



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
- 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 مسئوليين 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

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	
١١	أطر حماية عقود نشر المصنفات الادبية 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	الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقاً لأحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدولية.....	[٢٠]
٤٨٩		[٢١]
٥١٧		[٢٢]
٥٤٩		[٢٣]

المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الأمتياز التجاري

محمد أحمد حسن القريني

المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الأمتياز التجاري

محمد أحمد حسن القريني*

تمهيد تقسيم :

ليس من شك أن ظهور نظام الأمتياز التجاري كان له أهمية كبيرة لكونه أداة تساهم بالأقتصاد القومي للدول. وذلك من خلال منح الحق في استغلال المعرفة الفنية والعلامة التجارية الخاصة به في معظم المجالات.. ولعل أهم عنصر من عناصر محل عقد الأمتياز التجاري "العلامة التجارية" والتي تعتبر العنصر الجوهري لنظام الأمتياز التجاري... وإذا كان للعلامة هذا الدور المتعاضم في التعبير عن النجاح المستند علي المعرفة الفنية فإنها تمثل ذريعة المانع في بسط سيطرته بحجة حمايتها وما يرتبط به من سمة تجارية^(١)

وسوف نتناول هذه الورقة البحثية التحدث بشكل مختصر عن المعارف الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الأمتياز التجاري في مبحثين:

المبحث الأول: خصوصية المعرفة الفنية لعقد الامتياز التجاري

المبحث الثاني: محل عقد الأمتياز التجاري

المبحث الأول: خصوصية المعرفة الفنية لعقد الامتياز التجاري

المطلب الأول: المعرفة الفنية في مفهومها العام

يعد اصطلاح المعرفة الفنية أحد المصطلحات الأمريكية النشأة، التي ظهرت - لأول مرة- في مجموعة الاصطلاحات الخاصة بالملكية الصناعية عام ١٩١٦ في فترة الحرب العالمية الأولى وما بعدها، خاصة في العقود التي كانت تبرمها القطاعات الصناعية المختلفة مثل العقود التي كانت تتضمن بيع المخترع اختراعه للغير أو ما يسمى عقود البراءة، حيث عادة ما كان المخترع يحتفظ لنفسه ببعض المعارف التي يقتضيها استخدام واستغلال البراءة في إطار صناعي أوسع، محاولاً بذلك الاستئثار بسر الاختراع محل البراءة، وقد درج الكتاب الأمريكيون علي استخدامه منذ ذلك التاريخ للدلالة علي هذه المعارف.

أي أن المعرفة الفنية عبارة عن مال له قيمة اقتصادية، تخول حائزها الحق في احتكار استغلاله مالياً والاستفادة من عائد هذا الاستغلال، باعتبار أن حائزها

* المحامي بالنقض.

(١) د. محمد محسن إبراهيم النجار - التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية في ضوء أحكام اتفاقية التريس وقانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ - دار المطبوعات الجامعية ٢٠١٥ ص ١٣٥.

قد توصل إليها من خلال البحوث والدراسات التي لم يتوصل غيره إليها، وبالتالي تعد ثمرة للجهد والوقت والمال الذي بذله صاحبه والذي يحق له وحده الاستفادة من ناتج هذا الجهد.

بالإضافة إلى ذلك فقد أضحت المعرفة الفنية محل اهتمام متزايد نتيجة ما تشكله من قيمة اقتصادية كبيرة تعترف بها المشروعات الكبرى، والتي أصبحت موضوعاً لعدد كبير من اتفاقات الحصول على حق استخدامها في مقابل ملايين الدولارات.

وقد ظهر في الأونة الأخيرة أن العناصر المعنوية المتمثلة في حقوق المعرفة والخبرة الفنية والإرشادات والخدمات الاستشارية والمعلومات الفنية وغيرها، هي المحور الذي تقوم عليه اتفاقات نقل التكنولوجيا وليس العناصر المادية كالأجهزة والمعدات والآلات وغيرها.

المطلب الثاني : الشروط الواجب توافرها في المعرفة الفنية التي يلتزم المانح بنقلها:

المعرفة التقنية أو الفنية والتي تعد جوهر عقد الامتياز التجاري والحد الفاصل بين هذا العقد ومجموعة من العقود الأخرى المشابهة له، حيث أن التزام المرخص بنقل المعرفة الفنية إلى المرخص له يعد شرطاً وخاصة لصيقة بعقد الامتياز، وينتج بالتالي عن غياب هذه الخاصية إلى تكيف العقد بوصف آخر. ويشترط في هذه المعرفة السرية والتحديد الدقيق والجوهرية أي أن تشكل جوهر العقد وأساسه.

لكي يفي المانح بالتزامه بنقل المعرفة الفنية إلى المتلقي يجب أن تتوافر في هذه المعرفة عدة شروط، أو خصائص، تتلخص في وجوب أن تكون المعرفة المراد نقلها تنسم بالآتي:

✓ وجوب أن تنسم المعرفة الفنية بالسرية والجدة:

يذهب رأي غير قليل من الكتاب، إلى اعتبار كل من الجدة والسرية شرطان منفصلان للمعرفة الفنية في حين أن المتمعن في الأمر يلحظ أن الأولي تتداخل مع الثانية وتلحق بها ولا تنفك عنها، بل وتدور معها وجوداً وعدماً، إذا أن المنطق يقتضي القول إن المعرفة الفنية إذا كانت تنسم بالجدة، ولكنها تقتقد إلى السرية تكون بلا جدوى، ولن تحقق للمتلقي ميزة تنافسية علي نظرائه في مجال نشاطه، ولسبب بسيط هو علمهم بها ومعرفتهم بمكوناتها واستخداماتها وفوائدها.

ولا تعني السرية - وما يلحق بها من جدة - وجوب أن يكون كل عنصر من عناصر المعرفة الفنية عنصراً مستحدثاً مبتكراً غير معلوم إلا لمؤسسة المانح، بل يتصور أن يكون أحد، أو بعض، عناصر المعرفة قديماً ومعلوماً للغير، وتبقي

المعرفة الفنية سرية رغم ذلك، طالما أن صورتها النهائية، أي ما يتمخض عن تألف مجموع عناصر هذه المعرفة، قد ظل غير معلوم من قبل الغير، أو ظلت طريقة استخدامه غير متاحة بالنسبة للمشروعات المماثلة كما تعد المعرفة الفنية سرية حتى ولو كان المانح لا يستأثر وحده بسريتها، بل يشترك مع غيره في العلم بها، كأن يكون اكتشاف المعرفة نتاج تعاون بين مؤسسة المانح - بحثاً وتجريباً وتطويراً - ومؤسسة، أخرى مماثلة ما دامت قد ظلت غير معلومة للمنافسين لهما. والأخذ بهذا المفهوم النسبي - لا المطلق - للسرية هو ما يستوجبه عقد الامتياز التجاري، نظراً لضرورة اطلاع سائر المتلقين في الشبكة علي كثير من جوانب المعرفة الفنية المنقولة، وإحاطتهم بكثير من مكوناتها، وذلك نزولاً علي مقتضيات المحافظة علي مستوى الجودة داخل الشبكة، وانسجاماً مع وجوب المحافظة علي وحدة مظهرها.

✓ أن تكون المعرفة الفنية قابلة للنقل:

الشركات دولية النشاط قد جعلت من معارفها التكنولوجية موضوعاً مستقلاً للاستثمار والتجارة الدولية، كما اقتنعت أغلب دول العالم الثالث بأن الدور الحاسم في عملية التنمية، قد يكون للمعارف التكنولوجية، الأمر الي ترتب عليه ظهور آليات وعقود نقل التكنولوجيا من الأولي إلي الثانية.

وتأسيساً علي ذلك، فقد كان من المحتم أن تكون إزاء معرفة فنية، تتسم بقابليتها للنقل والتداول، وذلك حتى تحقق الشركات دولية النشاط مآربها وأهدافها، ويتسنى لدول العالم الثالث أن تحقق ما تصبوا إليه من تنمية وتقدم.

واتسام المعرفة الفنية بالقابلية للنقل والتداول، هو الذي يميزها عن المهارات الذاتية، أو المواهب الشخصية، التي تلتصق بشخص صاحبها بحيث لا يمكن فصلها عنه، مما يترتب عليه عدم تصور نقلها من مؤسسة إلي أخرى، بغير انتقال من يمتلكها من الفنيين أو العاملين.

وتكتسب خاصية قابلية المعرفة الفنية للنقل أهمية قصوى في عقد الامتياز التجاري، حيث أن التزام المانح بنقل المعرفة الفنية للمتلقي، هو أساس هذا العقد وجوهه الذي يميزه عما قد يشابهه من عقود.

ويؤكد ذلك، أن المتلقي يستطيع، بموجب هذه المعرفة الفنية المنقولة إليه، أن يكرر نجاح المانح، ويحقق هدفه من وراء هذا العقد، وفي الوقت نفسه تحقيق غاية المانح، في تحصيل المقابل المادي، وذيوع وانتشار شبكة الامتياز الخاصة به.

أما إذا كانت المعرفة الفنية غير قابلة للنقل والتداول، فلن تتحقق الغاية من التعاقد بالنسبة للمتلقي، مما يجعل العقد باطلاً.

✓ المعرفة الفنية غير مشمولة بحماية قانونية خاصة:

من شروط أو خصائص، المعرفة الفنية أنها لا تتمتع بحماية قانونية خاصة علي الصعيدين المحلي والدولي، فلا يغطي التعرض لها والحال كذلك إلا القواعد العامة في المسؤولية عن الأفعال الضارة أو المسؤولية العقدية. وهو ما دفع مالكي المعارف الفنية إلي اتخاذ أساليبهم الواقعية، وطرقهم العملية، التي تكفل سرية معارفهم، وترغم من يتعامل معهم علي إبقائها في طي الكتمان.

ولعل أهم الطرق، التي تكفل لهم إدراك هذه الغاية وأجتها هو ما يلجأون إليه من تطوير دائم، وتحويل مستمر للمكونات الشكلية والموضوعية لمعارفهم، بما يعني أن ما ينقل إلي المتلقي من معارف يكون منقوصاً باستمرار، ويجعل المتلقي في احتياج مستمر إلي التحسينات التي يتم إدخالها علي المعارف محل التعاقد، وما تدره من مزايا اقتصادية، وما تحققه لمشروعه من ميزات تنافسية، فيجد نفسه مرغماً علي عدم إفشاء سرية ما هو منقول إليه، وإلا تم نقل هذه المعارف بتحسيناتها وكمالياتها إلي مشروع منافس فيغدو مشروعه في مهب الريح، فيقنع بمجرد متابعة مورد التكنولوجيا والدوران في فلكه، ولسان حاله يقول: لأن أكون تابعاً، خير لي من أن أخرج من الحلبة بالكلية، ويكتب علي وعلى مشروعني التعاقد المبكر.

✓ وجوب أن تكون المعرفة الفنية قابلة للتطوير.

هذه الخصية أهم ما يميز عقد الامتياز التجاري عن عقود نقل التكنولوجيا، ففي هذه العقود الأخيرة يلتزم المورد بأن ينقل المعارف الفنية محل التعاقد إلي المستورد، ومتى قام بذلك يكون قد أوفى بالتزامه، وبرئت ذمته. أما في عقد الامتياز التجاري، فلما كانت غايته هي تكرار نجاح المانح، وكانت المعارف الفنية هي أهم المقومات التي حققت للمانح هذا النجاح، كما أن استمراره في هذا النجاح بين نظرائه في ذات النشاط، مرهون بالتطوير الدائم، والتجديد المستمر، لمعارفه الفنية بأنواعها المختلفة، فقد استوجبت طبيعة هذا العقد، بالأ يكتفي المانح بنقل المعارف الفنية في بداية التعاقد، للمتلقي وتبرأ ذمته عند هذا الحد، بل يلتزم بتطويرها، وتجديدها طوال مدة التعاقد، حتى لا يصيبها الجمود، بما يتواكب مع تطور المعارف الفنية المناظرة، التي تحوزها المؤسسات المماثلة، نظراً لأن التنافس الدائم والمستمر بين المؤسسات في تطوير معارفها، هو العامل الحاسم في تحقيق فاعلية هذه المعارف.

ومراعاة لهذه الاعتبارات، فقد تواترت أحكام القضاء، ونصوص التشريعات المقارنة، ومدونات السلوك، علي استلزام أن تكون المعارف الفنية قابلة للتطوير،

بما يستتبع التزام المانح بتزويد المتلقي بكافة التحسينات، التي يتم إدخالها علي المعرفة الفنية طوال مدة التعاقد، بل ولا يقتصر هذا الالتزام علي المانح، وإنما يمتد إلي المتلقي.

خصائص المعرفة الفنية:

• معرفة فنية معرفة ومطابقة:

أن تتضمن كافة الوثائق والوسائط ذات الطابع الفني، وغيرها من البيانات والمعلومات والإيضاحات والشروح والتعليمات، والتي تكون عناصرها المعرفة الفنية المنقولة، وأن يقوم المانح بتجهيزها ووضعها تحت تصرف المتلقي في علاقة الفرنشايز، بما يساعده علي استيعابها بصورة كاملة لتحقيق النجاح الذي سبق للمانح تحقيقه أي (تكرار نجاح المانح).

وقد أهتمت العديد من الأحكام القضائية بتأثير وسائل تعريف المعرفة الفنية علي المتلقي باعتبار أن عقد الامتياز التجاري من العقود القائمة علي الاعتبار الشخصي، بدءاً من الموجزات التي ينقلها المانح عند توقيع العقد مادامت لم تكن محل طعن من المتلقي.

• معرفة فنية قابلة للنقل:

أهم ما يميزها عن المهارات اللصيقة بشخص صاحبها كمهارات اليد والموهبة، والتي لا يصور أن تنتقل من مشروع لآخر دون انتقال من يملكها من العاملين، ولما كان عقد الامتياز التجاري من العقود القائمة علي الاعتبار الشخصي فإن هذه الخاصية تنسحب أيضاً علي المعرفة الفنية المنقولة فيما يتعلق بشخص المتلقي. وأياً كانت طبيعة المعرفة الفنية فيتعين نقلها في بداية العلاقة التعاقدية وإلا فإنه لا يعد نقلاً صحيحاً لها.

• معرفة فنية متطورة:

تتميز المعرفة الفنية في الوقت الحالي من تماثل في مواصفاتها وسهولة وسرعة في نقلها من مؤسسة لأخرى مما جعل تطوير هذه المعارف أمراً حتمياً يقتضيه الحصول علي ثمارها الناجحة، ويتم تطوير المعرفة الفنية إما بصورة دورية منتظمة أو طبقاً لظروف المنافسة أو شكل الطلب في السوق.

• معرفة فنية جوهرية:

يقصد بقدرتها علي أن تضيف قيمة جديدة للمتلقي من خلال منحه ميزة تنافسية في مواجهة غير من أصحاب النشاط، وهذه ميزة ما كان ليصل إليها إلا إذا تكبد نفقات وجهد غير عادي، ويقدر تحقق الجوهرية للمعرفة الفنية بقدر

استفادة المتلقي منها وزيادة تمكنه التقني وتكراره لنجاح المانع. وتلحق صفة الجوهرية بالمعرفة الفنية باعتبارها معرفة أو إبداعاً فكرياً، كذلك تتسحب تلك الصفة علي جميع العناصر المكونة للمعرفة الفنية المنقولة أياً كانت طبيعة هذه العناصر مادام أنها تسمح للمتلقي بتكرار مفهومه بطريقة مفيدة وتمكنه من تكرار نجاح المانع.

• **معرفة فنية سرية:**

تحرص المؤسسات والمشروعات حرصاً بالغاً علي حماية المعرفة الفنية والحفاظ عليها من خطر إفشائها للغير، ذلك أن في كشف سريتها إفاقد لقيمتها الاقتصادية

• **معرفة فنية أصلية ونوعية:**

يؤخذ المفهوم المتلازم بين الأصالة والنوعية بحزم شديد من جانب أحكام القضاء التي تتطلب توافرها في المعرفة الفنية المنقولة، ويرتبون علي تخلفهما أن تكون المعرفة الفنية معيبة وغير جديرة بدفع مقابل لها، كذلك ينظر القضاء إلي توافر هذه الصفة بصورة مجددة دون النظر إلي شخص المتلقي.

• **معرفة فنية مجربة ومختبرة:**

من الأهمية بمكان عند نقل المعرفة الفنية التأكد من فاعليتها وقدرتها علي تكرار نجاح المانع، ولاشك أن خبرة المانع السابقة ونجاحه في مجال النشاط موضوع العقد يعد أحد أهم المحددات المتطلبية لتحقيق هذه الفعالية.

المبحث الثاني: محل عقد الامتياز التجاري

مقدمة وتقسيم:

محل عقد الامتياز التجاري هو العملية القانونية التي يراد إتمامها بين الطرف المانع والممنوح له لإنشاء التزامات بينهما - وجوهرها تمكين الممنوح له من استعمال المعرفة الفنية التي يحصل عليها المانع وكذلك تلقيه المساعدة التقنية منه أثناء ممارسته نشاطه والأهم استعماله لعناصر الملكية الفكرية المملوكة لمانح حق الامتياز التجاري من العقد نظير مقابل مادي محدد يقع علي عاتق الممنوح له.

لذلك... فالمحل في عقد الامتياز التجاري ذات طبيعة ازدواجية فهو بالنسبة للالتزامات المانع يتمثل في عناصر الملكية الفكرية والمعرفة الفنية والمساعدة التقنية والتمكين من استعمالها، وبالنسبة للالتزامات الممنوح له فتتمثل في دفع المقابل عنها.

ولتوضيح ذلك يلزم تقسيم هذا المبحث لمطلبين :

المطلب الأول: عناصر الملكية الفكرية في عقد الامتياز التجاري
المطلب الثاني: دور العلامة التجارية في عقد الامتياز التجاري

المطلب الأول: عناصر الملكية الفكرية

الفرع الأول: تعريف الملكية الفكرية:

نظراً لوجود قانون خاص لكل مفردة من مفردات الملكية الفكرية - إضافة إلى حداثة التشريعات وازدواج طبيعة الملكية الفكرية يصعب دمج كل مفرداتها ضمن تعريف واحد، وعليه ذهب الاتجاه العالمي سواء القانوني أو الفقهي إلى تعريف الملكية الفكرية تعريفاً ذات طابع أجمالي بأنها (الحقوق التي ترد علي شيء غير مادي)^(٢)

وتعرف اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة حقوق الملكية الفكرية علي انها:
" اصطلاح الملكية الفكرية يشير الي جميع فئات الملكية الفكرية وتحديداً حق المؤلف والحقوق المتعلقة به، والعلامات التجارية والبيانات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعي وبراءات الاختراع وتصميم الدوائر المتكاملة طوبوغرافياتها والمعلومات غير المكشوف عنها"^(٣)

وعليه تعد الملكية الفكرية من أهم العناصر المكونه لنشاط حق الأمتياز التجاري فهي التي اوجدت الأبداع والتميز في هذا النشاط ونسلط الضوء علي العلامة التجارية في هذا الشأن.

الفرع الثاني: العلامة التجارية:

تعرف العلامة التجارية بأنها أداة مميزة تخص تاجراً أو صانعا لتمييز سلعة أو خدمته عما يشابهها، وقد تكون رمزا أو حرفا وهي تستهدف التذليل علي أصل السلعة وضمان مزاي معينة بها - فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملائه وتمكنه من الأستثمار بثقتهم^(٤)

وقد عرفت اتفاقية الجوانب المتصلة TRIPS في مادة ١٥ بأنها:
"أي علامة أو مجموعة من علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأ ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى".
ولها انواع متعددة علامة تجارية أو صناعية أو خدمية

(٢) د. عبد الرزاق السنهوري- الوسيط في الشرح القانوني المدني - حق الملكية الجزء الثاني - ص ٢٧٥

(٣) د. محمد حسام محمود لطفي - تأثير اتفاقية تريبس علي نظام حماية حق المؤلف عربياً دولياً- صادر عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم تونس ١٩٩٩ ص ٣٩.

(٤) د. محمد حسين اسماعيل- الحماية الدولية للعلامة التجارية رسالة دكتوراة كلية الحقوق، جامعة حلوان القاهرة ١٩٧٨ ص ٤٦"

وقد تتمتع بشهرة عالمية تؤدي إلي توسيع شهرتها فتتخطي الحدود الإقليمية والتعرف بالعلامة المشهورة.

وحتى تحوز العلامة علي حماية يجب ان تتوفر لها عدة شروط وهي ان تكون مميزة، وجديدة ومشروعة.

الفرع الثالث: الترخيص باستخدام العلامة:

هو تقرير حق انتفاع علي العلامة التجارية استقلالاً عن المحل التجاري ويتم بموجب عقد الترخيص باستخدام العلامة التجارية وهو عملاً رضائياً وتشترط التشريعات الحديثة عدة شروط لسريانها ومن شروطه:

- استعمال العلامة علي المنتجات المحددة بعقد الترخيص حيث يرتب هذا العقد حق مالك العلامة في أن يرخص للغير باستخدام علامته التجارية علي كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة.
- عدم تنازل المرخص له عن عقد الترخيص للغير إذ يحظر علي المرخص له باستعمال العلامة التجارية التنازل عنها للغير صراحةً أو من الباطن ما لم يتفق علي خلاف ذلك.
- التزام المرخص له بالمحافظة علي العلامة إذ يتضمن عقد الترخيص عادةً إلزام المرخص له بالامتناع عن جميع الأعمال التي قد يترتب عليها التقليل أو الإساءة للمنتجات التي تميزها العلامة.

عقد ترخيص استخدام العلامة التجارية وعقد الامتياز التجاري:

يجب عدم الخلط بين عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وعقد الترخيص أو السماح الشامل "عقد الامتياز التجاري" إذ يرتبط الأخير دائماً بنقل تكنولوجيا من المانح إلي الممنوح إليه فيكون لهذا الأخير حق استخدام طرق ووسائل مانح الترخيص في البيع أو تقديم الخدمة بمعنى أن يكون له الحق باستعمال نظام تجاري متكامل بواسطة علامة تجارية أو سمة تجارية معروفة ذات سمعة ذائعة، كذلك استعمال طرق ووسائل تكنولوجيا أو سر صناعي أو تجاري.

فعقد الامتياز التجاري في جوهره يمنح الممنوح له حق استعمال طرق فنية وإدارية مملوكة لمانح الإذن وعادةً تستمر العلاقة العقدية بين طرفي هذا العقد عن طريق إمداد الممنوح له بالمعرفة الفنية والجديد فيها بصفة مستمرة.

ونظراً لطبيعة عقد الامتياز التجاري وارتباطه بتقديم معرفة فنية إلي الممنوح له فإن مانح الإذن يلزم بتقديم التكنولوجيا المتفق عليها وهو ما يطلق عليه المعرفة الفنية أي كافة ما يؤدي من وسائل إلي تكرار تحقيق النجاح. وأن أهم ما يميز عقود الامتياز التجاري حق الممنوح له في استخدام العلامة التجارية للمانح والسمعة

التجارية الخاصة به ويتمتع المرخص له بعملاء وسمعة سبق تكوينها من الشهرة الفائقة لمانح الامتياز وبالمقابل يلزم الممنوح له بدفع المقابل النقدي الذي يحدده المانح والذي يكون غالباً في شكل عائد دوري كما يلتزم الممنوح له بعدم منافسة المانح وإلا أفرغ العقد من مضمونه.

الفرع الرابع: دور العلامة التجارية ذائعة الشهرة في عقد الأمتياز التجاري:

إذا كان للعلامة التجارية هذا الدور المتعاضم في التعبير عن النجاح المستند علي المعرفة الفنية فهي تمثل ذريعة المانح في بسط سيطرته بحجة حمايتها وما يرتبط بها من سمعة تجارية وفقاً لأزدواجية حق المانح علي العلامة ويعطي صاحبها الحق في الاستغلال المطلق للعلامة التجارية وبذلك يكون لعقد الامتياز التجاري دور إضافي في توفير حماية إضافية للعلامة استناداً لشهرتها، إذ الشهرة هنا نسبية بطبيعتها فهي تختلف من اقليم المانح والممنوح له ومع ذلك تمتد الحماية لها الي اقليم الممنوح له ولو لم تكن شهيرة به شرط أن يتم استعمالها.^(٥)

وتخضع العلامة ذائعة الشهرة من حيث تعريفها أو شروطها للأحكام العامة للعلامة التجارية فيجب أن تكون مميزة وجديدة في مجالات استخدامها بالإضافة إلي ضرورة عدم مخالفتها للنظام العام وحسن الآداب.

إلا أنها تتميز بأنها تحقق شهرة فائقة تتحدى وتفوق شهرة العلامات التجارية الأخرى المنافسة عن المنتجات والخدمات ذاتها التي تميزها بل أن ذيوها وانتشارها يصل إلي مرحلة من الشهرة التي تميزها بحيث يصعب تقبل استعمال العلامة ذاتها حتى عن منتجات غير مماثلة أو مشابهة نتيجة ارتباطها بأذهان جمهور المستهلكين الواسع.

وتبدأ مشوار شهرتها الفائقة بتخطي نطاق الإقليمية نتيجة عدة عوامل

أهمها:

- قدم استخدامها علي المنتجات أو الخدمات محل العلمة.
- المدة الطويلة لاستعمال العلامة التجارية علي المنتجات أو الخدمة المخصصة لها في مناطق نشأتها.
- انتشار وكثرة وأهمية هذا التوزيع جغرافياً.
- وقد اكدت علي هذا اتفاقية التريس التي توسعت في مفهوم العلامات ذائعة الشهرة.

(٥) د.محمد محسن ابراهيم النجار:- التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية دار الجامعة الجديدة للنشر- الأسكندرية ٢٠٠٥ ص ١٤٨).

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المؤلفات باللغة العربية:

- د/أنس السيد عطية سلمان: "الضمانات القانونية لنقل التكنولوجيا إلي الدول النامية والمشروعات التابعة لها" دار النهضة العربية - القاهرة ١٩٩٦.
- د/حسام عبد الغني الصغير: "الترخيص باستعمال العلامة التجارية- دار النهضة العربية - طبعة ١٩٩٣".
- الجديد في حماية العلامة التجارية - دار الكتاب الجامعي الإسكندرية - ٢٠٠٣.
- د/عبد المنعم زمزم : الحماية الدولية للملكية الفكرية - دراسة في انفاذ القانون الدولي الخاص المادي الجديد للملكية الفكرية - دار النهضة العربية ٢٠١١
- د/ماجد عبد الحميد عمار : "الوسيط وعقود التجارة الدولية - دار النهضة العربية ٢٠١٤"
- د/سميحة القليوبي : الملكية الصناعية - دار النهضة العربية بالقاهرة - ٢٠٠٩ الطبعة الثامنة.
- الوسيط في شرح القانون التجاري المصري - دار النهضة العربية ٢٠٠٥.
- شرح العقود التجارية- دار النهضة العربية ١٩٩٢.
- د/محمد محسن إبراهيم النجار : "التنظيم القانوني لعناصر الملكية الفكرية" دار الجامعة الحديثة الإسكندرية ٢٠٠٥.
- "عقد الامتياز التجاري" (دراسة في نقل المعارف) دار الجامعة الجديدة ٢٠٠٧.
- د/ ياسر سيد الحديدي : "عقد الفرنشايز التجاري في ضوء تشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية-دراسة مقارنة" دار النهضة العربية - ٢٠١٢.
- "عقد الامتياز التجاري" دار الفكر العربي - ٢٠٠٦.

ثانياً: الرسائل العلمية:

- د/بسام مصطفى عبد الرحمن طيبات : "الحماية القانونية للعلامات التجارية" - رسالة دكتوراه - معهد البحوث والدراسات العربية - ٢٠٠٧.
- أ/دعاء طارق بكر البشتاوي: "عقد الفرنشايز وآثاره" - رسالة ماجستير - كلية الدراسات العليا - جامعة النجاح الوطني - نابلس - فلسطين - ٢٠٠٩.
- د/محمد إسماعيل : "الحماية الدولية للعلامات التجارية" - رسالة دكتوراه جامعة القاهرة ١٩٧٨.

ثالثاً: مواقع شبكة المعلومات الدولية:

- <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>
- www.afpipr.net

- www.efda.org.eg
- www.sfdegypt.org
- www.a2production.com
- www.franchisig.as.aspx
- www.FranchiseDirect.com

