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ و المادة (٢٦٦) من قانون التجارة اللبناني .

^{٩٢} - د. علي البارودي ، القانون التجاري ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٦ ، ص ١١٩ . وأنظر أيضاً د. سمير الفتلاوي ، المصدر السابق ، ص ٥٥ ، و أيضاً هشام زوين المحامي ، رهن المحل التجاري و المصنع ، ط ١ ، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٥ ، ص ١٢٨-١٢٩ . د. صلاح الدين الناهي ، المصدر السابق ، ص ٢٩٤ .

^{٩٣} -المستشار أنور طلبية ، حماية حقوق الملكية الفكرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ ، ص ١١١ . وأنظر أيضاً د. علي جمال الدين عوض ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٣ ، ص ٩٣ . وأنظر خلاف ذلك علي البارودي ، المصدر السابق ،

١٠٤ - تنص الفقرة (١) من المادة (٢) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل (يحفظ في وزارة الصناعة سجل يكون بعهدة المسجل تدون فيه جميع العلامات وأسماء أصحابها وعناوينهم وأوصاف بضائعهم ، وللجمهور حق الإطلاع عليه وأخذ صورة مصدقة منه بعد دفع الرسوم المقررة) .

١٠٥ - د. عباس العبودي ، المصدر السابق ، ص ٣٢٣ .

١٠٦ - د. حلمي محمد الحجاز ، المصدر السابق ، ص ٤١٩ .

١٠٧ - د. عبد الحميد الشواربي ، المشكلات العملية في تنفيذ العقد ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٩٥ .

١٠٨ - (Jean Jacquesprust , Brevete etlicence lears rapports Juridiques dansle contrite de licence , paris , p.20 , 1970) إشار إليه د. جلال أحمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٣ .

١٠٩ - د. غني حسون طه ، محمد طه البشير ، المصدر السابق ، ص ٢٩٩ . ولم يعرف القانون المدني العراقي ولا المصري حق المنفعة خلافاً للقانون المدني الفرنسي الذي عرفه في م (٥٧٨) بأنه : (الحق في الإنتفاع بأشياء مملوكة لآخر كما ينتفع بها المالك نفسه ولكن بشرط المحافظة على كيانها) .

١١٠ - د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، دار النهضة العربية ، ج ٩ ، القاهرة ، ١٩٦٨ ، ص ١٢٠٣ .

أعلى علامة تجارية على مستوى العالم حتى عام ٢٠١٥ ، وبقيمة مقدارها (١٢٨,٣٠٣) مليون دولار. تليها سامسونج بقيمة (٨١,٧١٦) مليون دولار. تليها غوغل بقيمة (٧٦,٦٨٣) مليون دولار. تليها مايكروسوفت بقيمة (٦٧,٠٦٠) مليون دولار. منشور على الرابط التالي:

www.alawaba.com

٩٨ - د. مصطفى كمال طه ، أساسيات القانون التجاري ، المصدر السابق ، ٦٢٤ . وكذلك القاضي الياس ناصيف ، المصدر السابق ، ص ١٩٤ .

٩٩ - انظر للمادة (١٧) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي لعام ١٩٥٧ المعدل ، و المادة (٨٧) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري ، لعام ٢٠٠٢ ، والمادة (٧٦) من قانون الملكية التجارية و الصناعية اللبناني ، والمادة (١٤٠,١) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي وم (١٩) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل.

١٠٠ - د. علاء عزيز حميد ، المصدر السابق ، ص ٢٤ .

١٠١ - د. حلمي محمد الحجاز ، أصول التنفيذ الجبري ، دراسة مقارنه ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٧٥ .

١٠٢ - د. عباس العبودي ، شرح أحكام قانون المرافعات المدنية ، دراسة مقارنة ، جامعة الموصل ، ٢٠٠٠ ، ص ٣٢١ .

١٠٣ - د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، ط ٥ ، المصدر السابق ، ص ٥٦٠ .

١١١ - د.محمد طه البشير ، غني حسون طه ، المصدر السابق ، ص ٣٠٠ .

١١٢ - د. جلال احمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٣ . د.أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. حسام محمد عيسى ، المصدر السابق ، ص ٣٣٤ .

١١٣ - د. محمد عباس حسني ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . وفي الفقه الفرنسي أنظر P. Roubier , OP. Cit , Tom2 , p.264 .

١١٤ - د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط ، ج ٩ ، المصدر السابق ، ص ١٢٠١ - وكذلك أنظر د. محمد طه البشير ، غني حسون طه ، المصدر السابق ، ص ٣٠٠ .

١١٥ - د. نوري محمد خاطر ، المصدر السابق ، ص ١٢٠ . وكذلك د. جلال أحمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٣ . أنظر في طبيعة حق المنتفع والسلطات الممنوحة له سيما حقه في التصرف ، د. عبد الرزاق السنهوري ، المصدر السابق ، ص ١٢٣٦ وما بعدها .

١١٦ - أنظر في ذلك د. عوني محمد فخري ، التنظيم القانوني للشركات المتعددة الجنسية والعولمة ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٣ . وكذلك د. علاء عزيز ، المصدر السابق ، ص ١٦ . وكذلك د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ١٤٨ . د. محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. اكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ٢٠٢ .

١١٧ - أنظر نص المادة ٧٢٢ من القانون المدني العراقي تقابلها م (٥٥٨) مدني مصري وم (٥٣٣) موجبات وعقود لبناني وم (١٧٠٩) مدني فرنسي .

١١٨ - د. سينوت حليم دوس ، دور السلطة في براءة الاختراع ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٣٥٤ . ود. حسن علي المجمعى ، الشروط المقيدة في عقد الترخيص ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠١ ، ص ١٨ .

١١٩ - د. أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ٢٠٢ . ود. جلال أحمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٤ .

١٢٠ - أنظر في طبيعة حق المستأجر بصورة مفصلة ، د. زهدي يكن ، شرح قانون الموجبات والعقود اللبناني ، في الإيجار ، دار الثقافة بيروت ، ج ٩ ، بدون سنة طبع ، ص ١٠ .

١٢١ - أنظر في ذلك قرار محكمة النقض الفرنسية الغرفة التجارية الصادر في جلسة ٥ يناير ١٩٨٣ ، هذا القرار منشور في مجلة الأسبوع القانوني (GCP) ، أشار إلى هذا القرار د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، طه ، المصدر السابق ، ص ٢٦١ . وأنظر كذلك القرارات التي أشار إليها د. نوري حمد خاطر ، المصدر السابق ، ص ١٢١ .

١١١ - د.محمد طه البشير ، غني حسون طه ، المصدر السابق ، ص ٣٠٠ .

١١٢ - د. جلال احمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٣ . د.أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. حسام محمد عيسى ، المصدر السابق ، ص ٣٣٤ .

١١٣ - د. محمد عباس حسني ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. أكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . وفي الفقه الفرنسي أنظر P. Roubier , OP. Cit , Tom2 , p.264 .

١١٤ - د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط ، ج ٩ ، المصدر السابق ، ص ١٢٠١ - وكذلك أنظر د. محمد طه البشير ، غني حسون طه ، المصدر السابق ، ص ٣٠٠ .

١١٥ - د. نوري محمد خاطر ، المصدر السابق ، ص ١٢٠ . وكذلك د. جلال أحمد خليل ، المصدر السابق ، ص ٤٠٣ . أنظر في طبيعة حق المنتفع والسلطات الممنوحة له سيما حقه في التصرف ، د. عبد الرزاق السنهوري ، المصدر السابق ، ص ١٢٣٦ وما بعدها .

١١٦ - أنظر في ذلك د. عوني محمد فخري ، التنظيم القانوني للشركات المتعددة الجنسية والعولمة ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٣ . وكذلك د. علاء عزيز ، المصدر السابق ، ص ١٦ . وكذلك د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص ١٤٨ . د. محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المصدر السابق ، ص ١٩٠ . د. اكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص ٢٠٢ .

١٣١ - د. عزيز العكيلي ، شرح القانون التجاري ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ج١ ، الأردن ، ٢٠٠٥ ، ص٢٥٧ .

١٣٢ - د. حسام عبد الغني الصغير ، ترخيص الملكية الفكرية ، المصدر السابق ، ص٣ .

١٣٣ - انظر في ذلك د. محمود سمير الشرفاوي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، ج٢ ، القاهرة ، ١٩٨٤ ، ص٧ . ود. علي جمال الدين عوض ، القانون التجاري ، العقود التجارية والأوراق التجارية عمليات البنوك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٣ ، ص٤ . ود. عزيز العكيلي ، المصدر السابق ، ص٢٥٧ .

١٣٤ - د. طالب حسن موسى ، العقود التجارية ، المصدر السابق ، ص٦ .

١٣٥ - أنظر المادة (١ / أولاً) والمادة (٤ / ف (١) من قانون التجارة العراقي والمادة (١) من قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ ، والمادة (١) من قانون التجارة اللبناني لسنة ١٩٤٢ المعدل .

١٣٦ - أما بالنسبة للتاجر فإن التشريعات التجارية المقارنة وخلافاً لموقفها من الأعمال التجارية قد وضعت تعريفاً له وحددت واجباته ومنها قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ، الذي عرّف التاجر وفي المادة (٧ / أولاً) بأنه (شخص طبيعي أو معنوي يزاول بإسمه ولحسابه على وجه الإحتراف عملاً تجارياً وفق أحكام هذا القانون) ، تقابلها م (١٠) من قانون التجارة المصري لسنة ١٩٩٩ ، وكذلك م (٩) من قانون التجارة اللبناني لسنة ١٩٤٢ المعدل .

١٣٢ - انظر بهذا المعنى د. جلال أحمد خليل ، المصدر السابق ، ص٤٠٤ . وكذلك د. سينوت حليم دوس ، دور السلطة في براءة الإختراع ، المصدر السابق ، ص٣٥٥ .

١٣٣ - د. عوني محمد فخري ، المصدر السابق ، ص١٣٣ . وكذلك د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المصدر السابق ، ص٢٦١ .

١٣٤ - أنظر بهذا المعنى د. اكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص٢٠٢ .

١٣٥ - أنظر في ذلك د. ماهر فوزي حمدان ، حماية العلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، منشورات الجامعة الأردنية ، ١٩٩٩ ، ص٦٨ وما بعدها . وكذلك د. جلال وفاء محمددين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لإتفاقية تريس ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص١١٥ .

١٣٦ - د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، ط٥ ، المصدر السابق ، ص٥٣٩ .

١٣٧ - د. اكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص٢٠٣ .

١٣٨ - أنظر بهذا المعنى د. صلاح زين الدين ، شرح التشريعات التجارية والصناعية ، المصدر السابق ، ص١١٦ .

١٣٩ - د. خاطر لطفي ، المصدر السابق ، ص٢٧٧ .

١٣٠ - د. اكثم الخولي ، المصدر السابق ، ص٢٠٣ .

المصادر

أولاً :- الكتب

١. د. إبراهيم المنجي ، عقود نقل التكنولوجيا ، ط١ ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ٢٠٠٢ .
٢. د. إبراهيم سيد أحمد ، عقد نقل التكنولوجيا فقهاً وقضاءً ، ط ١ ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ .
٣. د. احمد شرف الدين ، أصول الصياغة القانونية ، تصميم العقد ، ط ٣ ، دار نصر للطباعة المعاصرة، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٨ .
٤. د. احمد محمد محرز ، القانون التجاري ، بدون مكان طبع ، ١٩٩٨ .
٥. د. أكثم أمين الخولي ، الوسيط في شرح القانون التجاري ، ج ٣ ، في الأموال التجارية ، ط١ ، بدون مكان طبع ، ١٩٦٤ .
٦. إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة ، ج١ ، منشورات البحر المتوسط، ط١ ، بيروت ١٩٨١ .
٧. د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري ، القسم الأول ، منشورات دار الحكمة ، ط٢ ، جامعة بغداد ، ١٩٩٢ .
٨. د. جلال أحمد خليل ، النظام القانوني لحماية الاختراعات و نقل التكنولوجيا للدول النامية ، ط ١ ، منشورات جامعة الكويت ، بدون سنة الطبع .

- ١٣٨ - د. عزيز العكلي ، شرح القانون التجاري ، المصدر السابق ، ص ٧١ .
- ١٣٩ - د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري ، ط٢ ، منشورات دار الحكمة ، القسم الأول ، جامعة بغداد ، ١٩٩٢ ، ص ٣٣ .
- ١٤٠ - د. إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة ، منشورات البحر المتوسط ، ط١ ، ج ١ ، بيروت ١٩٨١ ، ص ٢١ . وكذلك د. فوزي محمد سامي ، شرح القانون التجاري ، ج ١ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠٠٤ ، ص ٢٩ .
- ١٤١ - د. محمد فريد العريني ، القانون التجاري ، ط١ ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٧٦ ، ص ٦٥ . وكذلك د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري ، المصدر السابق ، ص ٣٦ .
- ١٤٢ - د. فوزي محمد سامي ، شرح القانون التجاري ، المصدر السابق ، ص ٢٩ . وكذلك د. إلياس ناصيف ، المؤسسة التجارية ، ج ١ ، المصدر السابق ، ص ٢١ .
- ١٤٣ - ومن هذه التشريعات أنظر قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ ، في م (٤ و٥ و٦ و٧) وكذلك قانون التجارة اللبناني لعام ١٩٤٢ في م (٧ و٦ و٧ و٨) ، فضلاً عن م (٧ و٦) من قانون التجارة العراقي الملغي ذي الرقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ .

٩. د.جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لإتفاقية تريس ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ .
١٠. د.حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص بإستعمال العلامة التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٣ .
١١. د.حسام محمد عيسى ، نقل التكنولوجيا ، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٧ .
١٢. د.حسن علي الذنون ، دور المدة في العقود المستمرة ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٨ .
١٣. د.حلمي محمد الحجار ، أصول التنفيذ الجبري ، دراسة مقارنه ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٥ .
١٤. د.خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، دراسة تأصيلية وفقاً للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية ، ط ١ ، بدون مكان أو سنة طبع .
١٥. د.زهدي يكن ، شرح قانون الموجبات و العقود اللبناني ، ج ٣ ، دار الثقافة ، بيروت ، بدون سنة طبع .
١٦. د.زهدي يكن ، شرح قانون الموجبات والعقود اللبناني ، ج ٩ في الإيجار ، دار الثقافة بيروت ، بدون سنة طبع .
١٧. د.سليمان مرقص ، نظرية العقد ، دار النشر للجامعات المصرية ، ١٩٥٦ .
١٨. د.سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بدون سنة طبع .
١٩. د.سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، ط ٥ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .
٢٠. د.سمير جميل الفتلاوي ، استغلال براءة الاختراع ، دار المطبوعات الجامعية ، القاهرة ، ١٩٨٤ .
٢١. د.سينوت حليم دوس ، دور السلطة في براءة الإختراع ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٨ .
٢٢. د.سينوت حليم دوس ، نقل التكنولوجيا بين النظرية والتطبيق ، ط ١ ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥ .
٢٣. د.صالح بن بكر الطيار ، العقود الدولية لنقل التكنولوجيا ، ط ٢ ، مركز الدراسات العربي - الأوربي ، باريس ، ١٩٩٩ .
٢٤. د.صلاح الدين الناهي ، الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية ، دار الفرقان ، الأردن ، ١٩٨٣ .
٢٥. د.صلاح الدين جمال الدين ، عقود نقل التكنولوجيا ، ط ١ ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ .
٢٦. د.صلاح زين الدين ، التشريعات الصناعية والتجارية ، ط ١ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٠ .

٣٥. د. عبد الله حسين الخرشوم ، الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٥ .

٣٦. د. عبد المجيد الحكيم ، نظرية العقد ، الشركة الأهلية للطباعة و النشر ، ج ١ ، بغداد ، ١٩٦٦ .

٣٧. د. عبد الوهاب أسيد عرفه ، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية وفقاً لقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ و لائحته التنفيذية ، ط ١ ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ .

٣٨. د. عبد الوهاب عرفه ، حماية حقوق الملكية الفكرية ، المكتب الفني للموسوعات القانونية ، ج ١ ، الإسكندرية ، بدون سنة طبع .

٣٩. د. عزيز العكيلي ، شرح القانون التجاري ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ج ١ ، الأردن ، ٢٠٠٥ .

٤٠. د. علاء عزيز ، عقد الترخيص التجاري ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ٢٠٠٣ .

٤١. د. علي البارودي ، القانون التجاري ، منشأ المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٦ .

٤٢. د. علي جمال الدين عوض ، القانون التجاري ، العقود التجارية والأوراق التجارية عمليات البنوك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٣ .

٤٣. د. علي جمال الدين عوض ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٣ .

٢٧. د. صلاح زين الدين ، المدخل إلى حقوق الملكية الفكرية ط ١ ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٦ .

٢٨. د. صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعية و التجارية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٧ .

٢٩. د. طالب حسن موسى ، العقود التجارية في القانون التجارة العراقي ، ط ١ ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٧٣ .

٣٠. طالب سلمان ، العلامة التجارية المشهورة ، منشورات زين الحقوقية ، لبنان ، ط ١ ، ٢٠١٣ .

٣١. د. عباس الصراف و آخرون ، مقدمة في النظرية العامة لمفهوم الحق الشخصي تقسيمات العقود ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط ١ ، ٢٠٠٥ .

٣٢. د. عباس العبودي ، شرح أحكام قانون المرافعات المدنية ، دراسة مقارنة ، جامعة الموصل ، ٢٠٠٠ .

٣٣. د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، ج ٩ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٨ .

٣٤. د. عبد الغني محمود ، الإطار القانوني في الحصول على التكنولوجيا ، ط ١ ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، الأردن ، ١٩٩١ .

٤٤. د.عوني محمد فخري ، التنظيم القانوني للشركات المتعددة الجنسية والعولمة ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٢ .
٤٥. د. فوزي محمد سامي ، شرح القانون التجاري ، ط ١ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ج ١ ، ٢٠٠٤ .
٤٦. القاضي إلياس ناصيف ، المؤسسة التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ١٩٩٦ .
٤٧. د.ماجد عمار ، عقد الترخيص الصناعي وأهميته للدول النامية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٧ .
٤٨. د.ماهر فوزي حمدان ، حماية العلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، منشورات الجامعة الأردنية ، ١٩٩٩ .
٤٩. د.محسن شفيق ، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية ، القاهرة ، ١٩٨٤ .
٥٠. د. محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، ط ١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٩ .
٥١. د.محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية أو النظام القانوني إلى عصر التكنولوجيا ، منشورات الويبيو ، ١٩٧٦ .
٥٢. د.محمد طه بشير ، غني حسون طه ، الحقوق العينية ، دار الكتب للطباعة و النشر ، ج ١ ، بغداد ، ١٩٨٢ .
٥٣. د.محمد محسن إبراهيم النجار ، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، ط ١ ، ٢٠٠٥ .
٥٤. د.محمود الكيلاني ، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا ، ط ٢ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٥ .
٥٥. د.محمود سمير الشرفاوي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، ج ٢ ، القاهرة ، ١٩٨٤ .
٥٦. المستشار أنور طلحة ، حماية حقوق الملكية الفكرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ .
٥٧. د.مصطفى عبد الستار الجارحي ، فسخ العقد ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٨ .
٥٨. د.مصطفى كمال طه ، العقود التجارية ، ط ١ ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥ .
٥٩. د.مصطفى كمال طه ، أساسيات القانون التجاري ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٠ .
٦٠. د.مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، بدون سنة طبع .
٦١. د.نداء كاظم المولى ، الآثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا ، ط ١ ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٣ .

٣. د.د.رحماد عبد ، عقد الإمتياز ، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة النهدين ، ٢٠٠٣ .

٤. د.صادق زغير محسن ، تنازع القوانين في عقود نقل التكنولوجيا ، أطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ٢٠٠١ .

٥. فرقد زهير ، النظام القانوني لعقد نقل التكنولوجيا ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة بابل ، ٢٠٠٧ .

٦. منصور الصرايرة ، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة مؤتة .

٧. د.هالة مقداد احمد ، العلامة التجارية (دراسة مقارنة) ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة الموصل ، ١٩٩٧ .

ثالثاً :- البحوث

١. د.احمد عبد الرحمن الملحم ، مدى تقيد شرط القصر للمنافسة الرأسية ، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية ، العدد الأول ، س ٢٠ ، مارس ١٩٦٩ .

٢. د.حسام الدين عبد الغني الصغير ، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا ، ندوة الويبو (wipo) الوطنية عن الملكية الفكرية ، لأعضاء مجلس الشورى بالتعاون مع وزارة الصناعة ، مسقط ، عمان ، في ٣-٤ مارس (آذار) ٢٠٠٤ .

٦٢. د.نعيم مغيب ، الفرشاييز ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٦ .

٦٣. د.نعيم مغيب ، الماركات التجارية والصناعية ، ط ١ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٥ .

٦٤. د.نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية (في الملكية الصناعية) ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٥ .

٦٥. د.هاني دويدار ، القانون التجاري ، ط ١ ، منشورات الحلبي ، بيروت ، ٢٠٠٨ .

٦٦. هشام زوين المحامي ، الحماية الجنائية و المدنية للعلامات التجارية ، المكتب الثقافي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط ١ ، ٢٠٠٤ .

٦٧. هشام زوين المحامي ، رهن المحل التجاري و المصنع ، ط ١ ، بدون مكان طبع ، ٢٠٠٥ .

ثانياً :- الرسائل والأطاريح

١. أياد احمد البطينة ، الاعتبار الشخصي و أثره في التعاقد ، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية القانون جامعة بابل ، ١٩٩١ .

٢. د.حسن علي المجعي ، الشروط المقيدة في عقد الترخيص ، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠١ .

٧. د.محمد حسين إسماعيل ، التنازل بعوض عن براءة الاختراع ، بحث منشور في مجلة جامعة مؤتة للبحوث و الدراسات ، تصدر عن جامعة مؤتة ، الأردن ، المجلد الثاني ، العدد الأول ، حزيران ، ١٩٨٧.
٨. د.محمود أحمد الكندري ، أهم المشاكل العملية التي يواجهها عقد الإمتياز التجاري ، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية ، ع ٤٤ ، س ٢٢ ، ديسمبر ، ٢٠٠٠.
٩. د. نادر شافي ، الفرشاييز ، بحث منشور على شبكة الإنترنت .

رابعاً :- القوانين

١. القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ .
٢. قانون العلامات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل .
٣. قانون التجارة العراقي رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ الملغي .
٤. قانون الإثبات العراقي رقم (١٠٧) لسنة ١٩٧٩ المعدل .
٥. قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ .
٦. القانون رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤ المعدل لقانون العلامات التجارية العراقي .

٣. د.حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية في عقد الترخيص ، بحث مقدم للمؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في كلية الحقوق الجامعة اللبنانية للفترة ٢٨-٢٩ أيار ١٩٩٨ ، منشور على شبكة الانترنت على موقع مركز القانون والتحكيم .
٤. د.طارق حمودي ، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني ، ندوة الويبو (Wipo) الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريسيين و طلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (Wipo) ، الفترة من ٦_٨ نيسان ، ٢٠٠٤ .
٥. د.عاطف العزب ، الحماية القانونية في الحصول على التكنولوجيا ، مجلة مصر المعاصرة ، العدد ٣٦٠ ، لسنة ١٩٧٥ .
٦. د.كنعان الأحمر ، الإنتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والإمتياز 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 ١١ و ١٢ مايو / أيار / ٢٠٠٤ .

١٨. قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ المعدل .
١٩. قانون التجارة الأردني رقم (١٢) لسنة ١٩٦٦ .
٢٠. قانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩ المعدل لقانون العلامات التجارية الأردني .
٢١. القانون المدني الفرنسي لسنة ١٨٠٤ المعدل .
٢٢. قانون التجارة الفرنسي لسنة ١٩٨٠ .
٢٣. القانون رقم (٢٠٣) لسنة ٢٠٠٠ المعدل لنص المادة (١٣١٦) من القانون المدني الفرنسي .
٢٤. قانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم (٥٩٧) لسنة ١٩٩٩ .
٢٥. قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ المعدل .
٢٦. قانون العلامات التجارية السعودي رقم (م / ٢١) لسنة ١٩٩٣ .
٢٧. قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي رقم (١٨) لسنة ٢٠٠٧ .
٢٨. قانون الملكية الفكرية السوري رقم (٨) لسنة ٢٠٠٧ .
- خامساً :- الأنظمة واللوائح التنفيذية**
١. النظام الملحق بقانون العلامات التجارية رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧ بشأن تنفيذ قانون
٧. القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ .
٨. قانون الإثبات المصري رقم (٢٥) لسنة ١٩٦٨ المعدل .
٩. قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ .
١٠. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ .
١١. قانون رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٤ الخاص بتنظيم التوقيع الالكتروني وإنشاء هيئة صناعة تكنولوجيا المعلومات المصري .
١٢. قانون حقوق الملكية التجارية والصناعية اللبناني رقم (٢٤٨٥) لسنة ١٩٢٤ المعدل .
١٣. قانون الموجبات والعقود اللبناني لسنة ١٩٣٢ المعدل .
١٤. قانون التجارة البرية اللبناني رقم (٣٠٤) لسنة ١٩٤٢ .
١٥. قانون رقم ١١ لسنة ١٩٦٧ اللبناني الخاص بالمؤسسة التجارية .
١٦. قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية اللبناني رقم (٩٠) لسنة ١٩٨٣ .
١٧. قانون البيئات الأردني رقم (٣٠) لسنة ١٩٥٢ المعدل .

٦- التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية كما أقرتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية و الجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو (Wipo) لسنة ٢٠٠٠.

سابعاً :- المجالات و الدوريات

١-مجلة القضاء ، تصدر عن نقابة المحامين العراقيين.

٢-مجلة ديوان التدوين القانوني ، تصدر عن ديوان التدوين القانوني في وزارة العدل العراقية .

٣-مجموعة الاحكام العدلية ، تصدر عن وزارة العدل العراقي.

٤-مجلة كلية الحقوق ، تصدر عن كلية الحقوق ، جامعة النهرين .

٥-مجلة العلوم القانونية ، تصدر عن كلية القانون ، جامعة بغداد.

٦-مجلة الرافدين للحقوق ، تصدر عن كلية القانون ، جامعة الموصل.

٧-مجلة اتحاد الجمعيات العربية للدراسات و البحوث القانونية ، تصدر عن كلية الحقوق - جامعة القاهرة .

٨-مجلة مصر المعاصرة ، تصدر عن الجمعية للاقتصاد السياسي و الإحصاء و التشريع .

٩-المجلة العربية للفقہ و القضاء ، تصدر عن الامانة العامة لجامعة الدول العربية .

العلامات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل .

٢. اللائحة التنفيذية لقانون الملكية الفكرية السوري رقم (٨) لسنة ٢٠٠٧ .

٣. اللائحة التنفيذية رقم (١٣٦٦) لسنة ٢٠٠٣ لقانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ .

سادساً :- الاتفاقيات و الأعمال الدولية

١- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣ المعدلة بموجب اتفاقية ستوكهولم سنة ١٩٦٧ .

٢- مشروع تقنين السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا لسنة ١٩٨١ .

٣- مبادئ اليونيدروا (unidroit) الخاصة بالعقود التجارية الدولية ، التي وضعها معهد توحيد القانون الخاص في روما ، سنة ١٩٩٤ .

٤- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (Trips) لسنة ١٩٩٥ .

٥- التوصية المشتركة بشأن الاحكام المتعلقة بحماية العلامات التجارية شائعة الشهرة كما اعتمدها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية و الجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو (Wipo) لسنة ١٩٩٩ .

5. P.Roubier
Droit_De_LaPropriete industrielle,
Tom.2,Paris,1954,P.266.

تاسعاً :- مواقع الإنترنت

1. www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_mct_04/wipo_ip_mct_04_9.do.(
2. www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/WIPO/IP/DAM/04/DOC.8).
3. <http://www.lac.com.jo/Default.htm>) . (
4. <http://www.lebarmy.gov.lb/arabic/Commanders.asp>).(
5. www.alawaba.com). (
6. www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_amm_04/wipo_ip_uni_amm_04_14.doc). (

- ١٠- مجلة مؤتة للبحوث و الدراسات ،
تصدر عن جامعة مؤتة ، الأردن .
- ١١- مجلة العدل اللبنانية للفقهاء و القضاء .
- ١٢- مجلة الحقوق الكويتية ، تصدر عن
كلية الحقوق و الشريعة . جامعة الكويت .
- ١٣- مجلة علوم إنسانية الالكترونية .
- ١٤- مجلة حماية الملكية الفكرية ، تصدر
عن المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية .
- ١٥- النشرة الدورية للملكية الصناعية
الفرنسية (P.I.B.D) .
- ١٦- منشورات المنظمة العالمية للملكية
الفكرية (Wipo) .

ثامناً :- المصادر الأجنبية

1. Coca_cola_V.Bennett.238F.
C.C.A.8th cir.1916.
2. Consumers_Distributing
compny limited R.seiko time Canada
Ltd 1984 1R ,C.S.583(S.C.C.).
3. Jeans chapira , Le contrats
international to transfers
technolguein ,Journal dudroit
International , 1978 , P.23 .
4. John adams, K. V. Prichard
Johnes, Franchising Practice and
Precedents in business, Formante
franchising, Thiedition, Butter
worths, 1990 P.18 .