



المعهد القومي للملكية الفكرية  
The National Institute of Intellectual Property  
Helwan University, Egypt

## المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

المجلد الأول - العدد الأول

٢٠١٨



**الهدف من المجلة:**

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

**ضوابط عامة:**

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

**ألية النشر فى المجلة:**

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزي على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: [ymgad@niip.edi.eg](mailto:ymgad@niip.edi.eg)
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.



مجلس إدارة تحرير المجلة	
أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود	أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة
أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة	أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث	سكرتير تحرير المجلة
أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه	أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. هناء محمد الحسيني	أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي	مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي	رئيس مجلس إدارة جمعية الإمارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
السفير / مساعد وزير الخارجية لشئون المنظمات الدولية	عضو مجلس إدارة تحرير المجلة

#### المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg



## إفتتاحية العدد:

لا شك أن إنشاء المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان كان حلما للعالم العربي بأسره، وتحقق الحلم بفضل المولى عز وجل ليتم إنشاؤه فى مصرنا العزيزة ليكون منبرا رسميا للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية فى ربوع الوطن العربي. وجاء ذلك بقرار رئيس مجلس الوزراء بتفويض من فخامة السيد رئيس جمهورية مصر العربية فى ٢٠١٦. ولقد نظم المعهد مؤتمره العلمى الأول فى ابريل ٢٠١٨ تحت عنوان دور الملكية الفكرية فى تحقيق التنمية المستدامة، ليركز على البعد الاقتصادى والتنموى للملكية الفكرية، وما يمكن أن تلعبه لإحداث طفرة اقتصادية غير معهودة فى تاريخ الاقتصاد المصرى والعربى، والقدرة على ملاحقة التطور العلمى المتسارع الذى تشهده مجتمعات الدول المتقدمة.

ويحمل هذا العدد باكورة الانتاج العلمى لأبناء المجتمع المصرى نحو بناء جيل جديد متخصص فى مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال فى الكتابة فى هذا المجال الخصب والحيوى تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة فى هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلا لتأصيل علمى متميز فى هذا المجال بشتى تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن تكون بداية طيبة على الطريق نحو بناء اقتصاد مصرى ممنهج بفلسفة علمية ممزوجة بملكية فكرية أصيلة للمصريين.

وتؤكد هيئة تحرير المجلة على أن جميع الأفكار التى تتناولها البحوث والأوراق المقدمة لا تعكس رأى الجامعة أو المعهد، وإنما تعبر عن وجهة نظر أصحابها، ويعدوا مسئولين مسئولية كاملة عن حقوق الملكية الفكرية التى تخص الغير فيما ورد بأوراق عملهم.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارئ المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله





الصفحة	الموضوع	قائمة المحتويات
١١	أطر حماية عقود نشر المصنفات الأدبية في القوانين الداخلية والاتفاقيات الدولية.....	[١]
٣١	الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية.....	[٢]
٦٥	فلسفة الادارة الجماعية لحقوق المؤلف: دراسة مقارنة بين نصوص القانون الفرنسي والقانون المصري المتعلقة بحقوق المؤلف وكذلك عرض موقف الاتفاقيات الدولية.....	[٣]
٨٣	دور حماية الملكية الفكرية فى دعم البحث العلمى والتطوير... حماية الملكية الفكرية بموجب براءات الاختراع والتنمية المستدامة فى مصر.....	[٤]
١١٩	الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دولياً.....	[٥]
١٣٩	الأثار المترتبة على تخلف الشكلية فى عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية.....	[٦]
١٥٧	المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الامتياز التجارى.... انعكاسات اتفاقية التريبس على الصحة العامة والحصول على الدواء فى الدول النامية.....	[٧]
١٧٥	تداخل الاختصاصات بين أحكام التصميمات الصناعية وأحكام حقوق المؤلف.....	[٨]
١٨٩	الاطار القانونى للتعويض العادل فى التراخيص الاجباريه لبراءات الاختراع فى القانون المصرى.....	[٩]
٢٠٩	حماية العلامة التجارية طبقاً للقانون المصرى.....	[١٠]
٢٤١	سياسة الملكية الفكرية فى الجامعات الحكومية المصرية فى ضوء سياسة الويبو النموذجية للملكية الفكرية فى الجامعات سبل تسوية المنازعات فى الملكية الفكرية.....	[١١]
٢٦٩	أصول الملكية الفكرية بين التقييم والتسويق.....	[١٢]
٢٩٥	الشروط اللازمة فى العلامة التجارية واجراءات تسجيلها داخل جمهورية مصر العربية.....	[١٣]
٣٣٥	أطر الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية فى القانون المصرى والقوانين المقارنة.....	[١٤]
٣٥٥	الملكية الفكرية فى اقتصاد المعرفة.....	[١٥]
٣٧٣	حقوق المؤلف فى التريبس.....	[١٦]
٣٩٧	نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية.....	[١٧]
٤١١	النظام القانونى للنسخة الخاصة.....	[١٨]
٤٢٥	استراتيجيات الملكية الفكرية بالتطبيق على صناعة البرمجيات فى مصر.....	[١٩]
٤٥٩	الاعتراف على تسجيل العلامة التجارية وفقاً لأحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدولية.....	[٢٠]
٤٨٩	.....	[٢١]
٥١٧	.....	[٢٢]
٥٤٩	.....	[٢٣]



## الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية

عزيزة سيد محمد متولى الوسىمى



## الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية

عزيزة سيد محمد متولى الوسيمي

مقدمة :

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود التي يبرمها صاحب العلامة مع الغير، حيث يسمح له هذا العقد بالدخول إلى أسواق أخرى وتوسيع شبكته التجارية عن طريق منح رخصة استغلال لعلامته للغير، الشيء الذي يؤدي إلى رواج المنتجات والخدمات والتي تمثلها العلامة، ذلك العقد الذي جاء نتيجة للحاجات التجارية بعدما تغيرت وظيفة العلامة التجارية، إذ لم تعد تقتصر على الدور التقليدي في بيان مصدر المنتجات أو الخدمات، بل أخذت مكاناً مرموقاً حينما أصبحت تشكل رمزاً وصفة لصيقة بالمنتجات والخدمات التي تتميز بها، وارتفعت قيمة بعض العلامات التجارية لتفوق قيمة الموجودات والأصول المادية في المشاريع التي تمثلها، ولم يعد المستهلك يهتم لمصدرها طالما أنها تقدم بنفس الجودة والنوعية التي يقدمها مالك العلامة التجارية.

هذا الأمر دفع إلى التفكير بإيجاد طرق جديدة لاستثمار ما تحققه العلامة التجارية من شهرة وسمعة، وكان الترخيص للغير باستعمالها هو أهم تلك الوجوه، الأمر الذي لم يكن مقبولاً في السابق باعتباره خروجاً عن الوظيفة التقليدية للعلامة التجارية.

ويتميز عقد الترخيص بأنه يحقق فوائد كثيرة منها زيادة الموارد المالية لطرفي عقد الترخيص باستعمالها (المرخص والمرخص له)، واقتحام أسواق وبلدان لم يكن بالوسع دخولها لأسباب متعددة، كالبعد الجغرافي أو عدم الدراية والخبرة بهذه الأسواق، كذلك يتميز بتنوع أنواعه مما يعطي فرصة لمالك العلامة بإبرام ما يشاء منها وما يتناسب مع المحيط الاقتصادي الذي سوف تسري فيه علامته وما فيه من منافسة من الغير.

وكان من شأن الترخيص باستعمال العلامة التجارية زيادة تلك السمعة والشهرة التي كانت سبباً في العقد، إذ لم يعد في إنتاج الغير أو بيعه أو تقديمه لمنتجات أو خدمات تحمل علامة تجارية مرخص باستعمالها أي خداع أو تضليل للجمهور طالما أنها تمتاز بصفات المنتجات الأصلية وخصائصها، ويبقى لمالك العلامة مختلف الحقوق الواردة على العلامة وبخاصة حق ممارسة دعوى الحماية من التقليد الصادر من الغير، ما لم يحصل اتفاق بين الطرفين ينقل بموجبه هذا الحق للمرخص له.

كما يتسم هذا العقد غالباً بالطابع الدولي عندما تتدخل فيه عناصر أجنبية، وهذا هو الغالب في معظم الأحيان.

**مشكلة الدراسة :**

و يهدف هذا البحث للإجابة على الإشكالية التالية :

هل نظم المشرع المصرى أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة (كعقد ناقل لمنفعة العلامة) تنظيميا كافيا ؟

**أهمية الدراسة :**

من خلال ما سبق تتضح أهمية الدراسة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والتعرف على جوانبه القانونية ولاسيما بعد انتشار هذا التصرف في شكل عقود مبرمة بين الأطراف المعنية، باعتباره نطاقا للتعاون المستمر بين المشروعات بما يتيح أفضل الفرص للتوسع اعتمادا على قوة العلامة أو مكانتها التجارية، ورغم شيوع هذا التصرف إلا انه ما زال غير واضح المعالم وخضوعه في الكثير إلى الأحكام العامة والأعراف التجارية، بالإضافة إلى مسألة أرادة الطرفين المتعاقدين والتي تلعب دوراً مهماً في أبرز معالم هذا العقد وتحديد نطاقه و التزامات المتعاقدين، فالكثير من التشريعات قد تناولت التصرفات الواردة على العلامة بصفة عرضية وهامشية دون تعمق في جوانبها القانونية، وخاصة التشريعات العربية ومنها التشريع المصرى، وبخاصة فى ظل قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.

**فروض الدراسة :**

التعرض لجوانب العقد المتعددة، بدءاً من مفهوم الترخيص باستعمال العلامة التجارية وخصائص محل العقد وطبيعته وأنواعه وما يميزه عن غيره من العقود الشبيهة به، وكيفية إبرام العقد بصيغته النهائية.

**منهج الدراسة :**

ولأجل الإجابة على هذه الإشكالية تقوم الدراسة على استخدام كلاً من المنهج التحليلي والمقارن :

**أولاً: المنهج التحليلي:** وذلك بالتطرق لأحكام القانون المصرى للملكية الفكرية ولأئحته التنفيذية ومختلف النصوص الأخرى المتعلقة بهذا الموضوع

**ثانياً: المنهج المقارن:** حيث أن دراسة عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية في القانون المصرى يفرض علينا الرجوع لبعض التشريعات الأخرى لتتبع القوانين ذات الصلة بالموضوع للوصول إلى الأسس القانونية التى تنظم هذا العقد.

**خطة الدراسة :**

ولأجل بلوغ الهدف من هذه الدراسة والإجابة عن الإشكالية المطروحة، وبغية إعطاء الدراسة أبعادها والإحاطة بجميع جوانبها القانونية، فقد تم تقسيمها إلى مبحثين اثنين يتم فيهما تناول الأتى :

المبحث الأول : التكيف القانوني لعقد الترخيص وأنواعه

المطلب الأول : التكيف القانونى لعقد الترخيص

- المطلب الثاني : أنواع عقد الترخيص  
 المبحث الثاني : شروط إنشاء عقد الترخيص  
 المطلب الأول : الشروط الموضوعية  
 المطلب الثاني : الشروط الشكلية

### التكليف القانوني لعقد الترخيص وأنواعه

#### تمهيد وتقسيم :

يعد عقد الترخيص باستعمال العلامة واحد من أهم العقود التي ترد على الأموال المعنوية، وتبرز هذه الأهمية من الدور الذي يلعبه هذا العقد كونه أداة مهمة يلجأ إليها الصناع الجدد وأصحاب المشاريع المتوسطة بهدف توسيع نشاطاتهم وزيادة الثقة في سلعهم أو خدماتهم من خلال الحصول على ترخيص من إحدى أصحاب العلامات لإستعمالها لمدة معينة بمقابل محدد ومتفق عليه غالباً.

كما أن بعض الشركات تلجأ إلى الترخيص باستعمال علامتها من أجل الدخول إلى أسواق ليس لديها خبرة ودراية فيها، فترخص لشركة محلية باستعمال علامتها التجارية بدلاً من الأستثمار المباشر في تلك الدولة، وتلجأ إليه أيضاً بعض الشركات لتحويل المعتدى على علامتها التجارية من مقلد لها إلى مرخص له يدفع لها مقابل الأنتفاع بالعلامة كتعويض تجنباً لطول إجراءات التقاضي ونفقاته<sup>(١)</sup>.

ويعتبر عقد الترخيص المبرم بين الطرفين قائماً على مشروع إقتصادي، وله أنواع متعددة متداولة على أرض الواقع نتيجة الأهمية لهذا النوع من العقود الواردة على العلامة التجارية وهو يتشابه مع بعض التصرفات الأخرى الواردة على العلامة أو مع عقود أخرى، كعقد الأمتياز التجاري أو عقد الفرانشيز مثلاً غير أن عقد الترخيص له مميزات الخاصة به .

وتعتبر عملية التكيف عملاً قانونياً لا سلطة فيه لإرادة المتعاقدين، فهي تعني إعطائه الوصف القانوني الذي يتلائم والآثار الأساسية التي يترتبها هذا العقد والتي أتجهت إرادة الأطراف لتحقيقها، لأنه يعنى إدخال صورة الآثار كما حددها المتعاقدان في إطار قانوني معين<sup>(٢)</sup>.

(١) حموري، طارق، ٢٠٠٤، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني، الفترة من ٦ إلى ٨ نيسان ، محاضرة مقدمة إلى ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالتعاون مع الجامعة الأردنية، في عمان مشار إليه لدى برانבו، عدنان غسان، ٢٠١٢، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت .

(٢) الشواربي، عبد الحميد، ١٩٨٨، المشكلات العملية في العقد، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ص ٩٥.

فقد الترخيص بإستعمال العلامة من العقود التجارية الحديثة التي لم تلقى تنظيمًا تشريعيًا وأهتماماً فقهيًا كافيًا لإبراز معالمه القانونية، فقد حصل خلاف حول طبيعته القانونية بين عقد وآخر وهذا نتيجة التشابه الكبير بينه وبينهم، الأمر الذي يستوجب نظراً لأهميته الاقتصادية وجوب الوقوف على مدى تناول المشرع لهذا النوع من العقود.

ولأجل الإحاطة بطبيعة عقد الترخيص فإننا سوف نقسم دراسة هذا المبحث إلى مطلبين نتناول الآراء الفقهية المختلفة حول طبيعة عقد الترخيص في المطلب الأول ونتناول أنواع هذا العقد المتداولة في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: التكييف القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أولاً: مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

هناك عدة تعريفات لعقد الترخيص :

ويعرف بأنه: " هو اتفاق بموجبه يسمح المرخص للمرخص له باستغلال العلامة شريطة مبلغ مالى مقابل ذلك"<sup>(١)</sup>.

كما يعرف بأنه: " العقد الذى يخول بموجبه صاحب العلامة التجارية الغير الحق باستعمال هذه العلامة خلال مدة زمنية معينة مقابل أجر معلوم مع بقاء صاحب العلامة محتفظاً بملكيتها"<sup>(٢)</sup>.

وأيضاً يعرف بأنه: عقد يبرمه مالك العلامة التجارية ويرخص فيه لشخص طبيعى أو معنوى أو أكثر باستعمال علامته على كل أو بعض المنتجات التى تميزها العلامة المرخص باستعمالها، وذلك خلال مدة محددة وداخل نطاق جغرافى معين، ولقاء أجر متفق عليه"<sup>(٣)</sup>.

يتضح من تلك التعاريف أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يؤدي إلى نقل ملكية العلامة المرخص باستعمالها، فيظل صاحبها مالكا لها ويبقى له حق التنازل عنها ونقل ملكيتها فى أى وقت يشاء، باعتبار أن هذا التصرف لا يتعارض والترخيص بالاستعمال الذى ينصب فقط على حق الاستعمال وهو حق شخصى لا ينتج عنه أى مساس بحق الملكية، إبرام عقود ترخيص أخرى بهذا الاستعمال طالما أن عقد الترخيص الأول لم يتفق فيه على خلاف كما يكون من حق هذا المالك (المرخص) استعمال علامته محل الترخيص بنفسه أو من خلال ذلك، ويبقى المالك (المرخص) صاحب الحق الوحيد فى رفع دعوى التقليد على

JOANNA – SCHMIDT , SZALEWSKI ET JAN – LUC pierre , drit de la (4)  
p 281. –propriete industrielle , manuel 4 eme edition , litec lexisnexus , 2007

مشار إليه لدى / كاظم، حسن على، ٢٠٠١، الشروط المقيدة فى عقد الترخيص، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ص٦٦.

(٢) الصغير، حسام الدين عبد الغنى، ١٩٩٣، الترخيص بأستعمال العلامة التجارية، بدون ط، دارالنهضة العربية، القاهرة، ص٥٧.

(٦) عباس، محمد حسني، ١٩٧١، الملكية الصناعية والمحل التجاري، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص٣٥٤.



من يعتدى على هذه العلامة المرخص باستعمالها، ما لم يتم الأتفاق على خلاف ذلك<sup>(١)</sup>.

فبعد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يبرم بين طرفين هما المرخص والمرخص له، والطرف الأول (المرخص) والذي يسمى بالمانح قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً يملك علامة تجارية ذات شهرة عالمية تتمتع بسمعة وثقة من جمهور المستهلكين، ويقوم هذا الطرف بمنح الغير ترخيصاً أو أذنأ باستعمال علامته التجارية، أما الطرف الثانى (المرخص له) والذي يسمى بالمتلقى فقد يكون شخص طبيعى أو معنوى يرغب فى الحصول على ترخيص يسمح له باستعمال العلامة التجارية المملوكة للطرف الأول (المرخص) وكذلك الحق فى الحصول على الحقوق المتصلة بهذا الاستعمال كالمساعدة الفنية.

مما سبق يمكننا أن نعرف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه "اتفاق بين مالك العلامة التجارية (المرخص) وشخص طبيعى أو معنوى (المرخص له) بموجبه يتنازل المالك وبصورة جزئية عن حقه الأستثنائى فى العلامة التجارية بحيث يسمح للطرف المرخص له باستعمالها على كل أو بعض بضائعه أو خدماته، ويكون هذا الاستعمال لمدة محددة وفى نطاق جغرافى محدد، ولقاء أجر متفق عليه".

### ثانياً : الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

نظم المشرع فى قانون حماية الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ أحكام الترخيص باستعمال العلامة التجارية فى المواد من ٩٥ : ٩٩ ولم يكن هذا التنظيم وارداً فى ظل قانون العلامات الملغى ٥٧/.

وقد أشارت المادة ١/٩٥ من قانون الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م على أنه " لمالك العلامة أن يرخص لشخص أو أكثر طبيعى أو اعتبارى باستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة، ولا يحول الترخيص للغير دون استعمال مالك العلامة لها ما لم يتفق على غير ذلك".

وقد اجاز المشرع المصرى فى ظل قانون العلامات الملغى الترخيص باستعمال العلامة التجارية رغم حظر بيعها أستقلالأ عن المشروع، إلا أنه لم يورد تنظيمأ له إذا قرر المشرع فى المادة (٢٠) من قانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الملغى بعد تعديلها بالقانون رقم ٦٩ لسنة ١٩٥٩ بأنه " لا يكون نقل ملكية العلامة أو تقرير حق أنقاع عليها أو رهنها حجة على الغير إلا بعد التأشير بذلك فى السجل التجارى وبالكيفية التى تقررها اللائحة التنفيذية".

(٦) عباس، محمد حسنى، المرجع السابق، ص ٣٥٤.

فقد نصت المادة (٢٠) سالفه الذكر على انه من بين التصرفات التي يمكن أن ترد على العلامة التجارية حق الأنتفاع، وقد جاء في المذكرة الإيضاحية للقانون المذكور:

(أظهر التطبيق العملي للمادة ٢٠ من القانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩م الخاص بالعلامات والبيانات التجارية أن مالك العلامة المسجلة كثيراً ما يخول للغير حق الأنتفاع بعلامته عن طريق استعمالها بشروط تتعلق بتحديد نطاق الترخيص سواء من حيث مقدار البضائع التي تحملها العلامة، أو من حيث توزيع الأستغلال بين منتجات المالك ومنتجات المرخص له، لذلك أصبحت الحاجة ماسة إلى تعديل نص المادة (٢٠) بحيث تتضمن حقوق الأنتفاع بالعلامة فضلاً عن نقل ملكيتها أو رهنها حتى لا يكون تحويل هذه الحقوق حجة على الغير إلا بعد التأشير به في السجل وإشهاره بالكيفية التي تقررها اللائحة التنفيذية شأنه في ذلك شأن نقل الملكية والرهن الواردين بالنص المذكور)<sup>(١)</sup>.

ويتبين من الوهلة الأولى عند مطالعة المذكرة الإيضاحية للقانون ٦٩ لسنة ١٩٥٩م المعدل للمادة ٢٠ من القانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩م إن إرداة المشرع إنصرفت إلى إعتبار عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية حقاً عينياً يرد على العلامة التجارية، وأن الطبيعة القانونية له هي حق أنتفاع على العلامة.

وفى الحقيقة هناك أختلافات بين حق المرخص له بإستعمال العلامة عن حق الأنتفاع بالعلامة التجارية وقد أنقسم الفقه فى تناوله لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية على إعتبار حدثته إلى قسمين حول طبيعته كما يلي:

**القسم الأول:** أعتبر جانب من الفقه أن عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية هو حق أنتفاع على العلامة يرتبه مالکها (المرخص) لمصلحة شخص آخر (المنتفع أو المرخص له) والذي تجمعه معه علاقة تجارية، وأستند فى ذلك على أن فى كل من عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية وحق الأنتفاع هناك شخص واحد يتمتع بحق إستغلال شىء مملوك للغير (العلامة التجارية هنا) ويبقى تحت رقابة هذا الأخير الذى تبقى له ملكية رقبة هذا الشىء (المرخص).

وحق المنفعة هو من الحقوق العينية الأصلية المتفرعة عن الملكية، فهو مجرد المالك من سلطتى الاستعمال والأستغلال لتكونا لشخص آخر هو المنتفع، أما سلطة التصرف فتبقى فى يد مالك العين المنتفع بها والذي يسمى بمالك الرقبة.

(٧) عباس، محمد حسني، مرجع سابق، ص ٣٥٤.

ويعتبر حق الأنتفاع حق عيني يخول صاحبه الأنتفاع بشيء مملوك للغير، شرط المحافظة على الشيء ذاته لرده لصاحبه عند نهاية مدة الحق، والذي ينتهي حتماً بوفاة المنتفع أو نهاية مدة الأنتفاع، وبالتالي لا ينتقل إلى الورثة<sup>(١)</sup>.

وعليه فإن حق المنفعة حق مؤقت ينتهي حتماً بوفاة المنتفع أو بإنهاء الأجل المحدد له، فلا ينتقل هذا الحق إلى الورثة بعد وفاة المنتفع، وإنما يرجع إلى مالك الرقبة لتعود ملكيته للمعين كاملة<sup>(٢)</sup>.

وقد تعرض هذا التكيف لأنقادات عديدة نتيجة وجود فوارق هامة بينهما كون أن المرخص له إمكانية إبرام عدة تراخيص على العلامة التجارية ذاتها، لأن الأصل في عقد الترخيص أنه لا يمنع المرخص من منح تراخيص أخرى إلا إذا كان هذا الترخيص أستثنائياً، أما محل حق الأنتفاع فلا يمكن أن يرد عليه سوى حق منفعة واحد<sup>(٣)</sup>، كذلك أن حق الترخيص هو حق شخصي يرد على العلامة بما يخول للمرخص له حق إستعمالها لمدة معينة وفي نطاق معين، ودون أن يؤثر هذا الحق في ملكية العلامة<sup>(٤)</sup>.

أما حق المنتفع في الأنتفاع فهو حق عيني يقع مباشرةً على الشيء المنتفع به، ويمكن الإحتجاج به في مواجهة الكافة، ولا يتوسط بين المنتفع وبين الشيء مالك هذا الشيء، في حين أن حق المرخص له يختلف عن حق المنتفع في أنه لا ينتفع بالعلامة إلا بمعاونة مالكاها المرخص.

فضلاً عن أن الحق في الأنتفاع (حق المنفعة) ينتهي بموت المنتفع، غير أن الحق في عقد الترخيص باستعمال العلامة خلاف ذلك حيث يمكن الأتفاق على أستمرار العقد في مواجهة الورثة عند وفاة المرخص له وبسريانه في مواجهة الكافة<sup>(٥)</sup>.

للمنتفع حق عيني وبالتالي يستطيع التصرف فيه للغير بالتنازل عن حقه في الأنتفاع لشخص آخر، فهو صاحب حق عيني وبالتالي يستطيع التصرف فيه بكافة الطرق دون الحاجة للترخيص وموافقة مالك الرقبة، بخلاف عقد الترخيص

(٨) طه، غنى حسون، البشير، محمد طه، ١٩٨٢، الحقوق العينية، ج١، بدون ط، دار الكتاب والطباعة والنشر، بغداد، ص٢٩٩.

(٩) السنهوري، عبد الرزاق، ١٩٦٨، الوسيط في شرح القانون المدني، ج٩، بدون ط، دار النهضة العربية، القاهرة، ص١٢٠٣.

(٣) عيسى، حسام محمد، ١٩٨٧، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص٣٣٤، وكذلك خليل، جلال أحمد، بدون سنة طبع، النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية، ط١، منشورات جامعة الكويت، ص٤٠٣.

(٤) عباس، محمد حسني، مرجع سابق، ص٣٥٩.

(٥) السنهوري، عبد الرزاق، مرجع سابق، ص١٢٣٦.

باستعمال العلامة التجارية فلا يجوز للمرخص له أن يتنازل عن حقه في استعمال العلامة إلا بموافقة المرخص لقيامه على الإعتبار الشخصي<sup>(١)</sup>.

والتمييز بين حق الأنتفاع على العلامة والترخيص باستعمال العلامة التجارية على الرغم من صعوبته من الناحية العملية إلا أن له أهمية تكمن في أن صاحب حق الأنتفاع يملك الحق في إقامة الدعاوى القضائية للدفاع عن الشيء المنتفع به، فله حقاً مباشراً عليه مثله في ذلك مثل المالك، أما المرخص له باستعمال العلامة التجارية بمقتضى عقد الترخيص فهو يكتسب حقاً شخصياً قبل صاحب العلامة يخوله أستعمال العلامة ولا يتمتع المرخص له بحق مباشر على العلامة وبالتالي لا يملك الحق في إقامة الدعاوى ضد المغتصب للعلامة لكونه لا يملك حق مباشر عليها ويبقى للمالك وحده حق إقامة هذه الدعاوى ما لم ينص في عقد الترخيص على خلاف ذلك.

مما تقدم نخلص أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن بأى حال من الأحوال وصفه بأنه حق منفعة وذلك لأختلاف طبيعة الحق الناشئ عن هذا العقد (حق شخصي) عن الحق الناشئ عن حق المنفعة (حق عيني).

### القسم الثاني :

عهد جانب من الفقه إلى تكييف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بأنه عقد إيجار للعلامة التجارية المرخص باستعمالها<sup>(٢)</sup>، وهذا نتيجة لمجمل الأنتقادات التي تعرض لها الرأي الأول، هذا ويعرف عقد الإيجار نص المادة (٥٥٨) من القانون المدنى المصرى ١٣١ لسنة ١٩٤٩ بأنه "عقد يلتزم المؤجر بمقتضاه أن يمكن المستأجر من الأنتفاع بشيء معين مدة معينة لقاء أجر معلوم"، كما تنص المادة ٥٦١ على أنه "يجوز أن تكون الأجرة نقوداً كما يجوز أن تكون أى مقدمة أخرى".

وحجة هؤلاء الفقهاء أن هناك تشابه في الألتزامات بين طرفى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، واللتزامات المؤجر والمستأجر فى عقد الإيجار، فمركز المرخص له شبيه كثيراً بالمركز القانونى للمستأجر فهو يكتسب حقاً شخصياً قبل صاحب العلامة يخوله من الأنتفاع بشيء معين لمدة محددة مقابل أجر متفق عليه، ولا يتمتع المرخص له بحق مباشر على العلامة التجارية<sup>(٣)</sup>، كذلك أن كلاً العقدين ذا طبيعة زمنية محددة، حيث يقاس حدة المنفعة بعنصر الزمن، وبالتالي على الطرفين إدراج فى العقد تاريخ بدأ سريان العقد المبرم

(١) خاطر، نورى حمد، ٢٠١٠، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، ص ١٢٠.

(٢) الفليوبى، سميحة، ٢٠٠٩، الملكية الصناعية وفقاً لأحكام قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ ولائحته التنفيذية وأتفاقية التريس، ط ٨، دار النهضة العربية، ص ١٤٨.

(٣) عباس، محمد حسنى، ١٩٦٧، التشريع الصناعى، بدون ط، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٢٤٤.

بين الطرفين حتى لا يقع تحت طائلة البطلان، حيث لا يكون للفسخ فيها أثر رجعي في العقدین، فما مضى من الزمن لا يمكن إرجاعه<sup>(١)</sup>.

وما يؤيد هذا التكييف هو بقاء المؤجر في عقد الإيجار والمرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مالكاً للشئ المؤجر أو المرخص باستعماله، فكل العقدین يُمكنان الغير من الأنتفاع بشئ معين لمدة محددة مقابل أجر متفق عليه، فهما لا ينقلان ملكية هذا الشئ، وإنما تبقى هذه الملكية بيد المالك (المرخص أو المؤجر)، الذى يستطيع التصرف فى الشئ المؤجر أو المرخص باستعماله بكافة أنواع التصرفات، ويبقى فقط المؤجر والمرخص من له الحق فى دفع التعرض الصادر من الغير ما لم يوجد اتفاق يقضى بخلاف ذلك، ويبقى فقط المؤجر والمرخص من له الحق فى دفع التعرض الصادر من الغير ما لم يوجد اتفاق يقضى بخلاف ذلك، فضلاً عن ذلك فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد الإيجار من حيث سريانه فى حق المالك الجديد فيشترط أن يكون ثابت التاريخ، كما أن الحق الذى ينشئه كلا العقدین هو حق شخصى وليس عينى.

وقد أيد القضاء الفرنسى هذا التوجه فى العديد من أحكامه، حيث أشار إلى أن عقد الترخيص باستعمال العلامة هو عقد إيجار فى جوهره إذا كان بمقابل وعقد إعاره إذا كان بدون مقابل<sup>(٢)</sup>.

إضافةً على أن كلاً من المرخص والمؤجر يبقياً مالكين للشئ المرخص به والمؤجر، كون العقدین لا ينقلان الملكية وإنما بقائهما بيد صاحبهما<sup>(٣)</sup>، الذى له الحق فى التصرف بالشئ المؤجر أو المرخص به بكافة التصرفات، وله أيضاً الحق فى منع التعرض الصادر عن الغير وأتخاذ الإجراءات اللازمة لرد هذا التعرض، ما لم يتفق الطرفین على خلاف ذلك.

وبالرغم من الشبه الكبير بين العقدین، إلا أن هذا التكييف قد أعتريته من الأختلافات ما كان لسابقه، ذلك أن الأنتفاع بالشئ المؤجر فى عقد الإيجار يكون مقصوراً على المستأجر دون سواه، ويلتزم المؤجر بتمكينه من هذا الأنتفاع، أما فى عقد الترخيص فإن الأنتفاع لا يكون مقصوراً إلا فى حالة الترخيص الأستثنائى كون أن عقد الترخيص يكون بسيطاً وبالتالي لا يُمنع المرخص من إبرام عقود تراخيص أخرى باستعمال العلامة ذاتها، ويكون للمستأجر الحق فى الإيجار من الباطن أو التنازل عن الإيجار للغير، إلا إذا وجد بالعقد الشرط المانع الذى بموجبه يُمنع المستأجر من القيام بذلك، أما المرخص له فلا يجوز له بأى

(١) دوس، سينوت حليم، ١٩٨٨، دور السلطة فى براءة الأختراع، ط ١، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص ٣٥٤.

(٢) القليوبى، سميحة، ١٩٦٧، الوجيز فى التشريعات الصناعية، الجزء الثانى، ط ٥، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٢٦١.

(٣) كاظم، حسن على، مرجع سابق، ص ١٨.

حال من الأحوال الترخيص من الباطن أو التنازل عن الترخيص إلا بموافقة مالك العلامة (المرخص)<sup>(١)</sup>.

فضلاً على أن المستأجر غير ملزم باستعمال أو إستغلال العين المؤجرة ما دام أنه يدفع المقابل، غير أن المشرع فى تنظيمه لأحكام عقد الإيجار ألزم المنتفع باستعماله بحسب الأتفاق أو الغرض الذى وجد لأجله، بخلاف أن جوهر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو إلترام المرخص له باستعمال العلامة وفقاً للشروط المتفق عليها طول المدة المتفق عليها بما لا يعرضها للسقوط فى الملك العام، بالإضافة إلى وجود فوارق أقتصادية بين العقدين إذ أن أصل التأجير يكون على الأتفاعة بشىء موجود من قبل، بينما الترخيص يتطلب من المرخص له إنشاء مشروع جديد لغرض صنع البضائع أو تقديم الخدمات التى سيضع عليه العلامة التجارية بما يتطلب أموال كثيرة<sup>(٢)</sup>.

مما سبق يتضح لنا أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالرغم من الفوارق بينه وبين عقد الإيجار إلا أنه يبقى فى جوهره أقرب إلى هذا العقد، لأنه يشترك معه فى كثير من جوانبه القانونية وهو أقرب العقود المسماة إليه، ومع ذلك يبقى لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية طبيعته الخاصة به.

### الطبيعة الخاصة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

كان لحدائة عقد الترخيص الأثر الكبير فى أنقسام الفقة حول طبيعته القانونية، إلا أن هذا لم يمنع أن تتجه غالبية الفقه إلى ترجيح كفة قربه من عقد الإيجار، مع تميزه بخصائص تجعله خاضعاً للأحكام الخاصة به، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود التى بدأ الأهتمام بها منذ بداية القرن الماضى، والذى جاء وليد الحاجات التجارية التى فرضت على التشريعات المختلفة الأخذ به بعدما كانت ترفضه، استناداً إلى أنه يتجاوز دور العلامة التجارية التجارية ووظيفتها فى الدلالة على مصدر المنتجات والسلع، والذى يقضى بعدم جواز استعمال العلامة التجارية إلا من قبل مالكها ونظراً لما يتمتع به هذا العقد من طبيعة خاصة يستمدها مما تتميز به حقوق الملكية الفكرية.

### خصائص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

هذا ويتميز عقد الترخيص بمحل الترخيص فى حد ذاته والمتمثل فى العلامة التجارية، التى تعود بالإحتكار على مالكها لاستغلالها دون غيره فالعلامة التجارية تخلق أحتكاراً فى السوق ولكنه أحتكار قانونى، أى أن القانون يحمى مالك العلامة التجارية من منافسة الآخرين له فى أستخدام علامته التجارية فهو يعطيه حقاً فى الأستخدام الأستثنائى أثناء ممارسته لأعماله<sup>(٣)</sup>، مما جعله حقاً دائماً إذا ما

(١) دوس، سينوت حليم، مرجع سابق، ص ٨٠.

(٢) خليل، جلال أحمد، مرجع سابق، ص ٤٠٤.

(٣) حماد، عمر محمد، ٢٠٠٩، الأحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة،

أتبعت إجراءات تسجيل العلامة وعلى أثرها كان عقد الترخيص مبنى على الإعتبار الشخصى كجوهر له<sup>(١)</sup>.

وتشكل العلامة عنصر غير مادي نظراً لطبيعتها كمنقول معنوى مما يتطلب توافر المحل أو المنشأة التجارية التي تنشط من خلالها، فالقدرة على التعرف على مصدر المنتجات وجودتها تعتبر روح المنافسة والعلامة التجارية تعتبر النظام الذي يسمح بالتمييز بين التجار المتنافسين وتحمي المجتمع من الخداع والأحتيال وهي عنصر الثقة والجودة لدى المستهلك فهي تتيح له الأختيار بين البدائل المتوافرة في الأسواق، فالعلامة التجارية تلعب دور مهم في اقتصاد السوق فهي لا تمنح صاحبها حق أحتكار منتج معين أوخدمة معينة وإنما تمنحه الحق الحصرى في أستخدام علامة تسمح بعرض منتجات متنافسة ومن مصادر مختلفة وهي التي تميز بعضها البعض حتى تتيح للمستهلك الأختيار بين البدائل المتوافرة في الأسواق، فهي وسيلة للتمييز بين منتج وآخر، وكل استعمال سىء يكون له إنعكاس سلبى على المرخص وشهرة علامته التجارية محل الترخيص والتي يسعى للمحافظة عليها<sup>(٢)</sup>، بالإضافة إلى شرط الاستعمال فالتبيعة الخاصة لمحل عقد الترخيص تلزم المرخص له باستعمال العلامة التجارية طيلة مدة الترخيص، لأن عدم الاستعمال لمدة تقدر بخمس سنوات قد يؤدي إلى عدم استمرار الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية والتي قد تعرضها للشطب، عن طريق دعوى الشطب من الغير وفقاً لنص المادة ٩١ من قانون الملكية الفكرية المصرى ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م والتي تنص على أنه :

"يجوز للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن أن تقضي بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ، إذا ثبت لديها أنها لا تستعمل بصفة جدية، ودون مبرر تقدره، لمدة خمس سنوات متتالية".

وتكمن الحالة التي قد تسبب سقوط الحق في العلامة لعدم الاستعمال إذا تم إبرام عقد ترخيص أستثنائى على العلامة.

كما تُعد شخصية المرخص له محل إعتبار في عقد الترخيص، وله أهمية كبيرة لإتمام العقد، وتظهر ذلك في قدرته على الوفاء بديونه وكفاءته على إستغلال العلامة وكذلك مصداقيته للحفاظ على صورة العلامة وسمعتها، وكلها عوامل تدخل في إعتبرات مالك العلامة (المرخص) لأختيار المرخص له<sup>(٣)</sup>، ويترتب على ذلك أنه لا يمكن للمرخص له إبرام عقد ترخيص أو عقد تنازل للغير من الباطن

(١) الخولى، أكثم أمين، ١٩٦٤، الوسيط فى شرح القانون التجارى، ج٣، فى الأموال التجارية، بدون ط أو مكان طبع، ص٢٠٣

(٢٤) زين الدين، صلاح، ٢٠٠٠، شرح التشريعات التجارية والصناعية، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص ١١٤.

(٣) زين الدين، صلاح، مرجع سابق، ص١١٦.

كما أن عقد الترخيص المبرم لا يستمر بوفاء المرخص له أو إعساره و ذلك ما لم ينص العقد على خلاف ذلك.

كما يتميز عقد الترخيص بأنه من العقود الرضائية، وبالتالي ينعقد العقد بمجرد توافق الإرادتين ودون الحاجة إلى إفراغها في شكل معين، غير أن كتابته يكون لها أثر في تسجيله لدى الجهة الإدارية المختصة ومواجهة الغير به، فإن القانون نص على ضرورة توافر شكليات معينة لتسجيله ونفاذه، والشكلية المطلوب هي ضرورة كتابة العقد وضرورة ذكر بيانات معينة تحدد نطاق الاستغلال كما يحتاج لنفاذه التسجيل والنشر وفقاً لنص المادة ٩٦ من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ التي تنص على أنه : " يشترط لقيود عقد الترخيص في سجل العلامات التجارية أن يكون موثقاً أو مصدقاً على صحة توقيعاته، يكون الترخيص نافذاً في حق الغير إلا بعد إجراء هذا القيد والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون".

كذلك يعتبر عقد الترخيص من العقود المبنية على عنصر الزمن وبالتالي يكون الزمن فيه عنصر جوهري، حيث تتحدد حقوق والتزامات الطرفين بمدى استمرار نفاذ العقد.

ويتضح لنا مما سبق أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقد ذو طبيعة خاصة كون محل العقد ذو طبيعة معنوية، واحتكار مالكةا أستغلالها دون غيره، وكونه يقترب من عقد الإيجار في كثير من أحكامه القانونية إلا أنه يحتفظ ببعض المميزات الخاصة به، مما حدا بالفقهاء إلى إعتباره عقد إيجار ذو طبيعة خاصة وجب الإعتداد بها عند تطبيق أحكام عقد الإيجار عليه، فهو يهدف إلى تبادل الخبرات في الميدان التجارى مرتكزاً على سمعة العلامة وشهرتها<sup>(١)</sup>.

#### **التمييز بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وبعض العقود المشابهة:**

يتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن بعض التصرفات القانونية التي قد يشبه بها، وهذه التصرفات قد تأخذ شكل العقود التجارية الدولية، أو تكون مجرد تصرفات واردة على العلامة التجارية وتتناول ذلك فيما يلي :

#### **أولاً : عقد الترخيص باستعمال العلامة وعقد الأمتياز التجارى.**

عقد الأمتياز التجارى (عقد الفرانشيز) هو نظام لتسويق السلع والخدمات ويتضمن نقل التكنولوجيا والمعرفة الفنية ويقوم على التعاون بين طرفيه المانح والمستفيد بمقتضاه يمنح المرخص في مقابل مالى الطرف الثانى المستفيد الحق فى استخدام الأسم أو العلامة التجارية أو علامة الخدمة وأيضاً المعرفة الفنية

(٢٦) الفليوبى، سميحة، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ١٤٨، كذلك خاطر، نورى حمد، مرجع سابق، ص ١٢١.



والطرق التقنية والتجارية وحقوق الملكية الفكرية الأخرى الخاصة به مدعماً ذلك بالمساعدة الفنية طوال مدة سريان اتفاق الأمتياز المبرم بينهما<sup>(١)</sup>.

كما يعرف بأنه نظام عقدي يلتزم بموجبه أحد أطرافه (المانح) بأن يمنح الطرف الآخر (المتلقى) الحق في ممارسة وأستغلال نشاط معين في منطقة معينة مع السماح للمتلقى باستعمال جميع مستلزمات ومقومات هذا النشاط من أسم وعلامة تجارية أو خدمية وخطط إدارية وتسويقية ومالية وإعلانية مع تقديم المساعدة والتدريب والإشراف أثناء مدة سريان العقد نظير مقابل معين يتفق علي<sup>(٢)</sup>.

يتبين لنا من التعاريف السابقة أن عقد الأمتياز التجارى (الفرنشايز) يستند بشكل أساسى على مقومات غير مادية تدخل فى إطار الملكية الفكرية أو فى إطار الأسرار التجارية (المعرفة الفنية) فهى تشكل العصب الرئيسى لهذا النشاط.

وهو يختلف اختلافات كبيرة عن عقد الترخيص باستعمال العلامة فهو أكثر تعقيداً فلا يعد مجرد منح ترخيص باستعمال أسم المرخص وعلامته التجارية، بل يتضمن فضلاً عن ذلك منح تراخيص لاستعمال حقوق الملكية الصناعية الأخرى، ومنح تراخيص لاستعمال خطط التسويق والتوزيع للمنتجات المعنية، ونقل المعرفة والمساعدة الفنية والأساليب التقنية.

فبعد الأمتياز التجارى مرحلة لاحقة نتجت عن تطور مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فالترخيص باستعمال العلامة جزء أو عنصر من عناصر عقد الأمتياز التجارى الذى يدخل فى عداد العقود الناقلة للتكنولوجيا.

والأمثلة الواضحة على عقود الامتياز هي أنواع الامتياز الممنوحة بخصوص سلاسل محلات الطعام الجاهز السريع مثل "ماكدونالدز" و"بيتزاهايت" أو سلاسل محلات الملابس مثل "ماكس" وغيره.

وهنا نلاحظ بأن ما يتم ترخيصه لا يقتصر فقط على ترخيص العلامة، بل يتجاوز ذلك إلى اسم المحل و شعاره، بحيث أن محل الممنوح له الامتياز يظهر تجاه الجمهور بنفس المظهر و الهيئة العامة، تبدو الموحدة لكل محلات مانح الحق. محلات "ماكس"، مثلاً متشابهة لجهة اسم المحل و شعاره و ديكور المحل. وعقد الامتياز كما قلنا يغطي أيضاً طريقة البيع و خطط التوزيع و التسويق فهو يتضمن عقد ترخيص للعلامة إضافة لأمر إضافية أخرى كالتى ذكرناها.

مما تقدم يتضح لنا أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمكن أن يكون عقداً للأمتياز التجارى (الفرنشايز) لأن الأخير يتضمن فضلاً عن

(١) الحديدى، ياسر سيد، ٢٠٠٦، النظام القانونى لعقد الأمتياز التجارى، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٢٢.

(٢) نفس المرجع، ص ٢٨.

الترخيص باستعمال العلامة التجارية، تراخيص بحقوق ملكية فكرية أخرى وأستخدام المعرفة الفنية (know how) والتي تشكل العمود الفقري لعقد الأمتياز التجارى، خلافاً لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الذى لا يتضمن مثل هذه المعرفة.

### ثانياً : الترخيص باستعمال العلامة وعقد التوزيع :

قد يبرم مالك العلامة عقود يكلف بموجبها أشخاص آخريين بتوزيع منتجاته التى تحمل العلامة التجارية، وهذه العقود تأخذ أشكال مختلفة فقد تكون عقود توزيع أو عقود وكالة تجارية.

وفى هذه العقود يقوم الموزع أو الوكيل ببيع منتجات تحمل العلامة التجارية، مما يقوم معه الخلط بين هذه العقود وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فالمرخص له يقوم ببيع منتجات تحمل العلامة التجارية.

غير أن الموزع أو الوكيل التجارى لا يحق له أن ينتج منتجات بنفسه ويضع عليها العلامة التجارية فلا يملك استعمال العلامة التجارية مستقلة عن المنتجات التى تحملها وحتى يكون له الحق فى استعمالها يحتاج إلى الحصول على ترخيص باستعمال العلامة، فعملية التصنيع للمنتجات تمت بمعرفة مالك العلامة وينصب دور الموزع أو الوكيل التجارى على تصريف هذه المنتجات<sup>(١)</sup>.

فى حين أن المرخص له يملك الحق فى وضع العلامة التجارية على المنتجات الخاصة به والتى يقوم هو بتصنيعها وبيعها، وليس منتجات من صنع مالك العلامة (المرخص).

### ثالثاً : الترخيص باستعمال العلامة والتنازل عنها :

عقد التنازل عن العلامة التجارية ينقل ملكيتها إلى المتنازل له بما يتفرع عنه من حقوق وسلطات ويتضمن فى طياته حق الاستعمال، فالطرف المتنازل إليه يكون له حقاً عينياً على العلامة التجارية محل التنازل فيستطيع التصرف فيها بالبيع أو الهبة، كما يكون له أن يمنح الغير ترخيصاً باستعمالها، ولا يحق للمالك المتنازل استعمال العلامة المتنازل عنها إلا إذا حصل على ترخيص بالاستعمال من المالك الجديد لها، أما عقد الترخيص باستعمال العلامة ينقل للمرخص له حق شخصى باستعمالها فقط ضمن شروط عقد الترخيص، مع بقاء حق الملكية لصاحب العلامة المرخص باستعمالها<sup>(٢)</sup>.

كما يكون الحق العينى للمتنازل إليه قابلاً للانتقال للغير عن طريق الميراث أو الوصية، أما حق المرخص له يكون مجرد حق شخصى بالاستعمال فقط، فلا

(١) الأحمر، كنعان، ٢٠٠٤، الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والأمتياز، فى الفترة بين ١٢ و١١ أيار، محاضرة ألقىت فى الندوة التى نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، فى دمشق، مشار إليها لدى برانبو، عدنان غسان، مرجع سابق، ص ٤٩٦.

(٢) الصغير، حسام الدين عبد الغنى، مرجع سابق، ص ٦٠.

يجوز له التنازل عن هذا الحق للغير لأن شخصيته محل إعتبار، ولا ينتقل هذا الحق لورثته أو الموصى له، ما لم يتم الأتفاق على خلاف ذلك.

وعقد التنازل يخول المتنازل له الحق فى إقامة دعوى التقليد ضد المتنازل عن العلامة أو الغير ومطالبتهم بالتعويض فى حالة قيامهم باستعمال العلامة، فالمتنازل إليه يبقى صاحب الحق الوحيد فى إقامة الدعاوى ضد أى اعتداء على العلامة التجارية، فى حين لا يملك المرخص له بموجب الترخيص ذلك الحق، ويبقى للمالك وحده حق إقامة هذه الدعاوى، ما لم يتم الأتفاق على خلاف ذلك<sup>(١)</sup>.

وهناك عدة أنواع من التراخيص التى يمكن لصاحب العلامة التجارية إبرامها وهى أنواع فرضها الواقع والقانون مما ينبغى التعرض لأنواعها.

### المطلب الثانى: أنواع عقد الترخيص

لم تحدد التشريعات المقارنة صوراً معينة لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية إلا أن الفقه والواقع العملى قسم عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية إلى عقود ترخيص كلية وأخرى جزئية وفقاً للإعتبار الخاص بشمول الترخيص ومداه، وإلى عقود ترخيص أستثنائية وغير أستثنائية ووحيد وفقاً للقيود المفروضة على سلطة مالك العلامة فى استعمال علامته<sup>(٢)</sup>، ونستعرض هذه الأنواع على النحو التالى:

#### أولاً: الترخيص الكلى والجزئى

سمح القانون لمالك العلامة التجارية بأن يرخص باستعمال علامته عن كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها العلامة، فإذا تم الترخيص من مالك العلامة للمرخص له حق استعمال العلامة على جزء من المنتجات أو الخدمات كان الترخيص جزئياً، وإذا تم الترخيص على كل المنتجات أو الخدمات كان الترخيص كلياً<sup>(٣)</sup>.

ويكون الترخيص جزئياً عندما يتم تقييده من قبل المرخص بمنطقة جغرافية محددة، فى حين يكون كلياً عندما لا يحده حد جغرافى فيشمل أراضى الدولة المسجلة بها العلامة بأكملها.

#### ثانياً: الترخيص الأستثنائى وغير الأستثنائى

تنقسم عقود تراخيص العلامات التجارية من حيث القيود المفروضة على مالك العلامة بشأن استعمال علامته بعد منح الترخيص إلى ثلاثة أنواع نذكرها فيما يلى :

(٣١) طه، مصطفى كمال، ١٩٩٨، الشركات التجارية، بدون ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص ٦٩٩.

(٢) يرانبو، عدنان غسان، مرجع سابق، ص ٤٨٥.

(٣) عباس، محمد حسنى، مرجع سابق، ص ٣٥٩.

**عقد الترخيص الاستثنائي (الحصري) :**

هو اتفاق بين المرخص والمرخص له على أن يقوم هذا الأخير باستعمال العلامة المرخص بها داخل المنطقة الجغرافية المبينة في العقد إستثنائياً، حيث لا ينافسه في ذلك الاستعمال أحد ويكون وحده صاحب الحق<sup>(١)</sup>.

وعلى أساس الترخيص الاستثنائي، لا يمكن للمرخص أن يقوم باستعمال العلامة في المنطقة الجغرافية المحددة ولا على المنتجات نفسها وفي المدة المبينة في العقد ما لم يوجد شرط مخالف، ولا أن يقوم بمنح تراخيص للغير باستعمال العلامة ولذلك سمى هذا النوع بالترخيص الحصري<sup>(٢)</sup>، فإذا أيرم المرخص عقداً إستثنائياً مع المرخص له على منطقة معينة أو سلع أو خدمات معينة فإنه يمكنه استعمالها على بقية المناطق الأخرى بنفسه أو أن يمنح للغير ترخيصاً عليها، أما إذا كان عقد الترخيص المبرم عاماً غير محدد المنطقة ونوعية السلع والخدمات فإن الترخيص يكون حينها غير مقيد وبالتالي للمرخص له استعماله على كافة السلع والخدمات والمنطقة الجغرافية، ويلتزم المرخص في هذا العقد بضمان للمرخص له تمتعاً إستثنائياً وهادئاً بالعلامة، ونظراً للقيد الكبير الذي يفرضه هذا الترخيص على مالك العلامة فإن المقابل المادي يكون أعلى عادة، ويستخدم هذا النوع من الترخيص إذا رغب المالك في توسيع نطاق عمله إلى أماكن بعيدة كل البعد عن مكان عمله وأنتشاره، كما يستلزم من المرخص له أستثنائياً إجبارية استعمال العلامة بما يسمح لمالكها من أستبعاد سقوطها لعدم الاستعمال وفي حالة عدم الألتزام بهذا الشرط يمكن للمرخص له طلب فسخ العقد لأجل المحافظة على حقه، ويبقى المرخص مالكا للعلامة في كل الأحوال، فعلى الرغم من تجرد المالك في الترخيص الاستثنائي من حقه في استعمال علامته التجارية داخل النطاق الاستثنائي، إلا أن الفقه يكاد يجمع على أن الطرف المرخص هو من يتولى الحماية الكاملة لما يقع على علامته من إعتداء حتى في داخل الأقليم الاستثنائي، وبالتالي يكون المؤكل الوحيد لدفع التصرفات التي يمكن أن ترد عليها وممارسة دعوى التقليد، ولا ينتقل هذا الحق إلى الغير، فالطرف المرخص له لا يملك الحق في رفع دعوى التقليد<sup>(٣)</sup>، إلا أنه يتمكن من ممارستها إذا توافرت ثلاث شروط هي:

١- إذا تم إدراج هذا الشرط في عقد الترخيص، وعدم وجود نص مخالف في العقد.

٢- أن يتم تسجيل عقد الترخيص الاستثنائي بإدارة العلامات التجارية.

٣- وإخطار المرخص له بممارسته دعوى التقليد التي تخلف المرخص عن القيام بها.

(٣٤) لطفي، خاطر، موسوعة حقوق الملكية الفكرية- دراسة تأصيلية وفقا للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية، ط١، بدون مكان أو سنة طبع، ص٢٨٧.  
(٣٥) الخشروم، عبد الله، ٢٠٠٥، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ط١، داروائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص١٧٧.  
(٣) الخولي، أكثم أمين، مرجع سابق، ص١٩١.

وبدون هذه الشروط لا يمكن له ممارسة هذه الدعوى وتبقى حكراً على المرخص وحده، وغالباً ما يلجأ مالك العلامة التجارية الى الترخيص الاستثنائي في حالة وجود صعوبات عملية تحول دون تسويق منتجاته أو خدماته بنفسه في بعض الدول خاصة الدول ذات النطاق الجغرافي الواسع<sup>(١)</sup>، وكذلك يلجأ المالك الى هذا الترخيص عندما تكون هنالك مشاكل مالية أو إدارية تحول دون استعماله لعلامته التجارية، فيرخص باستعمالها بصورة استثنائية كي يحافظ على هذه العلامة من أن تكون مالياً مباحاً للجميع بسبب الترك وعدم الاستعمال، ويتميز هذا النوع بأنه :

- ١- يقتصر أثره على الترخيص باستغلال العلامة على المرخص له دون غيره في حدود جغرافية معينة، يحددها الأتفاق.
- ٢- منح المرخص له الحق في أستغلال الحق المرخص به في الحدود الجغرافية التي نص عليها العقد.
- ٣- حرمان المرخص من أستغلال الحق المرخص به في الحدود الجغرافية التي نص عليها العقد، ومن ثم لا يجوز للمرخص أن يعطى ترخيصاً لشخص آخر داخل هذه الحدود.
- ٤- بقاء ملكية العلامة المرخص باستغلالها في ذمة المرخص ويجوز له أن يرخص لشخص آخر بالاستغلال خارج الحدود الجغرافية محل الترخيص الأول.

## ٢- الترخيص الغير استثنائي :

ويسمى أيضاً بالترخيص العادي، وهو العقد المبرم بين الطرفين والذي يمنح بموجب المرخص حق استعمال العلامة للمرخص له في نطاق معين وعلى سلع أو خدمات معينة، ويستنتج على أن العقد المبرم هو غير استثنائي إذا لم يشر في العقد على أنه عقد استثنائي.

وميزة هذا العقد أن لا تكون فيه الحصرية للمرخص له على هذا الاستعمال، ففي الترخيص غير الاستثنائي (العادي) جاز للمرخص في حد ذاته أن ينافس المرخص له على نفس النطاق الجغرافي وعلى نفس السلع أو الخدمات التي يغطيها عقد الترخيص وبالعلامة التجارية ذاتها محل العقد، كما يمكن أيضاً أن يرخص للغير على نفس محل العقد سواء لمُرخص له واحد أو عدة مرخص لهم<sup>(٢)</sup>، فيمكن للمرخص أن يعطى تراخيص بالاستغلال لأي عدد من الأشخاص ويمكن أن يقوم بالاستغلال بنفسه، وتبقى على أثرها ممارسة دعوى التقليد من سلطة المرخص فقط ما عدا في حالة وجود شرط يقضى بخلاف ذلك.

و الأصل في الترخيص هو أن يكون غير استثنائي (عادي) ما لم يتفق في العقد خلاف لذلك، فإذا لم يشر الأطراف المتعاقدة لنوع الترخيص فهذا يعني انه

(٣٧) لطفي، خاطر، مرجع سابق، ص ٢٨٨.

(٢) الخشروم، عبد الله، مرجع سابق، ص ١٧٧ ع.

ترخيصٌ عادي، وهذا ما أكدته المحكمة العليا الكندية في السابقة القضائية الهامة<sup>(١)</sup>، وتتلخص وقائع هذه القضية بأن شركة (Seiko Time Canada Ltd) ادعت بأنها المرخص لها الوحيد باستعمال العلامة التجارية (Seiko) ووضعها على الساعات التي تقوم بتوزيعها، وهذه العلامة التجارية هي علامة يابانية عائدة إلى المصنع الياباني (Hattori) المختص بتصنيع الأجهزة الدقيقة والساعات، واستمرت الشركة بإدعائها بأن شركة (Consumers Distributing company limited) قد خرقت قانون العلامات التجارية عندما قامت بتسويق ساعات تحمل علامة (Seiko) اليابانية في كندا مما أدى إلى حدوث ارتباك في السوق الكندي وإلحاق الضرر بشركة (Seiko Time Canada Ltd)، المرخص لها باستعمال هذه العلامة في كندا، وأشار قاضي المحكمة العليا الكندية في قراره أنه من الصعب القول بأن سلوك شركة (Consumers Distributing company limited) يشكل خرقاً لقانون العلامات التجارية، سيما وأنها قامت ببيع وتوزيع الساعات ذاتها التي يصنعها المصنع الياباني (Hattori) صاحب الترخيص، أي أنها قامت بتوزيع ساعات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها الساعات التي توزعها شركة (Seiko Time Canada Ltd) وأما ادعاء الأخيرة بأنها الطرف المرخص له الوحيد في كندا باستعمال العلامة (Seiko) فإنها حجة مردودة لأن عقد الترخيص المبرم بين هذه الشركة وشركة (Seiko Time Corporation) اليابانية (المرخصة) هو الذي يحدد نوع الترخيص، وما دام العقد لم يذكر ذلك فإن الترخيص يُعد ترخيصاً عادياً، وبالتالي يحق للشركة المرخصة أن تمنح ترخيصاً لأي شخص آخر<sup>(٢)</sup>.

### ٣- الترخيص الوحيد :

يعتبر هذا النوع من التراخيص حلاً وسطاً بين النوعين السابقين حيث يجوز فيه للمرخص أن يمنح ترخيص للمرخص له باستعمال علامته على السلع أو الخدمات المرخص عليها في مجال جغرافي محدد، ويمتتع على مالك العلامة المرخص منح تراخيص أخرى لغير المرخص له، غير أن ميزة هذا العقد أنه يبقى لمالك العلامة (الطرف المرخص) الحق في استعمال علامته وأستغلالها بنفسه كيفما يشاء، فيمكن له أن ينافس المرخص له في استعمال نفس العلامة على نفس السلع أو الخدمات المرخص بها وعلى نفس النطاق الجغرافي المرخص به، دون أن يكون له الحق في الترخيص للغير<sup>(٣)</sup>.

Consumers Distributing company limited R.seiko time Canada Ltd 1984 IR (٣٩) C.S.583(S.C.C).

مشار إليه لدى الكندري، محمود أحمد، ديسمبر ٢٠٠٠، أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الأمتياز التجاري، العدد ٤، السنة ٢٤، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية، الكويت .

(٤٠) راجع نص الحكم على موقع المحكمة العليا الكندية:

[www.canlii.org/ca/cas/fc/2003/2003fca241/html](http://www.canlii.org/ca/cas/fc/2003/2003fca241/html)

(٣)عباس، محمد حسنى، مصدر سابق، ص ٣٥٩ .

وهذا النوع من التراخيص يعتبر سلاح يتركه مالك العلامة فى يده ليعطى نفسه الحق فى استعمال علامته التجارية إذا رأى المرخص له لا يحسن استعمالها، إلا أنه يتمتع عليه أن يمنح تراخيص أخرى لغير الطرف المرخص له، وهذا ما يميز عقد الترخيص الوحيد عن الترخيص الغير أستثنائى.

وقد أشارت إلى هذه الأحكام المادة ١/٩٥ من قانون الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م حيث تنص على أنه " لمالك العلامة أن يرخص لشخص أو أكثر طبيعى أو اعتبارى بإستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة، ولا يحول الترخيص للغير دون أستعمال مالك العلامة لها ما لم يتفق على غير ذلك".

ويتبين لنا من المادة سالفة الذكر أن الترخيص بإستعمال العلامة يكون من حيث الأصل غير أستثنائى، فقد أعطى القانون لمالك العلامة الحق فى الترخيص لشخص أو أكثر فى استعمال العلامة التجارية.

وإذا أتفق فى عقد الترخيص على أنه أستثنائى فإن هذا يعنى أنه ترخيص وحيد، حيث لا يمنع هذا الترخيص مالك العلامة من استعمال علامته ما لم يتفق على خلاف ذلك، أما إذا تم الأتفاق بين طرفى العقد على أن المالك لا يحق له استعمال العلامة فيكون حينئذ الترخيص أستثنائى.

ولكى يرتب عقد الترخيص أثاره بين الطرفين أو مع الغير، فلا بد من أن يستوفى بعض الشروط الشكلية والموضوعية حتى ينعقد صحيحاً وهو ما سوف نتناوله.

## المبحث الثانى

### شروط إنشاء عقد الترخيص

#### تمهيد وتقسيم :

عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود التجارية، ينعقد بتوافر أركانه وشروط صحته، حتى يمكن أن يكون ملزماً ومرتباً لآثاره القانونية، وهذه الأركان هى نفسها أركان التصرف القانونى بوجه عام، من تراضى وسبب ومحل، وبالتالي فهو يخضع فيما يص ذلك للقواعد العامة المقررة فى القانون المدنى شأنه شأن بقية العقود<sup>(١)</sup>.

وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الرضائية التى لم يتطلب القانون لإنعقادها شكلية معينة، لذلك ولكى ينعقد لابد من حصول التراضى بين طرفيه (المرخص والمرخص له) والذى يكون مسبقاً بمرحلة من المفاوضات التمهيدية، ويجب أن يكون هذا التراضى مطابقاً تطابقاً تاماً مع محل العقد الذى يتمثل فى العلامة التجارية والأجرة والمدة، فضلاً عن ذلك لابد أن يكون لعقد

(٤٢) نظم المشرع المصرى الأحكام العامة لإنعقاد العقد فى المواد من ٨٩ - ١٣٧ من القانون المدنى

الترخيص باستعمال العلامة التجارية سبب مشروع غير مخالف للقانون والنظام العام والأداب العامة وإلا كان العقد باطلاً.

ولا يرتب عقد الترخيص أثراً لا بين الطرفين ولا مع الغير، إلا إذا أستوفى شروطه الشكلية والموضوعية حتى ينعقد صحيحاً وسوف نتناول الشروط الموضوعية في مطلب أول، وكذلك الشروط الشكلية في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: الشروط الموضوعية

ويعتبر عقد الترخيص من العقود الرضائية والتي لم يتطلب المشرع شكلاً معيناً لإنعقاده، فلم ينظم المشرع المصري في قانون العلامات التجارية الملغى ٥٧ لسنة ١٩٣٩م عقد الترخيص على الرغم من أجازته، مما يعني أنه يخضع للقواعد العامة التي تخضع لها كافة العقود بأعتباره عقد غير مسمى، كما أن قانون الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م لم يشترط شكلاً معيناً في عقد الترخيص، فينعقد بتوافر أركانه وشروط صحته، حتى يكون صحيحاً ومنتجاً لآثاره القانونية التي أراد الطرفين تحقيقها، وهذه الأركان هي التي تتطلب في كافة العقود القانونية بوجه عام من سبب وتراضى ومحل.

### السبب :

السبب هو الغاية المباشرة التي يقصد إليها الملتزم من إلتزامه الإرادى، ويهدف عقد الترخيص من وراء إبرامه بالنسبة للمرخص هو توسيع نشاطه وشبكته التجارية في مناطق لم يكن بوسعه أكتساحها مباشرة بسبب ظروف اقتصادية او سياسية من خلال الأستثمار المباشر، فضلاً عن رغبته في تحقيق فوائد اقتصادية جديدة له كمقابل لإبرامه هذا العقد، أما المرخص له فيهدف إلى زيادة الثقة في بضائعه أو خدماته التي يقدمها، مما يساعد في جذب العملاء وجمهور المستهلكين نحوه لتحقيق أهداف مالية بزيادة المبيعات والأرباح ويتم ذلك بالاستفادة من مكانة العلامة وشهرتها في السوق المحلية والدولية عن طريق وضعها على هذه البضائع والخدمات.

### التراضى :

يشترط لصحة عقد الترخيص توافر الإرادتين وتطابقهما على إنشاء هذا العقد، وبالتالي يخرج الإرادة الداخلية ليتم التعبير عنها في العالم الخارجى بإبرام هذا العقد، سواء أتم ذلك بين الطرفين مباشر أو من يقوم مقامهما حيث يجوز التعاقد عن طريق الإنابة، فلا يعتد بطريقة ولا كيفية التعبير، وبأية حالة تمت فهي صحيحة، إلا أن المطلوب هو تطابق إرادة الطرفين على أمر واحد لا أختلاف فيه.

ولأجل تفادى سوء التفاهم بين الطرفين قبل إبرام الطرفين للعقد، كان لابد من المرور على مرحلة أخرى، وهي مرحلة المفاوضات بما يميز هذه المرحلة من تبادل وجهات النظر وتشمل المسائل القانونية والفنية وتناول شروط العقد وتحديد



مضمونها بدقة<sup>(١)</sup>، فهي تؤمن للأطراف الإطلاع على التفاصيل الخاصة بشروط العقد ومواصفات محل العقد، والهدف الأخير منها هو الوصول إلى حل توافقي للحفاظ على مصالح الأطراف المتعاقدة، ويتمكن من تطابق الإيجاب والقبول فيما يخص العناصر الأساسية لذلك الإنعقاد من العلامة والمدة والمقابل.

وإذا كان التراضى بوجوده كافياً لوجود العقد فإنه لا يكفي لصحة العقد إلا إذا كان صادراً عن شخصين يتمتعان بالأهلية وكان سليماً من كل عيب وذلك ما نوضحه فيما يلي :

### أهلية الطرفين :

يُعد عقد الترخيص من العقود الدائرة بين النفع والضرر، لذا يشترط فيه لى يكون صحيحاً ومرتباً آثاره أن يكون كل من طرفى العقد كامل الأهلية ببلوغه سن الرشد المحدد قانوناً ولم تعتريه أى عوارض أهلية كالفقه والغفلة والجنون والعتة.

غير أن إبرام العقد من قبل الصغير المميز ومن يدخل فى حكمه من المعتوه والغافل والسفيه يكون صحيحاً، لكنه يكون موقوفاً على إجازة وليه فى حدود الإجازة الممنوحة له، غير أن الشخص الغير مميز أو المجنون يكون العقد فى شأنه باطل بطلاناً مطلقاً كونهما عديمى الأهلية، كما يسرى العقد إذا أبرم من طرف الشخص البالغ سن التمييز والمأذون له من وليه ومن القضاء لممارسة التجارة، فإذا كان عقد الترخيص من المأذونات المرخص بها عُد إبرام عقد الترخيص صحيحاً ومرتباً لآثاره القانونية التى أتفق الطرفين على إحداثها حول المسائل الجوهرية لعقد الترخيص المبرم بينهما.

### سلامة الرضاء من كل عيب:

يتوقف عقد الترخيص على سلامة التراضى وخلوه من كل العيوب، بإلا يكون المتعاقد واقعاً فى غلط أو تحت تأثير تدليس من الطرف الآخر أو من الغير، وإلا يكون مجبراً أو مكرهاً على التعاقد، وقد نص القانون المدنى على أربعة عيوب تصيب الرضاء هى: (الإكراه - التدليس - الغلط - الغبن)، والتى تطبق على جميع التصرفات القانونية، فإذا حدث إبرام لهذا العقد وكانت إرادة أحد الطرفين معيبة بإحداها كان عقد الترخيص بإستعمال العلامة موقوف على إجازة الطرف الذى شابهه عيب منها، والجزاء الذى يرتبه القانون على تخلف شروط صحة التصرف القانونى أى توافر الأهلية وخلو الرضاء من العيوب هو البطلان النسبى، ولا يتمسك به إلا من تقرر البطلان لمصلحته ويقبل الإجازة من ذى الشأن، وذلك وفقاً للمادة ١٣٩ من القانون المدنى.

(١) الأهوانى، حسام الدين كامل، ١٩٩٣، المفاوضات العقدية فى الفترة قبل التعاقدية ومرآحل إعداد العقد الدولى، بحث مقدم إلى ندوة الأنظمة التعاقدية للقانون المدنى ومقتضيات التجارة الدولية، معهد القانون الدولى، كلية الحقوق جامعة القاهرة، ص ٢٠

**المحل :**

لم يتضمن القانون المدنى تعريفاً محدداً لمحل الألتزام، لذا فهو " الأداء الذى يلتزم به المدين فى مواجهة الدائن ويكون بنقل حق عينى أو القيام بعمل أو الأمتناع عن عمل".

ومحل عقد الترخيص هو مجموعة من الألتزامات المحددة على الطرفين، وهى ألتزامات ناتجة عن الأتفاق الذى تم بينهما وهى كما يلى :

أ - العلامة محل الترخيص الواجب استعمالها .

ب- مقابل معين يلتزم المرخص له بأدائه.

ج- مدة الترخيص بأستعمال العلامة المتفق عليها.

**أ - العلامة محل الترخيص :**

حتى يكون عقد الترخيص صحيحاً ومرتباً لآثاره القانونية، لابد من أن تكون العلامة المرخص بها مشروعة ومسجلة بالجهة الإدارية المختصة.

فلا بد للمرخص له التأكد من أن العلامة مسجلة، وذلك بطلب من المرخص تسليمه شهادة تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة أو ما يفيد الإيداع إذا كان لم يحصل المرخص على شهادة التسجيل بعد، او بالتقدم للجهة الإدارية المختصة بطلب للحصول على معلومات دقيقة على العلامة عما كانت قد قبلت تسجيلها ام لا ؟

فإذا كانت العلامة مسجلة وصحيحة فلكى يتأكد من أنه لم تنتهى مدة الحماية المقررة قانوناً والمقدرة بعشر سنوات قابلة للتجديد، ذلك أن مثل هذه المعلومات يتوقف عليها قرار المرخص له بقبول المضى فى إبرام عقد الترخيص من عدمه.

أما شرعية العلامة فالتأكد منها يكون بعدم أخذها لأى شكل من الأشكال التى حظرها القانون<sup>(١)</sup>، أى أن لا يكون أستخدمها كعلامة تجارية ممنوعاً بنص قانونى، وعدم مخالفتها للنظام العام والأداب بما يرتبه ذلك من إمكانية إلغاء أو بطلان العلامة لعدم شرعيتها، ومنه يكون مصير العقود المبرمة على علامة غير مشروعة هو بطلان هذه العقود، ذلك أن بطلان المحل يترتب بطلان العقد محل الألتزام عملاً بقاعدة أن الأصل يتبع الفرع.

ولا تتوقف شرعية عقد الترخيص على شرعية العلامة فقط، وإنما أن يكون هناك زيف أو إنحراف بين المنتجات أو الخدمات التى سجلت تحتها العلامة، والتى أبرم حولها عقد الترخيص، وبالتالي جاز إبطال العقد إذا ورد على سلع أو خدمات مشابهة.

(١) أنظر المادة (٦٧) من قانون حماية الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢

## ب- المقابل :

"المقابل هو العوض المالى الذى يلتزم المستأجر (المرخص له) بتقديمه للمؤجر (للمرخص) لقاء تمكينه من الأنتفاع بالمأجور (العلامة)"<sup>(١)</sup>.

ولا يوجد نص فى قانون الملكية الفكرية المصرى يبين كيفية تحديد هذا المقابل، مما يخضعه للأحكام العامة ، ويعتبر المقابل عنصراً من بين العناصر الجوهرية فى عقد ترخيص أستعمال العلامة، وهو مقابل الأنتفاع بالعلامة كون عقد الترخيص هو عقد من عقود المعاوضة الملزمة للجانبين، بحيث يلتزم المرخص له دفعه للمرخص، ويشترط فيه حينها ما يشترط فى محل الألتزام من أن يكون موجوداً ومشروعاً ومعيناً أو قابلاً للتعيين وحقيقياً<sup>(٢)</sup>.

فإذا كان العقد بلا مقابل عُدّ عقد تبرع وبالتالي زالت عنه صفة ترخيص العلامة وامكن عده عقد عارية أو هبة حق أنتفاع<sup>(٣)</sup>، فموجب نص المادة (٦٠٢) من القانون المدنى فالعارية" عقد يلتزم بمقتضاه المعير أن يسلم المستعير شيئاً غير قابل للإستهلاك ليستعمله بلا عوض لمدة معينة أو فى غرض معين على أن يرده بعد الأستعمال".

وقد أجاز القانون للطرفين تحديد المقابل الواجب الدفع، سواء كان المقابل مبلغاً من النقود أو أن يكون شيئاً آخر غير النقود مما يمكن التعامل به، وهو ما يميز الأجرة فى عقد الإيجار وتشابهه عقد الترخيص مع هذا الأخير، ويمكن الأتفاق على أن يكون المبلغ مقوم بالعملة المحلية أو الأجنبية وان أى أختلاف للطرفين حول جنس المقابل أو مقداره كان العقد باطلاً لأختلاف إرادة الطرفين<sup>(٤)</sup>.

كما يمكن للأطراف تحديد الطريقة المتبعة فى دفع المقابل بالدفع مرة واحدة أو على أقساط متفق عليها والمدة التى تدفع فيها هذا المقابل، فإن لم يحصل هذا التوافق كان الدفع واجباً بعد أنتهاء المنفعة أو بعد تحقق القدرة على الأستيفاء، ويتوجب على الطرفين تعيين المبلغ بدقة وأن يكون نافياً للجهالة ولا لبس فيه، وأن لا يكون هذا المبلغ تافهاً بأن لا يكون متناسباً مع قيمة المنفعة من ترخيص العلامة، ويتم تحديد المبلغ بمقداره أو ببيان المقابل الغير مالى كأن يكون نصيباً أو قدراً من المنتجات أو نسبة من الأرباح<sup>(٥)</sup>.

فإذا لم يتفق الطرفين على تحديد المبلغ الواجب دفعه، جاز لهما اللجوء إلى طرف ثالث يعهد إليه الفصل فى مسألة الثمن وهذا يرجع لخبرة هذا الطرف فى

(١) نايل، السيد عيد، ٢٠٠٠، عقد الإيجار فى القانون المدنى وقوانين إيجار الأماكن، ط٢- دار النهضة العربية، القاهرة، ص٤٢

(٢) أنظر المواد ١٣١-١٣٥ من القانون المدنى المصرى.

(٣) عبد الرزاق السنهورى، مرجع سابق، ص١٥٤.

(٤) نايل، السيد عيد، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٥) حسن، توفيق فرج، ١٩٨٤، عقد الإيجار، دراسة مقارنة، بدون ط، الدار الجامعية للنشر والطباعة، بيروت، ص١٦٤.

المسائل التجارية، ولا يتم في كل الأحوال أن يترك أمر تحديد المبلغ لأحد الطرفين وحده، مما ينتج عنه تعسفه في تحديد قيمة هذا المبلغ<sup>(١)</sup>.

كما يجوز للأطراف الاتفاق على تعديل المقابل عن كل مدة ترخيص، كأن تتم الزيادة كل سنة وذلك تبعاً للنتائج الإيجابية المحققة أو لملاحقة التزايد المستمر في أسعار السلع والنقل، أو لمواجهة الإنخفاض المستمر للقدرة الشرائية للنقود.

وتخضع العوامل المتبعة في تحديد المبلغ المدفوع إلى شهرة العلامة المرخص بها، وطبيعة النشاط الذي تمارس فيه العلامة بين التوزيع والتسويق أو الإنتاج، ونوع الترخيص من أستثنائي أو غير أستثنائي، ومدة الترخيص، والمجال الجغرافي الذي يمارس فيه النشاط التجاري، ومقدار المنفعة التي ستعود على المرخص له من أستعماله للعلامة مقابل ما سيدفعه<sup>(٢)</sup>.

### ج- المدة :

يعتبر عقد الترخيص من العقود الزمنية المحددة الزمن لسريانها والتي تقاس فيها الأداءات بالزمن، وبالتالي فإنه لا يمكن للمرخص له أستعمال العلامة المرخص بها، ولا تحقيق المنفعة المرجوة من هذا العقد إلا عبر مدة من الزمن، ذلك أن تقييم المنفعة المرجوة لا يتم إلا بإستمرار أستعمال العلامة لمدة معلومة من الزمن بما يسمح للمرخص له من تحقيق الأهداف المرجوة، كذلك تشكل المدة أهمية كبيرة للمرخص حيث يلتزم بتأمين المرخص له من الأنتفاع بالعلامة خلال المدة المتفق عليها، وبالمقابل يتحصل على مقابل يناسب مدة الترخيص، وعليه فإن مقدار المنفعة المتحصل عليها من الطرفين وإنهاء الحق المرخص به ينتهى بإنهاء مدة الترخيص.

يتضح مما سبق أن المدة يتبين فيها مقدار الألتزامات المحددة لكل طرف وبالمقابل كذلك تتبين منها مقدار المنفعة المتحصل عليها خلال هذه المدة، فيشترط فيها أن تكون محددة بدقة أو قابلة للتحديد.

ويعتبر الزمن عنصراً مهماً من العناصر الواجب الاتفاق عليها بين الأطراف في عقد الترخيص في المقابل لا بد من أن تكون المدة محددة تحديداً دقيقاً أو أن تكون قابلة للتحديد، ويرجع الأصل في تحديد المدة للطرفين من حيث طول هذه المدة أو قصرها، كذلك جاز للطرفين بجعل العقد محدد المدة أو غير محدد المدة، الأمر الذي يترتب عنه أن في عقد الترخيص المحدد المدة يبقى العقد سارى النفاذ إلى غاية نهاية مدته، فهو بذلك ينتهى بإنهاء هذه المدة ما لم يتفق الطرفان على التجديد الضمنى أو الصريح، بخلاف عقد الترخيص الغير محدد المدة،

(١) تتاعوا، سمير عبد السيد، ١٩٨٨، عقد الإيجار، طبعة جديدة، منشأة المعارف، الأسكندرية، ص ٧٣.

(٢) الصغير، حسام الدين، مارس 2004، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية، ص 10 منشور على الموقع:

www.wipo.net/edocs/mdcos/arab/ar/wipo- ip- mct-04/wipo-ip-mc- 04-9.do

والذى يجوز فيه لكل طرف إنهاءه بالإرادة المنفردة مع إحترام التنبيه على الطرف الأخر.

غير أن للقضاء الفرنسى موقف جدير بالذكر فيما يخص عقد الترخيص غير المحدد المدة، وهذا نظراً للمخاطر المترتبة على عدم تحديد مدة سريان العقد، حيث أن المرخص له سوف ينطلق فى أستعمال العلامة ثم يفاجىء بإنهاء العقد من طرف المرخص، لذا يعتبر القضاء الفرنسى أن العقد الغير محدد المدة هو عقد لازم إلى حين إنتهاء مدة الحماية المقررة قانوناً<sup>(١)</sup>، فلا يجوز قبل هذه المدة إنهاء العقد، فإذا أنتهت مدة الحماية أطلقت يد المرخص له حتماً فى أستعمال العلامة بالطريقة التى يريدها دون اللجوء إلى العقد.

كما يجوز للطرفين الأتفاق على تاريخ نهاية العقد بأجل غير معين، كأن ينص على أن تاريخ النهاية هو وفاة أحد طرفى العقد، ومنه يكون عقد الترخيص معقوداً لمدة معينه وينقضى بحلول الأجل المحدد.

ويتم تحديد مدة عقد الترخيص بالنص عليها صراحةً فى العقد بأن يشار فيه إلى تاريخ البداية والنهاية بشكل لا لبس ولا غموض فيه، فإذا لم يتفق الطرفان على تاريخ معين جاز لهما لدرأ كل أختلاف بينهما أنتداب من يرونه اهلاً لذلك لأجل تحديد مدة نفاذ للعقد تكون محل رضاء الطرفين، فإذا لم يتفق الطرفين نهائياً على مدة محددة ترضى الجميع عُد هذا العقد باطلاً كون أن الزمن فيه عنصر جوهرى وهو من الأركان الواجب التوافق عليها لتعلق عدم الأتفاق على الزمن بعدم تطابق الإرادتين وبالتالي ينعدم العقد لإنعدام التراضى بينهما.

أما فى الحالة التى لم يحدد فيها الطرفان مدة لسريان العقد فإن هناك من التشريعات من حسمت الأمر بأن نصت صراحة على أن مدة نفاذ عقد الترخيص لا يمكن بأى حال من الأحوال تجاوزها فى ذلك مدة الحماية المقررة للعلامة، وقد نص المشرع فى المذكرة الإيضاحية فى تفسير المادة ٩٥ من قانون الملكية الفكرية المصرى على أنه "لا يتجاوز عقد الترخيص مدة الحماية المقررة على العلامة وهى مدة عشر سنوات".

وقد أجازت معظم التشريعات العربية والأجنبية إمكانية تجديد الحماية المقررة على العلامة دون تحديد فترات التجديد وبالتالي فى حالة التوافق بين الطرفين جاز لهما الأتفاق على أستمرار عقد الترخيص المبرم بينهما بأستمرار مدة الحماية، ولكن هذا الأستمرار يكون عن طريق إبرام عقود ترخيص متتالية بحيث يبرم مالك العلامة مع المرخص له بأستعمالها عقد ترخيص عند إنقضاء المدة الأولى لتسجيل علامته وقيامه بتجديد التسجيل، وأختلفت التشريعات حول مدة

1Jel.et utres , la licence de marquee et la droit curopien de la concurrence RTD.3ar 1984.

مشار إليه لدى خاطر، نورى حمد، مرجع سابق، ص ٣٣١.

الحماية والذي ترك لتقدير كل دولة على حدة، فمنهم من جعلها عشر سنوات وسار عليه كلاً من المشرع المصري والأردني والإماراتي والفرنسي ومنهم من جعلها خمسة عشر سنة ومنهم المشرع اللبناني.

ونفس الكلام يمكن تطبيقه على النطاق الجغرافي الذي يمارس فيه المرخص له نشاطه، فإذا تمت الإشارة إلى هذا النطاق الجغرافي فلا يحدث خلاف، أما إذا لم يحدد الطرفان هذا النطاق فإن عقد الترخيص يسرى على كافة الأقليم الذي منحت عليه العلامة.

### المطلب الثاني: الشروط الشكلية

لم يعتبر المشرع الشكلية لعقد الترخيص تقع تحت طائلة البطلان، وبالتالي فإن المشرع تبنى فكرة الرضائية لمثل هذه العقود والتي تتعدّد بمجرد تطابق الإيجاب والقبول دون الحاجة إلى أفرغه في شكل معين، وأشترط المشرع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية لقيود عقد الترخيص في سجل العلامات أن يكون العقد موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات عليه.

كما لا يكون عقد الترخيص حجة في مواجهة الغير إلا بعد إجراء هذا القيد والنشر عنه بالطرق المحددة بالقانون ولأثنته، وهو ما نصت عليه المادة (٩٦) من قانون الملكية الفكرية ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م والتي تنص على أنه: (يشترط لقيود عقد الترخيص في سجل العلامات التجارية أن يكون موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات عليه، ولا يكون الترخيص نافذاً في حق الغير إلا بعد إجراء هذا القيد والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون).

وكما هو واضح من النص المشار إليه فإن اشتراط توثيق عقد ترخيص أستعمال العلامة التجارية أو التصديق على صحة التوقيعات عليه إنما هو لقيود العقد بالسجل المخصص للعلامات التجارية وليس شرطاً لصحة العقد.

وعلى إعتبار أن المشرع قد جعل من الكتابة إثباتاً للتصرف وليس لإنعقاده، غير أنه رتب عدم نفاذه في مواجهة الغير كجزاء على عدم كتابته، وبالتالي عدم تسجيله، فالتسجيل لا يمكن أن يتم إلا بكتابة العقد وتوثيقه.

فأنه قد خالف في ذلك بعض التشريعات الأخرى التي أوجبت الكتابة كشرط أنعقاد ورتبت بطلان العقد على أثر ذلك، ومن بينها قانون العلامات التجارية الأردني الذي جعل من الكتابة شرط أنعقاد لتوثيقه لدى المسجل بالمادة (٢/٢٦)، وكذلك القانوني الأتحدادي الإماراتي في شأن العلامات التجارية والذي نص في المادة (٣٠) منه على كتابة عقد الترخيص وتوثيقه، وسائرهم في ذلك المشرع السعودي، ويتم غالباً إبرام عقد الترخيص كتابة ويوثق في الشهر العقاري أو يصدق على صحة التوقيعات الواردة عليه والذي يتم غالباً أمام موظف رسمي، حتى يمكن قيده وتسجيله والنشر عنه في السجلات المخصصة لذلك على أن إشتراط ذلك لا يمنع طبيعته الرضائية بين طرفيه، ولعل المقصود من هذا الشرط

هو أثبات التصرف وليس للإنعقاد فمن يدعى بحق على مالك العلامة عليه إثباته كتابتاً وبالطريقة التي حددها القانون<sup>(١)</sup>.

وقد أحسن المشرع عندما نص في المادة (٩٦) من قانون الملكية الفكرية سאלفة الذكر على ألزام تسجيل عقد الترخيص للإعتداد به في مواجهة الغير ، أما الإجراءات المتبعة في تسجيله فإنه نص على أن تتم بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لقانون الملكية الفكرية والتي نصت في المادة (١٠٥) منها على أنه : (يحصل التأشير في السجل برهن العلامة أو تقرير أى حق عينى عليها أو الحجز عليها وكذلك الترخيص بحق الأستعمال طبقاً لذات الإجراءات الخاصة بإنقال ملكيتها، ويتضمن شهر الرهن أو أى حق عينى آخر للعلامة أو الحجز عليها ذات البيانات المنصوص عليها في المادة ١٠٢ من هذه اللائحة).

وتتص المادة (١٠٢) من ذات اللائحة على أنه: (يقدم طلب التأشير في السجل بإنقال ملكية العلامة أو ترتيب أى حق عليها وذلك بناء على طلب من أنتقل إليه الحق أو من يوكله بموجب توكيل رسمى خاص).

ويسرى عقد ترخيص العلامة بين الطرفين كغيره من العقود بمجرد إمضاء الأطراف بالتوقيع، أما بالنسبة للغير فإن العقد لا يسرى ولا يرتب أثراً ما لم يتم تسجيل هذا العقد بإدارة العلامات التجارية التابعة لجهاز تنمية التجارة الداخلية، حيث يقوم الموظف المختص بعد التأكد من إستيفاء الملف الخاص بتسجيل عقد ترخيص العلامة لكافة الأوراق المطلوبة، يقوم بتسجيل الترخيص من خلال التأشير بالسجل المعد لذلك بأن العلامة أصبح من الجائز أستعمالها بالترخيص، مع تسجيل أسم المرخص له وعنوانه وتاريخ التسجيل وسبب الترخيص، ويتم التأشير على كل ذلك فى سجل العلامات، ومن ثم يتم شهره بجريدة العلامات التجارية وذلك وفقاً لإجراءات معينة ومعلومات وجب ذكرها فى هذه الجريدة وفقاً للمادة (١٠٦) من اللائحة سألفة الذكر.

بعدما يقوم موظف العلامات بإخطار المرخص له بأن الترخيص قد تم قيده فى السجل بما يدل على صحته خلال ١٠ أيام من إيداع الطلب<sup>(٢)</sup>، غير أن القانون لم يبين الإجراءات الخاصة بإيداع طلب تسجيل عقد الترخيص ولا الإجراءات الواردة فى جريدة العلامات بما يوحى إلى تلك المتبعة فى تسجيل براءة الأختراع، وكل التصرفات الواردة عليها، وعلى المشرع إدراج الإجراءات الواجب إتباعها والشروط التى لا بد من توافرها حتى يتم تسجيل العقود الواردة وتكون صحيحة، فكل نوع من حقوق الملكية الفكرية له أحكام خاصة تختلف عن الأخر، ويقع على المرخص له عادة عبء دفع تكاليف التسجيل والنشر، بإعتباره المستفيد من العقد المبرم ما لم يوجد أتفاق بين الطرفين يقضى بخلاف ذلك.

(١) خاطر، نورى حمد، مرجع سابق، ص ٣٣٢.

(٥٤) خاطر، نورى حمد، مرجع سابق، ص ٣٣٢.

وعلى ما تقدم فإن تسجيل عقد الترخيص ونشره، يكون به إعلام الغير بالتصرف المبرم حول العلامة محل العقد، ومضمون كل النقاط المتفق عليها في هذا العقد من نوع الترخيص المبرم ومدته ونطاقه الجغرافي ونوعيه السلع أو الخدمات التي تندرج تحتها العلامة المرخص بإستعمالها، وهذا يؤمن حماية للمرخص له ضد الغير من خلال شرعية العقد المبرم وحمايته بالإستعمال الهادىء خلال المدة المتفق عليها، كذلك يسمح التسجيل بالسماح للمرخص له بممارسة دعوى التقليد، أو فى التدخل فى دعوى التعدى على العلامة من أجل المطالبة بالتعويضات عن الأضرار التي أصابته، حيث لا يسرى هذا الحق إلا بعد تسجيل عقد ترخيص العلامة حتى لو أناب المرخص للمرخص له بممارسة هذه الدعوى فذلك لا يتم إلا بعد تسجيل الإنابة، والتي لا تسرى إلا إذا كان عقد الترخيص مسجل لدى الجهة الإدارية المختصة<sup>(١)</sup>.

وكذلك الأمر إذا أراد المرخص له الأحتجاج بعقد الترخيص فى مواجهة من أنتقلت له ملكية العلامة التجارية بتاريخ لاحق للتاريخ الذى أبرم فيه عقد الترخيص، فينبغى أن يكون عقد الترخيص مقيداً ومشهوراً عنه حتى يسرى فى مواجهة مالك العلامة الجديد.

### الخاتمة:

من خلال ما تم عرضه حول عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية، ومختلف الحقوق التي أوردتها القانون لصاحب العلامة، نستنتج مدى الأهمية التي تلعبها العلامة على المستوى القانوني والاقتصادي، فعلى المستوى القانوني نجد هناك من اعتبر العلامة بمثابة المراقب الاقتصادي، والمتمثل فى تحديد أصل المنتج، وتؤدي دورها فى إطار المصلحة والسياسة الاقتصادية للدولة وقد تهدف بالدرجة الأولى إلى حماية المستهلك، كما إن العلامة قد تمثل ضمان لمصدر المنتج أو الخدمة، بحيث تسمح للتاجر بجذب جمهور المستهلكين والحفاظ عليهم، وبالتالي هي اختيارية لا تشكل ضمان لجودة المنتج.

أما على المستوى الاقتصادي فالعلامة تمثل رمز الاقتصاد الحديث، فأصبحت تشكل عاملاً لتطوير المبيعات ودافعا للمستهلك نحو منتج معين بما يترتب عليه إن أصبحت أداة لكل إستراتيجية اقتصادية فى تنظيم الأسواق وحركة التوزيع، مما جعل لها دور فى مجال الاستثمار.

وهو ما تمثله مختلف الحقوق والتصرفات التي أقرتها التشريعات الوطنية والدولية لمالك العلامة بنقل المنفعة عليها، وهي الحالات التي تسمح بتطوير القدرة التنافسية للعلامة واكتساح أسواق جديدة وتقديم ما هو أفضل للمستهلك بما ينتج عنه ارتباط بين المستهلك والمنتجات التي تشير لها العلامة.

(٥٥) تناغوا، سمير عبد السيد، مرجع سابق، ص ١١٣.



وقد حاولنا رسم معالم عقد الترخيص والذي يمكن أن يبرمه مالك العلامة علي علامته، باعتبارها ملكا وحقا له يمكنه من إبرام العقود الواردة عليها، كما تم بيانه من هذه الدراسة، و تساهم هذه العقود بدور في إدارة عملية التنمية الاقتصادية، كونها تبرم بين أطراف تمارس النشاط التجاري، وتنتمي غالبا لدول مختلفة وبذلك تكون في الكثير من الأحيان ذات طابع تجاري دولي، وذلك رغبة من الاستفادة من تجارب الدول والتكنولوجيات التي يستخدمونها .

وبموجب الاهتمام الذي لاقته العلامة كعنصر من عناصر الملكية الفكرية، وبخاصة بعد ظهور المنظمة العالمية للملكية الفكرية التي تهتم بكل ما له علاقة سواء من حيث التنظيم والاهتمام بالعلامة، وتأثر الأنظمة الوطنية بضرورة إعادة هيكلة المنظومة القانونية للعلامة التجارية، والتي أصبحت وسيلة لنقل التكنولوجيا، بما يسمح بتطوير البنية التجارية والاقتصادية من خلال الاستفادة من القوة الاقتصادية التي تتمتع بها الكثير من الدول عن طريق الاستثمار ولن يكون ذلك إلا من خلال التنظيم القانوني لحقوق الملكية الفكرية وبخاصة العلامات التجارية ونوصي: بالأخذ في الإعتبار القواعد الخاصة والمميزة التي تحكم عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لتميزها عن القواعد العامة التي تحكم التصرفات المشابهة له، وإن كان عقد الترخيص يعد من تطبيقات عقد الإيجار ولا يختلف عنه كثيراً من حيث أثاره، إلا أنه يجب تحديد شروط إنعقاده بدقة لإستخدامه في الأغراض التجارية بما يسمح بتطوير الأقتصاد من خلال جذب الأستثمارات.

## قائمة المراجع :

### أولاً: المراجع باللغة العربية

#### المؤلفات:

- د. أكثم الخولي: الوسيط في شرح القانون التجاري - ج ٣- في الأموال التجارية - طبعة ١ - بدون مكان طبع - ١٩٦٤
- د. توفيق فرج حسن: عقد الإيجار - دراسة مقارنة - دار الجامعية للنشر والطباعة - بيروت - ١٩٨٤.
- د. حسام الدين عبد الغني الصغي: الترخيص بأستعمال العلامة التجارية - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٩٣.
- ٢- الجديد في حماية العلامات التجارية - دار الكتاب الجامعي - الإسكندرية - ٢٠٠٣.
- د. سينوت حليم دوس: دور السلطة في براءة الاختراع - منشأة المعارف - الإسكندرية - ١٩٨٨.
- د. حسام محمد عيسي: نقل التكنولوجيا - دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٨٧.
- د. جلال أحمد خليل: النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية - ١ - منشورات جامعة الكويت - بدون سنة طبع .
- د. خاطر لطفي - موسوعة حقوق الملكية الفكرية - دراسة تأصيلية وفقاً للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية بدون سنة طبع .
- سميحة القليوبي: الوجيز في التشريعات الصناعية - الجزء الثاني - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٦٧.
- الملكية الصناعية وفقاً لأحكام قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ ولائحته التنفيذية وأنفاقية التريس - الطبعة الثامنة - دار النهضة العربية - ٢٠٠٩.
- د. سمير عبد السيد تناغوا : عقد الإيجار - طبعة جديدة - منشأة دار المعارف - الإسكندرية - ١٩٨٨.
- د. السيد عيد نايل : عقد الإيجار في القانون المدني وقوانين إيجار الأماكن - دار النهضة العربية - القاهرة - ٢٠٠٠.
- د. صلاح زين الدين : شرح التشريعات الصناعية والتجارية - الطبعة الأولى - دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان - ٢٠٠٠.
- د. عدنان غسان برانبو : التنظيم القانوني للعلامة التجارية - الطبعة الأولى - منشورات الحلبي الحقوقية - بيروت - ٢٠١٢.
- د. عبد الحميد الشواربي: المشكلات العملية في العقد - دار المطبوعات الجامعية - الإسكندرية - ١٩٨٨.
- د. عبد الرازق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني - الجزء التاسع - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٦٨.
- د. عبد الله الخشروم : الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية - دار وائل للنشر والتوزيع - الأردن - ٢٠٠٥.
- د. عمر محمد حماد : الأحتكار والمنافسة غير المشروعة - الطبعة الأولى - دار النهضة العربية - القاهرة - ٢٠٠٩.
- د. غنى حسون طه - محمد طه البشير : الحقوق العينية - جزء أول - دار الكتاب والطباعة والنشر - بغداد - ١٩٨٢.
- د. محمد حسني عباس : الملكية الصناعية والمحل التجاري - الطبعة الخامسة - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٧١.
- د. محمد حسني عباس - التشريع الصناعي - بدون ط - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٦٧

- د.مصطفى كمال طه : الشركات التجارية - دار الجامعة الجديدة للنشر - الإسكندرية - ١٩٩٨.
- العقود التجارية - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية - ٢٠٠٥.
- د. نوري حمد خاطر : شرح قواعد الفكرية - الملكية الصناعية - دراسة مقارنة - طبعة ثانية - دار وائل للنشر والتوزيع - الأردن - ٢٠١٠
- د. ياسر سيد الحديدي : النظام القانوني لعقد الأمتياز التجاري - الطبعة الأولى - دار النهضة العربية - القاهرة - ٢٠٠٦

### القوانين:

- القانون التجاري المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩
- قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ الصادر لسنة ٢٠٠٢
- القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨
- قانون العلامات التجارية الأردني ٢٤ لسنة ١٩٩٩
- القانون الاتحادي الإماراتي ٣٧ لسنة ١٩٩٢ والمعدل بالقانون ٨ لسنة ٢٠٠٢

### المنشورات والرسائل :

- د.حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية، مارس 2004 ، ص 10 منشور على الموقع: [www.wipo.net/edocs/mdcos/arab/ar/wipo-ip-mct-04/wipo-ip-mc-04-9.do](http://www.wipo.net/edocs/mdcos/arab/ar/wipo-ip-mct-04/wipo-ip-mc-04-9.do)
- د. حسام الدين كامل الأهواني - المفاوضات العقدية في الفترة قبل التعاقدية ومراحل إعداد العقد الدولي - بحث مقدم إلى ندوة الأنظمة التعاقدية للقانون المدني ومقتضيات التجارة الدولية - معهد القانون الدولي - كلية الحقوق جامعة القاهرة - ١٩٩٣.
- دليل التراخيص المعد لصالح الدول النامية - منشورات منظمة الويبو - ١٩٧٨م رقم ١٦٢٠.
- د. طارق حموري - الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني - محاضرة مقدمة إلى الندوة التي نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع الجامعة الأردنية - في عمان من ٦-٨ نيسان ٢٠٠٤.
- د. كنعان الأحمر - الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والأمتياز - محاضرة أقيمت في الندوة التي نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية في دمشق في الفترة بين ١١ و١٢ أيار ٢٠٠٤
- د. محمود أحمد الكندري - أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الأمتياز التجاري - بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية - العدد ٤- السنة ٢٤ - ديسمبر ٢٠٠٠
- د. حسن علي كاظم - الشروط المقيدة في عقد الترخيص - رسالة ماجستير كلية الحقوق - جامعة الجزائر - ٢٠٠١

### ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية

- 1- FREDERIC POLLUND-DULIAN : *propriété intellectuelle, la propriété industrielle, économique, novembre, 2010.*
- 2- JOANNA - SCHMIDT , SZALEWSKI ET JAN - *LUC pierre , drit de la propriete industrielle , manuel 4 eme édition , litec lexisnexis ,*
- 3- Jel.et utres , *la licence de marquee et la droit curopien de la concurrence RTD.3ar 1984.*
- 4- Wipo Arbitration and Mediation center ,Guide to wipo arbitration , wipo publication N.919(E)web site : *arbiter.wipo.int.*

