

حماية العلامات التجارية في القانون الكويتي

الباحثة/ إسراء عادل ناصر خليفة عوض

حماية العلامات التجارية في القانون الكويتي

الباحثة/ إسراء عادل ناصر خليفة عوض

مقدمة

الحقوق المترتبة على ملكية العلامة التجارية

إن إكتساب ملكية العلامة التجارية يترتب عليه عدة حقوق منها حق مالكاها في احتكار استغلال العلامة التجارية وحقه في منع الغير من استعمالها بذاتها أو علامة مشابهة دون موافقته بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المشابهة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية أو حقه في منع الغير من استعمال علامة مشابهة للعلامة التي يمتلكها أو استعمالها على نحو يقلل من قدر علامته التجارية، ويترتب على ثبوت الحق في العلامة التجارية حق استعمالها في الأغراض التجارية أو إعطاء هذا الحق للغير بكل التصرفات القانونية، ومن هذه الحقوق ما يلي:

١- حق مالك العلامة التجارية في منع الغير من استخدام علامة مشابهة:

فعلى سبيل المثال قد حظر المشرع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية تسجيل العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبساً لديه أو التي تتضمن بيانات غير صحيحة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات، أو عن صفاتها الأخرى^(١).

٢- الحق في احتكار استخدام العلامة:

عندما يكتسب الشخص ملكية العلامة التجارية يكون له أن يحتكر استعمالها في تمييز المنتجات والسلع التي خصصت لها لتمييزها عن مثيلاتها من المنتجات والسلع الأخرى^(٢). وبناء على ذلك يحق لمالكها منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات محل تمييز هذه العلامة بمعنى أنه لا يحق لغير مالك العلامة التعامل على المنتجات التي تستخدم العلامة لتمييزها بأى نوع من أنواع التعامل إلا عن طريق مالك العلامة ويعد ذلك نتيجة طبيعية للحق الاستثنائي الذي ترتبه ملكية العلامة^(٣).

ولقد قضت محكمة النقض المصرية على أنه يحق لصاحب العلامة المشهورة سواء كانت مسجلة في مصر أو غير مسجلة التمتع بجميع الآثار القانونية المترتبة على ملكية العلامة التجارية من تقرير حقه في احتكار استغلالها ومنع الغير من الاعتداء عليها بأى صورة من صور الاعتداء^(٤).

وقد أكدت التشريعات المقارنة على ذلك مع العلم بأن حق مالك العلامة التجارية في منع الغير من استعمالها على سلع مطابقة دون ترخيص مكفول بتسجيلها أو استعمالها في دولة الحماية، ويستثنى من ذلك مالك العلامة المشهورة حيث يتمتع بحق منع الغير

من استعمال علامته على سلع أو خدمات مطابقة حتى لو كانت العلامة غير مسجلة حيث نصت المادة (٦٨) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على أن يكون لصاحب العلامة المشهورة عالمياً حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون ولو لم تسجل في جمهورية مصر العربية.

٣- حق مالك العلامة التجارية في منع الغير من استخدام علامة مطابقة أو مشابهة على نحو يؤدي للحط من قدر علامته التجارية. حيث يتجه الفقه إلى حق مالك العلامة التجارية في أن يعارض في تسجيل أو استعمال علامة من شأنها الحط من سمعة علامته^(٥).

ويعترف القضاء لصاحب العلامة التجارية بهذا الحق في حكم لديوان المظالم^(٦)، حول إدعاء شركة.... العيسى أولاً بإلغاء قرار وزارة التجارة والصناعة بقبول تسجيل العلامة التجارية كلمة (dolphin) بالفئة (١٦) لصالح مصنع..... للصناعات البلاستيكية، وذلك لتشابهها مع علامة شركة..... العيسى (dolphin) على الفئات (٧، ٩، ١١) وقد حكمت المحكمة بإلغاء قرار وزارة التجارة والصناعة بقبول تسجيل العلامة التجارية لصالح مصنع..... للصناعات البلاستيكية، وجاء بأسباب الحكم إنه بالإطلاع على العلامة المطلوب تسجيلها لكلمة (دلفين dolphin) بحروف عربية ولاينية يعلوها رسم دلفين وأسفله قوس توضع على الفئة (١٦) ومقارنتها بعلامة الشركة المدعية متطابقتين نطقاً وكتابة باللغة اللاتينية ومتشابهة باللغة العربية إلى حد التطابق، هذا من وجهة التشابه بين العلامتين، أما من ناحية المنتجات التي سوف توضع عليها كل منهما فإنه بالنظر إلى منتجات الفئة (١٧) التي توضع عليها علامة المدعية وهي منتجات الغسالات ونشافات الجلايات ونشافات الصحون والخلاطات الكهربائية ومقارنتها بمنتجات الفئة (١٦) التي توضع عليها العلامة طالبة التسجيل وهي مفارش سفرة استعمال مرة واحدة وأكياس بلاستيكية وأكياس للنفايات من الورق أو البلاستيك... إلخ، يتضح أن بعض منتجات الفئة (١٦) هي من المنتجات ذات الاستعمالات الوضعية مثل أكياس النفايات، والسفر ومناديل الورق وغيرها وهذا قد يؤدي إلى الحط من المنتجات التي سوف توضع عليها علامة المدعية لوجود التشابه بين العلامتين، بما أن المادة (٢/ ل) من نظام العلامات التجارية للملكة العربية السعودية قد نصت على أنه "لا تعد ولا تسجل علامة تجارية كالأشارة والشعارات والأعلام وغيرها، الإشارات المطلقة أو المشابهة لعلامات تجارية سابقة إيداعها، أو تسجيلها من قبل الآخرين على منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة وكذلك الإشارات التي سينشأ عند تسجيلها بالنسبة لبعض المنتجات، أو الخدمات الحط من قيمة منتجات الآخرين أو خدماتهم".

وقد جرى العمل نظاماً وقانوناً وقضاءً على عدم تسجيل العلامة التجارية التي تحط وتقلل من قيمة منتجات أخرى.

وسوف نتناول هذا البحث من خلال محثين:

المبحث الأول: الأساس القانوني لكسب ملكية العلامة التجارية.

المبحث الثاني: استغلال العلامة التجارية.

المبحث الأول

الأساس القانوني لكسب ملكية العلامة التجارية

تقسيم وتمهيد

يختلف الأساس القانوني لحق ملكية العلامة التجارية حسب ما إذا كان الحق يكتسب بأسبقية الاستغلال أو الاستعمال أم بأسبقية التسجيل، وفيما إذا كان حقاً نسبياً أم مطلقاً، دائماً أم مؤقتاً، سوف نتطرق إلى دراسة هذا المبحث من خلال مطلبين:

المطلب الأول: الأنظمة القانونية الإجرائية التي تؤسس لكسب ملكية العلامة التجارية.

المطلب الثاني: موقف التشريعات العربية والدولية من الحماية القانونية للعلامة التجارية.

المطلب الأول

الأنظمة القانونية (الإجرائية) التي تؤسس لكسب ملكية العلامة التجارية

لكي يتوفر للعلامة التجارية الوجود الواقعي لا بد من توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية، وقد تعرضنا لهذا سالفاً، لكن لكي تتوفر للعلامة الوجود القانوني لا بد من توافر الشروط الإجرائية للعلامة التجارية والتي من شأنها أن تكسب العلامة التجارية الحق في الحماية القانونية، ويعتبر تسجيل العلامة التجارية في السجلات المعدة لذلك لدى الإدارة الحكومية المختصة من الشروط الإجرائية اللازمة مع ضرورة استخدامها على النطاق التجاري مع المرونة النسبية لهذا الشرط من دولة إلى أخرى.

أولاً: تسجيل العلامة التجارية

يعتبر التسجيل من الإجراءات الواجب إتباعها لصحة العمل القانوني، وهذا الإجراء يكفل علانية وإشهار الحق الخاضع للتسجيل وليس ذلك فحسب بل لضمان الحق المراد تسجيله طبقاً للشروط القانونية.

١- من له حق طلب التسجيل؟

لقد نصت المادة (٤) من قانون العلامات المصري علي " للأشخاص الاتي ذكرهم حق تسجيل علاماتهم: صاحب مصنع أو تاجر مصري الجنسية، وكل صاحب مصنع أو منتج أو تاجر مقيم فيها أو ينتمى لبلاد تعامل مصر معاملة المثل وأيضاً الجمعيات أو جماعات أرباب المصانع أو المنتجين أو التجار التي تكون مؤسسة في مصر أو إحدى البلاد المذكورة أنفاً، إذا كان يمكن اعتبارها متمتعة بالأهلية المدنية، والمصالح العامة" فيجوز تسجيل العلامات التي تصنعها مثلاً مصلحة السجون أو المدارس الصناعية والزراعية متى كانت تقوم بإنتاج سلع أو بضائع أو بيعها للجمهور^(٧).

ولكن نجد أن القانون الجديد الصادر ٢٠٠٢م لم يرد فيه مثل هذا التعداد للأشخاص الذين يجوز لهم التقدم بتسجيل العلامة التجارية، وهذا يدل على أن المشرع في القانون الجديد قد فتح الباب أمام كل صاحب علامة تجارية للتقدم بطلب التسجيل طالما توافرت في الطلب المقدم الشروط والخصائص التي أوردها المشرع في نصوص القانون، وبالإضافة لذلك فإن القانون الجديد وفي نص المادة ٦٦ قد وضع المبدأ العام في تحديد أصحاب الحق بالتقدم بطلب تسجيل العلامة مراعيًا في ذلك حقوق الأجانب وما وردت به نصوص الإتفاقيات الدولية.

٢- إجراءات تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية.

يقدم طلب التسجيل للعلامة التجارية إلى دائرة تسجيل العلامات التجارية أو من ينوب عنه ويجب أن يشمل طلب التسجيل على بيانات معينة منها اسم الطالب ولقبه ومهنته واسمه التجاري إن وجد، وإذا كان مقدم الطلب شركة يذكر اسمها وعنوانها والغرض من إنشائها وجنسية مقدم الطلب ومحل إقامته والعلامة المطلوب تسجيلها وبيان البضائع أو المنتجات المطلوب تسجيل العلامة عنها مع ذكر فئة المنتجات التي فيها^(٨).

٣- موضوع طلب التسجيل

حتى لا يكون طلب التسجيل عرضة للرفض من قبل مسجل العلامة التجارية يلزم أن يتوافر في العلامة التجارية المطلوب تسجيلها الشروط الموضوعية كأن تكون مشروعة وجديدة... إلخ.

٤- فحص الطلب

على المسجل عند استلامه الطلب أن يأمر بالتحري على العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها للتثبت من مطابقتها للعلامة المطلوب تسجيلها^(٩).

٥- قبول الطلب أو رفضه

إذا ما قبلت الإدارة الطلب المقدم، عليها أن تقوم بشهر الطلب (إعلانه) في الجريدة الرسمية بالإضافة إلى البيانات المرفقة به عند التقديم، أما إذا رفضت الطلب المقدم للتسجيل على صاحب الطلب تقديم تظلم للجهة المختصة خلال المدة المحددة قانوناً من قبله أو من ينوب عنه، وإذا لم يقدم صاحب الطلب التظلم خلال المدة المحددة اعتبر متنازلاً عن طلبه، وإذا رفض المسجل التظلم عليه أن يطعن بقرار التسجيل أمام المحكمة وإذا ما انتهت المدة المحددة دون الاعتراض على طلب التسجيل للعلامة أو صدر قرار إداري برفضه أو صدر حكم قضائي من المحكمة بالطعن بقرار الإدارة وجب على المسجل أن يقوم بإشهار العلامة التجارية ويعطى لمالك العلامة المسجلة شهادة تشمل اسمه ولقبه وجنسيته وعنوانه ورقم العلامة المسجلة، وتاريخ الطلب وتاريخ التسجيل والمنتجات المخصصة للعلامة^(١٠).

ولقد حدد المشرع المصري مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة التجارية بعشر سنوات تبدأ من تاريخ طلب التسجيل، أما تجديد العلامة فتبدأ من السنة الأخيرة من مدة الحماية المحددة للعلامة وفقاً للشروط والأوضاع المنصوص عليها في القانون^(١١). ولم يأخذ المشرع المصري بمبدأ الأثر المنشئ للتسجيل في اكتساب ملكية العلامة التجارية والذي بمقتضاه تعتبر واقعة التسجيل دون سواها هي الواقعة المنشئة لحق الملكية الصناعية لصاحب التسجيل مهما طال استعماله لها، فلا يترتب على استعمال العلامة كسب حق الملكية الصناعية مهما طال مدة الاستعمال هذه طالما صاحبها لم يتم بتسجيلها أو سبقه غيره إلى تسجيل ذات العلامة.

وأتفق مع رأي الدكتورة سميحة القليوبي في أن ما أخذ به المشرع المصري يعد حلاً وسطاً تقادى به عيوب النظام القائم على الأثر المنشئ للتسجيل والذي يهدر في الحقيقة حقوق من قام بإستعمال العلامة قبل من قام بإجراء التسجيل، كما تقادى من جهة أخرى عيوب النظام الآخر الذي يترك باب المنازعة في ملكية العلامة التجارية إلي مالا نهاية على أساس سبق الاستعمال وعدم استقرار الأوضاع القانونية التي تم الاعتياد عليها فترة طويلة^(١٢). أما الشطب فيكون إما بسبب عدم تقديم صاحب العلامة المسجلة بطلب تجديدها خلال الثلاثة أشهر الأخيرة لتاريخ انتهاء مدة الحماية فتقوم الإدارة من

تلقاء نفسها بشطب العلامة التجارية من السجل، أو لم تستعمل العلامة من قبل صاحبها بعد مضي خمس سنوات من تاريخ تسجيلها^(١٣).

ثانياً: استعمال العلامة التجارية

إن استعمال العلامة التجارية بعد التسجيل هي الواقعة المنشأة للملكية وليس للتسجيل ذاته، فالعبرة في اكتساب العلامة التجارية هي بسبق الاستعمال وليس بسبق التسجيل في السجل التجاري، وذلك ما لم يثبت أن أولوية الاستعمال كانت لشخص آخر قام هو الآخر بتسجيلها، ويحق لمن كان أسبق إلى استعمال العلامة ممن سجلت بأسمه الطعن ببطلان التسجيل خلال الخمس سنوات المذكورة^(١٤)، وقد ذهبت محكمة النقض المصرية في حكم لها إلى أن ملكية العلامة التجارية بتوثيقها بأسبقية استعمالها، والتسجيل لا يعد أن يكون قرينة على الملكية، ويجوز نفيها لمن يثبت أسبقيته في استعمالها، وتثبت الملكية لمن قام بتسجيلها دون حصول الغير على حكم بصحة منازعته في الملكية^(١٥).

ولصاحب العلامة التجارية وفقاً للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في شأن حماية الملكية الفكرية حال الاعتداء على العلامة المسجلة سواء بالتزوير أو التقليد أو اغتصاب العلامة أو بيع المنتجات التي تحمل علامات مقلدة أو مزورة، أن يرفع شكوى إلي النيابة العامة لتحريك الدعوى الجنائية، حيث إنها المسؤولة عن تحريك تلك الدعوى، وذلك وفقاً لشروطها، حيث إن الحماية الجنائية المقررة للعلامة التجارية المسجلة مقيدة من حيث الزمان والمكان^(١٦)، وينتهي الحكم في الدعوى الجنائية بتوقيع الجزاء على المعتدى أو الحكم ببراءته وفي كلتا الحالتين يستطيع المعتدى عليه - صاحب العلامة التجارية - أن يطلب التعويض المدني أمام المحكمة الجنائية المرفوعة أمامها الدعوى الجنائية أو المحكمة المدنية كما يشاء^(١٧)، فلا يمنع صاحب الشأن من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية المؤسسة على المادة ٢/٦٦ من قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩^(١٨).

وتظهر أهمية الحماية المدنية بالنسبة إلى العلامات المسجلة في حالة عدم توافر شروط الدعوى الجنائية، إذ إن الجزاء الجنائي المقرر لجرائم الاعتداء على الحق في العلامة يتطلب قصداً جنائياً خاصاً لدى المقلد أو المستعمل أو البائع، أي سوء نيته في ارتكاب مثل هذه الأفعال فإذا حدث وحكم بالبراءة سواء كان خطأ المعتدى عمدياً أم غير عمدي، ذلك لأن الالتزام بالتعويض في هذه الحالة أساسه الأفعال الضارة سواء توافرت أركان جرائم التقليد بصورها كافة أم لا.

المطلب الثاني

موقف التشريعات العربية والدولية في كسب ملكية العلامة التجارية

لقد تزايدت أهمية حقوق الملكية الفكرية في العصر الحديث تزايداً كبيراً، ونتيجة ذلك تزايد اهتمام الدول بها، وهذا راجع إلى التطورات العلمية والتكنولوجية، الأمر الذي أثار بشكل مباشر المصالح التجارية للدول الكبرى، والعلامات تعتبر من أهم حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ولقد سايرت معظم الدول العربية هذا التطور وضمنت قوانينها شكليات العقود، كما أنضمت إلى الاتفاقيات الدولية التي تنظم حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة، ولا شك أن الإنضمام والمصادقة عليها ونشرها وفقاً للأصول المقررة يمنحها مكانة في سلم التدرج التشريعي حيث أنها تستطيع أن ترسخ وتعديل تشريع قائم، وبذلك تسمو القوانين الوطنية لدول الأعضاء.

أولاً: موقف التشريعات العربية

تعتبر قوانين العلامة التجارية حديثة نسبياً، حيث يرجع ظهورها إلى بدايات القرن التاسع عشر حيث حصل في هذا القرن أول اعتراف قانوني فعلي للعلامة التجارية مما جعل الدول تسن قوانينها في مجال المعاملات التجارية فعلى الصعيد العربي فقد أخذت الدول العربية بسن القوانين بشأن العلامات التجارية فكان في تونس قانون العلامات التجارية ١٩٨٨ المعدل لسنة ١٩٣٩، وفي المغرب قانون حماية الملكية الصناعية لسنة ١٩١٦، وفي مصر قانون العلامات والرسوم والنماذج الصناعية رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٣ الملغى والذي حل محله قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، واليمن وفق قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية رقم ٢٣ لسنة ٢٠١٠م، هذا من جانب ومن جانب آخر قد تم وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد لعام ١٩٧٥م من قبل مركز التنمية الصناعية للدول العربية لتحقيق التنسيق والإنسجام بين مختلف تشريعات الدول العربية، وإزالة اللبس والتباين والتعارض بين هذه التشريعات للوصول إلى حماية العلامة التجارية في كافة الأقطار العربية على قدم المساواة^(١٩).

وعلى الصعيد الأردني فقد كانت المملكة الأردنية وفلسطين جزءاً من الإمبراطورية العثمانية قبل الحرب العالمية الأولى، وكان القانون العثماني الصادر في ١٨٧٩م المتعلق بالحقوق الفكرية هو القانون المعمول به فيما يتعلق بالمعاملات التجارية في شرق الأردن وفلسطين.

وبعد الحرب العالمية الأولى أصبح الأردن وفلسطين مستعمرتين تديرهما المملكة المتحدة فطبقت عليهما قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٣٠، والذي تم إلغاؤه وأحل محله قانون العلامات التجارية الفلسطيني ١٩٣٨م، وبعد الاستقلال الوطنى للمملكة الأردنية سنت الحكومة بشأن العلامات التجارية قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٥٢،

ونظام العلامات التجارية لسنة ١٩٥٢، وقانون علامات البضائع والبيانات التجارية لسنة ١٩٥٣، ثم قانون العلامات التجارية المعدل رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩، ثم نظام العلامات التجارية المعدل رقم ٣٧ لسنة ٢٠٠٠^(٢٠).

ثانياً: موقف التشريعات الدولية في كسب ملكية العلامة التجارية

لقد حرص المجتمع الدولي على استمرار كفالة الحماية الدولية للعلامة التجارية، وأدرج ضمن أولوياته إنشاء منظمة واتفاقيات دولية تحمي وتنظم هذه الحقوق، فقد بدأ البحث عن نظام قانوني لتنظيم العلامة التجارية مع بداية الثورة الصناعية، حيث انتهت الدولة الصناعية في ذلك الوقت إلى ضرورة سن تشريعات وطنية تنظم وتحمي العلامات التجارية، ثم اتجهت أنظار الدول إلى ضرورة الإجماع وسن تشريعات واتفاقيات دولية تنظم وتحمي العلامة التجارية، وكان أول نشاط في هذا الإتجاه سنة ١٨٨٣ عندما أحجم المخترعون الأجانب في الاشتراك في المعرض الدولي للإختراعات الذي أُنعقد في مدينة فيينا بالنمسا وذلك تجنباً لسرقة اختراعاتهم واستغلالها تجارياً في الدول الأخرى بدون مقابل^(٢١)، وترتب على ذلك اتفاقية لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣م، والمعروفة بإتفاقية باريس، وقد عدلت أكثر من مرة كان آخرها ١٩١٧م، ويعتبر التشريع الدولي إن صح القول لحقوق الملكية الصناعية من خلال المعاهدات والاتفاقيات الدولية من أبرز الجوانب القانونية الذي بدأ في الظهور بعد منتصف القرن التاسع عشر، حيث اهتمت الهيئات الدولية بإنشاء منظمات تحمي هذه الحقوق، ومن هذه المنظمات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) والتي تم إنشائها في ١٩٦٧م واحلالها محل المكاتب الدولية المستخدمة لحماية الملكية الفكرية.

وقد باشرت المنظمة عملها في عام ١٩٧٠م بحيث تكون من المنظمات المتخصصة ويتمحور نشاطها في دعم التشريعات الداخلية للدول التي تنظم الحماية العربية للعلامات التجارية عن طريق وضع قواعد موحدة على المستوى الدولي وقد انضم إلى هذه المنظمة حتى عام ٢٠٠٢ حوالي ١٧٩ دولة.

ولقد كان من أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية باريس من الناحية القانونية هي حماية الملكية الفكرية وتنظيمها، كذلك القضاء على المنافسة غير المشروعة كما هو الحال في التشريعات الوطنية الداخلية للدول، ولقد نتج عن الإتفاقية إتحاد دولي عرف بالإتحاد الأوروبي الدولي لحماية الملكية الصناعية، الذي كان بإشراف الإتحاد السويسري، وفي نهاية القرن الماضي قد تم إبرام إتفاقية قانون العلاقات التجارية الذي أبرم في مدينة جنيف ١٩١٤م، والذي كان تحت مظلة المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وكان يقصد التنسيق بين القوانين الوطنية للدول المنظمة للإتفاقية حيث كان هدفه تسهيل إجراءات

تسجيل العلامات التجارية، ومنها تسهيل الإجراءات الشكلية لطلب تسجيل العلامة والإبداع^(٢٢).

١ - الحماية وفق إتفاقية مدريد الدولية بشأن التسجيل الدولي للعلامات ١٨٩١^(٢٣).

لتيسير تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الأعضاء للإتحاد الأوروبي لحماية حقوق الملكية الصناعية وضعت اتفاقية مدريد نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية وتعتبر أول إتفاقية تعاملت مع نظام التسجيل الدولي للعلامات، فالتاجر الذي يرغب في حماية علامته التجارية في عدد من الدول كان عليه عادة الخضوع إلى الكثير من الشكليات الإجرائية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامة التجارية، ولكن بمقتضى هذه الإتفاقية يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الإتحاد^(٢٤)، ويتم ذلك عن طريق تقديم طلب من مصلحة الملكية الصناعية أو إدارة تسجيل العلامات التجارية في بلدها الأصلي إلى المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية...^(٢٥) إذ يقوم بتسجيلها ويمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها^(٢٦).

ويتم التنازل عن العلامة المسجلة دولياً، بعد أن يقوم مالك العلامة بتسجيل علامته لدى المكتب الدولي وفق لإجراءات التسجيل، بحيث تصبح علامته مسجلة دولياً، ويكون له الحق في نقل ملكيتها سواء بالتنازل عنها أو الترخيص باستعمالها إلى غير ذلك من طرق نقل الملكية، ونميز بين النقل الكلي للتسجيل الدولي والنقل الجزئي للإبداع الدولي:

فالنقل الكلي للتسجيل الدولي: يكون في حالة العلامة المسجلة في السجل الدولي للعلامات، ويرغب مالكيها نقل ملكيتها لفائدة شخص آخر سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً من رعايا دولة عضو في إتفاق مدريد^(٢٧)، في هذه الحالة يقوم مكتب إدارة بلد المتنازل بعد إشعاره من قبل المتنازل بإعلان المكتب الدولي بهذا النقل، ويقوم هذا الأخير بتسجيل النقل ويُعلم به الإدارات المكلفة بتسجيل العلامة في البلدان الأعضاء، ويقوم بنشر النقل في الجريدة المختصة للعلامات، وقد يقوم مالك العلامة بالتنازل عن علامته قبل انتهاء مهلة خمس سنوات، التي تحسب من التسجيل الدولي لدى المكتب الدولي بطلب موافقة أو رضا مكتب المالك الجديد وينشره مع تاريخ ورقم تسجيل العلامة في بلد المالك الجديد، ويكون باطلاً كل عقد تنازل عن العلامة المسجلة دولياً لفائدة شخص غير مقبول له تسجيل العلامة دولياً^(٢٨)، بمعنى التنازل عن علامة مسجلة دولياً لا يكون صحيحاً إلا إذا كان المتنازل له من رعايا أحد دول الإتحاق.

أما النقل الجزئي للإبداع الدولي: فإذا كان التنازل عن العلامة المسجلة دولياً لجزء فقط من المنتجات أو الخدمات المسجلة، وأعلن عن هذا التنازل لدى المكتب الدولي فهذا الأخير يقوم بإجراء القيد في السجل الخاص للعلامات الدولية حيث يكون لكل واحدة من الدول المتعاقدة الحق برفض صحة وصلاحيته هذا التنازل في حالة ما إذا كانت المنتجات أو الخدمات المعنية في الجزء المتنازل عنها مماثلة لتلك المنتجات أو الخدمة التي لا زالت العلامة مسجلة لفائدة المتنازل^(٢٩)، وقد يقوم المكتب الدولي بالتسجيل فقط لعقود التنازل عن العلامة المسجلة دولياً لفائدة الدولة المتعاقدة أو عدة دول موقعة على الإتفاق، ولا يتم التسجيل (تسجيل التنازل) القائم لصالح دولة ما، ويجوز رفض تسجيل العلامة التجارية في دول الإتحاد حتى ولو سجلت تسجيلاً صحيحاً في بلدها الأصلي إذا كانت تلك العلامة من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة أو كانت علامة مجردة من أية صفة مميزة أو علامة مخالفة للنظام العام والآداب^(٣٠)، وقد صدر بالإضافة لذلك بروتوكول لاتفاقية مدريد عام ١٩٩٧م يجيز للدول الموقعة عليه حصولها على الحماية الدولية للعلامة بناء على طلب يقدم على مستوى الدولة، وتتحقق الحماية لمالك العلامة التجارية داخل الدولة الموقعة على البروتوكول وحفظ الطلب الدولي لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية لفحصه ثم نشره في جريدتها أمام جميع الدول المعنية لدراسته وفق قوانينها الداخلية ولها الحق في قبوله أو رفضه، ومد هذا البروتوكول مده الفحص للدول اثني عشر شهراً تمتد إلى ثمانية عشر شهراً أو أكثر في حالة الاعتراض على تسجيل العلامة تحسب من تاريخ إعلام الدولة بطلب تسجيل العلامة الأصلي، وقد انضم لهذا البروتوكول مصر ودخل حيز التنفيذ في سبتمبر ٢٠٠٩م بالإضافة لذلك تعتبر من مميزاته أنه يسمح للتسجيلات الدولية أن تصبح تسجيلات فعالة في الدول حتى ولو أُلغى التسجيل المحلي للعلامة^(٣١).

٢- إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) ١٩٩٤م.

أولاً: مبادئ إتفاقية تريبس:

من المبادئ التي استتسخنتها إتفاقية تريبس من إتفاقية باريس لسنة ١٨٨٣^(٣٢)، وأعدت دمجها في طياتها لما لها من قدرة مواكبة التطورات المتلاحقة في مجال حماية الحقوق الفكرية دولياً مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الدولة الأكثر رعاية، وسنبين ذلك على النحو التالي:

١ - مبدأ المعاملة الوطنية:

الأساس الذي يقوم عليه هذا المبدأ هو المساواة في المعاملة إذ أن أى عضو من الأعضاء في اتفاقية تريبس يلتزم بأن يعامل مواطني باقي دول الأعضاء الأخرى ذات المعاملة التي نصت عليها الاتفاقية طبقاً للحقوق المماثلة التي تضمنتها اتفاقية باريس، تلك الحقوق نصت عليها المادة ٢١ من اتفاقية باريس والتي أشارت إلى تمتع مواطنو الدول الأعضاء بالمزايا التي تمنحها الدول الأعضاء الأخرى لرعاياها، ويكون لهم ذات التعويض القانوني ضد أى تعد على حقوقهم إذا امتثلوا للشروط والشكليات المفروضة على مواطنو الدول الأعضاء ومصطلح (مواطن) التي نصت عليه المادة السابقة يشمل كلاً من الأعضاء الطبيعيين والاعتباريين الذين يستوفون كل معايير الأهلية اللازمة والتي نصت عليها اتفاقية باريس^(٣٣).

٢ - مبدأ الدولة الأكثر رعاية^(٣٤)

أضافت اتفاقية تريبس مبدأ جديد لم يرد مسبقاً لكل ما يتعلق بالملكية الفكرية ولا في الاتفاقيات المتعددة الأطراف، إذ يقرر هذا المبدأ في المادة ٤ من إتفاقية تريبس المنح الفوري وغير المشروط لكل ميزة أو امتياز أو حصانه يقرها أحد أعضاء الإتفاقية لأى مواطن من مواطني الدولة الأخرى، سواء أكان من مواطني دول الأعضاء أو من غير دول الأعضاء مع وجود بعض الاستثناءات أشارت إليها في المادة ٥ من اتفاقية باريس، فهذا المبدأ يساهم مساهمة فعالة في زيادة الثقة في التعاملات التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية (العلامات التجارية) وذلك لأن جميع مواطنى دول الأعضاء سوف يحصلون على فرص متساوية لاكتساب تلك الميزة أو الحصانة المقررة من أحد دول الأعضاء حتى وإن لم يكونوا طرفاً في الإتفاق الذي قرر تلك الميزة أو الحصانة بالإضافة لذلك لا بد من معرفة أن هذا النظام يعتبر العمود الفقري لنظام الجات ومنظمة التجارة العالمية^(٣٥)، بالإضافة لذلك فهو يكمل مبدأ المعاملة الوطنية الذي أقرته هذه الإتفاقية، والذي بدونها سيكون مبدأ المعاملة الوطنية مفرغاً من مضمونه أو محتواه، وذلك توجد درجات متفاوتة في الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية، ومنها العلامات التجارية تختلف باختلاف درجات العلاقات الحميدة بين الدول^(٣٦).

وقد استحدثت أحكاماً موضوعية وإجرائية في شأن حماية العلامات التجارية، فأضافت المادة ١٥ تعريف العلامة، وأضافت أنه يجوز أن يكون التسجيل معتمداً على الاستخدام الفعلي للعلامة أى أن الاستخدام لم يحدث قبل انقضاء فترة ثلاث سنوات اعتباراً من تاريخ تقديم طلب التسجيل^(٣٧).

وألزمت الاتفاقية دول الأعضاء بنشر كل علامة إما قبل تسجيلها أو بعد تسجيلها فوراً، كما تلتزم هذه الدول بإعطاء فرصة معقولة لتقديم الألتماسات بإلغاء التسجيل، كما يجوز للبلدان الأعضاء إتاحة الفرصة للاعتراض على تسجيل العلامة التجارية^(٣٨). ولقد حددت اتفاقية تريبس مدة التسجيل الأول للعلامة التجارية بسبع سنوات، ويجوز التسجيل لمدة مماثلة لا تقل عن سبع سنوات، ويكون التسجيل ممكناً لمرات غير محدودة، ويلاحظ أن أغلب الدول ومن بينها مصر تجعل مدة تسجيل العلامة التجارية عشر سنوات قابلة للتجديد وهذا جائز في ظل اتفاقية تريبس طالما أن مدة الحماية لا تقل عن الحد الأدنى الذي وضعته تلك الاتفاقية وهو سبع سنوات، ولكن يشترط تطبيق مبدأ المعاملة الوطنية^(٣٩).

٣- اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية ١٨٨٣

لقد وضعت هذه الإتفاقية الأسس القانونية لتوحيد المعاملة بين رعايا الدول المختلفة في شأن التعامل على حقوق الملكية الفكرية وقررت مبدأ المعاملة بالمثل حيث نصت الإتفاقية في المادة ٢ على مبدأ المساواة ويظهر تطبيق هذا المبدأ قضائياً من قضية OMEGA ووقائعها أن شركة سويسرية قامت بإيداع العلامة في فرنسا ولم تودع علامتها في مقرها أي في سويسرا، كما لم تكن لها إقامة في فرنسا، وأسندت هذه الشركة حقها في الحماية بمقتضى المادة ٢ من اتفاقية باريس التي تقضى بالمساواة إذ قررت المحكمة أن الإيداع الذي تم مباشرة في فرنسا لعلامة مصنع من قبل أجنبي من رعايا دول الإتحاد بغض النظر عن الإيداع السابق في البلد الأصلي، وحتى في غياب كل إيداع أولى في هذا البلد يعني صحيح، وبناء على ذلك فإن إيداع الشركة السويسرية لعلامتها OMEGA إيداعاً صحيحاً باستقلال عن أي إيداع سابق^(٤٠).

كما أقرت اتفاقية باريس في المادة ٤ الأسبقية لمن أودع طبقاً للقانون لإحدى الدول الأعضاء طلباً للحصول على تسجيل علامة تجارية أو صناعية فيعد بتاريخ إيداع أول طلب لإحدى الدول، كما يشترط أن يكون موافقاً لقانون الدولة التي تتقدم بطلب الحماية فيها مهما كان مصير هذا الطلب، سواء بالموافقة أو الرفض.

ويكون لكل من تقدم بطلب التسجيل في إحدى دول الإتحاد حق الأفضلية والأسبقية في باقي دول الإتحاد بالنسبة لتسجيل العلامة خلال ستة أشهر من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول^(٤١)، واشترط حتى يتم التسجيل في جميع دول الإتحاد سبق تسجيلها في بلدنا الأصلي تسجيلاً صحيحاً، فلم تحدد شروط التسجيل الدولي تاركة ومفوضة الأمر لكل دولة عن طريق تشريعاتها الخاصة أو الداخلية^(٤٢)، بالإضافة لذلك لا تتمتع العلامة

التجارية بالحماية في دول الإتحاد رغم تسجيلها في بلدها الأصلي تسجيلاً صحيحاً، وهى العلامات المتضمنة اعتداء على الحقوق المكتسبة للغير، والعلامات المجردة من أى صفة مميزة والعلامات المخالفة للنظام العام، فأجازت الإتفاقية وعلى ضوء ذلك إبطال أو رفض التسجيل، وهذه الاستثناءات نصت عليها المادة (٦/ب) **على النحو التالى:**

أ- العلامات المخالفة للأداب والنظام العام وعلى الأخص العلامات التى تضلل الجمهور، وأضافت المادة السادسة من اتفاقية باريس بأنه لايجوز رفض تسجيل العلامات التجارية أو الصناعية فى الدول الأخرى للإتحاد لمجرد أنها تختلف عن العلامات التى تتمتع بالحماية فى بلدها الأصلي بعناصر لا تغير فى الصفة المميزة لها ولا تمس ذاتية العلامة بالشكل الذى سجلت فيه فى البلد الأصلي.

ب- مبدأ استقلال العلامات وقد ذكرت الاتفاقية^(٤٣) ذلك فى المادة السادسة فقرة (د) على هذا المبدأ ومؤدى ذلك تعتبر كل علامة مسجلة فى أكثر من دولة مستقلة تمام الاستقلال عن الأخرى، فإذا فرض وانتهت مدة التسجيل للعلامة فى إحدى الدول فإن هذا لا يستتبع حتما انتهاء مدة التسجيل فى بقية الدول، كما أن تجديد التسجيل فى إحدى الدول لا يترتب عليه حتماً تجديد التسجيل فى جميع البلاد المسجلة بها العلامة التجارية^(٤٤).

ت- العلامات المجردة من أية صفة مميزة والتى تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل فى التجارة للدلالة على نوع المنتجات وصفتها أو لبيان الغرض منها وقيمتها وكذا مصدرها أو زمن إنتاجها أو التى أصبح استعمالها فى البلاد التى طلبت فيها الحماية دارجاً فى اللغة التجارية أو فى العرف القانونى للتجارة، على أن تراعى ظروف الواقع وعلى الأخص مدة استعمال العلامة عند تقدير الصفة المميزة لهذه العلامة^(٤٥).

ث- العلامات التى من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير فى الدولة التى تطلب فيها الحماية، ومؤدى ذلك أنه يمكن رفض تسجيل علامة أجنبية بمصر إذا كانت مثل هذه العلامة قد سجلت واستعملت بواسطة آخر فى مصر.

ثالثاً: موقف التشريعات الأجنبية فى حماية العلامة التجارية:

يعتبر التشريع الفرنسى من أوائل التشريعات التى صدرت فيما يخص حماية العلامات التجارية، وقد عدل عدة مرات إلى أن صدر القانون الخاص بالعلامات التجارية فى ١٢/٣١/١٩٦٤م والذى ألغى قانون العلامات ١٨٥٧م، إلا أنه قد عدل

أيضاً عدة مرات إلى أن تم تنظيم أحكام الحماية القانونية للعلامة التجارية بالقانون رقم ١٩٩١/٧م الذي صدر بتاريخ ١٩٩١/٤/١م والذي دخل حيز التنفيذ بتاريخ ١٩٩١/١٢/٢٨م^(٤٦)، وتم إلغاء هذا القانون وأصبحت أحكامه بناء على القانون رقم ٥٩٧/٩٢ المؤرخ في أول يوليو ١٩٩٢م مدونة في قانون الملكية الفكرية الجديد.

هذا وقد تواصلت التعديلات الخاصة بقانون العلامات حيث صدر القانون رقم ١٠٢/٩٤ المؤرخ في ١٩٩٤/٢/٥م الذي كان يهدف إلى قمع جنحة التقليد بأحكام أكثر شدة، وبعدها صدر القانون رقم ٣٨٥/٩٥ المؤرخ في ١٩٩٥/٧/١٠م والذي كان يهدف إلى مواكبة الاتفاقيات الدولية في مجال حماية الملكية الفكرية^(٤٧)، ثم صدر القانون رقم ١١٠٦/٩٦ المعدل لقانون حماية الملكية الفكرية ثم قانون رقم ٦٧٠/٢٠٠١ المؤرخ في ٢٠٠١/٧/٢٥ المتعلق بتنفيذ أحكام النظام الأوربي الخاص بالعلامة الجماعية الأوربية، ثم القانون رقم ١٩٩/٢٠٠٤ المتضمن رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد والعقوبات الخاصة باقتراف الجنحة من قبل عصابة منظمة، هذا وبقي التشريع الفرنسي يعرف تطوراً سريعاً، حيث صدرت مجموعة قوانين الملكية رقم ٧٣١/٢٠٠٧ ثم القانون رقم ٦٢٤/٢٠٠٨ المؤرخ في ٢٠٠٨/٦/٢٧ والقانون رقم ١٣٠١/٢٠٠٨ المؤرخ في ٢٠٠٨/١٢/١١ وكذا القانون رقم ١٤٧٢/٢٠٠٨ المؤرخ في ٢٠٠٨/١٢/٣٠.

المبحث الثاني

استغلال العلامة التجارية

إن العلامة التجارية لا يقتصر دورها فقط على ما تعود به من نفع معنوي على الشخص الطبيعي والمعنوي كدلالة على منتجات وخدمات تاجر بعينه من خلال علامته التجارية، وتمييز سلعته عن غيره من السلع المشابهة الذي من شأنه منع التقليد ومحاربة المنافسة غير المشروعة، بل إن العلامة التجارية تشكل حقاً مادياً لمالكها، أي أنها مال منقول قابل للتداول كغيره من الأموال المنقولة، وذلك بواسطة البيع والرهن وغيرها من العقود والتصرفات.

فعلى سبيل المثال لو توفي شخص يملك علامة تجارية ضمن عناصر محله التجاري تملكها ورثته على الشبوع فيما بينهم، ولا يجوز لأي من الورثة أن يقوم باستعمال العلامة التجارية لتمييز البضائع دون موافقة باقي الورثة وفقاً للقواعد العامة على الشبوع، وأتفق مع الدكتورة سميحة القليوبي في جواز تقسيم العلامة التجارية فيما بين الورثة باستقلال كل منهم بإستعمالها وحده أو بإقتسام المتجر ليستقل كل منهم بفرع أو بجزء منه ويستمر في استعماله إذا كان المحل التجاري يمكن قسمته وذلك بإتفاق

المشتاعين على أن يكون لكل منهم حق استعمالها على انفراد، فتصبح ملكية العلامة عندئذ مشتركة بينهم فيكون لكل منهم حق ملكية كامل وتام للعلامة يخوله استعمالها كما يشاء .

ولكن إذا حدث تقليد للعلامة المشتركة مثلاً جاز لكل من المشتاعين أن يطالب الفاعل بالتعويضات ولا يشترط أن ترفع دعوى التعويض من جميع المالكين لتمتع كل منهم بحق كامل ومستقل عن الآخرين، وإذا رفع أحدهم الدعوى وحكم له بالتعويضات أصبحت حقاً خالصاً له، فلا يقسمها مع الآخرين إلا إذا كانت الدعوى مرفوعة منهم جميعاً أو تدخلوا فيها، بالإضافة إلى حق كل منهم في رفع الدعوى الجنائية إذا كان الاعتداء على علامة مسجلة.

ولقد سائر المشرع المصرى فى قانون حماية الملكية الفكرية فى شأن جواز نقل ملكية العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجارى الذى تميز منتجاته، ما تنص عليه اتفاقية التريبس من حق صاحب العلامة فى التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التى تعود العلامة التجارية إليها لصاحب العلامة الجديد^(٤٨) "المادة ٢١ من اتفاقية التريبس"، بالإضافة لذلك نجد أن المادة ١/٨٨ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ تنص على أن التصرف فى المحل التجارى أو المنشأة بنقل ملكيتها للغير يترتب عليه تلقائياً ودون حاجة إلى نص فى عقد البيع نقل ملكية العلامة المملوكة لصاحب المتجر، ولكن يشترط أن تكون العلامة مسجلة وذات ارتباط وثيق بالمحل التجارى أو المنشأة، والمغزى من ذلك هو القضاء على اللبس أو الخلط الذى قد يقع فيه جمهور المستهلكين فى تحديد مصدر إنتاج هذه البضائع أو مصدر بيعها، إذ يظل العملاء معتقدين أن البضائع التى تحمل العلامة ذاتها لا تزال تابعة للمحل التجارى الذى تصرف فيها، وفى حالة إذا ما بيعت العلامة التجارية مع المتجر كان للمشتري جميع الحقوق التى كانت للبائع على علامته التجارية، فله حق احتكار استغلالها عن ذات المنتجات والبضائع التى كانت مخصصة لهذه العلامة، ويمتنع على الغير استعمالها، كما يمتنع على البائع نفسه الاستمرار فى تمييز المنتجات ذاتها بهذه العلامة حتى ولو كانت مستمدة من اسمه الشخصى ما لم يتفق على خلاف ذلك، وفى حالة إذا ما أراد بائع العلامة التجارية ممارسة تجارة أخرى واتخذ اسمه لمحل التجارى وجب عليه أن يميزه بطريقة تمنع اللبس مع العلامة السابق بيعها مع المتجر.

ولا يترتب على استعمال بائع المحل التجارى للعلامة التجارية التى اتفق على احتفاظها بها رغم بيع المحل التجارى الذى ترتبط به ارتباطاً وثيقاً أى أضرار لمشتري

المحل لأنه صاحب حق احتكار استعمال هذه العلامات دون غيرها، وبالتالي يستطيع الاستمرار في استعمالها رغم بيعه المتجر، بالإضافة لذلك يجوز تقرير رهن على العلامة التجارية مستقلة عن المتجر، كذلك يجوز الحجز عليها من الدائنين استيفاء لحقوقهم مستقلة عن المحل التجاري، وقد نصت على ذلك صراحة المادة ٨٧ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بقولها يجوز نقل ملكية العلامة أو تقرير حق عيني عليها أو الحجز عليها استقلالاً عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال، وبالإضافة لذلك تقبل العلامة التجارية الترخيص باستغلالها من قبل الغير بموجب عقد الترخيص وسوف نتطرق لدراسة هذا المبحث من خلال مطلبين:

المطلب الأول

تعريف عقد الترخيص

إن عقد الترخيص باعتباره آلية تعاقدية لحماية العلامة التجارية وكغيره من العقود يخضع للقواعد العامة للعقود من حيث وجود تلاقي إرادتين أو أكثر واتجاهها إلى ترتيب آثار قانونية سواء كانت هذه الآثار هي إنشاء الالتزام أو نقله أو تعديله أو إنهائه، وفي حالة عدم قيام المتعاقد المدين بتنفيذ التزامه، فهذا يعتبر خطأ عقدياً يترتب مسؤولية المدين، كل ذلك مع مراعاة خصوصية هذا العقد وموضوعه ويعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الحديثة التي ظهرت عندما استقرت في الأذهان فكرة انفصال ملكية العلامة منقولاً معنوياً عن استعمالها، وبذلك يجوز أن يكون مستعمل العلامة غير مالكا، حيث عرف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبفضل المزايا التي حققها كنظام للتعاون المستمر بين المشروعات انتشر في العالم لينتج أفضل الفرص للتوسع التجاري اعتماداً على شهرة العلامة التجارية.

ويعتبر الترخيص باستعمال العلامة التجارية عنصر حيوي في الإستراتيجية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة، والذي يترتب عليه تحسن جودة السلع أو الخدمات والنجاح وبالتالي في تحسين موقع السلعة في السوق، حيث يعد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في العديد من الحالات أداة فعالة تمكن الشركات الصغيرة والمتوسطة من بلوغ تلك الأهداف.

وبما أن الحق في العلامة التجارية من الحقوق الجائز التصرف فيها بكافة أنواع التصرفات الجائزة شرعاً وقانوناً كالبيع والرهن.... إلخ، وإلى جانب ذلك نجد الترخيص الذي يعتبر من أهم العقود التجارية في الوقت الحاضر وأكثرها استعمالاً لأنه يتيح لمالك

العلامة التجارية فرصة استغلال علامته مقابل ثمن نقدي مع الاحتفاظ بحقه في الملكية في احتكار الاستغلال.

ومن هنا ثار جدل كبير بخصوص عقد الترخيص بإستغلال العلامة التجارية من حيث تكييفه القانوني، وهناك من أسنده إلى انه عقد يرد على حق الإنتفاع، وهناك من أسنده بأنه عقد إيجار.

بما أن عقد الترخيص بإستغلال العلامة التجارية عقد حديث النشأة فقد قدمت حوله عدة تعاريف، وهذا ما سنتطرق بدراسته في هذا الفرع أولاً، ثم أنواعه ثانياً، ثم خصائصه ثالثاً، ورابعاً إجراءات عقد الترخيص على النحو التالي:

أولاً: تعريف عقد الترخيص

يُعرف عقد الترخيص بأنه عقد بمقتضاه يُمنح أحد طرفيه والذي يطلق عليه المانح الترخيص، والطرف الآخر الذي يطلق عليه المرخص له، من حق استخدام حق من حقوق الملكية الصناعية (العلامة التجارية) لإنتاج سلعة أو لتوزيع منتجاته تحت العلامة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الترخيص، في مدة معينة في نظير مقابل معين^(٤٩).

كما يعرف كذلك بالعقد الذي بواسطته يوافق صاحب العلامة على منح الغير حق استغلالها كلياً أو جزئياً مقابل دفع رسوم مناسبة للاستغلال تسمى بالإتاوات، وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة وسيلة لاستثمارها خارج موطنه، وفيما يخص المرخص له فهو يستفيد من حق امتياز استعمالها^(٥٠)، كما تكتسب هذه العملية أهمية كبيرة خاصة إذا كانت العلامة ذات سمعة عالية^(٥١).

كما تعرفه المنظمة العالمية للملكية الفكرية "بأنه إذن أو رخصة تقدم من طرف صاحب هذا الحق لشخص لإستعمال أو انجاز بعض الأعمال التي يتضمنها هذا الحق"^(٥٢).

وبهذا الترخيص تنشأ علاقة تعاقدية بين الطرفين على هذا يحق غالباً أن يلجأ مالك العلامة إلى منح الغير ترخيصاً بإستغلالها، وللمرخص له القيام بإستغلالها حسبما تقتضى الشروط الواردة بعقد الترخيص، فهذا الأخير لا يعطى المرخص له سوى القيام بإستغلال فقط، أما الحق في ملكيتها فيظل دائماً مالك العلامة محتفظاً به، وعليه يمكنه التصرف فيها بعد إكتساب الحق في استغلال هذه العلامة ما لم يسلب المرخص له الأول من ذلك الحق منه.

ويقصد به أيضاً ذلك العقد الرضائي الذي يتم بين طرفين يمنح بمقتضاه المرخص إنذاراً إلى المرخص له بأن يتمتع بحق أو أكثر من حقوق الملكية الصناعية، ويقوم

المرخص بتحويل حقوقه إلى المرخص له، وبالدرجة التي تصل إلى حد التنازل مع احتفاظه بحق رفع دعاوى التعدي ويكون على المرخص تمكين المرخص له من استخدام هذه الحقوق بنفس الدرجة كما لو كان هو الذي يستخدمها، ويكون هذا التحويل بمقابل^(٥٣).

ويتضح لنا من خلال هذه التعاريف أن هذا العقد لا يرد على حق الملكية، فهو بذلك لا ينشئ للمرخص له سوى حق شخصي في استعمال العلامة لا يؤثر على حق الملكية. ولقد ثار خلاف حول طبيعة التصرف بمنح ترخيص باستعمال العلامة، إذا ما تضمن الإتفاق منح المرخص له حق رفع دعوى التقليد، حيث لا ترفع دعوى التقليد إلا من مالك العلامة، حيث جاء الإتجاه الفرنسي الحديث في الفقه من اعتبار هذا الشرط غير مؤثر على طبيعة عقد الترخيص باستعمال العلامة واعتباره عقد تنازل، وذلك على سند أن منح حق رفع دعوى التقليد إنما هو من المستلزمات الضرورية لاستعمال العلامة استعمالاً هادئاً يشعر المتنازل إليه بالطمأنينة وضمان المرخص باستعمالها استعمالاً يحقق الهدف منها فهو شرط ينبع من طبيعة عقد الترخيص ذاته^(٥٤).

ولقد أجازت اتفاقية تريبس التراخيص العقدية للعلامات التجارية والتي تبرم بين مالك العلامة التجارية والمرخص لهم، ولكل دولة حرية في صنع القواعد والشروط الخاصة بعقود التراخيص^(٥٥). لكن منعت اتفاقية تريبس التراخيص الإجبارية باستخدام العلامات التجارية والسبب في ذلك أنه لا توجد مصلحة تقتضى وجود مثل هذه التراخيص للإنقاذ بالعلامة التجارية، كما أن الترخيص الإجباري مقدمة تجارية لشخص آخر وشركة أخرى باستعمالها، قد يضل الجمهور ويوقعه في الغلط حول مصدر السلعة.

ثانياً: أنواع عقد الترخيص

لم تحدد التشريعات صوراً معينة يتعين أن يتخذها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، إلا أن الفقه والواقع العملي طرح ثلاثة أنواع لهذا العقد، على النحو التالي:

١- عقد الترخيص الاستثنائي (الحصري) Exclusive license

هو عقد يتفق فيه مالك العلامة مع المرخص له على أن يقوم الأخير باستعمال العلامة المرخص بها داخل النطاق الجغرافي المبين في العقد دون أن ينافسه أحد في هذا الاستعمال، بحيث يستأثر الطرف المرخص له دون سواه بهذا الحق^(٥٦)، ولا يجوز للطرف المرخص في الترخيص الاستثنائي أن يمنح ترخيصاً آخر باستعمال العلامة التجارية ذاتها وعلى المنتجات ذاتها لشخص آخر، ولا يقوم هذا الطرف باستعمال العلامة بنفسه على المنتجات ذاتها، وفي نفس المنطقة الجغرافية والمدة الزمنية المتفق عليها، ولذلك سمي هذا النوع من أنواع الترخيص بالترخيص الحصري^(٥٧)، والترخيص الاستثنائي قد يكون عاماً وبموجبه يمنع المرخص من استعمال علامته التجارية بنفسه

أو من منح تراخيص للغير بهذا الاستعمال، أى أن الطرف المرخص له هو صاحب الحق الوحيد في استعمالها، وهذا أمر نادر الوقوع في الحياة العملية، وقد يكون الترخيص الاستثنائي محددًا بمنطقة جغرافية معينة، وهنا يستطيع الطرف المرخص من استعمال علامته أو أن يمنح تراخيص للغير بهذا الاستعمال في المناطق الأخرى الخارجة عن النطاق الاستثنائي^(٥٨)، لهذا يعد الترخيص الاستثنائي من أقوى صور عقد الترخيص بأستعمال العلامة التجارية، إذ لا يبقى للمالك سوى حق الملكية على تلك العلامة التجارية دون الحق في استعمالها، لذلك في كثير من الأحيان يختلط عقد الترخيص الاستثنائي مع عقد التنازل عن العلامة التجارية، ما لم يتبين من شروط العقد احتفاظ المرخص بالملكية، كأن يذكر في العقد أن المرخص يحتفظ بحقه في إقامة دعوى التقليد أو أن يقوم بتحديد نطاق الحصرية بصورة دقيقة من حيث المدة ونوعية المنتجات وتعيين الإقليم الجغرافي^(٥٩)، وبالرغم من أن المالك في الترخيص الاستثنائي يتجرد من حقه في استعمال العلامة التجارية داخل النطاق الاستثنائي، إلا أن الفقه يكاد يجمع على أن الطرف المرخص هو من يتولى الحماية الكاملة لما يقع على علامته من اعتداء حتى في داخل الإقليم الاستثنائي، ولا ينتقل هذا الحق إلى الغير، فالطرف المرخص له لا يملك الحق في رفع دعوى التقليد^(٦٠). وغالباً ما يلجأ مالك العلامة التجارية إلى الترخيص الاستثنائي في حالة وجود صعوبات عملية تحول دون تسويق منتجاته أو خدماته بنفسه في بعض الدول خاصة الدولة ذات النطاق الجغرافي الواسع^(٦١)، وكذلك يلجأ المالك إلى هذا الترخيص عندما تكون هناك مشاكل مالية أو إدارية تحول دون استعماله لعلامته التجارية، فيخص باستعمالها بصورة استثنائية كي يحافظ على هذه العلامة من أن تكون مالاً مباحاً للجميع بسبب الترك وعدم الاستعمال.

٢- الترخيص غير الاستثنائي Non- Exclusive licence

ويسمى بالترخيص العادي^(٦٢)، وفيه يجوز للطرف المرخص أن يمنح ترخيصاً آخر للعلامة التجارية ذاتها وعلى المنتجات ذاتها وفي نفس المنطقة الجغرافية لشخص أو أشخاص آخرين^(٦٣)، ففي هذا النوع من الترخيص يظل المرخص حراً في أن ينافس المرخص له في الإقليم ذاته الذي يغطيه عقد الترخيص وبالعلامة التجارية ذاتها محل العقد، وكذلك يكون الطرف المرخص حراً في منح الغير عقود ترخيص أخرى في نفس الإقليم وبذات العلامة التجارية المرخص استعمالها^(٦٤).

والأصل في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أن يبقى المرخص حراً في استعمال علامته التي رخص باستعمالها بنفسه أو يمنح تراخيص أخرى بهذا الاستعمال، هذا يعني أن الأصل في الترخيص هو أن يكون غير استثنائي ما لم يتفق في العقد على خلاف ذلك، فإذا لم يشر الأطراف المتعاقدة لنوع الترخيص فهذا يعني أن الترخيص ترخيص عادي، وهذا ما أكدته المحكمة العليا الكندية في السابقة القضائية الهامة^(٦٥)،

ونجد في هذه القضية بأن شركة (Seiko Time canda ltd) أدعت بأنها المرخص لها الوحيد باستعمال العلامة التجارية (Seiko) ووضعتها على الساعات التي تقوم بتوزيعها، وهذه العلامة هي علامة يابانية عائدة للمصنع الياباني Hottori المختص بتصنيع الأجهزة الدقيقة والساعات، واستمرت على إدعائها 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 timer canda itd) المرخص لها باستعمال هذه العلامة في كندا، وأشار قاضي المحكمة العليا الكندية (Estey J) في قراره أنه من الصعب القول بأن سلوك شركة consumers Distributing company Limited يشكل خرقاً لقانون العلامات التجارية، لأنها قامت بتوزيع ساعات تحمل الجودة ذاتها التي تحملها الساعات التي توزعها شركة (Seiko timer canda itd) وأما إدعائها الأخير بأنها الطرف المرخص له الوحيد في كندا باستعمال العلامة (Seiko) فإن ذلك حجة مردودة لأن عقد الترخيص المبرم بين هذه الشركة وشركة (Seiko timeGro poration) اليابانية المرخصة هو الذي يحدد نوع الترخيص، وما دام العقد لم يذكر ذلك فإن الترخيص يعتبر ترخيصاً عادياً، وبالتالي يحق للشركة المرخصة أن تمنح ترخيصاً لأي شخص آخر^(١٦).

٣- الترخيص الوحيد sole licnce

هنا يتفق المرخص والمرخص له أن يكون الترخيص وحيد فيستغل كلاهما العلامة دون أن يكون لأي منهما منح تراخيص أخرى، وهذا يعني أن مالك العلامة التجارية المرخص بها ترخيصاً وحيداً لا يحق له أن يمنح تراخيص أخرى لغير الطرف المرخص له، لكنه في الوقت نفسه يحتفظ بحقه في استعمال هذه العلامة التجارية^(١٧).

ثالثاً: خصائص عقد الترخيص

يمتاز عقد الترخيص بما يلي:

- ١- يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الرضائية، بمعنى أنه يتم بمجرد تراضي الطرفين على إبرامه دون أن يفرغ في شكل قانوني معين.
- ٢- يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود المعاوضة، حيث يأخذ كل طرف فيه مقابلاً لما يعطى، فالمرخص يحصل على مقابل والمرخص له يحصل على منفعة استعمال العلامة التجارية.
- ٣- يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود المحددة، حيث يكون التزامات وحقوق كل طرف فيه محددة منذ انعقاده.

- ٤- يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة من العقود الملزمة للجانبين، يعنى أنه يرتب حقوق والتزامات ملزمة لكل طرف من أطرافه.
- ٥- يعتبر عقد الترخيص من العقود التي يقوم على الاعتبار الشخصي، يعنى أن شخصية طرفي العقد تكون محل ثقة الآخر.
- ٦- يعتبر عقد الترخيص من العقود غير المسماة، بمعنى انه لم يطلق عليه القانون اسماً محدداً بل ولم يحدد له أحكاماً خاصة.
- ٧- يعتبر عقد الترخيص من العقود التجارية، بمعنى أن محله عمل تجاري^(٦٨).

ويري الباحث ضرورة تنظيم عقد الترخيص باستخدام العلامة التجارية نظراً لأهميته واستعماله بشكل واسع النطاق في الحياة العملية وفي مختلف الأنشطة، فهو يلعب دوراً أساسياً في تدفق العائد المالي والاستثماري النابع عن الترخيص، ويمهد الطريق أمام الاستثمارات الأجنبية عبر الترخيص باستخدام العلامات التجارية عندما يتدخل فيه أطراف أجنبية.

رابعاً: إجراءات عقد الترخيص

عقد الترخيص كغيره من العقود الواردة على العلامة التجارية يجب على أطراف عقد الترخيص إتباع إجراءات محددة حتى ينفذ هذا العقد بحق الغير بهدف حماية حقوق الأطراف وحماية الغير من الوقوع في الغش، ومراعاة للأهداف التي تسعى العلامة التجارية إلى تحقيقها من تحديد مصدر البضائع، وحماية المستهلكين من المنافسة غير المشروعة وغيرها من الأهداف^(٦٩).

ويفهم مما سبق أن هذه الإجراءات واجب إتباعها لإنفاذ هذا العقد بحق الغير، وهذا يعنى أن عقد الترخيص هو عقد رضائي فيما بين الأطراف ينعقد بمجرد تلاقي الإيجاب والقبول ولا يحتاج إلى أن يصاغ في شكل عقد حتى ينفذ حق أطرافه^(٧٠)، وقد يشترط المشرع أن يكون العقد مكتوباً وموثقاً لإثبات العقد وليس شرط الإنعقاد^(٧١).

المطلب الثاني

حقوق والتزامات أطراف عقد الترخيص

لابد من معرفة الحقوق والتزامات المترتبة على إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية المتمثلة بالتزامات أطراف هذا العقد، والإجراءات التي يجب على المرخص والمرخص له إتباعها من أجل نفاذ هذا العقد بحق الغير.

وعلى هذا سوف نتناول هذا الفرع كالاتى:

أولاً: حقوق والتزامات المرخص.

ثانياً: حقوق والتزامات المرخص له.

أولاً: حقوق والتزامات المرخص

يتمتع المرخص بحقوق تتمثل في حقه بأن يتصرف بالعلامة بكافة التصرفات التي يحق له إتخاذها، باعتباره مالكا لها، فيجوز له بيعها، أو رهنها أو الحجز عليها، وله أيضاً أن يستمر في استخدام العلامة لتمييز منتجاته أو أن يسمح لغير المرخص له بموجب عقد أو عقود الترخيص أخرى لاستخدام العلامة، ما لم ينص العقد على خلاف ذلك، وفي حالة تصرف المرخص بالعلامة وانفصال ملكيتها للغير يتعين على من انتقلت إليه ملكية العلامة احترام شروط الترخيص باستعمالها، ويعد خفلاً خاصاً للمرخص^(٧٢).

أما بالنسبة للإلتزامات فيلتزم المرخص بتمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة خلال مدة العقد، وإن التزم المرخص لا يقتصر على ترك المرخص له يستعمل العلامة في تمييز منتجاته، وإنما يلتزم أيضاً بتقديم العون للمرخص له ليتمكن من استعمال العلامة في تمييز منتجاته وفقاً لشروط الترخيص، إذ أنه في كثير من حالات عقود الترخيص يلتزم المرخص بالتزامات معينة، مثل الإلتزام بتوريد الموارد الأولية والحاجات اللازمة لتصنيع المنتجات التي تحمل العلامة المرخص باستعمالها أو إلزامه بتقديم المساعدة والخبرة الفنية للمرخص له في مجال التصنيع والتسويق، كما ينبغي على المرخص أن يمدّه بكافة المعلومات والمعارف الفنية والتكنولوجية بمعايير الجودة.

كما يلتزم المرخص أيضاً بعدم التعرض، إذ يجب عليه تمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة انتفاعاً هادئاً، لا يعكر صفوه تعرض منه أو من أي شخص آخر، فيمتنع على المرخص القيام بأي عمل من شأنه أن يحول جزئياً أو كلياً دون استعمال المرخص له العلامة في حدود وشروط الترخيص، كأن يمتنع المرخص عن تزويد المرخص له بالأسرار الصناعية الضرورية لإنتاج البضاعة والمنتجات التي تحمل العلامة المرخص باستعمالها أو أن ينشر في وسائل الدعاية والإعلان بما يفيد عدم وجود ترخيص للغير باستعمال العلامة المملوكة له.

ومع ذلك أجاز المشرع للمرخص فرض بعض الشروط في عقد الترخيص وحددها حصراً في المادة ٢/٩٨ من قانون حماية حقوق الملكية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ حيث تنص على أنه يجوز أن يتضمن عقد الترخيص الشروط التالية:

١- تحديد مدة الترخيص

٢- الشروط المعقولة التي تكفل لمالك العلامة مراقبة جودة المنتجات التي تميزها العلامة موضوع الترخيص وبما لا يتعارض مع حق المرخص له في الإدارة والتشغيل

٣- الزام المرخص له بالامتناع عن أي عمل من شأنه أن يؤدي إلى الإقلال من شأن المنتجات التي تميزها.

ومؤدي هذا النص أن الشروط المسموح أن يتضمنها عقد الترخيص بإستعمال العلامة مقررة بالدرجة الأولى للحفاظ على العلامة التجارية والحقوق الناشئة عن تسجيلها حماية لصاحب العلامة، وهو أمر مشروع حرصاً على حقوقه.

بالإضافة لذلك نلاحظ أن هذه المادة تضمنت نصاً آمراً بعدم جواز إدراج شروط غير ضرورية أو لا تتعلق بحماية الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة، وأثر ذلك هو اعتبار مثل هذه الشروط غير قائمة ولا يعتد بها، ويترك لقاضي الموضوع تقدير مدى ضرورة مثل هذه القيود من عدمه للحفاظ على حقوق صاحب العلامة.

وعلى المرخص الالتزام بعدم التعرض الصادر من الغير، فإذا حدث اعتداء على العلامة من قبل شخص ما سواء قادت أو زورت علامته، فيكون على المرخص أن يبادر بإتخاذ كافة الإجراءات القانونية لدفع هذا الاعتداء، وكذلك يلتزم المرخص بضمان الاستحقاق، فيضمن صاحب الحق في ملكيته للعلامة، ويكون من حق المرخص له أن يفسخ العقد ويسترد كافة المبالغ التي دفعها فضلاً عن التعويضات على أنه يجوز الإتفاق على إعفاء المرخص من هذا الضمان^(٧٣).

ويلزم المرخص بعدم إنهاء عقد الترخيص بدون سبب مشروع أو مسوغ قانوني، ويتمثل هذا السبب المشروع لإنهاء عقد الترخيص بإساءة المرخص له لسمعة العلامة التجارية مما يؤثر سلباً على مالك العلامة التجارية، ونشاطه التجاري، كما يلتزم المرخص له بعدم رفض تجديد عقد الترخيص دون سبب مشروع، ومبرر ذلك في أن المرخص له قد أنفق مبالغ طائلة على إنشاء مشروعه وعلى الدعاية والإعلان وإن رفض المرخص تجديد عقد الترخيص يؤدي إلى إلحاق الخسائر القادمة بالمرخص له^(٧٤). كما يتعين على المرخص بإستعمال العلامة أن يجدد العلامة إذا ما انتهت مدة الحماية المقررة للعلامة المسجلة خلال سريان عقد الترخيص حتى تستمر الحماية القانونية للعلامة ويتمكن المرخص له استعمالها دون أن ينازعه أحد.

وقد نصت المادة (٢ / ٩٥) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري على أنه "لا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا بسبب مشروع، فهذا النص ملزم للمرخص بعدم إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع". وترى استاذتنا د. سميحة القليوبي أن مقصد المشرع من هذا الالتزام تمكين المرخص له باستخدام العلامة في تحقيق الفائدة من عقد الترخيص بعدم مفاجأته بإنهاء العقد أو عدم تجديده خاصة عندما يقوم المرخص له بدعاية مكلفة للعلامة والمنتجات المخصصة لها وغالباً تلجأ الدول النامية لعقود الترخيص باستخدام العلامات التجارية الأجنبية ذات الشهرة العالمية وتقوم بإنفاق ضخم في سبيل جذب العملاء واستمرار التعامل فيها، وفي ذات اللحظة ترى أنه يحق لصاحب العلامة إنهاء العقد، أو عدم تجديده إذا كان هناك ما يبرر ذلك من قبل المرخص له، كإساءة استعماله للعلامة أو إهماله لها، أو استخدامها على منتجات تخالف المتفق عليه بعقد الترخيص^(٧٥).

رأي الباحث

أؤيد ما ذهب إليه المشرع المصري من تقييد حق مالك العلامة في إنهاء عقد الترخيص، أو عدم تجديده إلا بسبب مشروع لأنه رأى منطقي وسليم، فالمرخص له يعمل خلال مدة الترخيص على جذب العملاء وترغبتهم في المنتجات التي توضع عليها العلامة لذلك ليس من العدل أن يرفض المرخص تجديد العقد إلا لسبب مشروع.

ثانياً: حقوق والتزامات المرخص له

إن حقوق المرخص له يحددها عقد الترخيص والمتمثلة في حق المرخص له في استعمال العلامة داخل النطاق الإقليمي المحدد في العقد "عقد الترخيص استثنائي"، وبمقتضى هذا النوع من الترخيص يتمتع على صاحب العلامة أن يمنح ترخيصاً آخر لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد، أما عقد الترخيص غير الاستثنائي فلا يمنع المرخص من منح ترخيصات أخرى لأي عدد من الأشخاص ضمن الحدود الجغرافية التي يحددها عقد الترخيص، فهو لا يقرر للمرخص له الحق في أن يستأثر وحده في استخدام العلامة ضمن هذه الحدود، إذ يجوز للمرخص نفسه ولأي شخص آخر رخص له باستعمال العلامة ضمن هذه الحدود^(٧٦).

يتضمن عادة عقد الترخيص التزام المرخص له بالإمتناع عن جميع الأعمال التي يترتب عليها التقليل أو الإساءة من قيمة المنتجات أو الخدمات التي تميزها العلامة وتحملها، كذلك إخطار مالك العلامة بأي اعتداء عليها سواء كانت منازعات مدينة حول ملكية العلامة التجارية، أو إدعاء حقوق عليها من الغير أو كانت دعاوى جنائية خاصة بتقليد أو تزوير العلامة أو غيرها من الجرائم^(٧٧).

كما يلتزم المرخص له باستعمال العلامة التجارية، فهذا يعتبر حق وواجب عليه في الوقت نفسه، وعادة يحدد عقد الترخيص حدود حق المرخص له في هذا الاستعمال، وعلى المرخص له الالتزام بهذه الحدود وعدم تجاوزها، وإلا عد مخالفاً بشروط العقد، ولكي يضمن المرخص سيطرته على المشروع المرخص باستعمال علامته التجارية، يضمن عقد الترخيص شروط تنفيذية على المرخص له الالتزام بها في استعمال العلامة^(٧٨). كما يلتزم المرخص له بموجب عقد الترخيص بأن يبذل العناية الواجبة في استعمال العلامة والمحافظة عليها وهذا يعني أن لا يضع العلامة على منتجات من صنعه أقل جودة من السلع التي يصنعها المرخص ويضع عليها العلامة المرخصة بإستعمالها. كما يلتزم المرخص له، باستعمال العلامة التجارية المرخص له بإستعمالها لأن عدم الالتزام بذلك يعرض مالك العلامة التجارية إلى شطب العلامة، ويكون ذلك في حالة كان استعمال العلامة التجارية حكراً على المرخص له دون المرخص أو الغير، وينشأ عدم استعمال أو امتناع المرخص له عن استعمال العلامة التجارية الحق بفسخ العقد من جانب المرخص^(٧٩). كما يلتزم المرخص له بعدم التنازل عن الترخيص للغير أو يقوم بمنح تراخيص للغير من الباطن، ما لم يتم الإتفاق على خلاف ذلك في عقد الترخيص^(٨٠).

ويبقى لمالك العلامة التجارية (المرخص) الحق في استعمال علامته التجارية التي صرح للغير بإستعمالها إلا إذا تم الإتفاق على خلاف ذلك^(٨١).

وأخيراً يلتزم المرخص له بدفع المقابل المادي المتفق عليه في عقد الترخيص إلى المرخص، فالترخيص يعد بمثابة استثمار للعلامة التجارية، والمقابل المادي هو الهدف الرئيسي الذي يسعى المرخص إلى الحصول عليه من خلال استثمار علامته التجارية^(٨٢). ويتوقف تحديد قيمة المقابل المادي على شهرة العلامة التجارية وحجم مبيعاتها، ومقدار المنفعة التي تعود على المرخص له من استعمال العلامة محل الترخيص، وقد يتم دفع هذا المقابل على شكل مبلغ مقطوع أو على شكل أقساط دورية، أو قد يتم الإتفاق على دفع نسبة مئوية من حجم المبيعات أو الأرباح، ويتم تحديدها وفق العادات والتقاليد.

هوامش البحث:

- (^١) المادة (٦٧ / ٨) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، رقم ٨٢، ٢٠٠٢، والمعدل بالقانون رقم ٢٦ لسنة ٢٠١٥.
- (^٢) د. نادية محمد معوض، القانون التجاري، الطبعة الأولى، الناشر، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ١٩٩٩م - ٢٠٠٠م، ص ٣٣٠.
- (^٣) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة العاشرة، الناشر، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ٢٠١٦م، ص ٥٥٩.
- (^٤) حكم محكمة النقض الدائرة التجارية والاقتصادية المصرية، جلسة ٢١ يونية ٢٠١٣، في الطعن رقم (٩٥٦٠) سنة ٨٢ق ص ١٨.
- (^٥) د. محمد حسنى عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ١٩٧١م، ص ٣١٦.
- (^٦) ديوان المظالم الحكم رقم ٤٤، العام ١٤٢٩ في القضية رقم ٣٠٣٧ / ١١ق لعام ١٤٢٨، د. خالد سعد أنصاري يوسف، شرح العلامات التجارية السعودي في ضوء أحكام ديوان المظالم والقانون المقارن، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١٥، ص ١٣٤.
- (^٧) د. سميحة القليوبي، الموجز في الملكية الصناعية والتجارية، القاهرة، سنة ١٩٦٨م، ص ٢١٢.
- (^٨) د. سميحة القليوبي، الموجز في الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص ٣٩٢.
- (^٩) د. ثروت علي عبد الرحيم، القانون التجاري المصري الجديد، دار النهضة العربية، سنة ١٩٨٥م، ص ٢٣١.
- د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص ١١٢.
- (^{١٠}) د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، ٢٦٦ وما بعدها.
- (^{١١}) د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص ٢٦٦ وما بعدها.
- (^{١٢}) د. سميحة القليوبي الملكية الصناعية، الطبعة العاشرة، مرجع سابق، ص ٥٥٨.
- (^{١٣}) د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص ٣٠٠، المادة ٩٠ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م، لحماية حقوق الملكية الفكرية.
- (^{١٤}) د. فاضلى إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٧، ص ٢٨٨.
- (^{١٥}) د. عصام حنفي محمود، القانون التجاري ج١، دار النهضة العربية، سنة ٢٠٠٧م، القاهرة، ص ٣٠٢ - ٣٠٧.

- (١٦) د. محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، دار الفكر للقانون المنصورة ٢٠١٤م، ص ٢٩٦.
- (١٧) د. وائل محمد رفعت، التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري، رسالة دكتوراة في الحقوق جامعة القاهرة ٢٠٠٨م، ص ٣١٩.
- (١٨) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة، سنة ٢٠٠٥م، ص ٥٢٨.
- (١٩) محمد حسين اسماعيل، رعايا القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية ١٩٧٥م، ملحق مجلة نقابة المحامين عدد ٣، ص ١١١.
- (٢٠) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً، منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الاردن، سنة ٢٠٠٩م، ص ١١٤.
- (٢١) د. حسام الدين الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي الاسكندرية، سنة ٢٠٠٨م، ص ٧.
- (٢٢) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة السادسة، دار النهضة العربية، سنة ٢٠٠٧م، ص ٢٤.
- (٢٣) هدف الإتفاقية هو التخلص من صعوبات التسجيل الفردي من جهة، وتوفير الرسوم والنفقات والمصاريف من جهة أخرى، عدم هدر الوقت من جهة ثالثة، وتوفير حماية أقصى من جهة رابعة.
- (٢٤) د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة، عمان، سنة ٢٠٠٠م، ص ٤٢٢.
- (٢٥) د. محمود إبراهيم الوالى، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائري، سنة ١٩٨٣م، ص ١٢٤.
- (٢٦) د. وهيبه لعورام، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة عناية، الجزائر، ٢٠٠٥، ص ٤٨.
- (٢٧) د. محمود إبراهيم الوالى، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية ١٩٨٣م، ص ١٢٥. د. باقدي دوجة عقد التنازل عن العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر، ٢٠٠٦-٢٠٠٧.
- (٢٨) د. وهيبه لعورام، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص ٤٨.
- (٢٩) د. وهيبه لعورام، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص ٤٨،
- (٣٠) باقدي دوجة، عقد التنازل عن العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال الجزائري، سنة ٢٠٠٦م، ص ١٠٨.
- (٣١) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٦٦٠.

- (^{٣٢}) المكتب الدولي الويبو اتفاق حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة، اتفاق تريبس الأحكام والمبادئ الأساسية ٢٠٠٣م، ص ٢٤.
- (^{٣٣}) حسين البدرابي، الحماية الدولية للملكية الصناعية من اتفاقية تريبس إلى اتفاقية باريس- ندوة الويبو، الوطنية حول الملكية الفكرية نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو"، صنعاء، الدار البيضاء، سنة ٢٠٠٤م، ص ١٠.
- (^{٣٤}) د. نبيل محمد أحمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري، وفي ظل اتفاقية الجات، الناشر دار النهضة العربية، سنة ١٩٩٩م، ص ٩٣.
- (^{٣٥}) د. نبيل محمد أحمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية، مرجع سابق، ص ٩٤.
- (^{٣٦}) د. جلال وفاء محبين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس، الناشر دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، سنة ٢٠٠٤م، ص ٢٥.
- (^{٣٧}) د. آيات سعيد محمد، حماية الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تريبس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة بجاية، الجزائر، سنة ٢٠١٣م، ص ٢٩.
- (^{٣٨}) د. آيات سعيد محمد ألكلي، حماية الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تريبس، مرجع سابق، ص ٢٩.
- (^{٣٩}) د. جلال وفاء محبين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ١١٤.
- (40) Haroun Ali, La protection de la marque au Maghreb, opicit, p 308, 390 Alger 1976.
- (^{٤١}) د. محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، الطبعة الثامنة، سنة ١٩٨٥م، ص ٢١١.
- (^{٤٢}) مادة ٦ فقرة ٢ من اتفاقية باريس ١٩٩٣م، الخاصة بحماية الملكية الصناعية.
- (^{٤٣}) اتفاقية باريس المنعقدة في ١٤/٤/١٩٨١م والمعدلة في بروكسل في ١٤/١٢/١٩٠٠م وواشنطن في ١٤/٦/١٩١١م وفي استكهولم في ١٤/٧/١٩٦٧م والمعدل في ٢٨/٩/١٩٧٩م.
- (^{٤٤}) د. نعيمة علوش، العلامات التجارية في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، سنة ٢٠١٣م، ص ٨٤.
- (^{٤٥}) د. مصطفى ياسين الأصبحي الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية، المجلة الاقتصادية، صادرة ٢٠٠٠م العدد ٢٦ ص ٥٩.
- (46) PAUL MAT HEÉLY.LE nouveau droit Francais des marques, editionsj.N.A.Maisonneuve,1994 p16.
- (47) Albert cflavanne et Jean. Jacques Brust dorit de La propriete industrielle , paris 1976 op. cit. p488.
- (^{٤٨}) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة، سنة ٢٠١٦م، الطبعة العاشرة، ص ٥٦٥.

- (٤٩) د. ريم سعود سماوي، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١م، ص ١٩.
- (٥٠) فرحة زراوى صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، الجزء الثاني ابن خلدون للتوزيع والنشر ٢٠١٢م، ص ٢٥٣.
- (٥١) حمادى زويبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية والتوزيع، لبنان، سنة ٢٠١٢م، ص ١٠٢.
- (٥٢) هدى جعفر ياسين الموسوي، الترخيص الإجباري باستغلال براءة الاختراع، الطبعة الأولى، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، سنة ٢٠١٢م، ص ٢٤.
- (53) Schmidfszale wski, Droit de la priete industrielle, op. cit. 109.
- (٥٤) د. حمدى غالب الغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها، وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، سنة ٢٠١٢م، ص ١٤١.
- (٥٥) جلال وفاء مجدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، سنة ٢٠٠٤م، ص ١٩٩.
- (٥٦) م/ خاطر لطفى، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصلية وفقاً للقانون رقم ٨٢ سنة ٢٠٠٢م، في شأن حماية الملكية الفكرية، شركة ناس للطباعة، الطبعة الأولى، ص ٢٨٧.
- (٥٧) د. عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، سنة ٢٠٠٥م، ص ١٦٦.
- (٥٨) د. جلال أحمد خليل، النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدولة النامية، ط١، مطابع ذات السلاسل، الكويت، سنة ١٩٨٣م، ص ٤٠٩.
- (٥٩) د. محمد حسنى عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ١٩٧١م، ص ١٩٧.
- (٦٠) د. أكرم أمين الخولى، الوسيط في شرح القانون التجاري، الجزء الثالث في الأموال التجارية ط١، سنة ١٩٦٧م، ص ١٩١، د. أحمد محمد محرز، القانون التجاري، الطبعة الأولى، المكتبة القانونية، سنة ١٩٩٨م، ص ٥٣٤، د. علاء عزيز عقد الترخيص التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، سنة ٢٠٠٣م، ص ١٧.
- (٦١) م/ خاطر لطفى، مرجع سابق، ص ٢٨٨.
- (٦٢) د. سمير جميل الفتلاوى، استغلال براءة الاختراع، دار المطبوعات الجامعية، القاهرة، سنة ١٩٨٤م، ص ١٢٣.
- (٦٣) د. عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، سنة ٢٠٠٥م، ص ١٦٦.

(٦٤) د. طارق حمودي، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني، ندوة الويبو الوطنية في الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس، الحقوق في الجامعة الأردنية، ونظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، الفترة ٦-٨ نيسان ٢٠٠٤م، ص ٨.

(٦٥) موقع المحكمة العليا الكندية

www.canlii.org/ca/cas/fc/2003/2003fca241/html.

(٦٦) م/ خاطر لطفى، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية وفقاً للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، في شأن حماية الملكية الفكرية ط١، شركة ناس للطباعة، سنة ٢٠٠٣م، ص ٢٨٧.

(٦٧) د. حمادى زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، سنة ٢٠١٢م، ص ١٠٣-١٠٤.

(٦٨) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة، الأردن، ٢٠٠٦، ص ٢١٩.
(69) Catherine colston & Kirsty Middleton Modern intellectual property law. Law school university of strathelygde, china 2003.p111:122

(٧٠) د. حمدى غالب الجغبير، مرجع سابق، ص ١٠٩.

(٧١) د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، سنة ٢٠٠٥م، ص ٣٣٢.

(٧٢) د. حمدى غالب الجغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة ٢٠١٢م، ص ١٤٤.

(73) SCHMDT- SZAIE WSKijonna, Droit de la propriete industrielle, 7eme edition, Dalloz, Paris, 2009, op. citp. 122.

(٧٤) د. نعيم جميل صالح سلامة، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية، دراسة مقارنة في القوانين العربية وإتفاقيات التجارة الدولية، رسالة دكتوراه جامعة القاهرة، سنة ٢٠١٣م، ص ١٣٧.

(٧٥) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة العاشرة، الناشر دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ٢٠١٦م، ص ٥٧٥. بند ٣٩٨.

(٧٦) د. حمدى غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، لبنان، منشورات في مجلس الحقوق، سنة ٢٠١٢م، ص ١٤٦.

د. حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشورى، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة ومجلس الشورى، ٢٣-٢٤ مارس ٢٠٠٤م، ص ٤.

(٧٧) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، طبعة الخامسة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٥٥٥.

د. حمدى غالب الجغبير، مرجع سابق، ص ١٤٥

(٧٨) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، طبعة خامسة، دار النهضة، سنة ٢٠٠٥م، ص ٥٥٢.

- د. نعيم جميل صالح سلامة، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، دراسة مقارنة، القاهرة، دار النهضة العربية، سنة ٢٠١٥م، ص ١٣٤.
- ^(٧٩) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير، ترخيص الملكية الفكرية، ونقل التكنولوجيا ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشوري، مسقط، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ٢٠٠٤م، ص ١٣٠.
- ^(٨٠) د. حمدى غالب الجغبير، مرجع سابق، ص ١٤٤.
- ^(٨١) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة ٢٠١٥م، ص ٢٢٢.
- ^(٨٢) د. حمدى غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمان حمايتها، الطبعة الأولى، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، سنة ٢٠١٢م، ص ١٤٦.