شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الامتياز التجاري (الفرنشايز)

م.د. باسم محمد خضر السعيدي م.د وسن كاظم زرزور
جامعة واسط- كلية القانون

الملخص

تعد عقود الامتياز التجاري (الفرنشايز) من اهم العقود التجارية التي تعتمد على المعلومات الفنية والعلامات والأسماء التجارية والتي يقوم بموجبها المانح بالقيام بالترخيص باستعمالها لصالح المرخص له ليستخدمها في مشروعه التجاري ضمن الحدود الزمانية والمكانية المتفق عليها بين الطرفين لغرض توسيع نشاط المرخص له.وعقود الامتياز (الفرنشايز) تعد من اكثر العقود استخداماً على المستوى العالمي والتي اصبحت فيها حقوق الملكية الصناعية كالعلامة التجارية والأسم التجاري جزء مهم من أي مشروع تجاري. لكن ملكيتها تبقى للمانح اما المرخص له فله ان يقوم باستعمالها في الزمان والمكان المتفق عليه وينتهي حقه هذا بانتهاء مدة العقد.

Abstract:

Franchise contracts that are one of the most importance contracts in the international trade include, for example, rights of artificial information and mercantile marks which are very necessary for both parties of contract. The firstpart of such mentioned contractwho contract in his own name can authorize anotherparty to use one or more of these rights in his transactions at certain time at a certain place.The general rule to such mentioned provisions is that this is relevant both to

universally created which are simply specify certain quantities and qualities of certain goods and the owner of these mercantile documentations can simply abandon their using to other persons without losing them exclusively.

questions of production and distribution of authorized goods as soon as they placed at trader's disposal. In these days it is likely that, the Franchise contracts are on the increase around the world and there are more and more variouslabels and symbols that are

المقدمـــة

في ضل التنامي المتزايد للمشروعات التجارية والاقتصادية كماً ونوعاً باتت المنافسة بين هذه المشروعات أمراً مسلماً يفرضه واقع مزاولتها للنشاط التجاري ، مما حدا بهذه المشروعات أن تبتدع أساليب جديدة في صناعة وتوزيع المنتجات بعيداً عن منافسة مثيلتـها الأخرى .

وتعتمد هذه الطرق بدرجة أساسية وكبيرة على حقوق الملكية الصناعية والتجارية كالعلامات والأسماء التجارية، فضلاً عن المعارف الفنية وبراءات الاختراع وسائر حقوق الملكية الصناعية الأخرى، والتي بدورها يكون لها الأثر الأبرز في تكوين الانطباع لدى جمهور المستهلكين وتوسيع القاعدة الاستهلاكية في اختيار السلع والبضائع وتفضيل بعضها على الأخرى من

خلال ما تحمله من أسماء وعلامات وبيانات تجارية، والتي تدلل بشكل واضح على عائدية هذه السلع والمنتجات وربطها بالمشروع أو المحل التجاري التابعة له، ناهيك عن فكرة الجودة وطريقة الصنع التي يستخدمها هذا المشروع أو ذاك في تحقيق وانتشار القاعدة الاستهلاكية خاصته .غير أن هذه العلامات والأسماء التجارية كانت وحتى عهد قريب تبقى حكراً على مالكها، والذي له حق مقاضاة اي شخص يقوم بالاعتداء عليها واستخدامها دون وجه حق" أي دون موافقة الشخص المالك" والذي له بموجب القانون حق استئثاري على هذه الحقوق في مواجهة الغير بحيث يمتنع عليهم التعدي عليها ، ألاً في حالة ما إذا قام المالك ببيعها والتخلي عن ملكيتها بصورة تامة ، سواء قام ببيع هذه الحقوق مجردة أم

مع المحل التجاري الذي يملكه، حيث يكون عليه في هذه الحالة أن يمتنع هو عن استخدامها بنفسه مرة أخرى كونه ملتزم بعدم منافسة المشتري في نشاطه التجاري استنادا لالتزامه بضمان التعرض والاستحقاق للمشتري حتى وأن كان صادراً منه شخصياً، مما كان يشكل عقبة أساسية أمام أنتشار المشروعات التجارية والتي تقوم بإنتاج السلع والبضائع وتوزيعا في مختلف دول العالم .

ولما كانت غاية أي مشروع لاسيما الكبيرة منها بأن تتوسع أو تنتشر الرقعة الجغرافية التي يتولى فيها أنتاج بضائعه أو توزيعها على مختلف دول العالم فضلاً عن أمكانية اختيار هذه البضاعة من قبل جمهور المستهلكين وتفضيلها على سلع المنافسين دون أن يضطر لأن يتخلى عن حقوق الملكية الصناعية والتجارية التي يملكها كعلامته التجارية وأسمه التجاري كما رأينا سلفاً ، لذلك أبتدع التعامل التجاري الدولي آلية تعاقدية جديدة تحقق هذه الأهداف جميعها متمثلة بعقد الامتياز التجاري أو ما يسمى "بعقد الفرنشايز" ، إذ يتمكن الطرف المانح " مالك حقوق الملكية الصناعية والتجارية" من خلال هذا العقد من السماح للطرف المتلقي باستعمال بعض من هذه الحقوق العائدة أليه كالعلامة التجارية أوالاسم التجاري أو براءات الاختراع أو طريقة الصنع والتوزيع للمنتجات بالاتفاق خلال مدة زمنية محددة وداخل نطاق جغرافي معين لقاء مقابل متفق على نوعه وآلية الوفاء به فيما بينهما .

إذ يوفر هذا العقد ميزات عديدة لكلا طرفيه، فهو يحقق رغبة المانح في أنتاج وتوزيع بضائعه وسلعهِ على أكبر نطاق جغرافي ممكن وتوسيع قاعدة المستهلكين لهذه البضائع والتي تحمل علامته وأسمه التجاري دون أمكانية تخليه عن حقوق ملكيتها ، فضلاً عن العائد الذي يحصل عليه كمقابل لاستعمال هذه الحقوق من قبل المتلقي " المرخص له . أما بالنسبة للأخير فتتمثل فائدته من وراء العقد من خلال افتتاحه لمشروع تجاري وتكوين قاعدة المستهلكين لديه دون حاجة منه للاضطرار لابتداع علامة تجارية جديدة أو أسم تجاري جديد مما يشكل صعوبة في أنتشارها ومدة طويلة زمنياً لاستحصال ثقة الجمهور بها ، بل يقوم بذلك اعتمادا على الثقة التي توفها له علامة المانح التجارية ، مما يشكل في النهاية أقبال على البضائع التي ينتجها أيماناً من الجمهور بجودتها وكفاءتها كونها تحمل العلامة الأصلية ، مما يوفر سهولة توزيع وترويج هذه البضائع والمنتجات على أوسع نطاق ممكن من حيث المكان والأشخاص.

وبحسب أتفاق المتعاقدين وفقاً لشروط العقد لابد لهذا السماح أو الامتياز أن يكون محدد

بمدة زمنية معينة دون أن يستمر على الدوام ، فضلاً عن نطاق جغرافي أو مكاني محدد يمكن للمتلقي أن يقوم بإنتاج البضائع أو توزيعها داخله دون أن يتعداه ألى مكان آخر خوفاً من منافسة غيره من المتلقين في حالة منح الامتياز لأكثر من شخص واحد في أكثر من بلد أو حتى في أكثر من مكان داخل البلد الواحد وهو الفرض الغالب، أو حتى منافسة المانح نفسه في بعض الأحيان. ويطلق على هذه الاشتراطات التي تحدد المدة الزمنية والنطاق المكاني ب" شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز " بمعنى تقييد الأنتاج والتوزيع أو قصره على نطاق مكاني وزماني محدد بالأتفاق .ولغرض تسليط الضوء أكثر على هذه الاشتراطات ارتأينا البحث في موضوع " شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الأمتياز التجاري " الفرنشايز " وعلى مبحثين، الأول منها للتعريف بعقد الأمتياز التجاري والشروط التقييدية الواردة فيه ، أما الثاني فهو للآثار القانونية الناجمة عنه ومدى تأثرها بالشروط التقييدية ، ونختم كلامنا بخاتمة نعرض فيها أهم ما توصلنا إليه من أستنتاجات ومقترحات حول البحث .

المبحث الأول : تعريف عقد الأمتياز التجاري وشروط التقييد الواردة فيه.

قبل تعريف شروط التقييد في عقد الأمتياز التجاري لابد لنا من أن نقف على مفهوم هذا العقد وموقف التشريعات الداخلية للدول فضلاً عن الأتحادات العالمية للفرنشايز منه ثم نتولى تعريف شروط التقييد بعد ذلك ، لذا سنقسم هذا المبحث على مطلبين، الأول لتعريف عقد الأمتياز التجاري وأنواعه ، أما الثاني فهو لتحديد مفهوم شروط التقييد المكانية والزمانية فيه.

المطلب الأول . تعريف عقد الامتياز التجاري وأنواعه.

سنقسم هذا المطلب على فرعين الأول للتعريف بالعقد ، أما الثاني فهو لأنواعه .

الفرع الأول . تعريف عقد الأمتياز التجاري.

يعرف الاتحاد الفرنسي للفرنشايز(١)* عقد الامتياز التجاري بأنه " آلية للتعاون بين مشروعين، هما المشروع المانح ، ومشروع أو مشروعات المتلقي ، والذي يتضمن بالنسبة للمانح الترخيص باستخدام ملكية علامة تجارية أو اسم تجاري أو رموز أو

---

١)* أنشا الأتحاد الفرنسي للفرنشايز والمسمى (F.F.F) عام ١٩٧١ على يد الاستاذ (Goguet) وقام بإعداد تقنين سلوك لتنظيم العمل في مجال الفرنشايز قد أنتهت صياغته عام ١٩٨٤ وصدر عام ١٩٨٨ ثم بدأ العمل به ١٩٩١ ، نقلاً عن د. عبد المنعم زمزم ، عقود الفرنشايز– بين القانون الدولي الخاص وقانون التجارة الدولية، دار النهضة العربية– القاهرة، ٢٠١١،ص٥١.

عنوان أو نماذج صناعية ، وكذلك حق المعرفة الفنية التي يرخص للمتلقي بأستخدامها، فضلاً عن مجموعة من الخدمات والمنتجات التي تقدم بشكل جديد ومبتكر يجري أستغلالها بشكل كامل وفقاً للأساليب التجارية النموذجية المتبعة سلفاً بواسطة المانح ".

وعلى هدي التقنين الفرنسي في التعريف سار التقنين الأوربي للفرنشايز والصادر عام ١٩٩٨ معرفاً أياه بأنه " نظام لتسويق السلع والخدمات والتكنولوجيا ، يقوم على التعاون الوثيق والمستمر بين مشروعات مستقلة تمام الاستقلال من الناحيتين المالية والقانونية هما "المانح والمتلقي " بمقتضاه يرخص الأول للأخير بالحق في أستخدام العلامة والأسم التجاري والمعرفة الفنية ، فضلاً عن المساعدة الفنية والطرق الصناعية والتجارية وباقي حقوق الملكية الصناعية الأخرى تحت رقابة المانح ووفقاً لأسلوبه ، على أن يلتزم المتلقي بدفع المقابل المالي بصورة مباشرة أو حتى غير مباشرة طوال مدة العقد المتفق عليها بين الطرفين.

ولم تقم الجمعية المصرية للفرنشايز " E.F.D.A" التي تأسست في عام ٢٠٠١ بأعطاء تعريف لعقد الفرنشايز والتي تعد جمعية غير حكومية لا تهدف لتحقيق الربح تم أنشاؤها من مجموعة من رجال الأعمال وتقتصر عضويتها على الشركات والمؤسسات التجارية ، وقد حصلت على عضوية مجلس الامتياز الدولي (٢).

ولا يوجد في التشريع العراقي أية أشارة لعقد الفرنشايز أو الأمتياز في أي قانون وتحت أي مسمى وهو ما يحتاج بدوره إلى أعادة نظر في الموضوع .

أما عن دور الفقه في تعريف عقد الأمتياز التجاري فهو واضح في ذلك ، فلم يضمر الفقه جهداً في تعريف العقد وذهب كل أتجاه في التعريف وفق ما وصل أليه اعتقاده حتى كان هناك أكثر من رأي ومفهوم للعقد وأن اختلفت في المنطوق ألاً أنها متوافقة في المعنى، وكان نطاق العقد هو المختلف بشأنه ، بمعنى مايرد عليه العقد من حقوق الملكية الصناعية من حيث نوعها وعددها وهو ماجر في النهاية إلى اختلاف في تعريفهم للعقد .

أذ ذهب أتجاه أول في الفقه إلى تعريفه بأنه " العقد الذي يمنح بمقتضاه أحد الأطراف والمسمى ب" مانح الترخيص " إلى الطرف الآخر والذي يسمى " المرخص له " حق استخدام أحد حقوق الملكية الصناعية و كالاسم أو العلامة التجارية ، أو النموذج الصناعي وبراءات الأختراع ، أو المعرفة الفنية اللازمة لأنتاج السلع أو توزيع المنتجات والخدمات وهي تحمل علامتها التجارية الأصلية العائدة للمانح (٣) .

ويعرفه آخر(٤)بأنه " أتفاق يعقد بين مشروعات مستقلة يقوم أحدهم وهو المانح بالسماح لمشروع آخر أو أكثر بإعادة أستغلال مقومات هذا النجاح ، والمتمثلة بالأسم والعلامة التجارية أو الشعار أو الطرق المبتكرة في الأنتاج ، فضلاً عن المقومات الأداريةفي التوزيع والتسويق والتي تؤدي إلى الوصول إلى هذا النجاح في مقابل يتفق الأطراف على أداءه من المتلقي للمانح .

أما عن دور القضاء في تعريف عقد الأمتياز التجاري فقد عرفه القضاء الفرنسي ممثلاً بالمحكمة الأبتدائية بأنه " منهج أو نظام عمل يقوم المانح بمقتضاه بتزويد المتلقي بالسلع والبضائع والمساعدة الفنية فضلاً عن الأسم التجاري والعلامة التجارية بالشكل الذي يضمن عدم الخلط بين منتج المانح وغيره من المنتجات (٥) .

كما عرفه القضاء اللبناني لأول مرة في عام ١٩٩٢ متمثلاً بمحكمة الدرجة الأولى في بيروت _الغرفة الخامسة بأنه " أتفاق يحصل عادة بيت تاجر صناعي يتعاطى بتجارة الجملة وبين شخص آخر يتعاطى بتجارة المفرد وبصورة مستقلة ولحسابه الخاص ، فتعمد الشركة إلى تسهل تكوين مركز أو محل تجاري يكون ملكاً للتاجر وتعطيه حق بيع البضاعة من علامة تجارية مشهورة مع استعمال هذه العلامة أو الاسم التجاري في محله على أن يمتنع التاجر عن بيع بضاعة أخرى تنافس هذه العلامة (٦).

والملاحظ على التعريف اعلاه أنه يقصر العقد على فرنشايز التوزيع والخدمات دون فرنشايزالأنتاج والذي يستقل بمقتضاه المتلقي في صناعة البضاعة دون الرجوع للمانح في الحصول عليها مع أنها تحمل العلامة التجارية العائدة للأخير. وهو ما يقرب هذا التعريف من التمثيل التجاري ويبعده عن الفرنشايز ،والذي يتضمن بالإضافة لفرنشايز التوزيع والخدمات ، فرنشايز التصنيع وهو الأهم على المستوىالتجاري الدولي ، كما سنرى الفرع الثاني من هذا البحث تحت عنوان أنواع الفرنشايز.

الفرع الثاني : أنواع عقد الأمتياز التجاري – الفرنشـايز.

من خلال التعريفات المتقدمة والتي أظهرت موضوع عقد الامتياز التجاري تبين أن هذا العقد لا يأتي بنوع واحد ، بل أن التعامل التجاري الدولي أفرز أكثر من نوع واحد لهذا العقد حسب نوع وطبيعة المحل أو الحزمة التي يرد عليها العقد والتي يرخص أو يسمح المانح للمتلقي باستخدامها ، أي بمعنى حسب نطاق ومدى حقوق الملكية الصناعية والتجارية التي يقوم المانح بنقلها للمرخص له واستعمالها مدة محددة من الزمن ، كالاسم والعلامة التجارية ، أو النموذج الصناعي ،

فضلاً عن المعرفة والمساعدة الفنية في تصنيع المنتجات وترويجها.

لذلك يقسم عقد الامتياز التجاري على نوعين وهي فرنشايز التصنيع، والتوزيع، ولغرض الوقوف باختصار على هذه الأنواع سنوضح كلاهما في النقطتين التاليتين.

أولاً :–فرنشايز التصنيع .

يراد بفرنشايز التصنيع بأنه " العقد الذي يقوم بمقتضاه المانح بنقل الأسرار الصناعية والتكنولوجية المتعلقة بصناعة سلعة معينة، من خلال تزويد المتلقي بمجموعة من المعارف الفنية والصناعية والتجارية والتسويقية الخاصة بأنتاج سلعة ما ينتجها المانح أصلاً حتى يقوم المتلقي من جانبه بتصنيع منتجات مماثلة بنفس الطريقة الأصلية المتبعة من قبل المانح تحت أشرافه ورقابته، في مقابل الأجر المتفق عليه بين المتعاقدين (٧) .

والمقصود هنا بفرنشايز التصنيع أن المرخص يقوم بالسماح للمرخص له بإستعمال حقوق الملكية الصناعية في سبيل أتمام تصنيع سلعة معينة دون أن يتعداها إلى فكرة توزيعها أو تقديم خدمة معينة في سبيل ترويجها .

بل يقتصر دور المانح على الأفصاح عن الأسرار الصناعية والمعارف الفنية وراء تصنيع سلعة ما، أو منتج معين مع السماح للمرخص له بأستخدام العلامة أو الأسم التجاري التي توسم بها المنتجات المصنعة والتي تعود للمانح ، ناهيك عن فكرة الرقابة والأشراف في الأدراة التي يزاولها المانح على المشروع المتلقي حتى يتأكد من مدى مراعاة الأخير للأسرار الصناعية ودرجة جودة المنتجات ومستوى كفاءتها، حتى يحقق بالنتيجة صناعة منتج شبيه إلى حد ما بالمنتج الأصلي الذي يعود للمرخص،لكي لايؤدي إلى الأساءة إلى سمعتة الأخير التجارية من خلال المنتج الجديد في حالة ماإذا كانت صناعته ليست بذات الكفاءة والجودة مما يخل بسمعة المرخص التجارية من خلال العلامة والأسم التجاري العائد أليه .

ومن أبرز الأمثلة على فرنشايز التصنيع الترخيص الذي تمنحه شركات المشروبات الغازية في العالم كأمتياز بيبيسي كولا ، وكوكا كولا وغيرها، كذلك مطاعم الوجبات السريعة كدجاج كنتاكي "K.F.C" وبيتزا هوت وبوركر كينج وغيرها والتي تصبح بمثابة شبكة متكاملة حول العالم تسمى بشبكة الفرنشايز.

معنى ذلك أن المستهلك بأمكانه أن يراجع أي فرع للشركة ويحصل على ذات المنتج وبنفس الطعم والنكهة الأصلية دون تمييز ،وهذا مايسعى أليه كلا طرفي عقد الأمتياز تحقيقاً لرضاء الزبون ، حتى أن بعض المؤسسات المرخصة للفرنشايز تفرض على

الطرف المتلقي أن يتخذ محلاً مشابهاً لمحلاتها الأساس من حيث الشكل والترتيب والعلامة التجارية وبنفس طريقة الأدراة وتقديم الطعام وحتى أزياء العمل التي يرتديها العمال أثناء تقديم الوجبات (٨).

الفرع الثاني : فرنشايز التوزيع .

في هذا النوع من العقد لايقوم المانح بنقل أي من عناصر الملكية الصناعية والتجارية كالأسم والعالمة التجارية والمعرفة الفنية والاسرار الصناعية كما رأينا في النوع الأول، بل يقتصر الأمر على منح المرخص له الأجازة في توزيع المنتجات التي يقوم بصناعتها المانح .

أذ يهدف هذا النوع من عقد الأمتياز إلى تسويق السلع والمنتجات التي تعود للمانح وهي تحمل علامتها وأسمها التجاري الأصلي ، حتى أن المرخص له ليس لديه اي دور في تصنيع السلع أو إنتاجها ، بل يقتصر دوره على التسويق والترويج للسلع الجاهزة ، بيد أن هذا لا ينفي رقابة الطرف المانح " المرخص " على المتلقي " المرخص له " من خلال وضع المعايير التي يضعها للأخير والتي يراها مناسبة لتحقيق أكبر قدر ممكن من تسويق المنتجات .

غير أن عملية توزيع المنتجات لا تتم اعتباطاً ، بل هناك مجموعة من الضوابط والأسس الفنية التي يقوم المتلقي بمراعاتها تحت إشراف المانح حتى تضمن له في النهاية تسويق أكبر قدر ممكن من البضاعة وللمتلقي المردود المتمثل بالمقابل والذي حتماً سيزداد كلما زادت كمية البضاعة الموزعة أو المباعة .

لذلك فإن المرخص في فرنشايز التوزيع لا يقوم بمنح هذا الأمتياز لأي متلقي ، بل لابد من توافر الصفات التي يراها هو جديرة بالمراعاة في شخص ومؤسسة المتلقي فضلاً عن الموقع الجغرافي الذي توزع البضاعة داخله ، ناهيك عن عنصر الزبائن ومدى أقبالها على شراء هذه المنتجات والأنطباع العام للجمهور تجاه هذه السلعة بالذات وعدم وجود مزاحمة من قبل المنافسين لها في الموقع الجغرافي الذي سيجري التوزيع داخله (٩).

ويغلب في فرنشايز التوزيع أنه لا يقتصر على مرخص له واحد، بل عدة متلقين يقوم المانح بإختيارهم نتيجة الأتفاق فيما بينهم ، على أن يتولى كل منهم توزيع المنتج في منطقة جغرافية محددة بعيداً عن مزاحمة أقرانه الآخرون ، مما يتطلب في النهاية مدهم بالمساعدة الفنية اللازمة وطريقة التوزيع فضلاً عن الأدارة و الحملات الدعائية والأعلانات ووسائط النقل وأواني وعلب التوزيع وغيرها .

ومن أمثلة هذا النوع من الفرنشايز توزيع السيارات في مختلف دول العالم بالرغم من انتاجها في دولة واحدة أو عدة دول من

خلال منشأة المانح دون أن تتم صناعتها في منشأة المتلقي ، وكذلك توزيع الأجهزة الكهربائية من خلال عدة وكلاء دون تدخل الموزع في صناعتها بأي شكل من الأشكال ، لهذا فإن بعض الفقه يقرب هذا النوع من الأمتياز بعقد الوكالة التجارية ، أو صورة من التمثيل التجاري (١٠) .وبالرغم من ذيوع هذين النوعين من الفرنشايز " التصنيع والتوزيع " إلاً أن هناك أنواع أخرى للفرنشايز وإن كانت أقل أنتشاراً وتأثيراً من النوعين أعلاه ، منها على سبيل المثال فرنشايز الخدمات والذي يسمح للمتلقي باستعمال العلامة والاسم التجاري للمانح لوضعها على الخدمات التي يقوم بتقديمها وفقاً للمعايير والمواصفات التي يحددها المانح لقاء أجر . فالمتلقي لايقوم بصناعة سلعة معينة ، ولاحتى توزيعها وفق أسلوب معين ، مجرد بل تقديم خدمة بنفس النمط المتبع من قبل المانح وهذا هو النوع الشائع في مشروعات الفرنشايز في الولايات المتحدة الأمريكية، أذ تقدر نسبته ب ٨٠% من مجمل مشروعات الفرنشايز داخل الولايات المتحدة (١١).

المطلب الثاني :- تعريف شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الأمتياز التجاري (الفرنشايز).

بما أن عقد الأمتياز التجاري يرتبط بالنشاط الاقتصادي للطرف المانح ويبقى الطرف المتلقي رهناً بذلك النشاط من حيث قيامه بأنتاج البضائع وتوزيعها وهي تحمل علامته التجارية وأسمه التجاري لذلك غالباً مايعمد المانح إلى تحديد أو تقييد حجم الأنتاج التجاري للطرف المتلقي لاسيما من حيث الزمان والمكان.

والمقصود بهذا التحديد أن حرية الطرف المتلقي في في أنتاج البضائع أو توزيعها ليست مطلقة في كل مكان وزمان، إذ لا يمكن له أن يقوم بأنتاج بضاعة معينة تحمل علامة المرخص التجارية وتوزيعها في مختلف بقاع العالم كونه سيؤدي إلى منافسة المانح في نطاقه الجغرافي، أو حتى منافسة بقية المتلقين كلٌ في نطاقه الجغرافي المحدد بإتفاقه مع المانح ، لأن شبكة الفرنشايز هي شبكة عالمية يرتبط بمقتضاها أغلب المرخصين بمجموعة عقود وأمتيازات حول دول العالم لمتلقين مختلفين، وحتى يوفق المانح في فكرة المنافسة والقضاء عليها بين هؤلاء فيقوم بتحديد منطقة جغرافية معينة لكل متلقي على حده قد تكون بلده أو مقاطعته أو مدينته ليقوم لينفرد بمزاولة نشاطه التجاري داخلها دون مزاحمة من أحد . أما من حيث الزمان فأن عقد الأمتياز التجاري كسائر العقود الأخرى لا يمكن أن يستمر إلى ما لا نهاية ، أو لمدة غير محددة لاسيما عقود المدة ، إذ لابد من مدة زمنية تحدد بأتفاق الأطراف ينتهي بمقتضاها العقد ، ومن ثم يزول السند القانوني للمتلقي في

أستخدام حقوق الملكية الصناعية والتجارية العائدة للمانح ، وبالتالي يمتنع عليه أنتاج سلعةأوبضائعة وهي تحمل علامة المرخص التجارية أو أسمه التجاري، إلاّ في حالة تمديد العقد مدة أخرى أو تجديده بأتفاق جديد. ولغرض تسليط الضوء على هذه الشروط التقييدية التي غالباً ماترافق عقد الأمتياز التجاري ، وما أثرها على العقد سنقسم هذا المطلب على فرعين، يكون الأول لشروط التقييد المكانية، أما نظيرتها الزمانية فستكون محور الفرع الثاني .

الفرع الأول :- شروط التقييد المكانية في عقد الأمتياز التجاري .

يراد بشروط التقييد المكانية تلك الأشتراطات التي يضعها الطرف المانح في عقد الأمتياز والتي تحد من حرية المتلقي في أنتاج السلع وتوزيعها أو بيعها في أطار جغرافي محدد (١٢) .

وتأتي هذه الأشتراطات العقدية في في صورة بنود تعاقدية في العقد المبرم بينهما ، يفرضها الطرف المانح على المتلقي والذي يرتضي غالباً فيها بعد أجراء التفاوض بشأنها مع المانح كونه صاحب مشروع تجاري في بداية تأسيسه يسعى للشهرة والتوسع فضلاً عن تحقيق الربح من خلال أنتاج وتوزيع السلع أو تقديم الخدمات أعتماداً منه على العلامة أو الأسم التجاري الذي تحمله هذه المنتجات والعائد للمرخص "مالك حقوق الملكية الصناعية" وتحت أشرافه مقتفياً بذلك أثره في الأنتاج والتوزيع .لذا نجد المتلقي غالباً مايرتضي بهذه الاشتراطات كونها لاتحقق في النهاية مصلحة المانح فحسب بل مصلحته هو أيضاً في أحيانٌ كثيرةٌ ، كونها توفر له سوق محددة مكانياً يقوم بالأنتاج والتوزيع داخلها دون منافسة من أحد حتى المانح نفسه .

وقد يرافق شرط التقييد المكاني شرطاً آخر مرتبطاً به يسمى قصر الشراء، ومعناه أن المتلقي سيكوم مجبراً على شراء المنتجات التي يحتاجها أو المواد الأولية اللازمة لصناعته من الطرف المانح حصراً دون تعديه إلى شخص آخر، ويبرر بعض من الفقه هذا الشرط بالقول " طالما أن المتلقي يحصل في عقد الفرنشايز على ميزة تخوله مزاولة نشاطه الجاري وتوزيع منتجاته داخل منطقة جغرافية محددة دون أن ينافسه أحد في ذلك ، فأن مانح الأمتياز يرغب من جهته في الحصول على مقابل لهذه الميزات تتمثل بألتزام المتلقي بتسخير نشاطه لترويج المنتجات محل العقد و الحصول على أحتياجاته من خلال المرخص " (١٣) .

وقد يحدث في بعض الأحيان أن المتلقي لا يلتزم بالحيز أو النطاق الجغرافي المحدد له في العقد " عقد الفرنشايز" بل يتعداه إلى غيره من المناطق سواء داخل البلد الواحد أو حتى خارجه أملاً منه في تحقيق مكسب أو

ربح أكبر، وهو ما يجر بالنتيجة إلى الأضرار ليست بمتلقي آخر بل يتعداه للأضرار بالمانح نفسه والذي يجب عليه القيام من جانبه ببذل مزيد من الحرص وتحديد النطاق الجغرافي لكل متلقي على حده وألزامه بعدم تجاوزه حتى لا يتسبب في النهاية بمزاحمة غيره في داخل حيزه الجغرافي (١٤) ، فمثلاً بالنسبة لدجاج كنتاكي (K.F.C) يوجد داخل الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها قرابة (١٥،٠٠٠) خمسة عشر ألف فرع موزعة على الولايات جميعها كلٌ بمكان محدد مما يضع في النهاية مجهوداً كبيراً على المانح في تحديد منطقة كل فرع وضمان عدم أخلاله بألتزامه بتوزيع المنتجات داخله .

والملاحظ على شرط التقييد المكاني أنه يبدو واضحاً في فرنشايز التوزيع أكثر منه في فرنشايزالأنتاج ، كون السلع والبضائع قد تنتج في مكان واحد فقط كمؤسسة المانح ويجري توزيعها في عدة فروع أو شبكات داخل البلد وفقاً لفرنشايز التوزيع كما ذكرنا سلفاً.

الفرع الثاني :- شروط التقييد الزمانية في عقد الأمتياز التجاري .

لا يقتصر التقييد الذي رأيناه في عقد الأمتياز التجاري على نطاق مكاني محدد يزاول المتلقي نشاطه داخله ، بل أن التقييد في كثير من الأحيان يرتبط بالأنتاج والتوزيع خلال مدة زمنية محددة تكون هي مدة عقد الفرنشايز.

ويراد بالتقييد الزماني هي مدة العقد الذي يكون نافذاً خلالها ، إذ لابد لكل عقد من مدة ينفذ خلالها ومن ثم ينقضي بإنتهاءها أو حتى قبل ذلك ، كون الألتزام من مفهوم فلسفي رابطة مؤقتة لايمكن أن تستمر على الدوام .وهناك عقود تسمى عقود المدة والتي يدخل الزمن عنصراً جوهرياً في محلها أو في تنفيذها، حتى أن مقدار تنفيذها يرتبط بالمدة الزمنية التي ينفذ أثناءها .

ويعد عقد الأمتياز التجاري من عقود المدة ، كونه وارد على أستخدام واستعمال حقوق الملكية الصناعية والتجارية العائدة للمانح ، والتي رخص للمتلقي بأستخدامها ، ومن ثم فأن هذه الحقوق تعود في نهاية مدة العقد إلى المرخص والذي لم يتنازل هو في الأصل عن ملكيتها ، بل عن حق أستخدامها بمقابل ، لأن التنازل ونقل الملكية لحقوق الملكية الصناعية والتجارية يتنافى مع طبيعة عقد الأمتياز التجاري الذي يكون بحسب طبيعته أقرب إلى عقود المنفعة والأستعمال منه إلى العقود الواردة على الملكية.لذلك فأن نهاية مدة العقد تعد نهاية الأمتياز ، لكن في أحيان كثيرة يمتد عقد الأمتياز لآجال زمنية طويلة أملاً في تحقيق الربح أو العائد من وراء أستغلال حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، ليس بالنسبة

للطرف المتلقي فحسب ، بل حتى بالنسبة للطرف المانح، فالأخير من مصلحته أن يمتد أستخدام حقوق الملكية الصناعية والتجارية العائدة اليه مع الزمن في منشأة المتلقي، كونها تدر عوائد مالية وكلما أستمر المتلقي بالأنتاج والتوزيع تحت أشراف المانح تكون العوائد أكبر بالنسب لكلا الطرفين ، ولا خوف من المانح على هذه الحقوق من الضياع أو اساءة الأستخدام ، كون العقد كما ذكرنا يقصر حق المتلقي على الأستعمال دون أن يتعداه للملكية ، كما أن المانح سوف يراقب هذا الأستعمال خوفاً من أساءة المتلقي لحقوق الملكية الصناعية والتجارية خاصته ، كما أن ليس من مصلحة المانح أنهاء العقد أو أمتداده لفترات قصيرة كون ذلك لايضمن له عائد مستمر ، فضلاً عن أن أنهاء العقد سوف يضعه في حالة البحث عن متلقي جديد ومنحه أمتيازللأنتاج والتوزيع وهو ما يحتاج بدوره إلى جهود في البحث عن المشروعات الجديدة ، فضلاً عن صعوبات توفير البيئة التعاقدية المناسبة لنقل الحقوق من جديد ومقدار توافر الثقة في هذه المشروعات واشخاص متلقيها (١٥).

لذلك نجد أن شروط التقييد الزمانية قد تمتد إلى آجال زمنية طويلة ، فضلاً عن رغبة المانح في تجديد العقد أو تمديده مع المتلقي نفسه في أغلب الأحيان عند أنتهاءه نظراً لتوافر الثقة فيه ومقدار حرصه على حقوق الملكية الصناعية والتجارية محل العقد وتحقيقه للعائد المستمر من وراء ذلك.

المبحث الثاني : آثار عقد الامتياز التجاري " الفرنشـايز"

يراد بآثار العقد بصورة عامة مجموعة الحقوق والالتزامات المتبادلة بين طرفي العقد في العقود الملزمة للجانبين، ولكون عقد الأمتياز التجاري ينضوي تحت هذه الطائفة من العقود فأنه يكون محكوماً بهذه القاعدة القانونية والتي تجعل من حقوق الطرف الأول سبباً لألتزامات الآخر .

ولكون موضوع البحث ينصب على التعريف بموضوع " شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الأمتياز التجاري " فسوف نقصر الكلام هنا على أهم الألتزاماتالتي يرتبها هذا العقد على كاهل كلا طرفيه ، وهما المانح " المرخص " والمرخص له "المتلقي" ، لذا سوف نقسم هذا المبحث على مطلبين الأول منهما لألتزامات المرخص،أما الطلب الثاني فسنخصصه لألتزامات المرخص له .

المطلب الأول : ألتزامات المانح " المرخص

"نتناول في هذا المطلب أهم ألتزامات المانح والمتمثلة بالسماح للمتلقي بأستعمال حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، فضلاً عن المساعدة الفنية في إدارة وأستخدام المنشأة الصناعية ، لذا سنقسم هذا المطلب على فرعين، الأول لألتزام المانح بالترخيص للمتلقي بأستعمال حقوق الملكية الصناعية

والتجارية ، أما الثاني فلأمداده بالمساعدة الفنية في أستخدامها.

الفرع الأول :- ألتزام المانح بنقل حقوق الملكية الصناعية والتجارية للمتلقي.

يراد بحقوق الملكية الصناعية بصورة عامة بأنها نوع خاص من الملكية يرد على منقولات معنوية ذات قيمة مالية ناشئة عن الحق الأستئثاري الذي يقرره القانون لصاحب ذلك الحق على محله كبراءات الاختراع، والرسوم والنماذج الصناعية و والعلامات والأسماء التجارية (١٦) .

أو بأنها حقوق أستئثار صناعي تخول صاحبها أن يستأثر بإستغلالها قبل الكافة بإبتكار جديد أو أستغلال العلامات والأسماء التجارية (١٧).

أما على صعيد الاتفاقيات الدولية فقد عرفتها المادة "٣" من الباب الأول للأتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية بأنها " كل أنتاج في مجال الصناعات الفلاحية والأستخراجية ، كذلك جميع المنتجات المصنوعة والطبيعية " (١٨) أما بشأن حقوق الملكية الصناعية في أطار عقد الأمتياز التجاري فتعرف بأنها مجموعة من الحقوق ذات قيمة معنوية والتي يملكها ويستأثر بها شخص المرخص أو مؤسسته وبموجب القانون له حق الأستعمال الحصري لها ومنع الغير من التعدي عليها من خلال الحماية التي يسبغها القانون على هذه الحقوق(١٩)

إلاً أن هذا الأصل للحق الأستئثاري للمالك ترد عليه أحكام قانونية كثيرة من شأنها أباحه أستعمال وأستخدام هذه الحقوق من الغير في حالة موافقة مالك حقوق الملكية الصناعية والتجارية" المرخص" والتي يجيز للغير " المرخص له" أستغلالها خلال مدة زمنية محددة في مقابل متفق عليه فيما بينهما.حيث يقوم الطرف الأول المرخص بموجب هذا العقد بنقل أستعمال هذه الحقوق إلى المرخص له دون نقل ملكيتها، إذ تبقى الحقوق مملوكة للمرخص ، والذي يلتزم قانوناً بإباحة هذا الأستخدام أو نقل هذا الحقوق إلى المرخص له كلٌ حسب نوعها، إذ من المعلوم أن هذه الحقوق تتعدد وتتنوع ، كبراءات الأختراع والأسرار الصناعية والمعرفة الفنية وكيفية تطبيقها ، كذلك الترخيص بإستخدام العلامات والأسماء التجارية ووضعها على المنتجات التي يقوم بأنتاجها الطرف المتلقي بمساعدة المرخص حتى تظهر في النهاية وكأنها صورة طبق الأصل من بضائع المرخص بذات الجودة والمكونات والشكل دون أمكانية التمييز بينها من حيث الصنع ، وهذه الغاية المتوخاة من وراء عقد الأمتياز سواء بالنسبة للطرف المرخص والمرخص له.

الفرع الثاني :- التزام المانح بتقديم المساعدة الفنية للمتلقي .

يراد بالمساعدة الفنية وضع المعرفة الفنية الـ"know how" وأسرار الصناعة موضع التطبيق العملي ، او الاعداد لتطبيق المعلومات والمعارف الواردة في العقد والتدريب المهني لاستخدامها على الوجه الأمثل .إذ أن مقومات عقد الفرنشايز لا تكتمل بمجرد الترخيص بالعلامة والأسم التجاري ونقل المعرفة الفنية للمتلقي ، بل لا بد من مساعدة الأخير في توظيف هذه المكونات جميعاً ووضعها موضع التطبيق العملي في منشأته للوصول إلى أنتاج السلع والمنتجات بذات الطريقة المتفق عليها والمتبعة في منشأة المرخص ، وهو مايحتاج بدوره إلى تدريب كوادر المرخص له وتهيأة المشروع وأمداده بالخبراء وفن الأدارة والتسويق وشكل المنتجات ووسمها بالعلامة أو الأسم التجاري وما إلى ذلك حتى يصل إلى تحقيق الغاية النهائية التي يسعى أليها كلا الطرفين .

وقد نص المشرع المصري صراحة في قانون التجارة النافذ على ألتزام المورد بتقديم المساعدة الفنية كأحد ألتزامات مورد التكنولوجيا في المادة (١/٧٧) بالقول " يلتزم المورد بأن يقدم للمستورد المعلومات والبيانات وغيرها من الوثائق الفنية اللازمة لأستيعاب التكنولوجيا ، وكذلك مايطلبه المستورد من الخدمات الفنية اللازمة لتشغيل التكنولوجيا وعلى وجه الخصوص الخبرة والتدريب .." (٢٠).إذ من الواضح من مفهوم النص أعلاه أن المشرع لم يقصر ألتزامات المانح على نقل المعرفة الفنية وحقوق الملكية الصناعية بمعلومات مجردة للمتلقي، ففي هذه الحالة لايعتبر المرخص قد قام بألتزامه على الوجه الأكمل ألاً إذا وضع هذه المعلومات موضع التطبيق العملي وصولاً لأنتاج البضائع وتوظيف كل هذه المكونات في كلٌ واحد لينتج العقد الذي يحقق مصالح كلا الطرفين .ويبين النص أن هناك نوعان من المساعدة الفنية ألقاها القانون على كاهل المرخص تتمثل الأولى بتقديم المعلومات والبيانات وغيرها من الوثائق التي تتضمن المعرفة الفنية ، أما الأخرى فتتمثل بالمساعدة الفنية في أداء الخدمات اللازمة لتشغيل وأدارة المنشأة كالخبرة والتدريب (٢١) .

ولايوجد في التشريعات العراقية مايقرر فكرة المساعدة الفنية أو المعرفة الفنية أو التكنولوجيا بصورة عامة، كون المنظومة التشريعية العراقية خالية من تنظيم تشريعي يعالج عقود الأمتياز أو نقل التكنولوجيا بصورة عامة أو حتى عقود الأستثمار بأستثناء قانون الأستثمار العراقي الصادر عام ٢٠٠٦ المعدل ، والذي لم يشر بصورة صريحة لهذه العقود أو نقل التكنلوجيا

بوساطتها وهو في الحقيقة مايحتاج اعادة نظر في ظل الظرف الحالي الذي يمر به العراق كونه فتح الباب واسعاً امام الأستثمارات لاسيما الأجنبية منها وتدفق رؤوس الأموال إلى داخل العراق والذي يحتاج بالحقيقة حزمة من القوانين التي تؤسس لبيئة تشريعية سليمة على مستويات عدة كالأستثمار ونقل التكنولوجيا والقطاع المصرفي والتأمين على المشروعات وملكيتها أثناء وبعد أنتهاء مدة العقد ، فضلاً عن أيجاد الآليات القانونية السليمة لفض المنازعات الناشئة بصددها والوسائل القضائية اللازمة لتسهيل تلك المهمة ، وهوما ندعو المشرع العراقي إلى أخذه بعين الأعتبار عند تعديل القوانين النافذة كقانون التجارة العراقي وقانون الأستثمار وغيرها مما يؤسس في نهاية الأمر لقاعدة رصينة لهذه العقود وأنتشارها في البيئة التجارية العراقية بما يساعد على دفع عجلة التنمية والتقدم في المجالات الأقتصادية بصورة عامة والتجارية بوجه خاص .

المطلب الثاني :- ألتزامات المتلقي في عقد الأمتياز التجاري .

يرتب عقد الأمتياز التجاري ألتزامات في ذمة كلا طرفيه ، وكما رأينا أهم التزامات المرخص آنفاً، سنرى في في هذا المطلبألتزامات الطرف المرخص له والتي تتمثل في حقيقة الأمر بألتزامهبالمحافظة على حقوق الملكية الصناعية المنقولة أليه بوساطة المرخص ، ومن ثم دفع المقابل لهذه الحقوق ، بمعنى المقابل الذي يلتزم به لقاءأستخدامه لحقوق الملكية الصناعية وتحقيق عائد من خلال ذلك ، ويبقى للأطراف تحديد نوعه وآلية الوفاء به حسب الأتفاق .

لذلك سنقسم هذا المطلب على فرعين الأول منهما لألتزام المتلقي بالمحافظة على حقوق الملكية الصناعية العائدة للمانح ، أما الثاني فهو للألتزام بدفع المقابل .

الفرع الأول :- ألتزام المتلقي بالمحافظة على حقوق الملكية الصناعية .

لا تنتقل حقوق الملكية الصناعية العائدة للمرخص بمجرد الترخيص بأستخدامها للطرف المتلقي بل تبقى ملكية هذه الحقوق على ذمة المانح والذي له حق أستعادة حقوقه كاملةٌ بعد أنتهاء مدة العقد بإتفاق الأطراف .حيث تبقى جميع هذه الحقوق من براءات الأختراع وعلامات وأسماء تجارية مملوكة للمرخص أثناء مدة عقد الأمتياز كما كانت سابقه ، بمعنى أن أنعقاد ونفاذ عقد الأمتياز لا يغير من طبيعة حق الملكية الذي يقرره القانون للمانح ولا ينتقل للمتلقي ، بل أن ما ينتقل للأخير من جراء العقد هو حق أستخداموأستعمال على هذه الحقوق ليس إلاً. بحيث لا يجوز له أن يتصرف بها تصرفاً يقرر للغير حقاً عليها أو يلحق

الضرر بالطرف المانح كونه لا يملكها ، كأن يرتب عليها حق أستعمال أو ترخيص آخر أو يتنازل عن العلامة أو الأسم التجاري بما يتنافى وشروط ومستلزمات العقد .

ويتفرع عن هذا الألتزام أن المتلقي يقوم بالمحافظة على هذه الحقوق كلَ بما يتناسب مع طبيعته فمثلاً في مجال براءة الأختراع والمعرفة الفنية يمتنع عليه أن يذيع سريتها أو يفصح للغير عن موضوعها أو يرتب للغير حقاً يتنافى وطبيعتها ، أما إذا كان محل العقد علامة أو أسم تجاري فيلتزم فضلاً عن ذلك بأن يمتنع عن أي تصرف ممكن أن يسيء إلى سمعة المرخص التجارية ناتج عن الأساءة للعلامة التجارية نفسها ، كأن يقوم بتصنيع منتجات وهي تحمل علامة المرخص لكنها ليست بذات الجودة المعهودة لبضائعه، أو يتلاعب بالمكونات أو الوصفات اللازمة لصناعة المنتجات والتي زوده بها المرخص نتيجة الأتفاق على عقد الأمتياز وهو مايؤدي في النهاية إلى الأساءةألى سمعة المرخص وتأثيرذلك على القاعدة الأستهلاكية خاصته وهو مايجر في النهاية بالأضرار بمصالحه الاقتصادية (٢٢).

ويتفرع عن ألتزام المتلقي بالمحافظة على حقوق الملكية الصناعية ألتزام ذاتي نابع من طبيعة هذه الحقوق هو الألتزام بالمحافظة على سريتها ، بمعنى المحافظة على سرية المعلومات والبيانات التي تحملها هذه العناصر وعدم ذيوعها وأشاعتها للغير تحت أي مبرر.

إذ من المعلوم أن القيمة الأقتصادية للمعارف الفنية وأسرار الصناعة والمعلومات التكنولوجية تعتمد بدرجة أساسية على مقدار السرية التي تتوافرلهذه المعلومات ، حتى أن مقدار الحماية القانونية لهذه المعلومات تقدر بمقدار السرية التي تحيطها ، فمتى ما أذيعت هذه المعلومات للعلن وتم أفشاء سريتها أصبحت حق للعامة ومن ثم يجوز لأي شخص أن يحصل عليها والاستفادة منها دون الرجوع للمالك ومن ثم يفقد هذا الأخير الحق الحصري في عائديتها أليه ، وهو ما يجر في النهاية ألى ضرر كبير يطاله ، لذلك نجدالطرف المرخص في عقد الأمتياز يكون غاية في الحرص ولايقوم بالأفصاح عن هذه المعلومات للمتلقي إلاً بعد التأكد من مدى حرص الأخير على سريتها و المحافظة عليها ، فضلاً عن الالتزام القانوني المقرر على عاتقه والذي يقرر على الأخير مسؤولية عقدية وتعويض يطاله في حالة مخالفته للشروط الواردة في العقد لاسيما شرط الحفاظ على سرية المعلومات والأسرار الفنية والتكنولوجية المفروض من قبل المرخص والتي في الغالب تكون شروط مشددة من حيث الصياغة القانونية والأثر المترتب عليها في

حالة مخالفتها ، والتي تصل إلى حد الألتزام القانوني على المتلقي بالمحافظة على سرية هذه المعلومات ليس فقط أثناء مدة العقد ، بل حتى بعد أنتهاء مدة العقد المتفق عليها ، أو حتى قبل أبرامه وأثناء مرحلة التفاوض بشأنه ، لذا نجده يغالي في فرض الشروط التقييدية على كاهل المتلقي فضلاً عن تشديده للمسؤولية عليه في حالة مخالفتها والتعويض بمبالغ طائلة في حالة أخلاله بألتزامه بالسرية قد تصل ألى أضعاف ما يعود عليه من عوائد مالية متحصلة من وراء العقد ، ناهيك عن حقه في فسخ العقد وسحب الأمتياز المقرر للمتلقي مما يحرم الأخير من أمكانية أنتاج السلع وفقاً للطرق الفنية للمانح ، أو حتى أمكانية أستخدام أسمه أو علامته التجارية من جديد على منتجاته .وقد نص المشرع المصري على الألتزام بالسرية بشأن عقد نقل التكنولوجيا بصورة عامة في المادة (١/٨٣) من قانون التجارة النافذ بالقول " يلتزم المستورد بالمحافظة على سرية التكنولوجيا التي يحصل عليها ، وعلى سرية التحسينات التي تدخل عليها ، ويسأل عن تعويض الضرر الذي ينشأ من أفشاء هذه السرية سواء وقع ذلك في مرحلة التفاوض على إبرام العقد أو بعد ذلك ".والملاحظ على هذا النص أنه يجعل من نطاق الالتزام بالسرية المفروض على عاتق الطرف المتلقي لا يقف عند مرحلة تنفيذ العقد وأثناء سريانه، بل يمتد من لحظة أجراء التفاوض على العقد حتى قبل انعقاده ، وهو موقف حسن يشجع على أقبال المرخص على الدخول في التعاقد بحسن نية طالما أنه مطمأن على سرية المعلومات التي بحوزته ، وحتى لا تفقد المعلومات الفنية والأسرار الصناعية قيمتها الاقتصادية في حالة قطع المفاوضات من قبل المتلقي والذي قد يلجأ إلى هذا الأجراء للأضرار بالمرخص في أشاعة سريتها بعد ان يكون قد اطلع عليها أثناء التفاوض على العقد وقبل تحقق أبرامه.

الفـرع الثـانـي :- ألتـزام المتلقـي بـدفع المقابـل.

عقد الأمتياز التجاري من عقود المعاوضات ، معنى ذلك أن المتلقي يدفع مقابل لما يستخدم من حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، فهذه الحقوق تمثل محل ألتزامات المانح والذي عليه السماح للمتلقي بأستخدامها نتيجة عقد الأمتياز، لذا يكون واجباً عليه دفع مقابل لهذا الأستخداموالأستفادة من هذه الحقوق . فالأداء المادي هو الألتزام الجوهري المفروض على عاتق المتلقي والمقابل لألتزام المانح بالترخيص بأستعمال المعرفة الفنية والأسرار الصناعية فضلاً عن الأسماء والعلامات التجارية. ويمثل الحصول على المقابل أهميةأقتصادية من قبل الطرف

المانح ، إذ يسعى للحصول على المردود المادي من خلال منحه للأمتياز إلى المتلقي حتى يتمكن الأخير من استخدام وتوظيف هذه العناصر في أطار مشروعه التجاري وصولاً للأنتاج بمساعدة المانح .

ولا يقتصر المردود الذي يحصل عليه المانح على المقابل المادي فقط والمدفوع من المتلقي ، بل يتعداه الأمر إلى نوع آخر هو المردود المعنوي والذي يؤدي بشكل غير مباشر إلى مردود مادي أيضاً ، ويقصد به أزدياد المنتجات وتوسيع الرقعة الجغرافية التي توزع فيها وهي تحمل علامته التجارية أو أسمه التجاري وهو مايزيد بدوره قاعدة المستهلكين المقبلين على شراءها والتي قد تصل لبلدان وأماكن ماكانت تصل أليها لولا منح الأمتياز للمتلقي .

مما يفتح معه آفاق واسعة واسواق جديدة لمنتوجاته ، ناهيك عن شهرة علامته ،انتشار أسمه التجاري مما يؤدي في النهاية إلى مردود مادي متمثلاً بالاقبال المتزايد على شراؤها مما يحقق معه مصلحة كلا الطرفين المتعاقدين .وبشأن نوع المقابل المدفوع وطريقة الوفاء به فأن مرد ذلك يرجع لاتفاق المتعاقدين ورهن بأرادتهما ، فقد يكون المقابل نقدياً ، يتمثل بصورة نقد كعملة دولة معينة يتم الأتفاق عليها بين الطرفين ، كان تكون عملة دولة المانح أو المتلقي أو عملة معرروفة لدولة معينة كالدولار الأمريكي أو اليورو أو الجنيه الأسترليني .

وقد تكون أداء المقابل من حيث الكمية طريقة جزافية ، أي ثمن كلي أجمالي يشمل جميع حقوق الملكية الصناعية دفعة واحدة ، أي بديل عن " براءات الأختراع والمعرفة والمساعدة الفنية والعلامة والاسم التجاري " (٢٣).

وقد يأتي أحيان أخرى على شكل دفعات متعددة مع الزمن ، كأن تؤجل بعض الدفعات إلى حين تشغيل منشأة المتلقي وقيامها بالأنتاج .

وقد يأتي المقابل بصورة أخرى ليست نقدية بل عينية ويسمى هنا بالمقابل العيني ، كأن يكون على شكل دفعات من الأنتاج يتسلمها المانح من المتلقي ، أو بصورة مواد أولية مملوكة للأخير أو حتى نقل تكنولوجيا أو معرفة فنية بالمقابل إلى المانح كانت مملوكة للمرخص له.

ويشترط في الدفعات أن تكون محددة ، كأن تكون على طول مدة العقد ، كدفعات سنوية أو نصف سنوية أو غيرها، لكن يشترط في المقابل أو الدفعات المتعددة أن تكون محددة بأتفاق الطرفين تحديداً نافياً للجهالة الفاحشة حتى لا يدخل المتعاقدين في نزاع جراء نوعها أو مقدارها أو طريقة الوفاء بها (٢٤) .

وتعد طريقة المقابل العيني من أفضل الطرق تحقيقاً لمصلحة المتلقي ، كونها لا تثقل كاهله بمبلغ نقدي كبير قد لا يقدر على دفعه لحظة ابرام العقد بل بعد الأنتاج ، فضلاً عن أنها تشكل حافزاً له لبدء أنتاج السلع وتصديرها وبيعها ودفع المقابل من ثمنها .

وهناك صور أخرى للمقابل حسب أتفاق الطرفين المتعاقدين ، كالمقابل المختلط ، والذي يشكل جزءاً منه نقدي والآخر عيني ، وقد يكون المقابل مقايضة معلومات تكنولوجية وأسرار صناعية بأخرى إذا كان كلا طرفي العقد على مستوى متقارب من التقدم والتطور التكنولوجي .(٢٥).

الخاتمـــــــــة:

توصلنا من خلال ما تقدم من البحث في موضوع شروط التقييد المكانية والزمانية في عقد الأمتياز التجاري لنتائج نجمل أهمها بالآتي .

أولاً . النتائــج .

١- عقد الأمتياز التجاري عقد يرد على حقوق الملكية الصناعية والتجارية المملوكة للطرف الأول " المرخص" والذي يتنازل بمقابل عن حق أستخدامهاوأستعمالها للطرف المتلقي "المرخص له " نظير الأتفاق المبرم بينهما.

٢- عقد الأمتياز التجاري يرد من حيث المحل على أستغلال حقوق الملكية الصناعية والتجارية كبراءات الأختراع والمعرفة الفنية والعلامات والأسماء التجارية دون ان يتعداه لنقل ملكيتها للمتلقي ، كونها تبقى على ملكية صاحبها وما للمرخص له ألاّ حق أستخدام ،استعمال مؤقت لها.

٣- أن منح الأمتياز للمتلقي من خلال هذا العقد يحقق مصلحة كلا الطرفين المتعاقدين ، فالنسبة للمانح أضافة للربح المادي العائد أليه سيحقق انتشار في زيادة الرقعة الجغرافية التي تنتج او توزع فيها منتجاته، أما المتلقي فسيحقق فضلاً عن الربح سهولة في الأنتاج والتوزيع أعتماداً على الثقة التي توفرها له علامة المرخص وأسمه التجاري والموضوعة على المنتجات.

٤- لعقد الأمتياز التجاري مدة ينتهي خلالها كسائر العقود لاسيما العقود مستمرة التنفيذ ، وبنهاية المدة ينقضي حق المرخص له في أستعمال حقوق الملكية الصناعية محل عقد الأمتياز إلاّ في حالة تمديد العقد الأصلي أو تجديده مدة أخرى وهو مايحقق مصلحة كلا طرفيه كما رأينا.

٥- أن شروط التقييد المكانية والزمانية أصبحت من بديهيات عقد الأمتياز حتى لا يكاد نموذج من هذه العقود يخلو منها كونها تحقق مصلحة الطرفين المتعاقدين في القضاء على المنافسة والتنازع فضلاً عن

توفير حيز جغرافي محدد ومعروف لكل متلقي على حده كما رأينا .

٦- على الطرفين الوفاء بألتزامتهما الناجمة عن العقد لاسيما تلك المتعلقة بتحديد الأنتاج والتوزيع بمكان وزمان محدد " الشروط التقييدية " فعلى المتلقي مراعاتها حتى يجنب نفسه المسؤولية التعاقدية ، كما أن على المانح من جانبه القيام بما يمليه عليه العقد من ألتزامات لاسيما أمداده بالمعرفة الفنية والمساعدة الفنية في كيفية استخدام حزمة حقوق الملكية الصناعية والتجارية محل العقد.

ثانياً ـ الأقتراحـات:

تعاني المنظومة التشريعية العراقية بصورة عامة من نقص تشريعي فيما يتعلق بعقود نقل المعرفة الفنية أو نقل حقوق الملكية الصناعية وأستخدامها ، لذا ندعوا المشرع العراقي إلى الألتفات إلى هذه العقود وسن تشريعات جديدة خاصة بها أو حتى تنظيمها ضمن طائفة العقود التجارية الواردة في قانون التجارة عند تعديله تتوائم مع طبيعتها الخاصة حتى توفر بيئة تشريعية سليمة لأنتشار هكذا عقود ممكن أن تعود بالمنفعة على الأقتصاد العراقي بصورة عامة وليس القطاع الخاص فحسب ، كعقود الأمتياز التجاري " الفرنشايز " ويمكن الأستفادة في ذلك من خلال التجارب التي قطعتها الدول المتقدمة في ذلك كالنماذج المعدة من قبل الجمعية الفرنسية للفرنشايز أو تقنين السلوك الدولي حول ذلك أو حتى الأستفادة من تجارب دول عربية كمصر ولبنان وبعض الدول الخليجية كدولة الأمارات العربية المتحدة والتي تنتشر فيها شبكات الفرنشايز بشكل كبير لاسيما للماركات التجارية العالمية ، ولا يقتصر الأمر على عقد الفرنشايز بل هناك عقود أخرى تحتاج ألتفاتة من المشرع العراقي كعقود نقل المعرفة والمساعدة الفنية وعقود بناء المجمعات الصناعية الجاهزة وعقود البوت وعقود الترخيص بالعلامات والأسماء التجارية وعقود نقل التكنولوجيا بشكل عام وسائر العقود الأخرى التي ترد على حقوق الملكية الصناعية والتجارية التي أبتدعها وكان له فضل السبق فيها التعامل التجاري الدولي متمثلاً بالمشروعات التجارية لاسيما الدولية منها .

قائمة الهوامـــش

(١) د. عبد المنعم زمزم ، عقود الفرنشايز – بين القانون الدولي الخاص وقانون التجارة الدولية، دار النهضة العربية–القاهرة ،٢٠١١، ص ٦٥.

(٢) د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية–القاهرة ، دون سنة طبع .

(٣) د. فايز نعيم رضوان ، عقد الأمتياز التجاري ، دار النهضة العربية –القاهرة ، ص ٢٢.

(٤) د. محمد محسن أبراهيم النجار ، عقد الأمتياز التجاري–الفرانشيزي – دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة– الإسكندرية، ٢٠٠١، ص ١٠

(٥) حكم المحكمة الأبتدائية الفرنسية نقلاً عن د. ماجد عمار ، عقد الترخيص الصناعي وأهميته للدول النامية ، دار النهضة العربية، القاهرة ،١٩٩٣ ، ص ١٣.

(٦) أنظر في ذلك حكم محكمة الدرجة الأولى في بيروت _ الغرفة الخامسة ،١٩٩٢ . نقلاً عن د. سامي بديع منصور، عقد الفرنشايز_ الحماية القانونية للفرانشيزي في النظام القانوني اللبناني ، بحث منشور في مجلة جامعة بيروت العربية ، المجلد الأول _ عدد الأول ، تموز ، ١٩٩٨ ، ص ١٩٧.)

(٧) د. محمد الروبي ، عقد الأمتياز التجاري _ في القانون الدولي الخاص ، دار النهضة العربية _ القاهرة ، ٢٠١٣، ص ٤٣ ومابعدها ، كذلك راجع د. ياسر الحديدي ، النظام القانوني لعقد الأمتياز التجاري ، رسالة دكتوراه– كلية الحقوق– جامعة عين شمس ٢٠٠٦، ص ٣٢ ومابعدها.

(٨) د. حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دون مكان طبع، ١٩٩٣، ص ٦٤.

(٩) د. ياسر الحديدي ، عقد الأمتياز التجاري، مصدر سابق ، ص ٢٩.

(١٠) راجع Dr. Max de mendez et jean-pierrelehnisch la franchise commercial. Paris.1984. P 29.

(١١) Dr.Ferrier. la franchise international .clunet.1988.p626. .

(١٢) د. محمد حسين منصور ، العقود الدولية ،دار الجامعة الجديدة– الأسكندرية ٢٠٠٩، ص ٢٣٢، كذلك راجع د. وليد عودة الهمشري ، عقود نقل التكنولوجيا – الألتزامات المتبادلة والشروط التقييدية ، ط١ دار الثقافة –عمان ،٢٠٠٩،ص ٢٧٤– ٢٧٩.

(١٣) د. ياسر سامي قرني، عقود التجارة الدولية –الفرنشايز ونقل التكنولوجيا، ط١–

شركة ناس للطباعة – القاهرة، ٢٠١١،ص ٢٠٧.

(١٤). د. محمد محسن النجار ، عقد الأمتياز التجاري – مصدر سابق ، ص٥٩.

(١٥) د. درع حماد عبد، عقدالأمتياز، منشورات زين الحقوقية_بيروت،٢٠٠٩، ص ١٧٦.

(١٦) د. حمد الله محمد حمد الله ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، ط٢– دار النهضة العربية– القاهرة ، ١٩٩٧، ص ٧.

(١٧) د. محمد حسن عبد المجيد الحداد ، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الأقتصادي ، دار الكتب القانونية –القاهرة ٢٠١١، ص ١٧–١٩.

(١٨) راجع المادة الثالثة من الباب الأول من الأحكام العامة للقانون رقم ١٧/٩٧ للأتحاد الدولي لحماية الملكية الصناعية متاح على شبكة الأنترنيت على الموقع www. Arab decision.orgl show . func. .

(١٩) د. ياسر سامي قرني ، عقود التجارة الدولية – الفرنشايز ونقل التكنولوجيا، ط١– حقوق الطبع للمؤلف، شركة ناس للطباعة – القاهرة ،٢٠١١، ص–١٧ وما بعدها.

(١٩) راجع نص المادة (١/٧٧) بشأن عقود نقل التكنولوجيا من قانون التجارة المصري النافذ رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.

(٢٠) د. نصيرة بوجعة سعدي ، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي ، أطروحة دكتوراه– جامعة الجزائر ، ١٩٧٨، ص ٢٠٧.

(٢١) راجع بشأن ذلك د. محمد الروبي ، عقد الأمتياز التجاري في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية– القاهرة ،٢٠١٠، ص ١٢٧ وما بعدها.

(٢٢) نص المادة (١/٨٣) من قانون التجارة المصري النافذ رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.

(٢٣) د. محمود الكيلاني ، عقود .التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، دار القافة –عمان ، ٢٠١٠ ، ص ٢٥٦ وما بعدها .

(٢٤) د. علاء عزيز حميد الجبوري ، عقد الترخيص– دراسة مقارنة ، ط١ –دار الثقافة –عمان ،٢٠١١ ، ص ١٥٦.

(٢٥) د. وفاء مزيد فلحوط ، المشاكل القانونية في عقود نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية ، ط١ – دار الحلبي الحقوقية، ٢٠٠٦ ، ص ٤١٧ وما بعدها.

قائمة المصـــادر.

أولاً :- الكتب القانونيـة والبحوث .

١- د. حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دون مكان طبع ، ١٩٩٣.

٢- د. حمد الله محمد حمد الله ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، ط٢- دار النهضة العربية- القاهرة ، ١٩٩٧.

٣- د. سامي بديع منصور، عقد الفرنشايز_ الحماية القانونية للفرانشيزي في النظام القانوني، بحث منشور في مجلة جامعة بيروت العربية ، المجلد الأول ،ع١ ، تموز، ١٩٩٨.

٤- سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية-القاهرة ، دون سنة طبع .

٥- د. عبد المنعم زمزم ، عقود الفرنشايز -بين القانون الدولي الخاص وقانون التجارة الدولية، دار النهضة العربية-القاهرة ،٢٠١١.

٦- د. علاء عزيز حميد الجبوري ، عقد الترخيص- دراسة مقارنة ، ط١ -دار الثقافة - عمان ،٢٠١١.

٧- د. فايز نعيم رضوان ، عقد الأمتياز التجاري ، دار النهضة العربية -القاهرة .

٨- د. ماجد عمار ، عقد الترخيص الصناعي وأهميته للدول النامية ، دار النهضة العربية، القاهرة ،١٩٩٣.

٩- د. محمد الروبي ، عقد الأمتياز التجاري _ في القانون الدولي الخاص ، دار النهضة العربية _ القاهرة ، ٢٠١٣.

١٠-د. محمد حسن عبد المجيد الحداد ، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الأقتصادي ، دار الكتب القانونية -القاهرة ٢٠١١.

١١-د. محمد حسين منصور ، العقود الدولية ،دار الجامعة الجديدة- الأسكندرية ،٢٠٠٩.

١٢- محمد محسن أبراهيم النجار ، عقد الأمتياز التجاري-الفرانشيزي - دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة- الإسكندرية، ٢٠٠١.

١٣-د. محمود الكيلاني ، عقود .التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، دار القافة - عمان ، ٢٠١٠ .

١٤-د. نصيرة بوجعة سعدي ، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي ، أطروحة دكتوراه- جامعة الجزائر،١٩٨٧.

١٥- د. وليد عودة الهمشري ، عقود نقل التكنولوجيا -الألتزامات المتبادلة والشروط التقييدية ، ط١ دار الثقافة -عمان ،٢٠٠٩.

١٦-د. ياسر الحديدي ، النظام القانوني لعقد الأمتياز التجاري ، رسالة دكتوراه- كلية الحقوق- جامعة عين شمس ٢٠٠٦.
١٧-) د. ياسر سامي قرني ، عقود التجارة الدولية – الفرنشايز ونقل التكنولوجيا، ط١- حقوق الطبع للمؤلف، شركة تاس للطباعة – القاهرة ،٢٠١١.
ثانياً :- المصادر الأجنبية .
1-Dr. Max de mendez et jean-pierrelehnisch la franchise commercial. Paris.1984.
Dr.Ferrier. la franchise international .clunet.1988.p626.
2-
ثالثاً :- القوانين .
١- قانون التجارة المصري النافذ رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.