



جامعة اكلي محند اولحاج - البويرة -  
كلية الحقوق و العلوم السياسية  
قسم القانون الخاص

# التصرفات الواردة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق  
تخصص: قانون الأعمال

إشراف:  
د/ منصوري صونيا

إعداد الطالبة:  
بلكالم دليلة

## لجنة المناقشة

د: غازي خديجة..... رئيسا  
د: منصوري صونيا..... مشرفا و مقرا  
ا: ايت بن اعمر صونيا..... ممتحنا

السنة الجامعية  
2020/2019

# شكر و تقدير

الحمد لله الذي بفضلہ تتم الصالحات، أحمده بأن منّ عليا و وفّقني لإتمام هذا العمل.

أتقدم بجزيل الشكر و التقدير إلى أستاذتي منصوري صونيا على قبولها الإشراف على هذا العمل و على مساعدتها لي.

كما أتقدم بعظيم الشكر و الإمتان و التقدير إلى أستاذتي أيت بن أعمر صونيا التي لطالما إعتبرتها قدوتي و مثلي الأعلى على كل النصائح و التوجيهات، و على تشجيعها و تحفيزها لي لإتمام هذه المذكرة.

و أوجه شكري و تقديري و إحترامي كذلك لأستاذتي غازي خديجة، التي كانت لي المرشد و الموجه و المشجع، جزاها الله خيرا.

ثم الشكر المسبق لكل أعضاء المناقشة الموقرين، الذين تكرموا بفحص هذه المذكرة، فاقتطعوا بذلك من وقتهم الثمين في سبيل تصويبها و تقييمها، فلهم مني أسمى آيات الشكر و العرفان.

و لا يفوتني أخيراً أن أوجه الشكر لكل من مدّ لي يد العون و المساعدة و ساهم ولو معنويا في إخراج هذا البحث إلى النور.

لكم جميعا أقدم شكري و تقديري و إحترامي.

# الإهداء

أهدي ثمرة جهدي و فرحتي التي إنتظرتها طوال حياتي، إلى أبي الذي أردت أن أكحل عيني برؤيته في يوم تخرجي وهو يراني وأنا أرفع قبعتي عاليا وأرى إبتسامته التي تغمرني فرحا، إلى روح قلبي أبي الغالي.

إلى التي ربنتي و ضحت من أجلي دون كلل أو ملل إلى من سلكت بي دروب الحياة الوعرة بالكبرياء والشموخ، إلى القلب الكبير الذي شملني بأسمى آيات الحب والحنان، إلى من بخلت على نفسها الراحة لأنعم بها و خضت بي طريق النجاح بدعائها، إلى التي لن أوفيها حقها مهما فعلت، إلى أُمي الحبيبة.

إلى من لملم أحزاني و أشعرتني بأنني لست وحيدة، إلى من كان السند و رفيق الدرب و من نور عني الحياة و ساعدني في مشواري الدراسي و كان له الفضل الأكبر في نجاحي، إلى أجمل و أروع نعمة أعطاها الله لي، إلى زوجي العزيز.

إلى من سعى و شقى لأنعم بالراحة و الهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة و صبر، إلى أخي الحبيب.

إلى أختي الغالية « عيدي » و زوجها المحترم « أحمد » الذي كان لنا العون و السند و أبنائهم « غيلاس » « مياس » « ثينة ».

إلى أختي الغالية « ظريفة » و زوجها المحترم « مجيد » و إبنهما « أكسال ».

إلى بلسم روحي و حياتي، إلى من هن أنس عمري و مصدر سعادتي أختاي الحبيبتان « تسعديت » و « سوسة ».

مقدمة

تلعب العلامة التجارية منذ زمن بعيد دوراً بارزاً في الدلالة على مصدر المنتجات، و لاشك أن هذا الدور كان قُدم وظائف العلامة ظهوراً من الناحية التاريخية، إذ عُرِفَت هذه الوظيفة التقليدية للعلامة في المجتمعات القديمة، و إستمرت العلامة إلى يومنا هذا تؤدي دورها في تمييز المنتجات، ثم تطورت وظيفة العلامة نتيجة للتغيرات الإقتصادية و قيام الإنتاج الكبير، فلم تعد تقتصر على الدلالة على المصدر، بل أصبحت رمزاً لصفات و خصائص المنتجات و درجة جودتها، فوجود العلامة يوحي بالثقة و ضمان الجودة للمستهلك، و بالإضافة إلى ذلك فقد ظهرت حديثاً وظيفة أخرى للعلامة نتيجة للإستثمارات الضخمة التي تخصصها المؤسسات و الشركات، و المبالغ المالية الطائلة التي تنفقها في حملات الدعاية و الإعلان عن العلامات لكي يتعرف الجمهور عليها و ترسخ في الذهان، و تعرف هذه الوظيفة بالوظيفة التسويقية<sup>(1)</sup>.

لهذا تعتبر العلامة التجارية من أهم الوسائل التي تحقق للتجار و أصحاب المشاريع أرباحاً و تضمن لسلعهم و خدماتهم رواجاً واسعاً من خلال الإقبال عليها من طرف المستهلكين، و لهذا الأخير إمكانية التفريق بين المنتج الرديء و الجيد، الأمر الذي يؤدي بالمنتجين من تجار و صناع إلى بذل المزيد من الجهود من أجل تحسين ما ينتجونه و طرحه في قالب أو شكل مميز عن المنتجات المماثلة لها، بإختيار رمز أو شعار خاص، فعند عرضها في السوق يمكن التفريق بينها و بين منتجات أخرى حتى يسهل للزبائن و العملاء تفضيل ما يختارونه من سلع و خدمات<sup>(2)</sup>.

نظراً لكون العلامة التجارية تعتبر حقاً مالياً يجوز التصرف فيه و إنتقاله لشخص آخر غير مالكة<sup>(3)</sup>، يمكن أن ترد عليها عدة تصرفات و من هذه التصرفات ما يصدر عن جانب

(1) نبيل ونوغي، « النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري»، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، المركز الجامعي سي الحواس، بركة، المجلد الثالث، العدد الأول، جانفي 2019، ص51.

(2) حفيدة حوحاش، فتحية قويدر عيسى، الوظيفة القانونية و الإقتصادية للعلامات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2019، ص1.

(3) سلام عزيز محمد الخطيب، عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية « دراسة مقارنة »، قدمت هذه الأطروحة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018، ص8.

واحد بالإرادة المنفردة كالميراث و الوصية و الوعد بجائزة، ومنها ما يصدر عن توافق إرادتين، كالهبة و المقايضة و الإيجار<sup>(1)</sup>.

لكن دراستي ستتخصر عن أكثر التصرفات تداولاً، التي تنقسم إلى تصرفات ناقلة للملكية و تصرفات غير ناقلة للملكية.

تنقسم التصرفات الناقلة للملكية التي يمكن أن ترد على العلامة التجارية إلى تصرفات ناقلة للملكية بعوض و دون عوض، تتمثل الأولى في عقد البيع الذي يعتبر من أهم العقود الناقلة للملكية الواردة على العلامة التجارية، بحيث يلتزم فيها مالك العلامة التجارية بنقل ملكية علامته في مقابل ثمن نقدي يلتزم به المشتري<sup>(2)</sup>.

أما التصرفات الأخرى الواردة على العلامة التجارية الناقلة للملكية دون عوض فهي كذلك تنقسم إلى نوعان: يتمثل النوع الأول في تلك التصرفات الناقلة للملكية دون عوض و التي تنفذ حال حياة المالك، و التي تتمثل في عقد الهبة الذي يبرم بين شخص يسمى الواهب أي مالك العلامة التجارية الذي يهب علامته لشخص آخر يسمى الموهوب له دون مقابل<sup>(3)</sup>.

و يتمثل النوع الآخر من التصرفات الناقلة للملكية دون عوض في عقد الوصية، و فيها يقوم الموصي أي مالك العلامة التجارية بالتوصية بملكية علامته التجارية إلى شخص آخر يسمى الوصي له دون عوض و التي تصبح نافذة بمجرد تحقق واقعة وفاة الموصي و كذلك عدم ردها من الوصي له<sup>(4)</sup>.

بينما يتمثل النوع الثاني من التصرفات الواردة على العلامة التجارية في التصرفات غير الناقلة للملكية، كعقد الرهن الذي ينشأ بين مالك العلامة التجارية الذي يقوم برهن علامته

(1) كريم قان، نقل الملكية في عقد بيع العقار في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2012/2011، ص5.

(2) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، أطروحة مكملة لنيل درجة دكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2019/2018، ص6.

(3) كريم قان، المرجع السابق، ص6.

(4) فوز يوسف كايد معاري، إنتقال الحق في العلامة التجارية دراسة مقارنة، قدمت هذه الأطروحة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص9 ص70.

كضمان للحصول على السيولة اللازمة لإستمرار تجارته لشخص آخر يسمى الدائن المرتهن، الذي يقدم له المال اللازم مقابل رهن العلامة التجارية لصالحه<sup>(1)</sup>.

أما النوع الآخر من التصرفات غير الناقلة للملكية فيتمثل في عقد الترخيص الذي من خلاله يمنح مالك العلامة التجارية لشخص آخر ترخيص لإستغلال علامته لمدة معلومة لقاء عوض معلوم و يسمى عندئذ مالك العلامة التجارية بالمرخص، و الترخيص لإستغلال العلامة التجارية يأخذ عدة صور، فقد ينفرد المرخص له بإستغلاله للعلامة طيلة فترة العقد و هذا ما يعرف بالترخيص الإستثنائي، أو قد يتشارك هذا الإستغلال مع المرخص نفسه و أشخاص آخرين في نفس الإقليم و على نفس المنتجات و خلال نفس المدة و هذا ما يعرف بالترخيص غير الإستثنائي، كما قد يتم إستغلال العلامة من قبل المرخص له و المرخص فقط ضمن النطاق الممنوح للمرخص و ضمن إطار ما يعرف بالترخيص الوحيد<sup>(2)</sup>.

يستمد موضوع التصرفات الواردة على العلامة التجارية أهميته من أهمية هذا المال المنقول المعنوي، الذي يلعب دوراً كبيراً في الحياة التجارية للتاجر، إذ يعتبر في كثير من الأحيان من أهم الأموال التي يعول عليها التاجر في سبيل ممارسة التجارة وتطوير الإقتصاد، وتحقيق الغاية المرجوة من وراء كل ذلك ألا وهي الحصول على الأرباح والإغتناء.

أما عن أسباب إختيار موضوع فهي أسباب ذاتية و أخرى موضوعية:

فبالنسبة للأسباب الذاتية: فمنها قناعاتي الثابتة بدور البحث القانوني في تهيئة الأطر النظرية الملائمة لهذه التصرفات الواردة على العلامة التجارية، و رغبتني في التعرف أكثر على خبايا الملكية الصناعية و التجارية، و ذلك عن طريق جمع النصوص القانونية ذات الصلة و إزالة الغموض عنها و تناوله بالدراسة و التحليل، و كذا جاذبية الموضوع للباحث، إذ يزيد من الرغبة في البحث.

(1) فوز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص 38 37.

(2) أميمة عابدين عبد الرحيم زين العابدين، أحكام عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية ( دراسة مقارنة)، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في القانون، قسم القانون، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، 2018، ص 1.

أما بالنسبة للأسباب الموضوعية فنتمثل في: بالرغم من معالجة موضوع العلامة من طرف العديد من الباحثين إلا أن مختلف دراساتهم إعتنت بالجانب التنظيمي للعلامة، من تبيان لشروطها وكيفية تسجيلها وكيفية حمايتها من التقليد، دون أن تتعمق في دراسة التصرفات الواردة عليها وكيفية إنتقال حق ملكيتها من مالكةا الشرعي إلى شخص آخر، مما دفعنا إلى دراسة موضوع إنتقال الحق في العلامة التجارية وذلك من خلال تطرقنا إلى كافة التصرفات التي ترد على العلامة، إضافة إلى الغموض الذي يعتري هذه التصرفات فرغم أن المشرع قد وضع لها قانونا خاصا إلا أنه لم يولها إهتماما فقد إكتفى بالإشارة إلى هذه التصرفات دون أن يفصل فيها مما يدفع بضرورة الرجوع في كل مرة إلى القواعد العامة من أجل معالجة كل ما يتعلق بهذه التصرفات.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ماهية أهم التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية وذلك بالإلمام بمختلف الجوانب المتعلقة بهذه التصرفات، من خلال معرفة الشروط والإجراءات، الواجب إستيفائها من أجل إكتساب الحق في العلامة وحق التصرف فيها من طرف صاحبها وكذا التطرق لمعرفة الآثار التي ترتبها هذه الأخيرة على طرفي العقد، إضافة إلى دراسة الكيفية التي عالج بها المشرع الجزائري مسألة هذه التصرفات.

### إشكالية الدراسة:

بما أن المشرع الجزائري أعطى لصاحب العلامة الحق في التصرف في علامته، فهذا يجعلنا نطرح الإشكال التالي: ما هي أهم التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية حسب المشرع الجزائري؟

و للإجابة على هذه الإشكالية إعتدنا المنهج التحليلي والوصفي، حيث يتجسد هذا الأخير بغرض الإلمام بمختلف جوانب العقود التي تكون العلامة التجارية محلا فيها بتبيان تعاريفها وخصائصها، أما التحليلي لتحليل جملة القوانين والمراسيم المتعلقة بالعلامة التجارية والتصرفات الواردة عليها.

لذا إرتأينا إلى تقسيم البحث إلى فصلين نتطرق في الفصل الأول إلى التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية الناقلة للملكية الذي بدوره قسمناه إلى مبحثين خصصنا المبحث الأول للتصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية بمقابل (عقد البيع)، أما الثاني خصصناه للتصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية دون مقابل (عقد الهبة والوصية)، والفصل الثاني تم التطرق فيه إلى التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية غير الناقلة للملكية، حيث أشرنا إلى رهن العلامة التجارية في المبحث الأول والترخيص لإستغلال العلامة التجارية في المبحث الثاني.

وتنتهي الدراسة بخاتمة موجزة تتضمن مجمل النتائج والمقترحات التي تم التوصل إليها.

# الفصل الأول

التصرفات القانونية الواردة  
على العلامة التجارية الناقلة  
للملكية

إن إنتقال الحق في العلامة التجارية هو من المواضيع المهمة بالنظر إلى قابلية الحق الوارد في العلامة التجارية للإنتقال من مالكها الأصلي إلى الغير، ولعل أهم ما يتبادر إلى ذهن الباحث كيف يتم نقل هذه الملكية من شخص إلى آخر؟ وعليه نود أن نشير إلى أنه من بين الطرق الناقلة لملكية العلامة التجارية هناك التصرفات القانونية التي تنقسم بدورها إلى تصرفات قانونية بمقابل عقد البيع، بدون مقابل عقد الهبة والوصية، وما نود معرفته كيف يتم نقل الملكية في هذه العقود، لذا قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين يعالج فيها (المبحث الأول) التصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية بمقابل عن طريق عقد البيع، أما (المبحث الثاني) يعالج التصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية بدون مقابل عن طريق عقد الهبة والوصية.

## المبحث الأول

### البيع كتصرف ناقل لملكية العلامة التجارية

قد يلجأ مالك العلامة التجارية إلى الإستغناء عن علامته التجارية وفي ذات الوقت لا يريد الإستغناء عنها دون الحصول على مقابل مما يدفعه إلى بيعها لشخص آخر، وهو الأمر الذي أضفر على أن البيع إتفاق على نقل ملكية الشيء المبيع وبالتالي أصبح البيع عقد يلتزم فيه البائع بنقل ملكية الشيء المبيع إلى المشتري مقابل دفع ثمن نقدي.

إذا إنطلاقاً من كل ما سبق ارتأينا تقسيم المبحث الأول إلى مطلبين، يتناول أولهما إنعقاد بيع العلامة التجارية وخصصنا ثانيهما للآثار المترتبة عن عقد بيع العلامة التجارية.

## المطلب الأول

### أركان عقد بيع العلامة التجارية

باعتبار العلامة التجارية مال منقول ذو طبيعة خاصة، فإن المشرع الجزائري لم يفصل في هذه التصرفات لهذا وجب الرجوع إلى القواعد العامة و تطبيقها على العلامة التجارية، بالنسبة للبيع كان لابد من الرجوع إلى القانون المدني الجزائري، و أخذ ما يتناسب مع الطبيعة الخاصة للعلامة التجارية.

سنتعرض في هذا المطلب إلى الأركان الموضوعية لعقد بيع العلامة التجارية في (الفرع الأول)، ثم نتعرض إلى الأركان الشكلية لعقد بيع العلامة التجارية في (الفرع الثاني).

## الفرع الأول: الأركان الموضوعية لعقد بيع العلامة التجارية:

إن الأركان الموضوعية المفروضة في عقد بيع العلامة التجارية هي نفسها الأركان التي فرضها القانون على العقود الأخرى وتتمثل في كل من الرضا الذي يتضمن إيجاب و قبول من طرفي العقد، المحل الذي يشمل العلامة والتمن، إضافة إلى ركن السبب الذي يعتبر الدافع إلى إبرام العقد.

### أولاً: ركن التراضي:

يعتبر التراضي ركن أساسي في غالبية العقود وفي عقد البيع كذلك ، والرضا في البيع يجب أن ينصب على طبيعة العقد المتفق عليه (كونه بيعاً) وعلى المبيع وماهيته، نوعه ومقداره وعلى الثمن، كما يجب أن يكون الرضا الصادر من المتعاقدين سليم من العيوب التي تشوبه لكي يكون العقد منتجاً لأثاره<sup>(1)</sup>، بناءً على ذلك سنتطرق لدراسة وجود التراضي وصحة التراضي.

### 1 - وجود التراضي:

يستلزم لإنعقاد عقد بيع العلامة التجارية إقتران إرادتين متطابقتين، بمعنى وجود إيجاب معين وقبول مطابق له مطابقة تامة بقصد إحداث أثر قانوني<sup>(2)</sup> كأن تتجه إرادة مالك العلامة التجارية إلى بيع علامته وتنصرف إرادة المشتري بدوره إلى شراء تلك العلامة التجارية<sup>(3)</sup> وهذا ما جاء في المادة 59 من القانون المدني الجزائري: « يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية»<sup>(4)</sup>.

(1) نسيم يخلف، أحكام البيع والشراء في التشريع الجزائري وفق آخر التشريعات المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019، ص ص 36-37.

(2) كريم قان، المرجع السابق، ص 13.

(3) ليديّة مهلب، ليندة مرادي، النظام القانوني لعقد بيع العلامة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014/2015، ص 4.

(4) أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، العدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم بالأمر رقم 05/07، ج ر، العدد 31 الصادر في 13 ماي 2007.

لا ينعقد عقد بيع العلامة التجارية إلا بتطابق إرادتي البائع والمشتري تطابقاً تاماً، ويستوي في ذلك أن يصدر الإيجاب من البائع أو المشتري، ويكون التعبير عن الإرادة باللفظ أو الإشارة أو الكتابة، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالاته على مقصود صاحبه، ويمكن أيضاً أن يكون التعبير عن الإرادة ضمناً بالإفصاح عن الإرادة بطريقة إيجابية غير مباشرة ما لم يوجد نص قانوني أو إتفاق بين الطرفين يقضي أن يكون صريحاً<sup>(1)</sup>.

لا يكفي لإنعقاد البيع مجرد الرضا، بل ينبغي تراضي الطرفين بشأن جميع المسائل الجوهرية في العقد وهي طبيعة العقد ومحل البيع (المبيع) والثمن<sup>(2)</sup>.

يعد التراضي على طبيعة العقد أولى الموضوعات التي يتفق عليها الطرفان وتتطابق عليهما إرادتهما كأن تتجه إرادة البائع إلى بيع العلامة التجارية وإرادة المشتري إلى شراء هذه العلامة، وبالتالي لا يكون هناك توافق على ماهية العقد إذا إتجهت إرادة البائع إلى البيع وإتجهت إرادة المتعاقد الآخر إلى عقد آخر، كأن يقصد رهن العلامة التجارية والبائع كان قد عرض عليه بيعها، وهنا يكون الإيجاب والقبول لم يتطابقا لا على الرهن ولا على البيع<sup>(3)</sup>.

كما يجب الإتفاق أيضاً على الشيء المبيع أي محل عقد البيع ويكون ذلك إذا إتجهت إرادة البائع والمشتري إلى العلامة التجارية المراد بيعها دون غيرها، كما يجب الإتفاق أيضاً على ثمن المبيع إذ يتعين على المتعاقدين التفاهم على ثمن العلامة التجارية موضوع العقد، إذ لا ينعقد العقد إذا عرض أحد المتعاقدان البيع بثمن وقبل الآخر بثمن آخر لعدم تطابق الإيجاب والقبول<sup>(4)</sup>.

(1) لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، ط3، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص332.

(2) سعيد مبارك، طه الملاحويش، عبيد الفتلاوي، الموجز في العقود المسماة، البيع، الإيجار، المقاولة، شركة العائك لصناعة الكتاب، بيروت، د س ن، ص24.

(3) خليل أحمد حسن قدامة، الوجيز في شرح القانون المدني (عقد البيع)، ج4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2000، صص25-26.

(4) خليل أحمد حسن قدامة، المرجع السابق، صص25-26.

وما دام المتبايعان قد إتفقا على المسائل الجوهرية في العقد حتى وإن إحتفظا بمسائل تفصيلية يتفقان عليها فيما بعد، اعتبر العقد مبرماً وهذا حسب ما جاءت به المادة 65 من القانون المدني الجزائري<sup>(1)</sup>.

## 2- صحة التراضي:

حتى يكون التراضي صحيحا يجب أن يصدر من ذي أهلية وأن يخلو من أي عيب من عيوب الإرادة.

### أ. أهلية التعاقد في عقد البيع:

سواء تعلق الأمر بالبائع أو المشتري فإن المشرع يشترط أهلية التصرف في العقود الملزمة لجانبين وفقا لأحكام المادة 40 من القانون المدني الجزائري، أي باكتمال سن الرشد بـ19 سنة كاملة، وهذا ما لم يحجر عليه ومنه فلا يعتد بدرجة أولى بتصرفات الشخص الذي لم يبلغ سن التمييز، أي أقل من 13 سنة حسب المادة 42 من القانون المدني، فأهلية التعاقد في البيع 19 سنة كاملة<sup>(2)</sup>.

لكي يكون عقد بيع العلامة التجارية صحيحا وبالتالي منتجا لآثاره يجب إضافة إلى ملكية البائع للعلامة التجارية أن يكون متمتعا بقدرة التصرف في ماله ويتحقق ذلك بالأهلية الكاملة الصحيحة التي لا يشوبها سبب يعدمها أو ينقص منها<sup>(3)</sup>. وقد جرى الفقه المقارن على التمييز بين نوعين من الأهلية: أهلية الوجوب وأهلية الأداء فأهلية الوجوب تعني صلاحية الشخص لإكتساب الحقوق وتحمل الإلتزامات وهذا النوع من الأهلية تثبت للإنسان بمجرد ولادته، فهي لا ترتبط بالقدرة العقلية للإنسان ولا بقدرته على التمييز، فكما تثبت للعاقل تثبت للمجنون، أما أهلية الأداء فتعني قدرة الشخص في التصرف بأمواله وهذا النوع من الأهلية لا يثبت لكل

(1) أنظر: المادة 65 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) نسيم يخلف، المرجع السابق، ص 37-38.

(3) دوجة باقدي، عقد التنازل عن العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص 26.

شخص كما هو الحال بالنسبة لأهلية الوجوب، إنما تثبت لمن له القدرة على إبرام التصرفات القانونية له ولغيره<sup>(1)</sup>.

بما أن عقد بيع العلامة التجارية يعتبر من التصرفات الدائرة بين النفع والضرر فإن بائع العلامة التجارية إذا أبرم عقد البيع وهو في عمر يجاوز الـ 16 عشر سنة ولم يبلغ الـ 19 عشر سنة، فإن ببلوغه سن الرشد يحق له إبطال هذا التصرف إذا غبن في بيعه كما يحق له إيقافه<sup>(2)</sup>.

حسب المادة 84 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص على أن: « للقاضي أن يأذن لمن يبلغ سن التمييز في التصرف جزئيا أو كليا في أمواله، بناء على طلب من له مصلحة، وله الرجوع في الإذن إذا ثبت لديه ما يبطل ذلك»<sup>(3)</sup>. وعليه فمالك العلامة المميز إذا تصرف كليا أو جزئيا في علامته التجارية في حدود الإذن الممنوح له يعتبر كامل الأهلية، كما لو كانت صادرة من شخص بالغ سن الرشد<sup>(4)</sup>.

## ب. صحة الإرادة من العيوب:

عيوب الرضا في عقد البيع هي عيوبه في أي عقد آخر، فيعيب إرادة أي من البائع والمشتري أن تكون مشوبة بغلط أو تدليس أو إكراه أو إستغلال<sup>(5)</sup>، فإذا وجد عيب من هذه العيوب في إرادة المتعاقدين يجعل العقد قابل للإبطال لمصلحة المتعاقدين المعيبة إرادته<sup>(6)</sup>، وقد جاء هذا في نص المادة 86 من القانون المدني الجزائري التي نصت على أنه: « يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث

(1) خليل أحمد حسن قدامة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، مصادر الإلتزام، ج1، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص46.

(2) دوجة باقدي، المرجع السابق، ص28.

(3) قانون رقم 84-11، المؤرخ في 09 رمضان 1404، الموافق لـ 09 يونيو 1984، المتضمن قانون الأسرة الجزائري، المعدل والمتمم بالأمر رقم 02/05 في 27 فبراير 2005، ج ر، عدد 15، المؤرخة في 27 فبراير 2005.

(4) دوجة باقدي، المرجع السابق، ص28.

(5) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية- البيع و المقايضة، ج4، دار إحياء التراث العربي، بيروت-لبنان، د س ن، ص ص 97-98.

(6) زكريا سرايش، الموجز في شرح قواعد البيع، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2019، ص22.

لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة، إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو تلك الملاحظة»<sup>(1)</sup>، مثال ذلك أن يبيع شخص علامة تجارية لآخر ويكتفم عنه أنها مثقلة بحق عيني، كحق إنتفاع أو حق رهن.

وفي حال ما قام أحد المتعاقدين بإبرام بيع دون رضاه تحت سلطان الرهبة والخوف نتيجة تعرضه للإجبار والضغط من قبل المتعاقد الآخر بغير حق فإنه يجوز له إبطال العقد للإكراه وهذا حسب ما ورد في نص المادة 88 من القانون المدني الجزائري، ومثال ذلك كأن يقوم شخص بشراء علامة تجارية بعد أن تعرض للتهديد من قبل بائع تلك العلامة التجارية ونتيجة للإكراه تم إبرام عقد بيع تلك العلامة التجارية<sup>(2)</sup>.

كما يمكن أيضا للمتعاقد طلب إبطال عقد البيع في حال وقوعه في الغلط، خاصة إذا إتصل هذا الأخير بأمور جوهرية في العقد، وقد نظم المشرع الجزائري هذا العيب في المواد من 81 إلى 85 من القانون المدني الجزائري، مثال ذلك: أن يقصد المشتري شراء علامة تجارية معروفة لتمييز سلعة معينة ويتبين له فيما بعد أن تلك العلامة التي تم شراءها هي عبارة عن علامة خدمة غير معروفة لدى الجمهور<sup>(3)</sup>.

وأخيرا نجد الإستغلال الذي يعد العيب الأخير الذي يمكن أن يشوب الإرادة، والإستغلال يقوم على عنصرين: أحدهما مادي يتمثل في إختلال في التعادل بين الأداءات المتقابلة ويتحقق هذا إذا كانت إلتزامات أحد المتعاقدين لا تتعادل البتة مع ما حصل عليه هذا المتعاقد من فائدة بموجب العقد أو مع إلتزامات المتعاقد الآخر، كأن يخلل التعاقد إختلالا فادحا بين قيمة العلامة التجارية والثمن، والآخر نفسي يتمثل في أن يكون هناك إستغلال لضعف معين في المتعاقد

(1) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم ، السالف الذكر .

(2) وليد عوجان، الضوابط القانونية والشرعية للرضا بالعقود - دراسة مقارنة - رسالة قدمت إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2014، ص17.

(3) حنان مساعدي، حليلة زويش، التصرفات القانونية الناقلة للملكية العقارية في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم القانونية والإدارية، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016/2017، ص9.

المغبون سواءً قد إستغل فيه طيشاً بينا أو هوى جامحاً، والطيش هو الخفة التي تتضمن التسرع وسوء التقدير، والهوى هو الميل الذي يتضمن غلبة العاطفة وضعف الإرادة وهكذا فإن كان المتعاقد يجهل بقيام شيء من ذلك الطيش أو الهوى لدى المتعاقد الآخر فالعقد يكون صحيحاً لعدم توفر الإستغلال، لأن الغبن لا يعتبر سبباً قانونياً لإبطال العقد أو تعديله ما لم يكن مصحوباً بعوامل إستغل بها أحد المتعاقدين في الآخر طيشاً بينا أو هوى جامحاً<sup>(1)</sup>.

وحسب نص المادة 90 من القانون المدني الجزائري، فإنه في حالة وقوع الإستغلال للمتعاقد المستغل إما يطالب بإبطال العقد أو بإنقاص التزاماته، ويجب أن ترفع الدعوى بذلك خلال سنة من تاريخ العقد، وإلا كانت غير مقبولة<sup>(2)</sup>.

## ثانياً: ركن المحل:

طبقاً لأحكام القانون المدني الجزائري في مواده المتعلقة بعقد البيع فإنه يستنتج منها شروط عقد البيع التي تصلح لتطبيقها على العلامة التجارية، المحل هو شرط أساسي في العقد فأما بالنسبة لمحل عقد البيع الواقع على العلامة التجارية هناك محلين وهما العلامة التجارية والتمن، فهنا البائع يقوم بنقل ملكية العلامة التجارية إلى المشتري والمشتري يلتزم بدفع الثمن للبائع<sup>(3)</sup>.

### 1 - العلامة التجارية كمحل إلتزام البائع:

ينطوي محل إلتزام البائع في الشيء المبيع والذي يجب أن يكون موجوداً وأن يكون مشروعاً وأن يكون معيناً أو قابلاً للتعيين.

(1) وليد عوجان، المرجع السابق، ص ص 91-92-93.

(2) أنظر: المادة 90 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) صارة كبابي، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018/2019، ص 98.

فمحل إلتزام البائع في العقد محل دراستنا يتمثل في العلامة والتي سنتطرق إلى تعريفها وبيان شروطها<sup>(1)</sup>.

#### أ. تعريف العلامة:

يقصد بالعلامة كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعاراً لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن تلك التي يملكها الآخرون كعلامة "نسيم nassim" بالنسبة للسجائر، وعلامة "نقاوس NGAOUS" للمشروبات الغازية. ولقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 في فقرتها الأولى من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات بأنها: « كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره»<sup>(2)</sup>.

#### ب. شروط العلامة:

للمحل شروط لابد أن تتوفر فيه ليكون صحيحا وهذه الشروط تكون تطبيقا لأحكام القانون المدني الجزائري، حيث يشترط أن يكون المحل موجوداً، وأن يكون معينا أو قابلا للتعين وأن يكون مشروعاً، وإذا انعدمت أحد هذه الشروط كان البيع باطلا بطلانا مطلقاً<sup>(3)</sup>.

#### • أن تكون العلامة التجارية موجودة:

معنى الوجود هو أن تكون العلامة التجارية موجودة وقت إنعقاد عقد البيع، أي أن تكون العلامة التجارية ممكنة وغير مستحيلة، أي يمكن التعامل بها فإذا كانت العلامة التجارية مستحيلة فإن محل العقد مستحيلا في ذاته مما يجعل من عقد البيع باطلا بطلانا مطلقاً، ولقد

(1) ليدية مهلب، ليندة مرادي، المرجع السابق، ص 12.

(2) نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014، ص ص 138-139.

(3) زهرة إعباسن، رميزة سعودي، أحكام بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2014، ص 18.

نصت المادة 93 من القانون المدني الجزائري على أنه: « إذا كان محل الإلتزام مستحيلا في ذاته... كان باطلا بطلان مطلق»<sup>(1)</sup>.

• أن تكون العلامة التجارية معينة أو قابلة للتعين:

حسب ما جاءت به المادة 94 من القانون المدني الجزائري: « إذا لم يكن محل الإلتزام معين بذاته وجب أن يكون معينا بنوعه ومقداره وإلا كان العقد باطلا»، وفي هذه الحالة إذا كان البائع يملك عدة علامات تجارية وجب على البائع تعيين العلامة التجارية محل البيع من بين مجموع العلامات بتحديد شكلها الخاص مثلا أو بذكر أوصافها التي تميزها عن باقي العلامات التجارية الأخرى<sup>(2)</sup>.

• أن تكون العلامة التجارية مشروعة:

تنص المادة 93 من القانون المدني الجزائري على أنه: « إذا كان محل الإلتزام مخالفا للنظام العام أو الآداب العامة كان باطلا بطلانا مطلقا»<sup>(3)</sup>، بمعنى يجب أن تكون العلامة التجارية مما يجوز التعامل بها أي غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة وفي هذه الحالة نجد أنه يجب أن تكون العلامة التجارية مشروعة كما يكون الغرض من إستغلالها أيضا مشروعاً وإلا كان البيع باطلا<sup>(4)</sup>.

2- العلامة التجارية كمحل إلتزام المشتري:

عقد البيع بوصفه من عقود المعاوضة، لا بد أن يتضمن مقابلا لنقل ملكية الشيء المبيع إلى المشتري والذي إصطلح تسميته الثمن، والثمن في البيع هو محل إلتزام المشتري، فان لم تتجه إرادة المتعاقدين إلى إلزام المشتري بأن يدفع ثمنا في مقابل نقل ملكية المبيع حال ذلك من

(1) أم الخير قوق، أحكام بيع المحل التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2006، ص77.

(2) سفيان بن زواوي، بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2012/2013، ص86.

(3) المادة 93 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) زهرة إعباس، رميزة سعودي، المرجع السابق، ص18.

إنعقاد البيع، ولكن لا يكفي وجود الثمن بل يشترط في الثمن أن يكون نقدياً، وأن يكون مقدراً أو قابلاً للتقدير وأن يكون جدياً<sup>(1)</sup>.

#### أ. تعريف الثمن:

حسب نص المادة 351 من القانون المدني الجزائري أن الثمن مبلغ من النقود، يلتزم بدفعه للبائع في مقابل الالتزام هذا الأخير بنقل ملكية المبيع إليه، لذا فالثمن ركن في عقد البيع لا ينعقد بدونه، فالإتفاق على الثمن يقتضي بطبيعة الحال تعيين هذا الثمن، وبيان الأسس التي تؤدي إلى تقديره<sup>(2)</sup>.

#### ب. شروط الثمن: تتمثل شروط الثمن فيما يلي:

##### • أن يكون الثمن نقدياً:

لا يكفي لإعتبار العقد بيعاً أن يتم نقل ملكية المبيع في مقابل عوض أيا كان، بل يشترط في هذا العوض أن يكون مبلغاً من النقود وعلى ذلك فإن إتفق المتعاقدان على أن ما يعطيه مكتسب الحق ليس مبلغاً من النقود، وإنما شيئاً آخر، فإن العقد في هذه الحالة لا يكون بيعاً بل مقايضة أو عقد آخر غير البيع<sup>(3)</sup>.

##### • أن يكون الثمن مقدراً أو قابلاً للتقدير:

يجب أن يكون الثمن مقدراً في العقد أو على الأقل أن يكون قابلاً للتقدير والأصل أن تقدير الثمن يتم بإتفاق المتعاقدين عليه صراحة في العقد حيث أنه إذا لم يحدد الثمن خلا البيع من أحد أركانه وكان بسبب ذلك باطلاً، ولكن لا يشترط أن يحدد المتعاقدان الثمن وقت إبرام البيع إذ يجوز أن يقتصر على بيان الأسس التي يحدد الثمن بمقتضاها فيما بعد، كالبيع بسعر السوق، والبيع بالسعر المتداول في التجارة أو السعر الذي جرى عليه التعامل بين المتعاقدين،

(1) عباس العبودي، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني البيع والإيجار، دراسة مقارنة بالتطبيقات القضائية، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص103.

(2) زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل، الجزائر، 2008، ص79.

(3) غني حسون طه، الوجيز في العقود المسماة، عقد البيع، ج1، مطبعة المعارف، بغداد، 1969-1970، ص185.

والبيع على أساس الثمن الذي إشتري به البائع، أو الثمن الذي يقدره شخص ثالث أجنبي عن العقد فكل هذه الأسس صالحة لتحديد الثمن في المستقبل ولهذا فإنها تكفي لإنعقاد البيع<sup>(1)</sup>.

• أن يكون الثمن جدياً:

يشترط لإنعقاد البيع أن يكون الثمن جدياً بمعنى أن يكون البائع قاصداً الحصول عليه مقابل إلتزامه بنقل ملكية الشيء المبيع إلى المشتري ويعتبر الثمن غير حقيقي إذا كان سورياً أو تافهاً<sup>(2)</sup>.

والثمن السوري هو الثمن الذي لا يطابق حقيقة ما إتفق عليه الطرفان كأن يكون هبة مستترة في صورة بيع، أما الثمن التافه فهو الذي يكون قليلاً إلى درجة إنعدام التناسب بينه وبين قيمة المبيع الحقيقية ومثاله أن يبيع شخص علامة تجارية بثمن مقداره مئة دينار مع أن قيمتها في السوق مئة ألف دينار<sup>(3)</sup>.

أما الثمن البخس هو الثمن الذي يقل كثيراً عن قيمة المبيع ولكن هذا النقص لا يبلغ إلى الحد الذي يصله مبلغ الثمن التافه، فهو ثمن جدي إنصرف قصد البائع إلى الحصول عليه مقابل إلتزامه بنقل الملكية إلى المشتري، رغم أنه لا يتناسب كثيراً مع قيمة المبيع كان يبيع شخص علامته التجارية بنصف أو ثلث قيمتها، فالثمن البخس ينعقد به البيع ويكون صحيحاً ولكن يمكن فسخه للغبن أو للتغريب مع الغبن الفاحش متى توافرت شروطه<sup>(4)</sup>.

ثالثاً: ركن السبب:

يلزم لنشأة الإلتزام وجود السبب الذي يعتبر ركناً في عقد البيع وهو الغرض أو الغاية التي يقصد الملتزم الوصول إليها من وراء تحمله هذا الإلتزام، والسبب بهذا المعنى لا يعد ركناً في أي إلتزام، فهناك من الإلتزامات ما ينشأ منها عن الإرادة ومنها ما ينشأ مباشرة من القانون،

(1) عباس العبودي، المرجع السابق، ص ص 109-110-111-114.

(2) سمير عبد السيد تناغو، عقد البيع، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية، 2009، ص ص 108-109.

(3) خليل أحمد حسن قدامة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، المرجع السابق، ص ص 97-98.

(4) غني حسون طه، المرجع السابق، ص 197.

فالسبب باعتباره الغرض الذي من أجله يلتزم الشخص لا يمكن أن يتصور إلا في إلتزامات التي تنشأ عن الإرادة<sup>(1)</sup>.

## 1- تعريف السبب:

عرف السبب بأنه الباعث المباشر أو الدافع الجوهري الذي يقصد المتعاقد من وراءه أن يبرم العقد، ففي عقد بيع العلامة التجارية يكون سبب إلتزام البائع بنقل ملكية العلامة إلى المشتري هو قبض الثمن بينما سبب إلتزام المشتري بدفع الثمن هو رغبته في الحصول على ملكية تلك العلامة<sup>(2)</sup>.

## 2- شروط السبب:

يشترط في سبب عقد بيع العلامة كغيره من العقود شرطين يجب توافرها وإذا تخلف أحدهما كان العقد باطلا بطلانا مطلق وهي أن يكون السبب موجوداً وأن يكون السبب مشروعاً.

### أ. وجود السبب:

ويقصد بأن يكون سبب بيع العلامة التجارية موجوداً أن يكون هناك سبب وراء التعاقد وإذا تخلف السبب إنعدم العقد<sup>(3)</sup>، وهنا السبب من بيع العلامة التجارية هو الحصول على المال وسبب المشتري في شرائه للعلامة هو التجارة وإدخال الربح وسببه ربحي وليس سببها غير منطقي بل سبب جد منطقي<sup>(4)</sup>.

### ب. مشروعية السبب:

حسب الفقرة الثانية من المادة 14 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فإنه: « يعد إنتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على

(1) ليدية مهلب، ليندة مرادي، المرجع السابق، ص19.

(2) محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات العقد والإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية، طبعة جديدة مزيّدة ومنقحة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص217.

(3) المرجع نفسه، ص222.

(4) علي فيلالي، الإلتزامات النظرية العامة للعقد، طبعة مصححة ومعدلة، موفم للنشر، الجزائر، 2016، ص249.

وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية إستخدام السلع والخدمات التي تشملها العلامة<sup>(1)</sup>.

ويقصد بذلك أن يكون الباعث لإستغلال العلامة التجارية مشروعاً ومتى كان سبب الإلتزام غير مشروع ومخالف للنظام العام والآداب العامة كان العقد باطلاً<sup>(2)</sup>، كأن يكون سبب شراء العلامة التجارية هو أن يجعلها مستخدمة على سلع مغشوشة ناقصة للجودة المعتادة التي تقدمها العلامة التجارية من خلال سلعتها وخدمتها<sup>(3)</sup>.

### الفرع الثاني: الأركان الشكلية لعقد بيع العلامة التجارية:

إن عقد بيع العلامة التجارية من العقود الشكلية، فلا ينعقد ولا يترتب آثاره إلا إذا إستوفى الشكلية التي يتطلبها القانون، حيث تتمثل هذه الشكلية في وجوب إثباتها بعقد رسمي والقيد والشهر وإلا إعتبر التصرف باطلاً.

### أولاً: الكتابة:

لا يكفي توافر الرضا والمحل والسبب، بل لابد من إتباع شكل معين يتمثل في الرسمية التي هي ركن للإنعقاد ولصحة العقد لأن الشكلية تعتبر ركناً جوهرياً في العقد وينجم عن غيابه البطلان المطلق للعقد<sup>(4)</sup>.

وحسب نص المادة 324 مكرر 5 من القانون المدني الجزائري فإنه: « يعتبر ما ورد في العقد الرسمي حجة حتى يثبت تزويره ويعتبر نافذاً في كامل التراب الوطني»، ومنه فإن الكتابة هي إفراغ عقد العلامة التجارية في قالب رسمي والذي يعتبر حجة مطلقة في مواجهة الطرف

(1) أمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات، ج ر، العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003.

(2) أنظر: المادة 97 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) صارة كبابي، المرجع السابق، ص 12.

(4) كريم قان، المرجع السابق، ص ص 23-24.

المقابل للعقد أو الغير وهذه الحجة تشمل كامل التراب الوطني إلا إذا كان هذا العقد قد طعن به بالتزوير لأنه إذا ثبت أنه عقد مزور تزول عنه الحجية المطلقة<sup>(1)</sup>.

وحسب نص المادة 15 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري قد إشتراط الكتابة في عقد بيع العلامة التجارية<sup>(2)</sup>، باعتبارها تندرج ضمن عقود التنازل كما تعد بدورها من بين العناصر المكونة للمحل التجاري بالرغم من أنه نظم كل عنصر في قانون مستقل عن الآخر وهذا ما جاءت به المادة 324 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري<sup>(3)</sup>.

### ثانيا: الإشهار:

أضاف المشرع الجزائري إلى جانب الأركان اللازمة لإنعقاد بيع العلامة وجوب شهر العقد المتضمن نقل ملكيتها للغير واعتبره أثر منشأ للقيد شأنه شأن بيع العقارات، بيع المحلات التجارية، التنازل عن البراءات وغيرها، ويتطلب هذا الإشهار إفراغ البيع في محرر، وذلك رغبة منه في ضمان الإستقرار والعلنية في هذا النوع من التعاملات حتى يكون حجة على الغير.

فلابد لكل شخص مالكا لعلامة مسجلة بحكم القانون أن يقدم طلبا إلى الموظف المكلف بالتسجيل لإشهار العقد عن طريق قيده في سجل العلامات حتى يتمكن من إثبات صحة ملكية تلك العلامة<sup>(4)</sup>.

### ثالثا: قيد عقد بيع العلامة التجارية:

نصت المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها على إجراءات نقل الحقوق المتعلقة بالعلامات وكيفية إثباتها والأثر المترتب عليها بنصها: « يتم نقل الحقوق المتعلقة بالعلامة في سجل العلامات من قبل المصلحة المختصة

(1) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) أمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

(3) انظر المادة 324 مكرر 1 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) ليدية مهلب، ليندة مرادي، المرجع السابق، ص25.

بناء على طلب أحد الأطراف المعنية، يرفق طلب القيد بكل وثيقة أو عقد يثبت النقل يكون النقل نافذا في مواجهة الغير منذ تسجيله في سجل العلامات»<sup>(1)</sup>.

## 1 - المقصود بالقيد:

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، والذي تقيد فيه العلامات، وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 06-03 سابق الذكر، بينما الإيداع هو عملية تسليم ملف التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حضوريا أو عن طريق البريد، وهذا ما يجعل تاريخ الإيداع سابقا لتاريخ التسجيل، غير أن المشرع الجزائري بنى أن للتسجيل أثر رجعي أي أن مدة التسجيل يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع، والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية<sup>(2)</sup>.

إذ لا تنتقل ملكية العلامة ولا يكون التنازل حجة على الغير إلا بعد تسجيل التصرفات في السجلات الخاصة بكل حق، لان التسجيل هو الوحيد الذي يفترض ويثبت عقد النقل، ومنه فإن عقد بيع العلامة عقد شكلي لا ينعقد إلا بالتسجيل، لأنه في حالة العكس لا يستطيع المشتري مواجهة الغير بملكية العلامة، ذلك لأن الملكية لم تنتقل إليه فنتيجة لذلك فإن المشتري ليست له أي صفة لإدعاء التقليد، لذا يجب الإسراع في عملية التسجيل لأن المشرع لم يحدد وقتا للتسجيل بحيث يمكن إجراءه في أي وقت لاحق لإبرام العقد<sup>(3)</sup>.

(1) مرسوم تنفيذي رقم 277-05 مؤرخ في 02 أوت سنة 2005، يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، الصادر في 07 أوت 2005، معدل ومتمم.

(2) رمزي حوحو، كاهنة زواوي، « التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري»، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الخامس، مارس 2018، ص 39.

(3) وهيبه نعمان، إستغلال حقوق الملكية الصناعية والنمو الإقتصادي، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2010/2009، ص 47.

كما أن بيع علامة غير مسجلة أو غير مودعة بغرض التسجيل لا تخضع للقيد لدى المصلحة المختصة ذلك أن المشرع الجزائري لا يجيز استعمال علامة غير مسجلة<sup>(1)</sup>.

## 2- محتوى القيد:

إذا قبل الطلب المقدم لتسجيل العلامة، يتولى الموظف المكلف بالتسجيل تسجيل تلك العلامة بعد دفع الرسم المقرر ويقيدها في سجل العلامات بالسرعة الممكنة وتسجل تلك العلامة بتاريخ الطلب باعتبار هذا الأخير تاريخ القيد، وينبغي أن يتضمن قيد عقد العلامة الذي يثبت في السجل إشارة إلى تاريخ التسجيل وأوصاف البضاعة التي سجلت العلامة بشأنها، واسم صاحبها وعنوانه، مهنته وكل ما يتعلق بالعلامة من أمور، وبعد إتمام عملية التسجيل يصدر المسجل لطالب التسجيل شهادة تسجيلها ويدرج في تلك الشهادة اسم صاحب العلامة وعنوانه ومهنته ورقم العلامة وعدد الجريدة التي نشرت به العلامة، صنف البضائع التي سجلت من أجلها ومدة سريان التسجيل<sup>(2)</sup>.

## 3- الجهة الواجب القيد لديها:

حدد المشرع الجزائري المصلحة المختصة بتسجيل العلامة التجارية وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P) وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68-98 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي<sup>(3)</sup>.

وقد اعتبره المشرع مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وذات شخصية معنوية واستقلال مالي تخضع لوصاية وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة بعدما كانت تخضع لوزارة مختلفة<sup>(4)</sup>.

(1) ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الإتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص113.

(2) ليديّة مهلب، ليندة مرادي، المرجع السابق، ص28.

(3) مرسوم تنفيذي رقم 68-98، مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج ر، عدد 11، الصادر في 1 مارس 1998.

(4) زوبير حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2002، ص77.

حيث نصت المادة 01/08 من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي على أنه: « يتولى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية دراسة طلبات حماية الاختراعات وتسجيلها وعند الإقتضاء نشرها ومنح سندات الحماية ودراسة طلبات إيداع العلامات والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها»<sup>(1)</sup>.

#### رابعا: نشر عقد بيع العلامة التجارية:

إن إلزامية النشر تمس جميع عقود التنازل في أي وقت كان بعد إبرام العقد وتسجيله، وعليه فإن المتنازل له عن ملكية العلامة التجارية أي المشتري الذي سجل عقد التنازل في المصلحة المختصة بتسجيل العلامة التجارية وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لا يحق له أن يدعي ضد المقلدين بدعوى التقليد ما دام لم يتم نشر العقد<sup>(2)</sup>.

لأن البيع الواقع على العلامة التجارية هو تغيير طراً عليها وجب نشره في الصحف الرسمية وهذا حسب ما نصت عليه المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها على أنه: « تنشر المصلحة المختصة العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية»<sup>(3)</sup>.

فالنشر إجراء ضروري وله أهمية كبيرة في إعلام الجمهور بالعلامة المسجلة ولحماية حق المالك الجديد ولتكون له حجة تحمي حقه ويكون له حجة في مواجهة الغير، ويتم النشر في النشرة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وذلك على نفقة من تسبب في إدخال التغيير على السجل وفي هذه الحالة يكون على حساب مقدم الطلب (المشتري)، ويشتمل الإعلان على الرقم المتسلسل للعلامة التجارية كما هو موجود في سجل العلامات التجارية ورقم وتاريخ الجريدة الرسمية التي أشهر فيها والخدمات والبضائع المخصصة لها هذه العلامة وتاريخ

(1) المادة 08 من مرسوم تنفيذي رقم 98-68 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، السالف الذكر.

(2) وهيبه نعمان، المرجع السابق، ص 47.

(3) المادة 29 من مرسوم تنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها، السالف الذكر.

تسجيلها واسم مالكيها السابق واسم المالك الجديد وجنسيته ومهنته وتاريخ إنتقال الملكية وتاريخ التأشير في السجل<sup>(1)</sup>.

## **المطلب الثاني**

### **الآثار المترتبة عن عقد بيع العلامة التجارية**

حسب نص المادة 351 من القانون المدني الجزائري فإن عقد البيع يعتبر من العقود الملزمة للجانبين مما يرتب بذلك إلتزامات متبادلة في ذمة البائع والمشتري، ولما كان عقد بيع العلامة لا يختلف عن غيره من العقود الأخرى فإن الآثار المترتبة عنه لا تختلف عن الآثار التقليدية لكل عقد، وهذا ما يدفعنا بالرجوع إلى القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني، وسنتعرض في هذا المطلب لدراسة هذه الإلتزامات والتعرض لمضمون كل إلتزام من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، نتناول في (الفرع الأول) إلتزامات البائع، وإلتزامات المشتري في (الفرع الثاني).

#### **الفرع الأول: إلتزامات بائع العلامة التجارية:**

للبيع عدة إلتزامات يقوم بها إتجاه المشتري بمجرد إبرام عقد بيع العلامة التجارية ومن أبرز هذه الإلتزامات نجد:

#### **أولاً: إلتزام البائع بنقل ملكية العلامة التجارية:**

يقوم البائع بأهم إلتزام في عقد البيع وهو نقل ملكية الشيء المبيع والمتمثل في العلامة التجارية وتحويلها إلى المشتري الذي بدوره يلتزم بدفع ثمن تلك العلامة لتنتقل له ملكيتها، وإبتداء من تلك اللحظة نفسها تدخل العلامة التجارية في الذمة المالية للمشتري وتكون له لوحده الصفة لإبرام تصرفات بخصوص تلك العلامة وفي الوقت نفسه تخرج العلامة من الذمة المالية

<sup>(1)</sup> فوز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص ص 32-33.

للبائع ولا يكون باستطاعة دائني البائع الحجز على العلامة التجارية أو التصرف فيها لأن العلامة أصبحت ملكا للمشتري الذي يعد المالك الفعلي والحقيقي للعلامة التجارية<sup>(1)</sup>.

من أجل إنتقال ملكية الشيء المبيع والمتمثل في العلامة التجارية يشترط أن يكون المبيع عينا معينة بالذات بمعنى أن تكون العلامة التجارية معينة بذاتها وذلك بتحديد أوصافها ومميزاتها التي تجعلها تفرق عن غيرها من العلامات، وأن يكون المبيع مملوكا للبائع أي عندما يكون البائع ينقل ملكية العلامة إلى المشتري، وجب أن يكون المالك الحقيقي لها حتى ينقل ملكيتها لأنه إذا لم يكن مالكا فلن يستطيع حينها نقل ملكية العلامة للمشتري لأن فاقد الشيء لا يعطيه، وفي هذه الحالة جاز للمشتري أن يطلب إبطال البيع وذلك حسب ما نصت عليه المادة 397 من القانون المدني الجزائري: « إذا باع شخص شيئا معيناً بالذات وهو لا يملكه فللمشتري الحق في طلب إبطال البيع... »<sup>(2)</sup>.

ومن الشروط الواجب توافرها أيضا أن تكون العلامة التجارية حاضرة وموجودة أثناء عملية إبرام عقد البيع، بحيث لا تنتقل ملكية الأشياء المستقبلية قبل تحقق وجودها فطالما يتم وجود العلامة فلا مجال لإنتقال ملكيتها إلى المشتري<sup>(3)</sup>.

## ثانيا: إلتزام البائع بتسليم العلامة التجارية:

عرف المشرع الجزائري التسليم في المادة 367 من القانون المدني الجزائري على أنه: «يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والإنتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسلما ماديا ما دام أن البائع اخبره بأنه مستعد لتسليمه بذلك».

(1) لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص291.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهوري، المرجع السابق، صص 229-230-258.

(3) محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، صص 107-108.

ويتضح من هذا التعريف أن هذا الإلتزام يتمثل في تسليم البائع للمشتري العلامة التجارية محل البيع ومن خلال هذا التسليم يكون المشتري قادراً على الإنتفاع بالعلامة التجارية ويمكنه التصرف فيها دون مانع<sup>(1)</sup>.

## 1- زمان تسليم العلامة:

حسب نص المادة 281 فقرة 01 فإن زمان التسليم يتم كما يلي: « يجب أن يتم الوفاء فور ترتيب الإلتزام نهائياً في ذمة المدين ما لم يوجد إتفاق أو نص يقضي بغير ذلك... ».

ومن خلال نص المادة يتضح لنا أن زمان تسليم العلامة من طرف البائع إلى المشتري يتم فور إنعقاد العقد ما لم يوجد إتفاق أو نص يقضي بغير ذلك<sup>(2)</sup>.

## 2- مكان تسليم العلامة:

المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على مكان تسليم العلامة، لكن بالرجوع إلى القواعد العامة المتعلقة بالقانون المدني نجد أن المشرع الجزائري نص في المادة 282 على أن: « إذا كان محل إلتزام شيء معين بالذات وجب تسليمه في المكان الذي كان موجود فيه وقت نشوء الإلتزام ما لم يوجد إتفاق أو نص يقضي بغير ذلك... ».

ومن خلال نص المادة نستنتج أن مكان تسليم العلامة، هو المكان الذي توجد فيه العلامة وقت البيع ما لم يوجد إتفاق أو نص يقضي بغير ذلك<sup>(3)</sup>.

## ثالثاً: إلتزام البائع بضمان التعرض والإستحقاق:

### 1- إلتزام البائع بضمان التعرض:

لا يلتزم البائع فقط بنقل ملكية العلامة التجارية وتسليمها إلى المشتري وإنما يتعين عليه أن يسمح له بالإستفادة منها على الوجه الذي هدف إليه من وراء البيع، لأن إنتقال ملكية

(1) انظر: المادة 367 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) أنظر المادة 281 فقرة 01 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) أنظر المادة 282 فقرة 01 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

العلامة التجارية للمشتري لا تتحقق الفائدة المرجوة منها إذا كان بإمكان البائع التعرض للمشتري بأن ينزع منه العلامة أو يقوم الغير بإدعاء حق عليها<sup>(1)</sup>.

وقد قام المشرع الجزائري بجمع ضمان التعرض الشخصي وضمان التعرض الصادر من الغير في المادة 371 من القانون المدني الجزائري على أنه: « يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الإنتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من الغير يكون له وقت البيع حق المبيع يعارض به المشتري. ويكون البائع مطالباً بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه»<sup>(2)</sup>.

والتعرض عبارة عن عمل مادي يقوم به البائع أو عمل قانوني من شأنه أن يعرقل أو يحول دون حيالة المشتري للعلامة التجارية حيازة هادئة وإنتفاعه بالعلامة إنتفاعاً يحقق من وراءه الغرض الذي قصده من شراء العلامة ويستوي أن يكون الانتقاص من الانتفاع بالعلامة كلياً أم جزئياً<sup>(3)</sup>.

ولقيام هذا الإلتزام على البائع لابد من توفر شرطين:

أولهما أن يقع التعرض من البائع على المشتري وهذا التعرض الصادر من البائع قد يكون تعرضاً قانونياً أو تعرضاً مادياً، فيعتبر التعرض قانونياً إذا إستعمل البائع حقاً إدعاه على العلامة من شأنه أن يؤدي إلى نزع ملكية العلامة من المشتري، كأن يبيع البائع العلامة مرة أخرى وبإدارة المشتري الثاني لتسجيل عقده قبل المشتري الأول فإننتقلت إليه ملكية العلامة دون المشتري الأول<sup>(4)</sup>.

بينما يكون التعرض مادياً إذا قام البائع بأي فعل مادي من شأنه أن يعكر به ملكية المشتري دون أن يستند في القيام به إلى أي حق يدعيه على العلامة، كأن يقوم ببيع العلامة

(1) أمال قدوم، سهام قاسي، ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2013/2012، ص04.

(2) المادة 371 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) خليل أحمد حسن قدامة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، المرجع السابق، ص145.

(4) دوجة باقدي، المرجع السابق، ص121.

بإستخدام علامة على سلعه أو منتجاته مماثلة لتلك التي باعها بحيث يؤدي إلى منافسة المشتري منافسة غير مشروعة<sup>(1)</sup>.

وهناك التعرض الصادر من الغير على المشتري، والغير طرف أجنبي عن العقد يدعي حق يتعلق بالعلامة وفي هذه الحالة يكون البائع ملزماً بأن يدفع عن المشتري ها التعرض<sup>(2)</sup>.

ولكي يتحقق ضمان البائع تعرض الغير للمشتري يجب أن يكون التعرض قانونياً أي أن يستند المتعارض إلى حق قانوني يدعيه أما إذا تعرض المشتري إلى تعرض مادي فلا يضمنه البائع وإنما يكون على المشتري دفع ذلك بالوسائل القانونية المتاحة له<sup>(3)</sup>.

كما يجب لقيام إلتزام البائع بضمان التعرض الصادر من الغير أن يكون حق الغير ثابتاً على العلامة وقت البيع أو آل إليه بعد البيع بفعل البائع، مثال ذلك أن الحق الذي يدعيه الغير على المبيع أي العلامة يجب أن يكون موجوداً وقت البيع أو أن يكون قد آل إلى الغير بعد البيع عن طريق البائع نفسه<sup>(4)</sup>.

وحتى يضمن البائع تعرض الغير للمشتري، يجب أن يكون التعرض قد وقع فعلاً من الغير، لا مجرد الإحتمال وقوعه<sup>(5)</sup>.

## 2- إلتزام البائع بضمان الإستحقاق:

ضمان الإستحقاق هو أن يلتزم البائع بضمان التعرض القانوني الصادر عن الغير، أي أنه إذا حصل التعرض في مواجهة المشتري وتوفرت فيه الشروط السابقة وجب على البائع التدخل لدفع هذا التعرض بالطرق القانونية كالدخول في الدعوى المرفوعة ضد المشتري أو رفع

<sup>(1)</sup> دوجة باقدي، المرجع السابق، ص121.

<sup>(2)</sup> يونس زمر، أمحمد مازة، عقد التنازل عن العلامة دراسة مقارنة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016، ص ص42-43.

<sup>(3)</sup> محمد حسنين، المرجع السابق، ص135.

<sup>(4)</sup> محمد حسن قاسم، القانون المدني، العقود المسماة، البيع - التأمين - الإيجار، (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2003، ص320.

<sup>(5)</sup> المرجع نفسه، ص321.

دعوى ضد المتعرض، إذا نجح البائع في دفع التعرض فإنه يكون قد نفذ إلتزامه بضمان التعرض تنفيذاً عينياً، أما إذا أخفق في ذلك واستحق المبيع أي العلامة التجارية إستحقاقاً كلياً أو جزئياً أي ثبت حق الغير على العلامة التجارية، ففي هذه الحالة يجب على البائع تعويض المشتري عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الإستحقاق<sup>(1)</sup>.

وينقسم ضمان الإستحقاق إلى نوعين: الإستحقاق الكلي والإستحقاق الجزئي:

#### أ. الإستحقاق الكلي للعلامة:

حسب نص المادة 375 من القانون المدني الجزائري فإن العلامة التجارية إذا إستحققت كلياً من يد المشتري، كان لهذا الأخير أن يطلب إسترداد الثمن، والمصروفات التي دفعها، والخسائر المترتبة عن الإستحقاق<sup>(2)</sup>.

#### ب. الإستحقاق الجزئي للعلامة:

حسب نص المادة 376 من القانون المدني الجزائري فإن الإستحقاق إذا كان جزئياً فإنه يفصل بين حالتين:

- أن يبلغ الإستحقاق حداً من الجسامة بحيث لو علم به المشتري لإمتنع عن شراء العلامة أصلاً، فإن المشتري يكون مخيراً بين فسخ وإسترداد كل الثمن، وبين الإحتفاظ بالعلامة في حدود الجزء غير المستحق منها مع المطالبة بإسترداد جزء من الثمن الذي يوازي حجم هذا الإستحقاق.
- أما إذا لم يبلغ الإستحقاق الجزئي القدر الكافي لتبرير الفسخ، فإن حق المشتري ينحصر في طلب إسترداد جزء من الثمن يوازي نسبة العجز أو الإستحقاق الذي لحق به<sup>(3)</sup>.

(1) علي هادي العبيدي، العقود المسماة: البيع والإيجار، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، صص 114-115.

(2) أنظر المادة 375 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) أنظر المادة 376 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

وهناك ما يسمى بدعوى الإستحقاق التي يرفعها الغير للمطالبة بملكية العلامة التجارية أو حق عليها<sup>(1)</sup>، ويتحدد المدعى عليه في هذه الدعوى حسب تاريخ رفعها بالنسبة إلى تاريخ واقعة تسليم العلامة التجارية، فإذا رفعت قبل التسليم كان على مدعي الإستحقاق أن يخاصم البائع والمشتري، أما إذا رفعت بعد التسليم فالأصل أن ترفع على المشتري<sup>(2)</sup>.

#### رابعاً: إلزام البائع بضمان العيوب الخفية:

لا يكفي أن ينقل البائع للمشتري ملكية العلامة التجارية ويدفع عنه ما قد يقع من تعرض حتى يحوز العلامة ملكية هادئة، بل يلتزم إلى جانب ذلك أن يحوز العلامة حيازة نافعة مفيدة، ومن أجل ذلك فلا بد على البائع أن يسلم له العلامة التجارية خالية من كل عيب حتى تكون بصدد ملكية مفيدة نافعة<sup>(3)</sup>.

ولضمان العيوب شروط لابد من توفرها وهي:

#### 1- أن يكون العيب خفياً:

يعتبر العيب خفياً إذا كان لا يعرف بمشاهدة ظاهر العلامة التجارية أو لا يتبينه الشخص العادي أو لا يكتشفه غير خبير، أو يتطلب إكتشافه بالتجربة<sup>(4)</sup>.

#### 2- أن يكون العيب مؤثراً:

فالعيب المؤثر هو العيب الذي ينقص من قيمة العلامة التجارية أو من الإنتفاع بها حسب الغاية المقصودة المستفادة مما هو مبين في العقد، أو بما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له بصفة عامة، أي يكون العيب جسيماً<sup>(5)</sup>.

(1) علي هادي العبيدي، المرجع السابق، ص 115.

(2) عباس العبودي، المرجع السابق، ص 156-157.

(3) زهية ربيع، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 48.

(4) محمد يوسف الزعبي، العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 402-403.

(5) زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009، ص 81.

### 3- أن يكون العيب قديماً:

والمقصود بقدم العيب هو ما كان موجوداً في العلامة وقت العقد أو حدث بعده وهي في يد البائع قبل التسليم، ذلك أن العيب إما يكون موجوداً وقت البيع، ولما يكون طارئاً حدث بعد البيع قبل التسليم فيكون إذن في كلتا الحالتين موجوداً وقت التسليم ويكون البائع مسؤولاً عن ضمانه<sup>(1)</sup>.

### 4- أن يكون المشتري جاهل بالعيب:

بمعنى أن لا يكون المشتري عالماً بالعيب الذي يعتري العلامة التجارية، نظراً لأن إقدامه على الشراء رغم علمه بوجود العيب في العلامة يعد قرينة على أنه قد وافق ضمناً على التنازل عن الضمان، ولعل ذلك هو ما دفع المشرع الجزائري إلى إشتراط جهل المشتري بالعيب لقيام إلزام البائع بالضمان، حيث أن المادة 379 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري تنص على أن البائع لا يضمن العيوب التي كان يعرفها المشتري<sup>(2)</sup>.

### الفرع الثاني: إلزامات مشتري العلامة التجارية:

إنطلاقاً من أن عقد البيع يحمل إلزامات متبادلة وهو عقد بعوض فإن المشتري بدوره يقع عليه إلزامات في مواجهة البائع، وأولى هذه الإلزامات هو الإلتزام بدفع الثمن، والإلتزام بتسليم المبيع، والإلتزام بدفع نفقات عقد البيع وتكاليف المبيع.

(1) حنين زروقي، التعويض عن الأضرار الناجمة عن ضمان العيوب الخفية للمبيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون مدني معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2018، ص98.

(2) فتحة سعدي، ضمان عيوب المبيع الخفية في القانون المدني الجزائري مقارناً، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011/2012، صص 141-142.

أولاً: إلزام المشتري بدفع ثمن العلامة التجارية:

الثمن هو الإلتزام الأساسي الذي يرد على عاتق المشتري مقابل إلزام البائع بنقل ملكية العلامة التجارية له ودفع الثمن هو القيمة المالية للعلامة التجارية ولكي يدفع المشتري الثمن لابد من وقت الإستحقاق لدفع هذا الثمن<sup>(1)</sup>.

وحسب نص المادة 388 فقرة 01 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن: « يكون ثمن المبيع مستحقاً في الوقت الذي يقع فيه تسليم المبيع، ما لم يوجد إتفاق أو عرف يقضي بخلاف ذلك»، فإن زمان الوفاء بالثمن يرجع إلى إتفاق الأطراف أولاً ثم إلى العرف، فإن لم يوجد إتفاق أو عرف كان الثمن مستحقاً في الوقت الذي تسلم فيه العلامة<sup>(2)</sup>.

وتنص المادة 387 من القانون المدني الجزائري على أنه: « يدفع ثمن البيع من مكان تسليم المبيع ما لم يوجد إتفاق أو عرف يقضي بغير ذلك، فإذا لم يكن ثمن المبيع مستحقاً وقت تسلم المبيع وجب الوفاء به في المكان الذي يوجد فيه موطن المشتري وقت إستحقاقه الثمن».

يتضح لنا من خلال نص المادة 387 من القانون المدني الجزائري أن مكان دفع ثمن العلامة هو نفس مكان تسليمها من طرف البائع وهذا إذا لم يتفق الطرفان عن مكان دفع الثمن، أما إذا كان الثمن مؤجلاً فيجب الوفاء به في موطن المشتري وقت إستحقاق الثمن<sup>(3)</sup>.

- حق المشتري في حبس الثمن:

تنص المادة 388 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري على أنه: « إذا تعرض أحد للمشتري مستنداً إلى حق سابق أو آل من البائع أو إذا خيف على المبيع أن ينزع من يد المشتري، جاز له إن لم يمنعه شرط في العقد أن يمسك الثمن إلى أن ينقطع التعرض أو يزول الحظر وله أن يمسك الثمن أيضاً إذا ظهر له عيب في الشيء المبيع».

وفقاً لأحكام هذه المادة فإن المشتري يحق له حبس الثمن في حالات ثلاث<sup>(4)</sup>.

(1) لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، ط2، المرجع السابق، ص 498-499.

(2) أنظر المادة 388 فقرة 01 من أمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) أنظر المادة 387 من أمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) دوجة باقدي، المرجع السابق، ص 150.

إذا وقع للمشتري تعرض في العلامة فإنه يصبح دائئاً للبائع في دعوى ضمان التعرض والإستحقاق، ويحق له بالتالي أن يتمسك بعدم تنفيذ إلتزامه بدفع الثمن ولو كان هذا الإلتزام واجب الأداء فوراً إلى أن يقوم البائع بالوفاء بإلتزامه، ويجوز للمشتري أيضاً أن يحبس الثمن ولو لم يقع التعرض فعلاً، لكن قامت لدى المشتري أسباب جدية تجعله يخشى أن يقع له تعرض في العلامة وتتنزع من يده<sup>(1)</sup>.

وإذا كشف المشتري عيباً خفياً في المبيع يوجب ضمان البائع ولم يكن قد دفع الثمن بعد جاز له حبس الثمن عن البائع<sup>(2)</sup>.

## ثانياً: إلتزام المشتري بدفع نفقات عقد البيع وتكاليف العلامة:

### 1 - نفقات عقد البيع:

قد لا يقتضي إبرام عقد البيع إنفاق أية مصاريف ولكن البيع قد يتطلب مصاريف تقل وتكثر بحسب طبيعة العقد، فنفقات عقد البيع ورسوم تسجيل العلامة التجارية ورسوم الكتابة لدى الضابط العمومي وغيرها من المصروفات التي تتبع التصرف الواقع على العلامة التجارية<sup>(3)</sup>. وقد جاءت المادة 393 من القانون المدني الجزائري بما يفيد هذا الأمر بحيث نصت على: « إن نفقات التسجيل والطابع ورسوم الإعلان العقاري والتوثيق وغيرها تكون على المشتري ما لم تكن هناك نصوص قانونية تقضي بغير ذلك ».

ومن خلال نص المادة يتضح لنا أن هذه المصروفات المنسوبة على عقد بيع العلامة التجارية المتمثلة في رسوم تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات والسجل التجاري وغيرها فإنها تقع على عاتق المشتري فهو من يتحملها<sup>(4)</sup>.

(1) سمير عبد السيد تناغو، المرجع السابق، ص 326-327.

(2) غني حسون طه، المرجع السابق، ص 342.

(3) جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية، البيع - الإيجار، المقاوله، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 152.

(4) نسيم يخلف، المرجع السابق، ص 388.

ويلاحظ على المادة 393 أنها إنتهت بفقرة "ما لم تكن هناك نصوص قانونية تقضي بغير ذلك"، في حين أن غالبية المواد المتعلقة بعقد البيع وخاصة ما يخص التكاليف كتلك التي وردت في نص المادة 389 جُلها تنتهي بـ "هذا ما لم يوجد إتفاق أو عرف يقضيان بخلاف ذلك"، وهي الصيغة الغائبة في المادة 393، لكن لا شيء يوحي أن مسألة من يتحملها هي من النظام العام، ومن ثم فإنه يمكنه إخضاعها لإتفاق الطرفين لكن ما لا يجوز الإتفاق عليه هنا هو إسقاطها لأنها دين لمصلحة الخزينة العامة<sup>(1)</sup>.

## 2 - تكاليف العلامة:

تنص المادة 389 من القانون المدني الجزائري على أنه: « يستحق المشتري إنتفاع وإيراد الشيء المبيع، كما يتحمل تكاليفه من يوم إنعقاد البيع، هذا ما لم يوجد إتفاق أو عرف يقضيان بخلاف ذلك»<sup>(2)</sup>.

يتضح من ذلك أن المرجع في تحديد من يتحمل تكاليف المبيع هو القانون فهذا هو الأصل، فحسب القانون فإن المشتري هو الذي يتحمل تكاليف العلامة التجارية من مصاريف حفظ العلامة التجارية وكذلك مصاريف تجديد إيداعها، أما إذا وجد إتفاق بين المتعاقدين على من يتحمل تكاليف العلامة وجب العمل به، فإذا لم يوجد وجب الرجوع إلى العرف فإذا لم يوجد فيكون على المشتري تحمل هذه التكاليف، وإذا كان البائع قد إنفق هذه التكاليف إلترزم المشتري بردها إليه<sup>(3)</sup>.

(1) نسيم يخلف، المرجع السابق، ص340.

(2) المادة 389 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، البيع، ج1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1997، ص ص457-

### ثالثاً: إلزام المشتري بتسلم العلامة التجارية:

يقابل إلزام البائع بتسليم العلامة التجارية، إلزام المشتري بتسلم العلامة التجارية منه ويقصد به وضع المشتري يده فعلاً على العلامة، وحيازتها حيازة حقيقية، ويجب على المشتري بمجرد قيام البائع بوضع العلامة تحت تصرفه أن يتسلمها دون تأخر<sup>(1)</sup>.

ويتضح لنا من نص المادة 394 من القانون المدني الجزائري أن المشتري يقع عليه عبء تسليم العلامة من البائع وهي عملية مكتملة لإلزام البائع بتسليم العلامة<sup>(2)</sup>.

### - مكان وزمان تسليم العلامة التجارية:

نص المشرع الجزائري في المادة 394 من القانون المدني الجزائري على أنه: « إذا لم يعين الاتفاق أو العرف مكاناً أو زماناً لتسلم المبيع وجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع وأن يتسلمه دون تأخير بإستثناء الوقت الذي تتطلبه عملية التسلم».

يتبين من نص المادة 394، أن زمان ومكان تسليم العلامة من قبل المشتري يحدده الاتفاق القائم بين البائع والمشتري، وإن لم يكن، فيجب معرفة حكم العرف بذلك، وإن لم يوجد فيكون زمان ومكان تسليم العلامة هو زمان ومكان تسليم العلامة من البائع، حيث يغلب أن يعقب التسليم من البائع تسليم المشتري للعلامة فوراً في نفس المكان ونفس الزمان<sup>(3)</sup>.

أما بالنسبة لنفقات تسليم المشتري للعلامة فقد نصت المادة 395 من القانون المدني الجزائري على أنه: « نفقات تسليم المبيع تكون على المشتري ما لم يوجد عرف أو إتفاق

(1) كاتية يابسي، صبرينة يونس، إلزامات البائع والمشتري وفقاً لأحكام القانون المدني الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2013، ص 69.

(2) يونس زمر، أمحمد مازة، المرجع السابق، ص 59.

(3) دوجة باقدي، المرجع السابق، ص 156.

ويقضي بغير ذلك»، فنفقات تسلم المشتري للعلامة تقع على عاتقه باعتباره مدين بالإلتزام بتسليم العلامة وذلك ما لم يوجد إتفاق أو عرف يقضي بغير ذلك<sup>(1)</sup>.

## المبحث الثاني

### التصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية دون مقابل (عقد الهبة والوصية)

باعتبار العلامة التجارية مالاً منقولاً ويمكن نقل ملكيتها من مالكة الحقيقي إلى الغير من خلال بيعها، فهي أيضاً تقبل الإنتقال بالهبة والوصية، فكما أجاز المشرع لصاحب العلامة التصرف في علامته بمقابل كذلك أجاز له إجراء ما شاء من التصرفات دون مقابل، فيمكن له أن يتصرف في علامته كأن يهبها أو يوصي بها ونفصل في هذين الموضوعين خلال مطلبين، بحيث نتناول نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الهبة في (المطلب الأول) و نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الوصية في (المطلب الثاني).

#### المطلب الأول

##### نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الهبة

حسب المادة 205 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص على أن: «يجوز للواهب أن يهب كل ممتلكاته أو جزء منها عينا، أو منفعة، أو دينا لدى الغير»، فإن الهبة تعد سبب من أسباب نقل الملكية من ذمة إلى أخرى، فهي تقع على الملكية، فتنتقلها إلى الطرف الآخر في العقد، وبموجب كونها تملك فيمكن أن تنتقل ملكية العلامة التجارية من ذمة الواهب والذي هو مالكة الحقيقي إلى ذمة الموهوب له، ولذا إرتأينا أن نقسم هذا المطلب إلى فرعين، سندرس في (الفرع الأول) مفهوم عقد الهبة في العلامة التجارية، أما (الفرع الثاني) فسيخصص للآثار التي تترتب عن عقد الهبة في العلامة التجارية.

(1) محمد حسنين، المرجع السابق، ص182.

## الفرع الأول: مفهوم عقد الهبة:

نظم المشرع الجزائري موضوع الهبة في قانون الأسرة بالإضافة إلى مواد واردة في القانون المدني، ولعرض موضوع الهبة سنقوم بتبيان تعريفها (أولا)، وأركانها (ثانيا).

### أولا: تعريف عقد الهبة:

عرف المشرع الجزائري الهبة في نص المادة 202 من قانون الأسرة كما يلي: « الهبة تمليك بلا عوض، ويجوز للواهب أن يشترط على الموهوب له القيام بالتزام يتوقف تمامها على إنجاز الشرط».

ومن خلال هذا التعريف نحلل عبارات التعريف كالآتي:

- "الهبة تمليك": تعني هذه العبارة أن الهبة وسيلة تمليك تنتقل بواسطتها ملكية المال الموهوب من الواهب إلى الموهوب له، وعملية نقل الملكية ينتج عنها عنصران آخران وهما: عنصر إفتقار في جانب الواهب، وعنصر إغتناء في جانب الموهوب له<sup>(1)</sup>.
- "بلا عوض": معنى ذلك أن المال الموهوب كله أو جزءه ينتقل إلى الموهوب له مجانا ودون مقابل، ويتلازم مع وجود عنصر آخر هو نية التبرع من الواهب بغية التودد إلى الموهوب له، أو بغية التقرب إلى وجه الله أو للأمرين معًا.
- "يجوز للواهب أن يشترط على الموهوب له القيام بالتزام يتوقف تمامها على إنجاز الشرط": حيث يمكن للواهب أن يشترط على الموهوب له القيام بعمل معين وإتمام هذا العمل حتى تنتقل إليه العين الموهوبة، وهنا فإن المشرع لم يقصد الهبة بعوض بل قصد الهبة الموقوفة على شرط<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> عبد الفتاح تقيّة، محاضرات في قانون الأحوال الشخصية لطلبة الكفاءة المهنية للمحاماة، مطبعة دار هومة، الجزائر، 2000، ص106.

<sup>(2)</sup> ورده دلال، مقياس التبرعات والمواريث، مطبوعة بيداغوجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014، ص5.

يتضح من الوهلة الأولى أن المشرع الجزائري في نص المادة 202 من قانون الأسرة قد اعتبر الهبة من التصرفات لا من العقود، ولكن بالرجوع إلى نص المادة 206 من قانون الأسرة الجزائري ونصها: « تتعقد الهبة بالإيجاب والقبول وتتم الحيازة ومراعاة أحكام التوثيق في العقارات والإجراءات الخاصة في المنقولات، وإذا إختل أحد الشروط السابقة بطلت الهبة»<sup>(1)</sup>.

وما نستخلصه من مفهوم نص المادة 206 من قانون الأسرة الجزائري، أن الهبة تتعقد بالإيجاب والقبول، فهي كسائر العقود تطبق عليها القواعد العامة التي تنظم مختلف العقود سواء كانت تبرعات أو غيرها، كما أن الهبة عقد يتم بين الأحياء، وهذا ما يفهم من نص المادتين 202 و206، في كون الهبة تمليك بلا عوض من جهة ومن جهة أخرى تتعقد الهبة بالإيجاب والقبول فكل هذه التصرفات لا تتم إلا بين الأحياء<sup>(2)</sup>.

## ثانيا: أركان عقد الهبة:

يشترط لإنعقاد عقد الهبة الوارد على العلامة التجارية أن يستوفي عدة أركان تتمثل في التراضي والمحل، والسبب، كما يستوجب من جهة أخرى أن يخضع هذا العقد إلى الرسمية والشكلية القانونية لإنعقاده كما في سائر العقود الأخرى.

### 1- الأركان الموضوعية لعقد الهبة:

الهبة عقد، وتطبيقا للنظرية العامة للعقد، فإن أركانها الأساسية ككل العقود، رضا ومحل وسبب، بحيث يستحيل تصور وجود عقد، دون تلاقي إرادتين حول موضوع المحل، بدافع وباعث هو السبب.

وعليه سندرس هذه الأركان الثلاثة، الرضا، المحل والسبب.

<sup>(1)</sup> قانون رقم 84-11، يتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(2)</sup> رابح عبد المالك، النظام القانوني لعقود التبرعات (الوصية، الهبة، الوقف)، في قانون الأسرة الجزائري والفقه الإسلامي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2017، ص 81.

## أ. ركن التراضي:

حسب نص المادة 206 من قانون الأسرة الجزائري فإن الهبة عقد كغيره من العقود يستوجب لإنعقادها إيجاب من الواهب بالعلامة التجارية وقبول الموهوب له، فالإيجاب والقبول يعدان ركنان مهمان في الهبة إذ بتخلف أي ركن منهما بطلت الهبة<sup>(1)</sup>.

يجب أن يكون الرضا المعبر عنه من قبل المتعاقدين صحيح، ومعنى ذلك أن يصدر عن ذي أهلية وأن تكون إرادة هذا الأخير خالية من العيوب التي تفسدها<sup>(2)</sup>.

## - شرط الأهلية:

يشترط في كل شخص عند قيامه بتصرف قانوني أن يكون أهلا لذلك وتختلف الأهلية المشترطة في كل من الواهب والموهوب له، ذلك لكون التصرف ضار ضرراً محضاً بالنسبة للواهب، ونافلاً نفعاً محضاً بالنسبة للموهوب له، فيشترط في الواهب أهلية الأداء الكاملة، وهي تعرف على أنها صلاحية الإنسان لوجوب الحقوق المشروعة له وعليه<sup>(3)</sup>.

وحسب نص المادة 203 من قانون الأسرة الجزائري فإن أهلية الشخص الواهب تتحقق متى توفرت الشروط التالية:

- يجب أن يكون الشخص الواهب سليم العقل، بمعنى أن لا تكون أهليته متأثرة بعوارض الأهلية المتمثلة في العته والسفه والجنون والغفلة<sup>(4)</sup>.
- يجب أن يكون الشخص الواهب بالغ سن الرشد القانوني الذي حددته المادة 40 من القانون المدني الجزائري بـ 19 سنة كاملة، فالشخص الذي لم يبلغ هذا السن يكون قاصراً، إما غير مميز فتقع جميع تصرفاته باطلة بطلاناً مطلقاً، طبقاً لنص المادة 83 من قانون الأسرة

(1) حنان مساعدي، حليلة زويش، المرجع السابق، ص54.

(2) محند شريف ولد محمد، حكيمة حداد، عقد هبة العقار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص23.

(3) سامية موراد، النظام القانوني لعقد هبة العقار في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدينة، 2012/2011، ص17.

(4) أنظر: المادة 203 من قانون رقم 84-11 يتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

الجزائري، إما أن يكون قاصراً مميزاً، فلا يمكن له أن يهب أمواله أو حتى أن يتصرف فيها طبقاً لنص نفس المادة والتي لم تجز من القاصر المميز إلا التصرفات النافعة نفعاً محضاً له<sup>(1)</sup>.

- يجب أن لا يكون الواهب محجوراً عليه بحيث تعتبر طبقاً للمادة 107 من قانون الأسرة الجزائري جميع تصرفات المحجور عليه بعد صدور الحكم بالحجر باطلة، كما يقع نفس الجزاء على التصرفات التي يقوم بها المحجور عليه قبل صدور الحكم بالحجر، إذا كانت أسباب الحجر فاشية وقت صدورها<sup>(2)</sup>.

أما فيما يخص أهلية الموهوب له، فلم يشترط المشرع الجزائري سوى الحياة طبقاً لنص المادة 209 من قانون الأسرة الجزائري السالف الذكر: « تصح الهبة للحمل بشرط أن يولد حياً»، إذا المشرع الجزائري يأخذ بالمذهب المالكي الذي أجاز الهبة للحمل المستكين فإذا مات بعد ولادته حياً كانت العلامة التجارية الموهوبة لورثته، وإذا ولد ميتاً بقيت العلامة التجارية على ملك الواهب<sup>(3)</sup>.

#### - شرط خلو الإرادة من العيوب المفسدة لها:

تطبيقاً للقواعد العامة عيوب الرضا في عقد الهبة هي عيوبه في أي عقد آخر، فيعيب إرادة المتعاقدين - إرادة الواهب بوجه خاص - أن تكون مشوبة بغلط أو تدليس أو إكراه أو إستغلال<sup>(4)</sup>.

(1) نعيمة تمار، فريدة العقون، الهبة في العقار، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص أحوال شخصية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2015/2014، ص16.

(2) أنظر المادة 107 من قانون رقم 84-11 يتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) ياسمين كشاد، الهبة في العقار، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون الأسرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، 2016، ص ص29-30.

(4) عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية الهبة والشركة والقرض والدخل الدائم والصالح، م2، ج5، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، د س ن، ص107.

**ب. ركن المحل:**

المحل في عقد الهبة هو الشيء الموهوب، والشيء الموهوب محل دراستنا يتمثل في العلامة التجارية، لذا كي تصلح هذه الأخيرة أن تكون محلا لعقد الهبة لابد من توافر شروط معينة وهي:

- أن تكون العلامة التجارية الموهوبة مملوكة للواهب: ويستنتج هذا الشرط من خلال نص المادة 205 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص على أنه: « يجوز للواهب أن يهب ممتلكاته أو جزء منها عينا أو منفعة أو ديناً»، ولأن القاعدة تنص على استحالة تملك ما ليس بمملوك<sup>(1)</sup>.
  - أن تكون العلامة التجارية الموهوبة موجودة وقت الهبة: إن ضرورة وجود محل العقد شرط قائم في كل العقود الفورية التي تفيد التملك في الحال عند إبرام هذه العقود وما دامت الهبة عقد فوري فإن العلامة التجارية محل عقد الهبة يشترط وجودها ساعة العقد<sup>(2)</sup>.
  - أن تكون العلامة التجارية الموهوبة مشروعة وقابلة للتعامل فيها: بمعنى أن تكون العلامة الموهوبة ممكن التصرف فيها بالبيع أو الرهن أو تملكها للغير أي أنها غير منقضية وغير مخالفة للقانون<sup>(3)</sup>.
  - أن تكون العلامة التجارية محل الهبة معينة وقت قيام الهبة بمعنى وجوب تعيين العلامة المراد وهبها ويكون هذا التعيين وقت قيام الهبة<sup>(4)</sup>.
- ج. ركن السبب:**

يقصد به الباعث الدافع الذي أدى بالواهب إلى التبرع بعلامته التجارية بدون مقابل ويجب أن يكون هذا الباعث مشروع، ويكون غير مشروع إذا كانت الهبة هو إستدامة علاقة غير مشروعة بين واهب العلامة والموهوب له، أما إذا إقترنت الهبة بسبب غير مشروع كأن يهب

(1) عمار نكاح، إنتقال الملكية العقارية في قانون الأسرة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة قسنطينة، 2007/2008، ص182.

(2) المرجع نفسه، ص185.

(3) كمال حمدي، الموارث والهبة والوصية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1988، ص158.

(4) المرجع نفسه، ص158.

شخص علامته لمطلقة ويشترط عليها عدم الزواج، هنا يلغى الشرط لمخالفته للقانون والنظام العام وصحت الهبة<sup>(1)</sup>

## 2- الأركان الشكلية لعقد الهبة:

لعقد الهبة أركان شكلية لا بد من توفرها وهي:

### أ. الكتابة:

ويقصد بالشكلية المطلوبة في عقد الهبة هي ضرورة إفراغ رضاء الطرفين الواهب والموهوب له في شكل رسمي على يد الموثق المختص، وما يبرر الشكلية في الهبة أنها عقد خطير لا يقع إلا نادراً ولدوافع قوية، حيث يتجرد الواهب من ماله دون مقابل وبذلك فالواهب في أشد الحاجة إلى التفكير، والشكلية تعينه على ذلك. والورقة الرسمية لما تتضمنه من إجراءات معقدة نافعة كل النفع لحماية واهب العلامة التجارية ونافعة للموهوب له نفسه، فإن الهبة عقد يسهل الطعن فيه، فخير للموهوب له أن يتسلح بهذه الرسمية للدفاع عن حقه<sup>(2)</sup>.

كما إشتطت المادة 206 من قانون الأسرة الجزائري زيادة على الرسمية الحيازة وذلك بتسليم الشيء الموهوب أيضاً وتمكينه الموهوب له من حيازته ويكون نقل الملكية تاماً مع كل ما ينتج من حقوق، فللموهوب له حق في التصرف فيه من بيع أو إستغلال أو إيجار<sup>(3)</sup>.

يكون إختلال شكل الهبة إذا لم توثق في ورقة رسمية صحيحة ولم يقيم الموهوب له في الوقت ذاته بتسلم العلامة التجارية الموهوبة له حتى تصبح الهبة، وفي هذه الحالة فإن الهبة تبطل بطلاناً مطلقاً ولا تنتج أثرها ومعنى ذلك أن العلامة التجارية محل الهبة تبقى ملكاً للواهب يستطيع أن يتصرف بها كما يريد. أما إذا قام الواهب أو ورثته بتسليم العلامة التجارية الموهوبة

(1) حمدي باشا عمر، عقود التبرعات " الهبة - الوصية - الوقف"، دار هومة، الجزائر، 2004، ص24.

(2) البشير سليخ، الهبة وأحكامها بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مذكرة مقدمة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: الأحوال الشخصية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2015، ص29.

(3) فريدة هلال، الهبة في ضوء القانون والقضاء الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2011/2010، ص ص55-56.

رغم بطلان الهبة فحينها لا يمكنهم إستردادها، أما إذا بطلت الهبة وقبل الورثة بهذا البطلان لا يمكن للموهوب له الاعتراض والمطالبة بملكية العلامة التجارية لأن الواهب يملك حق الرجوع عن الهبة إذا لم توثق كما يمكن له رفع دعوى البطلان في حالة أن عقد الهبة باطل ولكن الموهوب له مازال متمسك بالعلامة التجارية رغم البطلان<sup>(1)</sup>.

### ب. تسجيل عقد الهبة في سجل العلامات التجارية:

يقوم الواهب بتسجيل التصرف الذي وقع على العلامة التجارية وهي الهبة في سجل العلامات التجارية لدى المصلحة المختصة : المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، بإسم الموهوب له كي يصبح مالكا القانوني ويتمكن من التصرف في العلامة التجارية، فيقيد في سجل العلامات التجارية الهبة التي أدت إلى نقل ملكية العلامة التجارية من مالكا الواهب إلى مالكا الجديد الموهوب له وكل المعلومات التي توضح نقل ملكية العلامة<sup>(2)</sup>.

### ج. نشر عقد الهبة في الصحف الرسمية:

يعتبر نشر عقد الهبة في الصحف الرسمية شرط ضروري وإجراء لا بد من القيام به حتى يكون عقد هبة العلامة التجارية حجة على الغير، ويتم النشر في الصحف الرسمية بهدف إعلام الجمهور أن هذه العلامة التجارية قد أصبح لها مالك جديد<sup>(3)</sup>.

### الفرع الثاني: الآثار التي تترتب عن عقد الهبة:

الآثار التي تترتب على الهبة تنحصر في الإلتزامات المفروضة على الواهب، والإلتزامات المفروضة على الموهوب له إذا كانت الهبة بعوض، لذا سنتطرق إلى إلتزامات الواهب (أولا)، ثم إلتزامات الموهوب له (ثانيا).

(1) عبد الرزاق أحمد السنهاوي، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية الهبة والشركة والقرض والدخل الدائم والصلح، المرجع السابق، ص 69.

(2) فواز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص 32.

(3) المرجع نفسه، ص 33.

## أولاً: إلتزامات الواهب:

يترتب عن الهبة إلتزامات على الواهب نعرضها فيما يلي:

### 1 - إلتزام الواهب بنقل ملكية العلامة التجارية:

إلتزام الواهب بنقل ملكية العلامة التجارية تسري عليه القواعد العامة المنصوص عليها في إلتزامات البائع، فعقد الهبة إذن ينشئ في ذمة الواهب إلتزاماً بنقل ملكية العلامة التجارية للموهوب له وهذه الملكية تنتقل فوراً بمجرد تمام عقد الهبة<sup>(1)</sup>.

### 2 - إلتزام الواهب بتسليم العلامة التجارية:

إذا لم يكن الموهوب له قد تسلم العلامة التجارية، فإن الواهب يلتزم بتسليمها وتسري في ذلك الأحكام المتعلقة بتسليم المبيع.

ومن ثم على الواهب المحافظة على العلامة التجارية إلى أن يسلمها للموهوب له<sup>(2)</sup>.

### 3 - إلتزام الواهب بضمان التعرض والإستحقاق:

يفرض هذا الإلتزام على الواهب أن يتمتع عن كل عمل من شأنه التعرض للموهوب له، كإتلاف العلامة التجارية أو التصرف فيها لمصلحة شخص آخر، كما أن عليه أن يضمن التعرض الصادر من الغير إلا أن المشرع الجزائري لم يعالج هذا الأمر في قانون الأسرة لذا لم يبقى إلا الرجوع إلى المادة 222 من القانون المدني الجزائري الذي يحيل إلى أحكام الشريعة الإسلامية التي تقضي بأن لا ضمان على الواهب في حالة الإستحقاق إلا إذا كان تحت شرط خاص، أو إتفاق أو كان الإستحقاق راجع إلى فعل الواهب<sup>(3)</sup>.

(1) محمد يوسف عمرو، الميراث والهبة دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص262.

(2) فريدة هلال، المرجع السابق، ص64.

(3) محمد بن أحمد تقيّة، دراسة عن الهبة في قانون الأسرة الجزائري مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية والقانون المقارن، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 2003، ص248.

#### 4- إلتزام الواهب بضمان العيوب الخفية:

الأصل في الهبة أن الواهب لا يضمن العيوب الخفية لأنه متبرع ومع ذلك إذا تعمد الواهب إخفاء العيب كان ملزماً بتعويض الموهوب له عن الضرر الذي سببه العيب، على أن يكون هذا التعويض أقل من التعويض المتعارف عليه في عقد البيع<sup>(1)</sup>.

#### ثانياً: إلتزامات الموهوب له:

تتمثل إلتزامات الموهوب له فيما يلي:

#### 1 - إلتزام الموهوب له بالعوض:

يفرض على الموهوب له القيام بإلتزام معين مقابل الهبة وهذا ما أكدته المادة 202 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص في فقرتها الثانية على: «للوأهب أن يشترط على الموهوب له القيام بإلتزام يتوقف تمامها على إنجاز الشرط»<sup>(2)</sup>.

وإشترط العوض لا يخرج عقد الهبة عن طبيعته التبرعية وكي يتحقق هذا الغرض المشترط يجب أن يكون أقل من قيمة الشيء الموهوب لأن حصول ذلك يجعل العقد معاوضة والعوض المشترط قد يكون لصالح الموهوب له أو لصالح الغير<sup>(3)</sup>.

فإذا أخل الموهوب له بتأدية العوض دون أي عذر مقبول كان للوأهب أو لورثته من بعده المطالبة بالتنفيذ العيني وإجباره على العوض متى كان ممكن أما إذا كان مستحيلاً يعرض الواهب على الضرر الذي لحق به<sup>(4)</sup>.

(1) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية الهبة والشركة والقرض والدخل الدائم والصالح، المرجع السابق، ص 107.

(2) قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) خليفة الخروبي، العقود المسماة " الوكالة - البيع - المعاوضة - الكراء - الهبة"، طبعة منقحة ومزودة، مجمع الأطرش للكتاب المختص، تونس، 2013، ص 350.

(4) فريدة هلال، المرجع السابق، ص 38.

## 2- إلتزام الموهوب له بنفقات الهبة:

الأصل أن تكون نفقات الهبة على الموهوب له وذلك باعتبار ألا يجمع الواهب بين التجرد من ماله دون مقابل وبين تحمله مصروفات العقد ورسوم تسجيل العقد ومصروفات تسليم العلامة التجارية ونفقات الموثق في مرحلة إنتقال ملكية العلامة التجارية للموهوب له، كما يجوز الإتفاق على أن تكون هذه النفقات على الواهب<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني

#### نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الوصية

تعد الوصية من التصرفات القانونية الناتجة عن الإرادة المنفردة للموصي، وذلك نظراً لأهميتها وكثرة إنتشارها وإستعمالها في الحياة العملية، والوصية باعتبارها من التصرفات المضافة لما بعد الموت، ومن أهم التصرفات المالية القانونية في المجتمع قد عمل المشرع الجزائري على معالجتها ووضع لها أحكاماً ونصوصاً قانونية تضبطها وتنظمها، ونبتاول في هذا المبحث مفهوم الوصية (الفرع الأول)، ثم أسباب عدم نفاذ الوصية الواقعة على العلامة التجارية (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: مفهوم الوصية:

تعتبر الوصية من العقود التي تصدر بإرادة منفردة، والوصية من العقود التبرعية نص القانون المدني عليها ضمن أسباب كسب الملكية، ومن خلال هذا الفرع سنتعرض إلى تعريف الوصية (أولاً)، ومن ثم بيان أركان الوصية (ثانياً).

(1) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية، الهبة و الشركة و القرض و الدخل الدائم و الصلح، المرجع السابق، ص176.

## أولاً: تعريف الوصية:

### 1- تعريف الوصية لغة:

هي الوصل يقال وصيت كذا بكذا بمعنى وصلته و هو من باب الوعد و وصى إلى فلان توصية و أوصى ايضاء بمعنى واحد أي أنه جعله وصيا من بعده و معناه من إنسان حي إلى إنسان حي على نية التبرع إلى جهة خيرية على أن تنفذ الوصية بعد وفاة الموصي و يكون التنفيذ على عاتق الورثة<sup>(1)</sup>.

### 2- تعريف الوصية اصطلاحاً:

و هنا سنتطرق إلى تعريف الوصية فقهاً، ثم تعريفها قانوناً.

#### أ. التعريف الفقهي للوصية:

عرف الفقهاء الوصية بتعريفات كثيرة و متعددة نذكر منها:

#### - الحنفية:

عرف الحنفية الوصية بأنها تملك مضاف إلى ما بعد الموت بطريق التبرع<sup>(2)</sup>.

#### - الشافعية:

عرف الشافعية الوصية بأنها حق مضاف إلى ما بعد الموت<sup>(3)</sup>.

#### - المالكية:

عرف المالكية الوصية بأنها عقد يوجب حقاً في ثلث عاقده، يلزم بموته أو نيابة عنه بعده، و بهذا التعريف فإن عقد الوصية يترتب عليه أمرين و هما:

- ملكية الموصى له ثلث مال العاقد (الموصي) بعد موته بحيث لا يكون العقد لازماً إلا بعد الموت، أما قبل الموت فلا يكون العقد لازماً.

(1) صارة كبابي، المرجع السابق، ص 28.

(2) محمد خليل، محسن الديسي، أحكام الوصية و الميراث و الوقف في الفقه و القانون، الآفاق المشرقة ناشرون، أبوظبي، 2009، ص 22.

(3) أحمد محمود الشافعي، أحكام الموارث و الوصايا و الوقف في الشريعة الإسلامية، النقابة الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 195.

- نيابة عن الموصي في التصرف، فالموصي إما أن يوصي بإقامة نائب عند موته (وصي) و إما أن يوصي بمال، و بعض المالكية عرف الوصية بما عرفها به الحنفية، و لا يخفى أن الأول يشمل الوصية إقامة الوصي بخلاف الثاني<sup>(1)</sup>.

#### - الحنابلة:

عرف الحنابلة الوصية على أنها أمر بالتصرف بعد الموت كأن يوصي شخصا بأن يقوم على أولاده الصغار أو يزوج أولاده أو يفرق ثلث ماله إلى غير أو نحو ذلك<sup>(2)</sup>.

#### ب. التعريف القانوني للوصية:

عرف المشرع الجزائري الوصية في المادة 184 من قانون الأسرة بأنها: « تملك مضاف إلى ما بعد الموت بطريق التبرع»<sup>(3)</sup>، و يقصد بها أن الوصية تصرف يقوم به الشخص قبل موته بالتبرع بالعلامة التجارية و نقل ملكيتها إلى شخص آخر دون عوض على سبيل التملك<sup>(4)</sup>.

#### ثانيا: أركان الوصية:

يستلزم لصحة الوصية أمور أساسية لتأخذ صفتها الشرعية والقانونية، يمكن إجمالها في أربع عناصر لا توجد إلا بها، وهي الصيغة، الموصي، الموصى له، الموصى به، وسنتطرق إلى ذلك مع ذكر شروط صحة ونفاذ كل ركن من أركان الوصية، لأنه إذا تخلف ركن من أحد هذه الأركان لا تصح الوصية.

#### 1- ركن الصيغة:

يعتبر الإيجاب تعبير عن الصيغة في الوصية أي يكون إنشاء الوصية بالإيجاب وحده المعبر من طرف الموصي بالعلامة التجارية وقبول القابل بالعلامة التجارية وحجتهم في ذلك

(1) حنان مساعدي، حليلة زويش، المرجع السابق، ص78.

(2) محمد خليل، محسن الديسي، المرجع السابق، ص23.

(3) قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة، المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) صارة كبابي، المرجع السابق، ص28.

أن الوصية عقد يتم بتوافق إرادتين لأنه يؤدي إلى تملك العلامة التجارية للموصى له، ويتم هذا التملك بتطابق الإيجاب والقبول<sup>(1)</sup>.

ويقصد بالإيجاب في الوصية هو ما عبر عنه الموصي في تخصيص العلامة التجارية ويقوم بإضافتها إلى ملكية الموصى له بعد وفاة الموصي<sup>(2)</sup>.

ويشترط في انعقاد الوصية أن يكون بالعبرة أو الكتابة كما يجوز إنعقادها بالإشارة في حالة عدم قدرة الموصي على النطق والكتابة<sup>(3)</sup> وهناك لابد أن يكون اللفظ والقول صريحين كأن يصدر من الموصي عبارة دالة على إرادته في الإيصاء ويقول أوصيت لفلان بالعلامة التجارية، وقد يكون اللفظ ضمنياً يفهم من خلاله أن التصرف هو وصية كأن يقول الموصي: أعطوا أو هبوا العلامة التجارية بعد موته<sup>(4)</sup>، وكان ذلك وصية ضمنية، والكلام في الواقع هو الوسيلة المثلى للتعبير عن إرادة الشخص<sup>(5)</sup>، إلا أنه في حالة فقدان الموصي قدرته على التعبير باللفظ أجاز له التعبير بالكتابة، أما إذا كان الموصي عاجز عن النطق والكتابة فيمكنه في هذه الحالة أن يشير إلى وصيته للعلامة التجارية بالإشارة المفهومة في الوصية بالنسبة للآخرين<sup>(6)</sup>.

أما قبول الموصى له بالعلامة التجارية فهو شرط وليس ركن، إذ أن الوصية تنعقد بإيجاب الموصي وحده وأن القبول شرط لنفاذها ولزومها وذلك لأن الوصية تصرف مضاف إلى ما بعد الموت وبالتالي قبول الموصى له لا قيمة له ما دام الموصي يستطيع الرجوع في الوصية قبل الموت<sup>(7)</sup>، وبذلك فقبول الموصى له لا يعتد به إلا بعد وفاة الموصي<sup>(8)</sup>.

(1) صارة كبابي، المرجع السابق، ص 28-29.

(2) محمد أحمد شحاتة حسين، الوجيز في الموارث والوصية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 150.

(3) المرجع نفسه، ص 151.

(4) محمد زهدور، الوصية في القانون المدني الجزائري والشرعية الإسلامية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د س ن، ص 65.

(5) مايا دقايشية، الرجوع في عقود التبرع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 89.

(6) حكيم دريالي، المرجع السابق، ص 25.

(7) حنان مساعدي، حليلة زويش، المرجع السابق، ص 94.

(8) مصطفى إبراهيم الزلمي، أحكام الميراث والوصية وحق الإنتقال في الفقه الإسلامي المقارن والقانون، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 169.

## 2- ركن الموصي:

لتكون الوصية صحيحة ونافذة لابد من توافر وقيام شروط وصفات بالموصي لا تصح الوصية بدونها وهي ما عدتها المادة 186 من قانون الأسرة بقولها: « يشترط في الوصي أن يكون سليم العقل، بالغاً من العمر تسع عشر (19) سنة على الأقل»<sup>(1)</sup>.

أ. **سلامة العقل:** أي أن يكون الموصي أهلاً للتبرع أي سليم العقل، فإذا إنعدم العقل والتمييز فلا وصية وبذلك لا تصح وصية المجنون والمعتوه، فإذا قام بالوصية موصي لم يكن في كامل قواه العقلية أثناء تأديته للوصية أو أصيب بالجنون فالوصية التي محلها العلامة التجارية قابلة للإبطال لأن سلامة العقل شرط لصحة الوصية<sup>(2)</sup>.

ب. **بلوغ سن 19 سنة كاملة:** لابد أن يكون الموصي بالغاً، إذ تعتبر الوصية الصادرة من ناقص الأهلية قابلة للإبطال<sup>(3)</sup>.

إلى جانب هذين الشرطين (سلامة العقل وبلوغ السن القانوني) في نفاذ صحة الوصية تجدر الإشارة إلى عنصر الرضا الذي لابد أن يتوفر في الوصية من طرف الموصي لأن المكره لا تصح وصيته وبالتالي إذا قام الموصي بوصيته وهو كان مكرهاً فوصيته التي محلها العلامة التجارية تكون باطلة لإنعدام الرضا سواء كان الإكراه من الموصى له أو من غيره<sup>(4)</sup>.

## 3- ركن الموصى له:

حتى تصح الوصية لابد من توافر شروط في الموصى له وهي:

أ. **أن يكون الموصى له موجوداً:** وهذا عند إنشاء الوصية ويكون إما حقيقة أو حكماً كالحمل مثلاً، وقد تعرضت المادة 187 من قانون الأسرة لمسألة الحمل فأجازت الإيصاء للحمل

<sup>(1)</sup> قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(2)</sup> البشير بن دنيدينة، الوصية والوقف عند مرض الموت، مذكرة نهاية الدراسة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2015/2014، ص31.

<sup>(3)</sup> المرجع نفسه، ص31.

<sup>(4)</sup> عمار نكاح، المرجع السابق، ص133.

شريطة أن يولد حيا، كما نصت على ذلك المادة 25 في فقرتها الثانية من القانون المدني الجزائري<sup>(1)</sup>.

ب. أن يكون الموصى له معلوما: أي أن لا يكون مجهولاً جهالة يستحيل رفعها لأن جهالة الموصى له تمنع إستلام العلامة التجارية الموصى بها بعد وفاة الموصي مما يبطل الوصية<sup>(2)</sup>.

ج. أن لا يكون الموصى له قاتلا للموصي: نصت المادة 188 من قانون الأسرة: « لا يستحق الوصية من قتل الموصي عمداً»<sup>(3)</sup>، وهذا يعني حرمان الموصى له الذي قتل الموصي لتعجيل الحصول على العلامة التجارية الموصى بها سواء قتله بنفسه أو كان شريكاً في قتله أو حرض لقتله لأن هذا يحرم الوصية وتصبح غير نافذة في حقه<sup>(4)</sup>.

د. أن يكون الموصى له أهلا للتملك: أي أن يكون الموصى له أهلا للتملك حقيقة كالإنسان أو تقديراً كالشخص المعنوي، فلا تصح الوصية لمن ليس أهلا للتملك كمن يوصي بعلامته التجارية لحيوان مثلا فتكون وصيته باطلة على أساس أن الموصى له غير قابل للتملك والإستحقاق<sup>(5)</sup>.

هـ. أن لا يكون الموصى له جهة معصية: المقصود بالجهة المعصية هي الجهة المحرمة شرعا وقانونا، كأن يوصي الموصي بعلامته التجارية لخليته أو لدور الفسق وجمعيات الأشرار، وذلك لأن الوصية شرعها الله للإصلاح والخير، العبرة في العقود بالقصد والنية، ولهذا يشترط أن لا تكون منافية لمقاصد الشرع وتخالف القانون<sup>(6)</sup>.

(1) البشير بن ديندينة، المرجع السابق، ص31.

(2) محمد زهدور، المرجع السابق، ص73.

(3) قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) فريزة دحماني، الوصية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الثامنة عشر، الجزائر 2010، ص21.

(5) العربي بلحاج، الوجيز في شرح قانون الأسرة الجزائري، ج2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص ص258-259.

(6) العربي زنتو، حماية الورثة من الوصية المستترة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2015/2014، ص22.

و. أن لا يكون الموصى له وارث للموصي: جاء في المادة 189 من قانون الأسرة الجزائري: « لا وصية لوارث إلا إذا أجازها الورثة بعد وفاة الموصي»<sup>(1)</sup>.

فالأصل في الوصية للوارث المنع لكن قد تصح بإجازة الورثة إذا كانت مبنية على أسباب مشروعة يقدرها القاضي في حالة النزاع<sup>(2)</sup>، ويجب أن لا تتجاوز الثلث لأن نص المادة 185 من قانون الأسرة جاء فيها: « تكون الوصية في حدود ثلث التركة وما زاد على الثلث تتوقف على إجازة الورثة» فالجمع بين نص المادة 189 ونص المادة 185 من قانون الأسرة الجزائري يدلنا على أن الوصية تتضبط بضابطين هما أن يجيزها الورثة الآخرون وأن تكون في حدود الثلث<sup>(3)</sup>.

#### 4- ركن الموصى به:

ونقصد بالموصى به هو محل الوصية وهي العلامة التجارية وحسب المادة 190 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص على أنه: « للموصي أن يوصي بالأموال التي يملكها والتي تدخل في ملكه قبل موته عينا أو منفعة»<sup>(4)</sup>، وبناء عليه يشترط في الموصى به ما يلي:

أن تكون العلامة التجارية الموصى بها مملوكة للموصي أي هو المالك الفعلي للعلامة التجارية وبإمكانه التصرف فيها بطرق قانونية<sup>(5)</sup>، ومن الشروط أيضا هي أن تكون العلامة التجارية قابلة للتملك بعد وفاة الموصي<sup>(6)</sup>، وتكون الوصية صحيحة إذا كانت سندات ووثائق

<sup>(1)</sup> قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(2)</sup> عمار نكاح، المرجع السابق، ص 136.

<sup>(3)</sup> قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(4)</sup> قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(5)</sup> نعيمة بريش، عقود التبرعات دراسة مقارنة بين قانون الأسرة والفقه الإسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2018، ص 89.

<sup>(6)</sup> فشار عطاء الله، أحكام الميراث في قانون الأسرة الجزائري، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 72.

العلامة التجارية موجودة أثناء قيام الوصية<sup>(1)</sup>، وأيضاً أن تكون العلامة التجارية صالحة أن تكون إرث وتصح أن تكون محلاً للوصية وبصلح التعامل فيها<sup>(2)</sup>.

## الفرع الثاني: أسباب عدم نفاذ الوصية الواقعة على العلامة التجارية:

ومن هذه الأسباب نجد:

### أولاً: رجوع الموصي عن الوصية الواقعة على العلامة التجارية:

كما ذكرنا سابقاً الوصية عقد غير لازم في حياة الموصي، من ثم كان له الرجوع عنها كلاً أو بعضاً في أي وقت شاء، والرجوع عن الوصية يكون بالقول الصريح أو بالقول الضمني.

#### 1- الرجوع الصريح في الوصية الواقعة على العلامة التجارية:

الرجوع الصريح يكون بالألفاظ التي تصدر من الموصي صراحة فتدل على أنه رجع عن التوصية بالعلامة التجارية للموصى له كأن يقول رجعت عن وصيتي بالعلامة التجارية للموصى له أو أبطلها أو لا تعطوا هذه العلامة التجارية للموصى له أو نقضتها أو رددتها<sup>(3)</sup>، ولا يعتبر نقض الوصية قول الموصي ندمت أو تعجلت أو قوله أخرتها لأن التأخير لا يستلزم السقوط كتأخير سداد الدين<sup>(4)</sup>.

و نص عليه المشرع الجزائري واعتبره كوسيلة يتبعها الموصي بالرجوع في وصيته قيد حياته، من خلال نص المادة 192 من قانون الأسرة الجزائري على أنه: «يجوز الرجوع في الوصية صراحة، فالرجوع الصريح يكون بوسائل إثباتها..»<sup>(5)</sup>.

(1) نعيمة بريش، المرجع السابق، ص90.

(2) صارة كبابي، المرجع السابق، ص31.

(3) نسيم شيخ، أحكام الرجوع في التصرفات التبرعية في القانون الجزائري، الهيئة، الوصية، الوقف، دراسة مقارنة مدعمة بالأحكام والإجتهادات القضائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص288.

(4) مايا دقايشية، المرجع السابق، ص53.

(5) قانون رقم 84-11، المتضمن قانون الأسرة المعدل والمتمم، السالف الذكر.

ومنه خول المشرع للموصي ممارسة حقه في الرجوع مطلقا وأجاز له ذلك أثناء حياته<sup>(1)</sup>.

ولم يقيد به بأي شرط، فإذا كانت الوصية مكتوبة وتم التصريح بها على يد موثق فيكون الرجوع عن الوصية بالعلامة التجارية بنفس الكيفية أي الرجوع بالتصريح أمام الموثق وإذا تمت بشهادة الشهود، ولم تكون مكتوبة كان الرجوع عن الوصية بالعلامة التجارية بالإشهاد على ذلك أيضا<sup>(2)</sup>.

## 2- الرجوع الضمني في الوصية الواقعة على العلامة التجارية:

الرجوع الضمني يتحقق بكل تصرف قانوني يقوم به الموصي بعد إبرام عقد الوصية بالعلامة التجارية ويستخلص منه الرجوع فيها<sup>(3)</sup>، كأن يقوم بالتصرف بالعلامة التجارية الموصى بها بالبيع أو الهبة، الرهن، أو كل تصرف آخر يمس موضوع الوصية بالعلامة التجارية<sup>(4)</sup>.

### ثانيا: مبطلات الوصية الواقعة على العلامة التجارية:

تصح الوصية إذا تحققت الضوابط التي سبق ذكرها أنفا وإذا لم تتحقق هذه الضوابط أو بعضها فإن الوصية تبطل ومن مبطلات الوصية ما يلي:

من مبطلات الوصية جنون الموصي خلال الفترة الواقعة بين الوصية ووفاته وسواء إتصل الموت بهذا الجنون أم لا فالوصية تبطل بسبب فقدان الموصي أهليته<sup>(5)</sup>.

(1) حنان مساعدي، حليلة زويش، المرجع السابق، ص 99.

(2) الرشيد بن شويخ، الوصية والميراث في قانون الأسرة الجزائري، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2008، ص 31.

(3) فابيزة عين السبع، الرجوع في التصرفات التبرعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأسرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014/2015، ص 101.

(4) حمدي باشا عمر، عقود التبرعات، الهبة، الوصية، الوقف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2014، ص 75.

(5) مصطفى إبراهيم الزلمي، المرجع السابق، ص 235.

ومن المبطلات أيضا موت الموصى له بوصية العلامة التجارية هنا تكون الوصية باطلة وذلك حسب المادة 201 من قانون الأسرة الجزائري التي تنص: « تبطل الوصية بموت الموصى له قبل الموصي»<sup>(1)</sup>.

ونجد أيضا من مبطلات الوصية قتل الموصي عمداً من طرف الموصى له بهدف تعجيله للوصية وأخذ العلامة التجارية فمن قتل أو تسبب في قتل الموصي عمداً فاعلاً أصلياً أم شريكاً لا يستحق الوصية وبالتالي في هذه الحالة تبطل الوصية وذلك إستناداً لنص المادة 188 من قانون الأسرة الجزائري<sup>(2)</sup>.

كما يمكن أن تبطل الوصية أيضا في حالة رد الوصية من طرف الموصى له بعد وفاة الموصي ونصت المادة 201 من قانون الأسرة الجزائري: « تبطل الوصية بموت الموصى له قبل الموصي أو بردها»<sup>(3)</sup>، كما تبطل الوصية أيضا في حالة هلاك الموصى به فهلاك العلامة التجارية الموصى بها يؤدي إلى بطلان الوصية لأنه لا يمكن تنفيذها فمحله صار غير موجود<sup>(4)</sup>.

(1) حكيم دربالي، المرجع السابق، ص45.

(2) كمال صمامة، « تصرفات المريض مرض الموت في الوصية بين الشريعة الإسلامية وقانون الأسرة الجزائري»، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، أبريل 2019، ص409.

(3) المرجع نفسه، ص409.

(4) سليمان بناي، سفيان بناي، عقود الإرادة المنفردة بين الشريعة والقانون، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012، ص11.

# الفصل الثاني

التصرفات القانونية الواردة  
على العلامة التجارية غير الناقلة  
للملكية

بالإضافة إلى التصرفات الناقلة للملكية السالفة الذكر يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يتصرف في علامته دون أن يؤدي ذلك إلى نقل ملكيتها، حيث يحتفظ المالك بملكيتها، ومن بين هذه التصرفات نجد: الرهن الذي يلجأ من خلاله التاجر إلى رهن علامته التجارية لغاية الحصول على الأموال اللازمة لإستمرار تجارته، و قد يرى مالك العلامة التجارية ضرورة إستثمار علامته التجارية و الحصول على الأرباح و توسيع تجارته و يكون ذلك من خلال إبرام عقد الترخيص لإستغلال علامته التجارية إلى الغير.

وعليه تم تسليط الضوء في هذا الفصل على عقد رهن العلامة التجارية في (المبحث الأول)، وعقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في (المبحث الثاني).

## المبحث الأول

### رهن العلامة التجارية

منح القانون لمالك العلامة التجارية صلاحية إبرام مختلف التصرفات القانونية على حقه في علامته، فله حق إتخاذها وسيلة للحصول على الائتمان و السيولة اللازمة لتجارته من خلال رهنها لمصلحة المرتهن لتقديمها كضمان لديونه.

و عليه نتطرق في هذا المطلب إلى تحديد مفهوم عقد رهن العلامة التجارية في (المطلب الأول)، ثم إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية في (المطلب الثاني).

### المطلب الأول

#### مفهوم عقد رهن العلامة التجارية

للوصول إلى فكرة شاملة حول رهن العلامة التجارية لابد من الحديث عن مفهوم هذا العقد من حيث تعريفه و بيان الشروط التي يتطلبها إنعقاده في (الفرع الأول) و الآثار المترتبة عن عقد الرهن الوارد على العلامة التجارية في (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: تعريف عقد رهن العلامة التجارية وشروط إنعقاده:

لتوضيح فكرة الرهن أكثر سنتطرق (أولا) إلى تعريف عقد رهن العلامة التجارية، ثم تحديد شروط إنعقاد رهن العلامة التجارية بما فيه الشروط الموضوعية وكذا الشروط الشكلية (ثانيا).

#### أولا: تعريف عقد رهن العلامة التجارية:

كون العلامة التجارية من الأموال المنقولة، فإن مالكيها لا يستطيع أن يحصل على الائتمان بضمانها إلا عن طريق رهنها رهنا حيازيا<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> أحمد بولونين، المختصر في القانون التجاري الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2011، ص90.

وعرف الرهن بأنه قيام الراهن بتقديم العلامة التجارية للمرتهن كضمان له من أجل الحصول على ما يمكنه من إستيفاء حقه بالأولية، فيلتزم المرتهن مسك أوراقها والبضائع التي تحملها العلامة التجارية إلى غاية إستيفائه لدينه من الراهن<sup>(1)</sup>.

باعتبار العلامة التجارية عنصر من عناصر المحل التجاري فهي تخضع لقواعد رهن المحل التجاري وهو الرهن الحيازي التجاري سواء من حيث شروط الإنعقاد أو من حيث الآثار وهنا العلامة تبقى في حيازة مالكيها رغم وقوع الرهن عليها<sup>(2)</sup>.

والعلامة التجارية تعد مشمولة في عملية الرهن الحيازي للمحل التجاري إلا إذا كانت الأطراف المتعاقدة قامت بذكرها صراحة بأن يتم رهنها مستقلة عن المحل التجاري، إلا أنه سواء كان الرهن شامل للمحل التجاري والعلامة التجارية أو كانا مستقلين فإن الرهن الذي يطبق عليهما واحد<sup>(3)</sup>.

## ثانيا: شروط إنعقاد عقد رهن العلامة التجارية:

لإنعقاد عقد رهن العلامة التجارية لابد من توافر عدة شروط منها الشروط الموضوعية والشروط الشكلية.

### 1 - الشروط الموضوعية لعقد رهن العلامة التجارية:

يشترط لإنشاء الرهن توفر نوعين من الشروط الموضوعية: شروط موضوعية عامة وشروط موضوعية خاصة.

(1) أحمد بولونين، المرجع السابق، ص 90.

(2) مريم عاشور، تسعديت عبد الكريم، التصرفات الواردة على العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/، 2014 ص 80.

(3) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، نشر وتوزيع ابن خلدون، الجزائر، 2001، ص 255.

أ. الشروط الموضوعية العامة:

يشترط لصحة عقد رهن العلامة التجارية أن تتوفر الشروط الموضوعية اللازمة لصحة الرهن والمتمثلة في التراضي، المحل، السبب والأهلية القانونية حسبما تقضي به القواعد العامة<sup>(1)</sup>.

- **التراضي:** فيتعين وجود عنصر التراضي بحيث يكون الرضا أي الإيجاب والقبول خاليين من العيوب، وغير مشوبين بغلط أو تدليس أو إكراه<sup>(2)</sup>، حيث يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية<sup>(3)</sup>، ولا يكون التراضي صحيحاً إلا بتوفر الأهلية القانونية.

- **المحل:** يشترط أن تكون العلامة التجارية محل الرهن معينة تعييناً كافياً، وإلا كان عقد الرهن باطلاً<sup>(4)</sup>.

- **السبب:** طبقاً للقواعد العامة في الرهن الحيازي لا بد أن يكون الدافع من إبرام عقد الرهن الذي محله العلامة التجارية سبباً ودافعاً مشروعاً وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة، ولقد فصل في هذه الشروط في موضوع عقد بيع العلامة التجارية سابقاً<sup>(5)</sup>.

ب. الشروط الموضوعية الخاصة:

يجب توفر شروط موضوعية خاصة بعقد رهن العلامة التجارية سواء بالنسبة لأطراف عقد رهن العلامة التجارية أو بالنسبة للعلامة التجارية المرهونة، أو بالنسبة للدين المضمون.

<sup>(1)</sup> نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري (المحل التجاري والعمليات الواردة عليه)، ج 1 و ج 2، دار هومة، الجزائر 2011، ص 110.

<sup>(2)</sup> محمد فريد العريني، جلال وفاء محمدين، القانون التجاري (الأعمال التجارية - التاجر - المحل التجاري)، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 1998، ص 451.

<sup>(3)</sup> انظر المادة 59 من أمر 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(4)</sup> انظر المادة 94 من أمر 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

<sup>(5)</sup> تنص المادة 97 من القانون المدني الجزائري: « إذا إلتزم المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام والآداب العامة كان العقد باطلاً ».

- بالنسبة للراهن:

هو أحد أطراف عقد رهن العلامة التجارية وهو الشخص الذي يقدم علامته التجارية كضمان لدين عليه والراهن ليس شرطاً أن يكون مديناً، فقد يكون كفيلاً عينياً<sup>(1)</sup>، يجب أن يكون الراهن مالكا للشيء المرهون فلا يصح الرهن إلا إذا أقره المالك الحقيقي<sup>(2)</sup>، فإذا وقع الرهن من غير مالك العلامة التجارية فهو رهن باطل، والبطان هنا نسبي، لأنه مقرر لمصلحة مالك العلامة التجارية<sup>(3)</sup>، كما يجب أن يكون المدين الراهن أهلاً للتصرف إذ يجب أن يكون راشداً وأن تكون إرادته خالية من العيوب أثناء إبرامه عقد الرهن وإلا كان التصرف باطلاً.

- بالنسبة للعلامة التجارية محل الرهن:

إذ يجب أن تكون العلامة التجارية المرهونة مسجلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لكي يستطيع الراهن التصرف بها بالرهن أو البيع أو غير ذلك وبعد قيام عقد الرهن يتم قيد الرهن الوارد على العلامة التجارية في السجل التجاري وسجل العلامات والنشر في الصحف الرسمية<sup>(4)</sup>.

- بالنسبة للدين المضمون:

يقوم الراهن برهن علامته التجارية مقابل الحصول على مبلغ معين ويكون الرهن تأمينا لدين المرتهن الذي في ذمة الراهن مقابل رهن العلامة التجارية ولا بد أن يكون هذا الدين المضمون مشروعاً غير مخالف للنظام العام والآداب العامة وأن يكون معيناً أو قابلاً للتعيين<sup>(5)</sup>.

(1) رضوان جامع، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001، ص ص 22-23.

(2) نادية فضيل، المرجع السابق، ص 110.

(3) محمد فريد العريني، جلال وفاء محمد، المرجع السابق، ص 451.

(4) صارة كبابي، المرجع السابق، ص 36.

(5) علي بن غانم، الوجيز في القانون التجاري وقانون الأعمال، موفم للنشر، الجزائر، 2005، ص 200.

## 2- الشروط الشكلية لعقد رهن العلامة التجارية:

إضافة إلى الشروط الموضوعية لإنشاء رهن العلامة التجارية لابد من توافر الشروط الشكلية كذلك.

### أ. الكتابة:

إن القانون الجزائري حرصا منه على حماية الأطراف المتعاقدة والغير إشتراط في المادة 120 من القانون التجاري الجزائري أن يفرغ رهن العلامة التجارية في عقد رسمي وهو ركن شكلي ومن النظام العام وتخلفه يترتب عنه بطلان الرهن كما هو الحال بالنسبة لبيع العلامة التجارية، ومنه يكون إثبات الرهن الحيازي بعقد رسمي<sup>(1)</sup>، وبذلك منح صاحبه (الدائن المرتهن) وسيلة للتمليك بحقه في مواجهة الغير<sup>(2)</sup>.

### ب. قيد رهن العلامة التجارية في السجل التجاري:

لتنتم عملية رهن العلامة التجارية لابد من قيد الرهن في السجل التجاري وسبب هذا القيد هو أن يستطيع المرتهن الإحتجاج به إتجاه الغير وأن يكسب حق الأفضلية وحق التتبع لأنه إذا لم يتم قيد رهن العلامة التجارية في السجل التجاري خلال مدة أقصاها 30 يوما يعد الرهن باطل وتحسب مدة 30 يوم ابتداء من قيد الرهن في شكل رسمي<sup>(3)</sup>.

### ج. قيد رهن العلامة التجارية في سجل العلامات:

لابد أن يتم تقييد كل تصرف يقع على العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فهذه الجهة لديها سجل خاص بالعلامات التجارية يتم فيه تقييد كل التصرفات التي تطرأ على العلامة التجارية، فهنا

(1) بحر الندى سهلي، التصرفات الواردة على المحل التجاري، مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص60.

(2) نسرين شريقي، الأعمال التجارية (التاجر - المحل التجاري)، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2013، ص83.

(3) علي بن غانم، المرجع السابق، ص202.

لابد من الراهن أن يقوم بطلب التأشير على سجل العلامات التجارية بما يفيد رهن العلامة ويرفق بالطلب ما يثبت رهن العلامة الذي يكون على شكل سند قانوني كعقد الرهن، والغاية من هذا التسجيل هو الحماية الكافية للدائن المرتهن وكذلك حماية الراهن لحصوله على مقابل رهن علامته وحماية للعلامة التجارية بذاتها، ولا يكون هذا العقد حجة للمرتهن في حق الغير إلا من تاريخ تسجيل الرهن في سجل العلامات<sup>(1)</sup>.

#### د. نشر رهن العلامة التجارية في الصحف الرسمية:

لابد من نشر كل تغيير يطرأ على العلامة التجارية وعلى سجل العلامات التجارية ويعتبر قيد الرهن على سجل العلامات التجارية من التغييرات التي تطرأ على السجل حيث يتوجب نشر هذا التغيير في الصحف الرسمية حتى يكون هذا العقد حجة على الغير<sup>(2)</sup>.

#### الفرع الثاني: آثار عقد الرهن الوارد على العلامة التجارية:

يترتب على رهن العلامة التجارية آثار بالنسبة لثلاث أطراف: إذ يترتب آثار بالنسبة للمدين الراهن (أولاً)، وآثار بالنسبة للدائن المرتهن (ثانياً)، وكذا آثار بالنسبة للغير (ثالثاً).

#### أولاً: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للمدين الراهن:

عند إبرام عقد رهن العلامة التجارية في شكله الرسمي وإخضاعه للإجراءات المطلوبة يترتب إلتزامات على عاتق المدين الراهن كما يمنحه حقوقاً يتمتع بها.

#### 1 - إلتزامات المدين الراهن:

يلتزم المدين الراهن بـ:

أ. إنشاء المدين الراهن لحق الرهن: إن الإلتزام الرئيسي الذي يترتبه عقد الرهن الحيادي للعلامة التجارية على عاتق المدين الراهن هو إنشاء حق الرهن لصالح الدائن المرتهن على

(1) فوز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص ص 48-49.

(2) المرجع نفسه، ص 49.

العلامة التجارية المرهونة وفي هذا الحكم يشبه إلزام البائع بنقل ملكية العلامة إلى المشتري<sup>(1)</sup>.

**ب. ضمان المدين الراهن لسلامة الرهن:** إضافة إلى إلزام المدين الراهن بإنشاء حق الرهن للدائن المرتهن على العلامة التجارية التي يملكها، يقع على عاتقه أيضا إلزام آخر يتمثل في ضمانه لسلامة الرهن<sup>(2)</sup>، حيث تنص المادة 953 من القانون المدني الجزائري على أنه: « يضمن الراهن سلامة الرهن ونفاذه، وليس أن يأتي عملا ينقص من قيمة الشيء المرهون»، وتنص المادة 898 من القانون المدني الجزائري على أنه: « يلتزم الراهن بضمان سلامة الرهن...»<sup>(3)</sup>، نستنتج من خلال هاتين المادتين أنه يقع على عاتق المدين الراهن إلزام بالمحافظة على العلامة التجارية المرهونة وعدم القيام بأي عمل من شأنه المساس بقيمتها، كما عليه دفع كل إدعاء للغير بحق على هذه العلامة التجارية المرهونة<sup>(4)</sup>.

**ج. ضمان الهالك:** إضافة إلى إلزام الراهن بضمان التعرض يقع عليه أيضا إلزام آخر يتمثل في ضمانه هلاك العلامة التجارية المرهونة وهذا حسب نص المادة 899 من القانون المدني الجزائري والمقصود بالهلاك والتلف هو هلاك الضمان أي العلامة التجارية المرهونة، وليس فقط الهلاك المادي للعلامة التجارية المرهونة. وإنما يمتد ذلك أيضا إلى الهلاك القانوني وهو الذي يؤدي إلى خروج العلامة التجارية المرهونة من ذمة الراهن بشكل لا يستطيع معه الدائن المرتهن تتبعه<sup>(5)</sup>.

**د. الإلتزام بالإخطار:** يلتزم المدين الراهن بإخطار دائنيه عن أي عمل يريد القيام به متى كان ذلك العمل متعلق بالعلامة التجارية المرهونة، والعبرة من اشتراط هذا الإلتزام هو أن يكون الدائنين على علم بالوضعية الحقيقية للعلامة التجارية التي تشكل لهم ضمان من أجل

(1) عبد الرزاق أحمد السنهاوي، الوسيط في شرح القانون المدني في التأمينات الشخصية والعينية، ج 10، دار إحياء التراث العربي، لبنان، د س ن، ص 383.

(2) فريد كركادن، المرجع السابق، ص 192.

(3) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) فريد كركادن، المرجع السابق، ص 193.

(5) سمير عبد السيد تناغو، التأمينات الشخصية والعينية (الكفالة - الرهن الرسمي - حق الإختصاص - الرهن الحيازي - حقوق الإمتياز)، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 1997، ص 245.

إستيفائهم ديونهم، لأن أي تغيير في العلامة التجارية المرهونة قد يؤدي إلى الإنقاص من قيمتها، فمثلا إذا أراد المدين الراهن نقل مقر العلامة التجارية من مقرها الرئيسي من الجزائر العاصمة إلى وهران أو نقلها إلى بلد آخر<sup>(1)</sup>، أوجب عليه القانون تبليغ الدائنين بالمقر الجديد لعلامته خلال خمسة عشر يوما من قبل نقل مقر العلامة فعليا وعن طريق غير قضائي وهذا ما أكدته المادة 1/123 من القانون التجاري الجزائري<sup>(2)</sup>.

هـ. **الإلتزام بنفقات العقد والقيّد:** تنص المادة 2/883 من القانون المدني الجزائري على أنه: تكون مصاريف العقد على الراهن إلا إذا إتفق على غير ذلك» وتنص أيضا المادة 906 من نفس القانون على أنه: « تكون مصاريف القيد وتجديده وشطبه على الراهن ما لم يتفق على غير ذلك»، ويتضح لنا من خلال هاتين المادتين المتعلقتين بنفقات عقد الرهن الرسمي وقياسا على ذلك فإن كل المصاريف المترتبة عن عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية من قيد وتسجيل تقع على عاتق المدين الراهن ما لم يتم الإتفاق على خلاف ذلك<sup>(3)</sup>.

## 2- حقوق المدين الراهن:

سبق وأن قلنا أن عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية غير ناقل للحيازة، بحيث تظل تحت حيازة المدين الراهن، كما تبقى العلامة التجارية المرهونة في ملكية المدين الراهن ولا تنتقل إلى الدائن المرتهن لذلك من حق الراهن مواصلة إستغلال علامته التجارية حيث يجوز له أن يباشر من سلطات المالك ما لا يتعارض مع حقوق الدائن المرتهن وما لا يؤدي إلى المساس بسلامة العلامة التجارية المرهونة<sup>(4)</sup>.

## ثانيا: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للدائن المرتهن:

يرتب عقد رهن العلامة التجارية حقوقا لصالح الدائن المرتهن كما يلقي على عاتقه التزامات.

(1) فريد كركادن، المرجع السابق، ص202.

(2) مبروك مقدم، المحل التجاري، ط 4، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص78.

(3) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) نبيل إبراهيم سعد، التأمينات العينية والشخصية (الرهن الرسمي - حق الإختصاص - الرهن الحيازي - حقوق الإمتياز - الكفالة)، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2007، ص288.

## 1 - إلتزامات الدائن المرتهن:

يقع على عاتق الدائن المرتهن في حالة رغبته في التنفيذ على العلامة التجارية المرهونة بيعها بالمزاد العلني إلتزام بإنذار مالك العلامة التجارية المرهونة والدائنين المقيدين قبل صدور الحكم الذي أمر بالبيع، بالإطلاع على دفتر الشروط وبيان إعتراضاتهم أو ملاحظاتهم وحضورهم مرسى المزاد إذا رغبوا في ذلك<sup>(1)</sup>، وقد يتعدد ويختلف السبب الذي أدى بالدائن المرتهن إلى المطالبة بهذا الإجراء، فقد يكون نتيجة عدم إلتزام الراهن بالمحافظة على العلامة التجارية المرهونة، أو قام بنقل مقرها دون إخطار الدائن المرتهن بذلك، أو رفضه لعملية النقل بعد إخطاره، لأن أي تصرف يقوم به المدين الراهن يكون محله العلامة التجارية المرهونة يمكن أن يضر بهذا التصرف بالتأمين الممنوح للدائنين<sup>(2)</sup>.

## 2 - حقوق الدائن المرتهن:

إن المشرع سعيًا منه على حماية حقوق الدائن المرتهن لتأمين ديونه، فإن المشرع أكد على ضرورة أن تسجل كل العقود الواردة على العلامة التجارية بسجل العلامات لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، حيث أن قيد الرهن بهذا السجل يمنح المرتهن أثرين هامين هما حق الأولوية وحق التتبع<sup>(3)</sup>.

أ. **حق الأفضلية (حق الأولوية):** يقصد به تقرير الأولوية للدائن المرتهن في إستيفاء حقه من ثمن العلامة التجارية في حال بيعها عن باقي أصحاب الحقوق المضمونة التاليين له في

(1) أنظر المادة 1/127 من أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري الجزائري، ج ر عدد 101 مؤرخة في 19 ديسمبر 1975 المعدل والمتمم بالأمر رقم 05-02 المؤرخ في 6 فيفري 2005، ج ر عدد 11 مؤرخة في 9 فيفري 2005.

(2) فريد كاركادن، المرجع السابق، ص 205.

(3) العيد عامر، ملكية العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2007/2006، ص 53.

القيد وكذا الدائنين الآخرين فهذا يجوز للدائن المرتهن رفع دعوى بدفع المبالغ المستحقة على أن يكون قد أُنذر المدين الراهن خلال ثلاثين يوما قبل رفعه للدعوى<sup>(1)</sup>.

**ب. حق التتبع:** إن تصرف الراهن في العلامة التجارية المرهونة يمنح للدائن المرتهن الحق في تتبع العلامة التجارية في أي يد كانت متى حل أجل دينه ليقوم بالتنفيذ عليها ليستوفي حقه من العلامة التجارية<sup>(2)</sup>.

ويجوز للمتصرف إليه الذي إنتقلت إليه العلامة التجارية عن طريق تصرف الراهن أن يحمي نفسه من ملاحقة وتتبع المرتهن له أن يقوم بتبليغهم جميعا سواء المرتهن أو الدائنين الآخرين بمحل إقامتهم المختار منهم في قيودهم خلال (30) يوما من الإنذار بدفع المبلغ له ومن أنه مستعد لتسديد كافة الديون وهذا ما أكدته المادة 132 من القانون التجاري، كما يخول القانون للدائن المرتهن طلب بيع العلامة التجارية بالمزاد العلني من أجل إستفاء حقه ويتم هذا الطلب بتوقيع من المرتهن وإبلاغه المشتري والمالك الجديد بهذا الطلب وأنه عليهم الحضور أمام المحكمة<sup>(3)</sup>.

### ثالثا: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للغير:

ويقصد بالغير هنا الأشخاص الذين لهم دين في ذمة الراهن دون أطراف عقد الرهن وهم الدائنين العاديين<sup>(4)</sup>.

و لأن قيد رهن العلامة التجارية يعطي للدائن المرتهن حق الأولوية في إستيفاء حقه من ثمن بيع العلامة التجارية<sup>(5)</sup>، فإن هذا كثيرا ما يضر بالدائنين العاديين كون المرتهن يتمتع بالأفضلية عليهم حتى لو كانت حقوقهم ناشئة قبله<sup>(6)</sup>، لذا للدائنين العاديين السابقين على قيد

(1) فريد كركادن، « ضمانات الدائن المرتهن في عقد الرهن الحيازي للمحل التجاري»، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 02 ماي 2016، ص 278.

(2) العيد عامر، المرجع السابق، ص 54.

(3) مقدم ميروك، المرجع السابق، ص 80.

(4) المرجع نفسه، ص 81.

(5) نسرين شريقي، الأعمال التجارية (التاجر - المحل التجاري)، المرجع السابق، ص 84.

(6) مبارك مقدم، المرجع السابق، ص 81.

الرهن متى كانت ديونهم متعلقة بإستغلال العلامة التجارية وأصابهم ضرر من ترتيب الرهن أن يطلبوا إلى القضاء الحكم بسقوط الأجل وسداد ديونهم قبل مواعيد إستحقاقها وذلك ما أكدته المادة 123 فقرة 5 من القانون التجاري<sup>(1)</sup>.

## المطلب الثاني

### إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية

يعتبر عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية عقدا ليس أبديا بل عقدا ينقضي مثله مثل غيره من العقود الأخرى، فالإلتزام المدين الراهن بتقديم علامته التجارية إنما كان من أجل الحصول على قرض مثلا أو من أجل الوفاء بالإلتزام الذي يقع على عاتقه، و هذا الإلتزام ليس أبديا و إنما ينقضي بتحقق أسباب الإنقضاء.

تتعدد الأسباب المؤدية إلى إنقضاء الرهن الحيازي للعلامة التجارية و تختلف فهي لا تقتصر على سبب واحد إذا تحقق إنقضى العقد و إذا لم يتحقق إستمر في الوجود، فهذه الأسباب يمكن تقسيمها إلى قسمان، قسم تتدرج فيه مجموعة من الأسباب إذا تحققت إحداها قلنا أن رهن العلامة التجارية إنقضى بصفة تبعية ( الفرع الأول)، و القسم الثاني لو توفرت إحداها قلنا أن رهن العلامة التجارية إنقضى بصفة أصلية (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة تبعية:

تنص المادة 1/893 من القانون المدني الجزائري على أنه: « لا ينفصل الرهن عن الدين، بل يكون تابعا له في صحته وإنقضائه، ما لم ينص القانون على غير ذلك»، كما تنص أيضا المادة 964 من القانون المدني الجزائري على أنه: « ينقضي حق الرهن الحيازي بإنقضاء الدين المضمون ويعود معه إذا زال السبب الذي إنقضى به الدين، دون الإخلال

<sup>(1)</sup> نور الدين شادلي، القانون التجاري (الأعمال التجارية- التاجر - المحل التجاري)، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص165.

بالحقوق التي يكون الغير حسن النية قد كسبها قانونا في الفقرة ما بين إنقضاء الحق وعودته»<sup>(1)</sup>.

ومن خلال تطبيق هاتين المادتين يتضح لنا أن عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية ينشأ صحيحا إذا نشأ الدين صحيحا ويزول أيضا إذا تحقق سبب من أسباب إنقضاء الدين أو الإلتزام، مما يدفعنا للعودة إلى القانون المدني أين تناول أحكام إنقضاء الإلتزام وذلك من أجل القياس بما يتفق مع إنقضاء عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية، حيث نجد أن الإلتزام ينقضي بثلاثة طرق تتمثل في: إنقضاء الإلتزام بالوفاء، إنقضاء الإلتزام بما يعادل الوفاء، وإنقضاء الإلتزام دون وفاء ولا بما يعادل الوفاء<sup>(2)</sup>.

#### أولاً: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بالوفاء:

كل إلتزام، أي كل واجب قانوني ذي قيمة مالية، مؤقت بالضرورة، ولذا فمصيره الحتمي إلى الإنقضاء، وفائدة الإلتزام من ناحية الدائن لا تتحقق إلا بقيام المدين بتنفيذ إلتزامه أي بالوفاء، وأغلب الإلتزامات الفورية تنقضي بتنفيذها أي بالوفاء بها ولذا فالسبب المعتاد لإنقضاء الإلتزام هو بالوفاء به لصاحب الحق فيه<sup>(3)</sup>.

وعلى هذا الأساس فإن عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية ينقضي بوفاء المدين الراهن بالدين الذي على عاتقه، وبالتالي تزول كل إلتزامات المدين الراهن والدائن المرتهن وتنقضي العلاقة بينهما، ولا يمكن لأحدهما الإدعاء بأن له حق على الآخر، بموجب عقد الرهن<sup>(4)</sup>.

وحسب نص المادة 260 من القانون المدني الجزائري فإنه يشترط لصحة الوفاء أن يكون الموفي مالكا للشيء الذي وفى به وأن يكون ذي أهلية للتصرف فيه<sup>(5)</sup>.

(1) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 252.

(3) جميل الشرقاوي، النظرية العامة للإلتزام، أحكام الإلتزام، ج2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995، ص 277.

(4) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 253.

(5) أنظر: المادة 260 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

### ثانياً: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بما يعادل الوفاء:

تعد هذه الطريقة الوسيلة الأخرى لإستيفاء الدائن المرتهن لحقه، وهي تنقسم بدورها إلى عدة طرق منها: الوفاء بمقابل، التجديد، الإنابة، المقاصة، إتحاد الذمة.

1- الوفاء بمقابل كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: حسب نص المادة 285 من القانون المدني الجزائري فإنه إذا قبل الدائن المرتهن في إستيفاء حقه مقابلاً إستعاض به عن الشيء المستحق قام هذا مقام الوفاء<sup>(1)</sup>، وعليه فإنقضاء الرهن الحيازي للعلامة التجارية عن طريق الوفاء بمقابل يقصد به إتفاق بين الدائن المرتهن والمدين الراهن مفاده أن يأخذ الدائن المرتهن من المدين الراهن شيئاً آخر بدلاً من الشيء المتفق عليه أصلاً وبذلك يستوفي الدائن المرتهن حقه وتبرأ ذمة المدين الراهن من الدين<sup>(2)</sup>.

2- التجديد كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: هو إتفاق مشترك بين طرفي الإلتزام على إنهاء الإلتزام القائم بينهما مقابل إنشاء إلتزام آخر جديد فيحل محل الإلتزام القديم، أي أن التجديد يكون سبباً لإنقضاء الإلتزام، وهو في الوقت ذاته مصدر لنشوء الإلتزام، وهو في الحالتين تصرف قانوني، ويتميز الدين الجديد عن الدين القديم إما بتغير في الدين (أي في محله أو مصدره) ولما بتغيير المدين، ولما بتغيير الدائن<sup>(3)</sup>.

وإذاً إستبدال إلتزام جديد مكان إلتزام قديم يؤدي إلى إنقضاء هذا الأخير وبالتالي إنقضاء التأمين المرتبط به<sup>(4)</sup>.

3- الإنابة كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: وقد ينقضي الرهن الحيازي للعلامة التجارية بصفة تبعية تبعاً لإنقضاء إلتزام المدين الراهن، إذا لجأ الراهن والدائن المرتهن

(1) أنظر: المادة 285 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، ج3، دار إحياء التراث العربي، لبنان، د س ن، ص710.

(3) المرجع نفسه، ص724.

(4) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص261.

والغير إلى وسيلة الإنابة<sup>(1)</sup>، فهي عمل قانوني يفترض وجوده ثلاثة أشخاص<sup>(2)</sup>، حيث يتم الإتفاق بين المدين الراهن وشخص آخر برضاء من الدائن المرتهن على أن يقوم هذا الشخص الآخر بوفاء الدين بدلاً من المدين الراهن، وفي هذه الحالة ينيب المدين شخصاً آخر في الوفاء للدائن المرتهن، ولذا فهي إنابة في الوفاء تبرم بإتفاق المنيب (المدين الراهن)، مع المناب (الشخص الذي يلتزم بالوفاء)، بأداء حق المناب لديه (الدائن المرتهن)، وإذا قبل المناب الإلتزام بالوفاء نيابة عن المدين الراهن فإلتزامه قائم وملزم بصرف النظر عن العلاقة بينه وبين المنيب سواء أكان مدين له أو غير مدين<sup>(3)</sup>، وهذا ما نصت عليه المادة 1/294 من القانون المدني الجزائري: « تتم الإنابة إذا حصل المدين على رضا الدائن شخص أجنبي يلتزم بوفاء الدين مكان المدين »<sup>(4)</sup>.

4- **المقاصة كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية:** وتعد المقاصة وسيلة من وسائل إنقضاء الإلتزام، فهي تؤدي إلى إنقضاء دينين متقابلين بقدر الأقل منهما، بل هي أداة تبسيط في الوفاء كونها تقضي دينين في وقتاً معاً دون أن يدفع أي مدين من المدينين إلى دائنه شيئاً، إلا من كان دينه أكبر فيدفع لدائنه ما يزيد به هذا الدين على الدين الآخر<sup>(5)</sup>، وعليه فإذا كان أحد الدينين مضموناً برهن إنقضى الدينين بالمقاصة وبالتالي ينقضي الرهن الضامن له<sup>(6)</sup>.

5- **إتحاد الذمة كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية:** تنص المادة 304 من القانون المدني على أنه: « إذا اجتمع في شخص واحد صفتا الدائن والمدين بالنسبة إلى دين واحد، إنقضى هذا الدين بالقدر الذي إتحدت فيه الذمة، وإذا زال السبب الذي أدى لإتحد

(1) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 264.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، المرجع السابق، ص 763.

(3) جميل الشرقاوي، المرجع السابق، ص 333.

(4) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(5) عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، المرجع السابق، ص 778.

(6) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 270.

الذمة وكان لزواله أثر رجعي عاد الدين إلى الوجود بملحقاته بالنسبة إلى المعنيين بالأمر ويعتبر إتحاد الذمة كأنه لم يكن»<sup>(1)</sup>.

وقياسا على هذه المادة يمكن لنا تعريف إتحاد الذمة كطريقة لإنقضاء الرهن الحياري للعلامة التجارية على أنها إذا إجتمعت في شخص واحد صفتا الدائن والمدين بالنسبة إلى دين واحد، فالمفروض إذن أن هناك ديناً واحداً، فورث الدائن المدين أو ورث المدين الدائن، أو تحقق أي سبب قانوني آخر غير الميراث نقل إلى الدائن صفة المدين أو نقل إلى المدين صفة الدائن، فإجتمع بذلك في شخص أحد طرفي الدين صفتا الدائن والمدين، وتعدر إذن على هذا الشخص أن يمارس حقه، إذ هو دائن ومدين<sup>(2)</sup> ولما كانت العلة في إنقضاء الدين بإتحاد الذمتين هي إستحالة مطالبة الإنسان لنفسه، فإنه متى زال السبب الذي أدى إلى إتحاد الذمة وكان لزواله أثر رجعي عاد الدين إلى الوجود هو وملحقاته بالنسبة لذوي الشأن جميعا وكأن إتحاد الذمتين لم يكن، كما لو أوصى الدائن للمدين بالدين ثم تبين بعد ذلك بطلان الوصية<sup>(3)</sup>.

### ثالثا: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية دون وفاء ولا بما يعادل الوفاء:

وتتفرع هذه الطريقة إلى ثلاثة فروع تتمثل فيما يلي:

1- الإبراء كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: إذ يعتبر الإبراء طريق من طرق إنقضاء الإلتزام بصفة تبعية وتبعاً له ينقضي التأمين المخصص لوفاء به<sup>(4)</sup>، فهو نزول الدائن المرتهن عن حقه قبل المدين الراهن مختاراً بدون مقابل، فالدائن المرتهن بالإبراء يعفي المدين الراهن من الدين دون أن يكون على هذا المدين الراهن بسبب الإبراء أو بموجبه إلتزام بمقابل مادي أو غير مادي، وعليه فإن الرهن الحياري للعلامة التجارية

(1) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، المرجع السابق، ص 841.

(3) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، التأمينات الشخصية و العينية، المرجع السابق، ص 630-631.

(4) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 276.

ينقضي عندما يقوم المرتهن بإرادته المنفردة بالتنازل عن الدين الذي في ذمة المدين الراهن تبرعا دون مقابل بحيث تبرأ ذمة المدين الراهن من الدين<sup>(1)</sup>.

2- إستحالة التنفيذ كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: تنص المادة 307 من القانون المدني الجزائري على أنه: « ينقضي الإلتزام إذا أثبت المدين أن الوفاء به أصبح مستحيلا عليه لسبب أجنبي عن إرادته»<sup>(2)</sup>.

وتعني إستحالة التنفيذ أن الوفاء بالإلتزام أصبح غير ممكن بسبب أجنبي لا يد للمدين الراهن فيه، ويترتب على ذلك إنقضاء الإلتزام بصفة نهائية، فلا ينفذ الإلتزام تنفيذا عينيا إذ لا إلتزام مستحيل، ولا ينفذ عن طريق التعويض، إذ أن المدين الراهن لم يرتكب خطأ ترتب عليه إستحالة تنفيذ الإلتزام، وإنما ترجع الإستحالة إلى سبب أجنبي لا يد له فيه، وعليه كلما تحققت حالة إستحالة التنفيذ لسبب أجنبي إنقضى إلتزام المدين ويستتبع معه إنقضاء الرهن الحيازي للعلامة التجارية<sup>(3)</sup>.

3- التقادم المسقط كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية: لا يقتصر إنقضاء الإلتزام دون الوفاء به لا بما يعادل الوفاء على الإبراء واستحالة التنفيذ، وإنما ينقضي بمرور مدة معينة من الزمن وهذا ما يسمى بالتقادم المسقط وينقضي تبعا له الرهن الحيازي للعلامة التجارية الذي أنشأ ضمانا للوفاء به<sup>(4)</sup>، وذلك بعد مرور مدة زمنية محددة قانونا على أجل إستحقاق الدين دون أن يقوم الدائن المرتهن بالمطالبة به<sup>(5)</sup>.

(1) عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، المرجع السابق، ص 858-860.

(2) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص 280.

(4) المرجع نفسه، ص 280.

(5) نضرة بن ددوش، إنقضاء الإلتزام دون الوفاء به في القانون الوضعي والفقہ الإسلامي (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2010/2011، ص 170.

### الفرع الثاني: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية:

رأينا أن عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية ينقضي بطريقة تبعية تبعا لإنقضاء الدين، بحيث أنه تتدرج ضمنه العديد من من الطرق التي ينقضي بها سواء بالوفاء، بما يعادل الوفاء أو دون وفاء و لا بما يعادل الوفاء، إلا أننا نقول أنه هناك طريقة أخرى ينقضي بها الرهن غير تلك المذكورة في الحالة الأولى التي ذكرناها أعلاه، و تتمثل هذه الطريقة الثانية في إنقضاء عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية بصفة أصلية، وليس بصفة تبعية.

ويتم إنقضاء رهن العلامة التجارية بصفة أصلية في عدة حالات منها:

#### أولاً: بيع العلامة التجارية المرهونة كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية:

يمكن للرهن أن ينقضي بناءً على طلب يقدم من الدائن المرتهن الذي يتقدم به إلى القضاء (رئيس المحكمة)، لأجل إجراء بيع العلامة التجارية المرهونة لإستيفاء حقه بعد تعذر المدين الراهن عن الوفاء بالتزاماته في المواعيد المحددة وهذا بعد أن يقوم الدائن بإخطار المدين بحلول أجل الوفاء إخطاراً عادياً ولو بورقة عادية تكون موجهة من الدائن مباشرة وللدائن المرتهن مهلة 15 يوماً بعد تاريخ التبليغ بالإخطار، أن يطلب من رئيس المحكمة إجراء البيع بالمزاد العلني في حال إختلاف الطرفين على طريقة البيع الذي يتم بأمر من رئيس المحكمة<sup>(1)</sup>، ويكون للدائن المرتهن الأولوية في إستيفاء حقه من ثمن بيع العلامة<sup>(2)</sup>، بحيث يتم دفع الديون للدائنين حسب رتبة كل واحد منهم وهنا ينقضي الرهن لسبب إستيفاء الدين إذا كان هذا المبلغ قد غطى كامل مبلغ الدين في هذه الحالة ينقضي رهن العلامة التجارية بصفة أصلية<sup>(3)</sup>.

(1) فتحي بن زيد، «عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري»، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، جامعة سطيف 2، الجزائر، العدد الثاني، مارس 2020، ص350.

(2) نسرين شريقي، الأعمال التجارية (التاجر - المحل التجاري)، المرجع السابق، ص84.

(3) صارة كبابي، المرجع السابق، ص39.

**ثانيا: نزول الدائن المرتهن عن حق الرهن كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية:**

بما أن الرهن الحيازي للعلامة التجارية حق مالي للدائن المرتهن لا يمس بالنظام العام فمن الجائز التصرف فيه عن طريق التنازل عنه، فإذا قام الدائن المرتهن بالتنازل عن حق الرهن دون الدين المضمون، إنقضى الرهن الحيازي للعلامة التجارية وبقي الدين المضمون به قائما، وعلى ذلك يتحول الدائن المرتهن إلى دائن عادي، ومن هنا يصح القول أن الرهن إنقضى بصفة أصلية<sup>(1)</sup>.

ينقضي الرهن بصفة أصلية بنزول الدائن المرتهن عنه صراحة أو ضمنا، دون المساس بالدين، فالدين يبقى لأنه لو إنقضى لإنقضى الرهن معه بصفة تبعية لا بصفة أصلية فيقصد بالنزول عن الرهن وحده لا الدين، فيبقى الدين ديننا شخصا بعد أن انقضى الرهن، ولذلك يكون إنقضاء الرهن إنقضاء بصفة أصلية لا بصفة تبعية، ويجب حتى يكون الدائن المرتهن أهلا للنزول عن الرهن، أن تتوافر فيه أهلية التبرع، أي يكون بالغاً سن الرشد وغير محجور عليه<sup>(2)</sup>.

**ثالثا: هلاك العلامة التجارية المرهونة كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية:**

هلاك الشيء المرهون يعتبر هو الآخر سبب من أسباب إنقضاء الرهن الحيازي للعلامة التجارية بصفة أصلية ومستقلة عن الدين المضمون لأن هذا الأخير يبقى ديننا شخصا رغم زوال الرهن بحكم الفقرة الثالثة من نص المادة 965 من القانون المدني الجزائري، وتطبيقا لهذا النص يشترط أن يكون الهلاك كلياً وليس جزئياً لأن في هذه الحالة الأخيرة يبقى الرهن الحيازي قائماً بالنسبة لما تبقى من المال وضامناً لكل الدين تطبيقاً لقاعدة عدم التجزئة في الرهن،

(1) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص291.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، التأمينات الشخصية و العينية، المرجع السابق، ص644-647.

ونعني بالهلاك بمعناه الواسع حيث يشمل الهلاك المادي والقانوني<sup>(1)</sup>. هذا والهلاك قد يقع بخطأ من الراهن نفسه وهنا إذا ما دفع تأمين بسبب هذا الهلاك إنتقل الرهن من العلامة التجارية المرهونة إلى مبلغ التأمين وفقا لقاعدة الحلول العيني<sup>(2)</sup>.

أما إذا كان الهلاك راجع لسبب أجنبي عنه ولا علاقة للمدين به فلا يكون مسؤولا عنه ولكن له الخيار بين تقديم تأمينا كافيا أو الوفاء بالدين إن لم يقبل الدائن المرتهن بقاء الدين بلا تأمين<sup>(3)</sup>.

#### رابعاً: البطلان والفسخ كوسيلتان لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية:

يشترط عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية من أجل إنعقاده ضرورة توافر مجموعة من الأركان الموضوعية والشكلية، وعليه إذا غاب أحد الأركان أدى ذلك إلى بطلان العقد (كمخالفة النظام العام والآداب العامة على سبيل المثال)، ومتى تحقق ذلك بطل عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية<sup>(4)</sup>.

يعتبر عقد الرهن الحيازي للعلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين، بحيث يلتزم المدين الراهن بإنشاء حق الرهن على علامته التجارية التي يملكها، في مقابل إلتزام الدائن المرتهن بتقديم مبلغ مالي معين له أو أي إلتزام آخر يمنح فيه أجل للمدين الراهن من أجل سداد دينه<sup>(5)</sup>، ونظراً لهذه الإلتزامات المتقابلة فإنه لأمر طبيعي وعادل أنه إذا لم يقم أحد المتعاقدين سواء الراهن أو المرتهن بتنفيذ إلتزاماته جاز للمتعاقد الآخر طلب فسخ عقد الرهن

(1) شوقي بلقيل، الرهن الحيازي في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المسيلة، 2015/2014، ص91.

(2) المرجع نفسه، ص91.

(3) فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، المرجع السابق، ص294.

(4) المرجع نفسه، ص297.

(5) المرجع نفسه، ص297.

الحيادي للعلامة التجارية، كما يمكنه المطالبة بالتعويض عن ما لحقه من ضرر جراء ذلك<sup>(1)</sup>، وهذا ما أكدته المادة 119 في فقرتها الأولى من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: « في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد إعداره المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا إقتضى الحال ذلك<sup>(2)</sup> ».

## المبحث الثاني

### الترخيص لإستغلال العلامة التجارية

سبق التنويه، بأن الحق في العلامة التجارية، من الحقوق الجائز التصرف فيها بكافة أنواع التصرفات الجائزة شرعا وقانونا كالبيع والرهن والتنازل والترخيص والوصية والهبة... الخ، والترخيص لإستغلال العلامة التجارية يعتبر من التصرفات التي أجازها القانون لصاحب العلامة التجارية بأن يرخص لشخص آخر إستغلال علامته عن طريق عقد يسمى عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، ولإعطاء نظرة شاملة ووافية عن هذا النوع من العقود، فقد ارتأينا إلى أن نتطرق إلى مفهوم عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في (المطلب الأول)، ثم تطرقنا إلى أحكام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في (المطلب الثاني).

### المطلب الأول

#### مفهوم عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية

يعد عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من أهم العقود الواردة على العلامة و الأكثر إنتشارا في الحياة الإقتصادية خاصة فيما يتعلق بالعلامات المشهورة، ذلك أنه نظام

(1) سلوى قماش، كنزة إسعون، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية (الرهن والإيجار)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014/2013، ص37.

(2) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

يَمَكِّن مالك العلامة من الحفاظ على ملكيته، و استثمارها بالسماح للغير بإستغلالها. و نظرا لأهمية هذا العقد لابد من تحديد مفهومه من خلال تعريفه و تحديد خصائصه (الفرع الاول)، ثم بيان أنواعه (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تعريف عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية وخصائصه:

قد يسعى مالك العلامة التجارية إلى استثمار علامته التجارية و الحصول على الربح دون أن يقوم بأدنى جهد منه، و من ذلك أن يقوم بالترخيص للغير لإستغلال علامته التجارية من خلال عقد الترخيص. وعليه يتوجب علينا التعرض إلى تعريف هذا العقد (أولا)، و بيان خصائصه (ثانيا).

#### أولا: تعريف عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

يقصد بعقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، ذلك العقد الذي يتصرف بموجبه صاحب العلامة أو المرخص، للمرخص له في العلامة المملوكة له عن طريق منح هذا الأخير حق إستغلال العلامة كإنتاج السلع أو تقديم الخدمات التي تشملها حدود إقليم معين، وخلال مدة زمنية معينة وفقا لشروط عقد الترخيص، مع إحفاظ المرخص بحق ملكية العلامة التجارية<sup>(1)</sup>.

وقد أجاز المشرع الجزائري لصاحب الحق في العلامة أن يمنح رخصة للغير ليقوم بإستغلال علامته التجارية وهذا ما يفهم من نص المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بقولها: « يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة إستغلال واحدة، أو إستثنائية أو غير إستثنائية، لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها»<sup>(2)</sup>.

(1) سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2015/2016، ص59.

(2) رمزي حوحو، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص41.

ومن خلال هذا التعريف يتبين لنا أن عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية يشتمل على طرفين أساسيين هما المرخص، وهو الشخص المالك للعلامة التجارية أي من قام بتسجيلها، فمالك العلامة التجارية الذي سجل علامته في سجل العلامات وفق مقتضيات القانون هو الشخص المخول بمنح تراخيص الإستغلال<sup>(1)</sup> أما الطرف الثاني في العقد يمثل المرخص له وهو كل شخص تم الترخيص له لإستغلال علامة تجارية مملوكة للمرخص إستغلالاً كلياً أو جزئياً مقابل دفع ثمن بموجب عقد مبرم بينهما<sup>(2)</sup>.

### ثانياً: خصائص عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

إن هذا العقد يتميز بخصائص عديدة تجعله مختلفاً عن غيره من العقود لأنه يخول المرخص له حق إستغلال العلامة التجارية لمدة معينة بمقابل دون نقل ملكيتها إليه، لذا فإن أهم خصائصه هي:

#### 1 - عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود التبادلية (الملزمة للجانبين):

لأنه ينشأ إلزامات متقابلة في ذمة المرخص له، وتعتبر إلزامات كل متعاقد سبباً في إلزامات المتعاقد الآخر، فيلتزم المرخص بتمكين المرخص له من إستعمال علامته التجارية على منتجاته طوال مدة نفاذ العقد، ومساعدته في الإنتاج وصولاً إلى الترويج الأفضل لهذه البضاعة، في حين يلتزم المرخص له بدفع مقابل لهذا الإنتفاع حسب الإتفاق المبرم بينهما<sup>(3)</sup>، وترتبط إلزامات الطرفين إرتباطاً وثيقاً، بحيث لو إنقضى إلزام أحدهما إنقضى الإلتزام المقابل،

(1) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، عقد ترخيص إيجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وز، 2019، ص18.

(2) بسمة بويشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد أمين دباغين، سطيف2، 2014/2015، ص26.

(3) رائد أحمد خليل، « عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية»، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، العراق، المجلد2، العدد20، السنة السادسة، ص216.

وما دام أن العقد ملزم للجانبين فإنه يخضع لقواعد الفسخ إذا أخل أحد أطرافه بالتزام من إلتزاماته<sup>(1)</sup>.

## 2- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود القائمة على الإعتبار الشخصي:

عقد الترخيص يقوم أساسا على الإعتبار الشخصي كالسمعة وثقة المرخص بالمرخص له، وكفائته المالية والتجارية، إذ تكون شخصية المرخص له محل إعتبار، ولذا يتمتع على المرخص له التنازل عن العقد إلى غيره، أو يمنح غيره ترخيصا من الباطن وذلك ما لم ينص العقد على تخويل المرخص له التنازل عن العقد، أو الترخيص من الباطن، إذ أن ذلك لا يعني أن المرخص قد إتفق مقدماً على منح المرخص له حق التنازل عن الترخيص، أو الترخيص من الباطن على أن لا يتعدى الحقوق الممنوحة له في العقد<sup>(2)</sup>، ويمكن للمرخص أن يلغي عقد الترخيص في حالة قيام المرخص له بمنح ترخيص باطني للعلامة دون رضاه<sup>(3)</sup>.

## 3- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود المحددة المدة:

يعتبر عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود المحددة الأجل، وليس من العقود الإحتتمالية وبالتالي فإن جميع الإلتزامات وحقوق المرخص والمرخص له تكون محددة طوال مدة العقد التي تقوم على الإتفاق الذي قد تم بينهما فتنفيذه يكون في إطار تلك المدة المحددة في العقد، والمشرع الجزائي بين ذلك بصريح العبارة « فترة الرخصة » وذلك من خلال إشارته وذكره للشروط التي يجب أن يحتويها عقد ترخيص العلامة، ويقصد من ذلك المدة التي يسري في ظلها العقد<sup>(4)</sup>.

(1) حفيظة حواش، فتحية قويدر عيسى، المرجع السابق، ص ص 59-60.

(2) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص 217.

(3) علاء عزيز حميد الجبور، عقد الترخيص، دراسة مقارنة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 42.

(4) ليندة حمياز، نوال بوخيمة، التمييز بين عقد ترخيص العلامة وعقد الفرنشيز، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016/2017، ص 43.

#### 4- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود غير المسماة:

فرغم أهمية هذه العقود عمليا وفي نقل التكنولوجيا وما يترتب عنها من آثار على طرفي العقد، فإن المشرع لم يخصه بتنظيم قانوني خاص، ولذلك فإنه في حالة عدم وجود قواعد قانونية خاصة في قوانين الملكية الصناعية فإنه يتم الرجوع إلى القواعد العامة للعقود الموجودة في القانون المدني أو التجاري حسب الحالة<sup>(1)</sup>.

#### 5- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود غير الناقلة للملكية:

عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية لا ينقل ملكية العلامة، وإنما يعطي للمرخص له الحق في إستغلال علامة تجارية معينة، لمدة زمنية يتفق عليها الطرفان فالأصل أن مالك العلامة التجارية يظل صاحب الحق الوحيد في رفع دعوى التقليد على من يتعدى على حقه في الإحتكار طبقا للمادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، غير أن المشرع الجزائري أجاز بموجب نص المادة 31 من نفس الأمر للمرخص له رفع دعوى التقليد بعد الإعذار إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه<sup>(2)</sup>.

#### 6- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود الرضائية:

يعد عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية عقدا رضائيا، بمعنى أنه في مثل هذه العقود يطرح كل طرف شروطه بما يتفق ومصلحه، ويقوم كل طرف بمناقشة شروط الطرف الآخر، ولا يتم إلا بتطابق إرادتين<sup>(3)</sup>، غير أن إلتقاء هاتين الإرادتين ليس بالأمر السهل لأن هذا العقد وموضوعه يتميز بسرعة التفاوض، كما يستوجب الدقة والتأني في مناقشة شروط كل

(1) مختار حزام، إستغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق،

تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، 2016/2015، ص82

(2) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، المرجع السابق، ص9.

(3) مختار حزام، المرجع السابق، ص82.

طرف، لذا فمن المعروف أن مرحلة إبرام هذا العقد نهائياً تسبقه ما يسمى بخطاب إعلان حسن النوايا، ثم الوعد بالترخيص ثم الدخول في المفاوضات التمهيدية<sup>(1)</sup>.

## 7- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من عقود المعاوضة:

نص المشرع الجزائري في المادة 58 من القانون المدني الجزائري على أنه: « العقد بعوض هو الذي يلزم كل واحد من الطرفين إعطاء أو فعل شيء ما »<sup>(2)</sup>.

يعرف عقد المعاوضة على أنه ذلك العقد الذي يحصل فيه كل من المتعاقدين على مقابل ما يقدمه<sup>(3)</sup>.

لهذا يعتبر عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من عقود المعاوضة على أساس أن كل من المرخص والمرخص له يحصل على المقابل النقدي دفعة واحدة أو بصفة دورية كذلك الأمر بالنسبة للمرخص له يحصل على منفعة مقابل ما يدفعه<sup>(4)</sup>.

ومعنى ذلك كله أن كلا المتعاقدين يلتزم مقابل إلتزاماته بدفع المستحق للطرف الآخر فالمرخص يحصل على المقابل النقدي، والمرخص له يحصل على مقابل الإنتفاع لإستغلال العلامة التجارية<sup>(5)</sup>.

(1) سفيان رمازيّة: « النظام القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري واتفاقية ترييس»، مجلة الأداب والعلوم الإجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، المجلد 17، العدد02، سنة 2020، ص269.

(2) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) وافية بوعش، عقد إستغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2015، ص19.

(4) علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص60.

(5) وافية بوعش، المرجع السابق، ص21.

### الفرع الثاني: أنواع عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

إن المرخص في إطار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية يتمتع بحرية كاملة في إختيار نوع الترخيص الذي بموجبه يمنح حق الإنتفاع وإستعمال علامته للمرخص له، إذ قد يمنح ترخيصا إستثنائيا (أولا)، أو غير إستثنائي (ثانيا)، كما قد يمنح ترخيصا وحيدا (ثالثا).

#### أولا: الترخيص الإستثنائي:

يقتصر الحق فيه على إستغلال العلامة التجارية، وعلى المرخص له فقط دون سواء داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد، بحيث يمنع على المرخص منح تراخيص أخرى لغير المرخص له، وهذا النوع من الترخيص يسلب حق المرخص في الإستغلال داخل الإقليم الذي يحدده العقد، كما لا يجوز للمرخص أن يرخص لشخص آخر في الإستغلال داخل الحدود المكانية التي يرسمها عقد الترخيص الإستثنائي<sup>(1)</sup>.

#### ثانيا: الترخيص غير الإستثنائي (العادي):

الترخيص غير الإستثنائي هو العقد الذي بموجبه يمنح صاحب العلامة ترخيصا آخر لذات العلامة على نفس المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية لشخص أو لأشخاص آخرين<sup>(2)</sup>، أو أن يقوم بإستغلال العلامة هو بنفسه مع منح ترخيص للغير، ولا يجوز للمرخص له منح ترخيصات أخرى إلا بموافقة المرخص، وعند منح ترخيصات أخرى دون موافقة المرخص يتعرض المرخص له من الباطن لعقوبة التقليد، بينما يلزم المرخص من الباطن بالتعويض<sup>(3)</sup>.

(1) وهيبه نعمان، المرجع السابق، ص56.

(2) عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص166.

(3) سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص210.

### ثالثاً: الترخيص الوحيد:

بموجب الترخيص الوحيد يمنح المرخص لشخص آخر وهو المرخص له حق الإستغلال داخل الحدود الجغرافية المحددة في الترخيص، مع إحتفاظه بحقه في إستغلال حقوقه داخل هذه الحدود، وفي هذا النوع من التراخيص يتمتع على مالك العلامة أن يمنح ترخيصاً آخر لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي تم تعيينها في العقد<sup>(1)</sup>، ويكون الترخيص كلياً عندما يمنح المرخص له حق إستغلال العلامة لكل المنتجات التي تغطيها العلامة وبدون أي تقييد من حيث الإستعمال، بمعنى أن المرخص لا يفرض الشروط التي يتم في إطارها إستغلال العلامة<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثاني

#### أحكام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية

بالرجوع إلى التشريع الخاص بالعلامات يلاحظ أن المشرع نص على إمكانية أن تشكل العلامة موضوع رخصة إستغلال، ولقد نص على الترخيص بأنواعه الثلاث، الترخيص الأحادي، و الإستثنائي والغير الإستثنائي، وسواء كان ترخيصاً كلياً أو جزئياً، أي يشمل كل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة<sup>(3)</sup>.

ويستوجب لإنعقاد عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية أن تتوافر فيه الشروط الموضوعية والشكلية اللازمة للعقود كافة (الفرع الأول)، كما يترتب على إبرام هذا العقد آثار هامة، إذ ينشئ التزامات وحقوق لطرفي العقد (الفرع الثاني).

(1) سعيدة باره، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي: العلامة التجارية نموذجاً، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2018/2017، ص123.

(2) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص211.

(3) المرجع نفسه، ص211.

### الفرع الأول: إبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

لم يتناول المشرع الجزائري قواعد خاصة بتكوين عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، لهذا السبب إرتأينا لأجل الوقوف أمام شروط تكوينه المشار إليها في القواعد العامة للقانون المدني الجزائري في غياب نص خاص ينظم هذا العقد.

### أولاً: الشروط الموضوعية لإبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

تتطلب المرحلة التعاقدية في عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية توفر أركانه الأساسية المتمثلة في التراضي، والمحل، والسبب.

**1- التراضي:** يقصد بالتراضي تطابق الإيجاب والقبول بمعنى تبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين وهذا ما نصت عليه المادة 50 من القانون المدني الجزائري<sup>(1)</sup>.

يقوم عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بمجرد توافق الإيجاب والقبول أي توافق إرادتي المرخص والمرخص له فهو من العقود الرضائية الملزم لجانبين، وحتى يكون التراضي صحيحا يجب أن يصدر من ذي أهلية وأن يخلو من أي عيب من عيوب الإرادة<sup>(2)</sup>.

### أ. الأهلية التجارية:

لما كان عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود التجارية، فإنه يجب توفر الأهلية التجارية في طرفيه، ومهما يكون فإن الطرف المتعاقد يمكن أن يكون شخصا طبيعيا ويمكن أن يكون شخصا معنويا، فإن كان شخصا طبيعيا يجب أن يتوفر فيه شرط الأهلية التجارية والتي تعني قدرة الشخص على مباشرة التصرفات القانونية بحيث يكون مسؤولا عن الأعمال التي يقوم بها، أما الشرط الثاني فيهدف إلى المحافظة على الصالح العام مع منع كل الأشخاص المحظورين<sup>(3)</sup>.

(1) يونس زمر، أمحمد مازة، المرجع السابق، ص11.

(2) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص112.

(3) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، المرجع السابق، ص20.

إن التقنين المدني الجزائري حدد سن الأهلية بتسعة عشر سنة في المادة 40 منه<sup>(1)</sup>، لكن مع هذا فإن القانون التجاري أورد إستثناء فيما يخص القاصر الذي يريد مزاولة التجارة من خلال توفر شرطين، يتعلق الأول ببلوغه سن 18 سنة والثاني بتحصله على إذن من الأب إن كان على قيد الحياة أو من الأم أو أن يتحصل على قرار من مجلس العائلة مصادق عليه من طرف المحكمة في حالة الوفاة وهذا ما أكدته المادة 05 من القانون التجاري الجزائري<sup>(2)</sup>.

وأما إذا كان أحد طرفي عقد الترخيص شخصا معنويا وهذا هو الغالب في عقود الترخيص، فيتم الرجوع إلى أحكام الشركات التجارية المنصوص عنها في القانون التجاري والمدني، حيث تنص المادة 544 من القانون التجاري الجزائري على أنه: « يحدد الطابع التجاري للشركة إما بشكلها أو موضوعها، وتعد شركات التضامن وشركات التوصية والشركات ذات المسؤولية المحدودة وشركات المساهمة، تجارية بحكم شكلها ومهما يكن موضوعها»، وبالتالي فهذه الشركات تكسب صفة التاجر بحسب الشكل المعتمد وليس بحسب موضوع النشاط الذي تمارسه<sup>(3)</sup>، ومهما يكن فإن هذا العقد يتم إبرامه بين أشخاص طبيعيين أو بين أشخاص معنويين، شركات ومؤسسات صناعية أو خدماتية أو غيرها سواء كان هذا الشخص المعنوي تابع للقطاع العام أو الخاص<sup>(4)</sup>.

## ب. خلو الإرادة من عيوب التراضي:

على الرغم من أن الوقوع في عيب من العيوب أمر قليل الحدوث في هذا النوع من العقود، بفضل المفاوضات السابقة للإبرام، و ما تضمنته من الإعلام الذي يهدف إلى إنارة إرادة كل من المرخص و المرخص له، و لكن و إن كان هذا الإحتمال ضئيلا إلا أنه ليس

(1) أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(2) أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(3) أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، السالف الذكر.

(4) علاء عزيز حميد الجبور، المرجع السابق، ص55.

منعدما، لذا يجب أن يكون عقد الترخيص خاليا من عيوب الإرادة و المتمثلة في الغلط، التدليس، الإكراه و الإستغلال<sup>(1)</sup>.

## 2- المحل:

إن المحل في عقد الترخيص هو العملية القانونية التي تراضى كلا الطرفين على تحقيقها، ولقد أقر قانون الملكية الفكرية بأن العلامة التجارية تعتبر موضوعا لعقد الترخيص<sup>(2)</sup>، إذ يلتزم المرخص له بإستغلال العلامة التجارية محل العقد وفق شروط خاصة:

أ. أن تكون العلامة موجودة عند إبرام العقد: ذلك أن المشرع الجزائري أوجب ذكر العلامة في عقد الترخيص بحيث تخضع للإجراءات المنصوص عنها قانونا، وبالتالي فإنه لا يمكن إبرام عقد الترخيص من دون وجود علامة<sup>(3)</sup>.

ب. أن تكون العلامة معينة تعيينا دقيقا: وهذا ما يستدعي إبراز العلامة على عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية ورسمها مشتملة على جميع عناصرها سواء من حيث الشكل أم من حيث الألوان المكونة لها.

ج. أن تكون العلامة مشروعة ومما يجوز التعامل فيه: والعلامة التجارية بصفتها مال منقول معنوي تمثل أحد العناصر المعنوية للمشروع ويجوز التعامل فيها بمعزل عنه<sup>(4)</sup>.

## 3- السبب:

السبب في عقد الترخيص هو إستغلال العلامة التجارية المرخص بها من قبل المرخص له مقابل مبلغ مالي يتحصل عليه المرخص، وبالتالي فإن المشرع يأخذ بالسبب الدافع للتعاقد،

(1) كريمة بورحلة، عقد تحويل العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص43.

(2) ليندة حمياز، نوال بوخيمة، المرجع السابق، ص26.

(3) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، المرجع السابق، ص ص21-22.

(4) المرجع نفسه، ص22.

لقد حرص المشرع أن يكون السبب مشروعاً وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة وإلا اعتبر العقد باطلاً بطلان مطلق<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: الشروط الشكلية لإبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

يعتبر عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود الرضائية وبالتالي لا يحتاج لينعقد صحيحاً إفراغه في شكل معين، ولكن في نفس الوقت إشتراط القانون تسجيله، فحتى إن كان يكفي تراضي الطرفين المتعاقدين لإنعقاده إلا أن ذلك لا يكفي لإثباته والإحتجاج به إتجاه الغير<sup>(2)</sup>.

#### 1- إجراءات تسجيل عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

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<sup>(3)</sup>.

لذا فقد إشتراط المشرع الجزائري أن يتم تسجيل العقد وهذا يعني بطريقة تلقائية إفراغه في شكل معين حتى يكون من الممكن قيده<sup>(4)</sup>.

#### أ. الكتابة:

لم يحدد القانون شكلاً معيناً لعقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، لكن المادة 2/17 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ألزمت قيده في سجل العلامات مما يبين ضرورة كتابة القيد.

(1) وافية بوعش، المرجع السابق، ص58.

(2) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص51.

(3) فواز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص88.

(4) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص51.

وعدم تحديد شرط الكتابة ترك المجال مفتوحاً أمام المتعاقدين لإفراغ عقدهما في الشكل الذي يريانه مناسباً، خاصة وأن الكتابة لا تؤثر على صحة العقد، ولكن متى أفرغ العقد في قالب معين وجب تضمينه مجموعة من العناصر المحددة في المادة 1/17 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>(1)</sup> والمتمثلة في:

- **العلامة التجارية:** باعتبارها محل عقد الترخيص، يجب تحديد العلامة من خلال الشكل والألوان التي تكونها، سواء كانت هذه العلامة تجارية أو صناعية أو علامة الخدمة، إذ تمثل هذه العلامة الشيء المرخص بشرط أن تكون مودعة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو مسجلة لديه، وهذا ما أشارت إليه المادة 16 من الأمر رقم 03-06، إذ يؤدي عدم تحديد العلامة إلى بطلان العقد حسب المادة 17 من نفس الأمر<sup>(2)</sup>.
- **تحديد فترة الرخصة:** أي تحديد المدة التي يمنح فيها للمرخص له الحق في إستغلال العلامة، فعقد الترخيص لإستغلال العلامة من العقود المحددة المدة، فإذا قام بإستغلال العلامة بعد إنتهاء المدة المتفق عليها في عقد الترخيص فيعد بذلك منتهاكاً لحقوق صاحب العلامة، ويجوز متابعته بدعوى التقليد<sup>(3)</sup>.
- **تحديد السلع والخدمات التي أبرم عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من أجلها:** يتوجب على الطرفين المتعاقدين تحديد السلع والخدمات التي سيقوم المرخص له بوضع العلامة التجارية عليها وما إذا كان الإستغلال سيتم بشكل كلي أو جزئي، وذلك أن مالك العلامة وعند تسجيله للعلامة لابد أن يدرج تحديداً واضحاً لجميع السلع والخدمات التي ستدرج تحت العلامة، وذلك وفقاً للتصنيف الدولي للسلع والخدمات لغرض تسجيل العلامات، فيجب ألا تتعدى المنتجات المرخص بها حدود المنتجات التي قام المرخص بتسجيل العلامة عليها، وهذه العملية تسمح للمرخص بالتحكم في نشاط المرخص له من

(1) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص51.

(2) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، المرجع السابق، ص22.

(3) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص212.

ناحية نوع المنتجات التي سيقوم بوضع العلامة عليها، وإذا ما وضعها على غيرها إعتبر معتديا مقترفا لجريمة التقليد<sup>(1)</sup>.

أما فيما يخص نوعية المنتجات محل العقد فيجب على المرخص له أن يراعي شروط الجودة والنوعية التي تتمتع بها منتجات المرخص، قصد الحفاظ على نفس درجة الجودة التي ألفها جمهور المستهلكين والعمل على تحسينها، وعلى هذا الأساس يجب أن يتضمن عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية تحت طائلة البطلان على تحديد للمنتجات ونوعيتها، سعيًا للحفاظ على سمعة وشهرة العلامة، بل أكثر من ذلك فللحفاظ على هذه الجودة غالبًا ما يتم إيراد بند في العقد ينص على رقابة الجودة<sup>(2)</sup>.

- **تحديد الإقليم الجغرافي:** فيجب أن يتضمن عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية تقييد إقليميها أي تحديد الرقعة الجغرافية المرخص بها لإستغلال العلامة التجارية فيعد ذلك من الأمور المهمة التي يجب أن يشملها العقد، وعدم تحديد ذلك سوف يفتح المجال للمرخص له بإستعمالها في أي مكان<sup>(3)</sup>.

## ب. تسجيل عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في سجل العلامات:

عند إتمام عقد الترخيص وفقا لما نص عليه القانون، يتم قيده في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، كما يتم قيد تجديد الترخيص أو تعديله مقابل دفع الرسوم المستحقة<sup>(4)</sup>، ويعتبر القيد ضرورة لأن عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية لا يكون نافذا في مواجهة الغير إلا بعد تسجيله في سجل العلامات، وهذا لا يعني أن عقد الترخيص لا ينتج آثاره فيما بين المتعاقدين فور إتمام العقد، ولكنه لا يكون حجة على الغير إلا

(1) جريمة بورحلة، المرجع السابق، ص52.

(2) المرجع نفسه، ص53.

(3) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص213.

(4) أحمد محمد محرز، القانون التجاري، منشورات النسر الذهبي، القاهرة، 1998، ص575.

بعد تسجيله في سجل العلامات كما تنص عليه المادتين 22 و 24 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 سالف الذكر<sup>(1)</sup>.

### ج. نشر عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في الصحف الرسمية:

النشر في الصحف الرسمية هو الإجراء الثاني الذي يتبع القيد في سجل العلامات التجارية، حيث أن أي تغيير أو إضافة يجري على سجل العلامات التجارية بشأن أية علامة تجارية يجب أن يتم نشره في الصحف الرسمية على نفقة طالب الإجراء، وعقد الترخيص هو بمثابة إضافة قيد على سجل العلامات التجارية بشأن العلامة التجارية محل عقد الترخيص والذي يتوجب نشر هذا القيد في الصحف الرسمية لإنفاذ هذا العقد بحق الغير، فلا يكفي إجراء القيد وحده بل يتوجب أيضا نشره<sup>(2)</sup>.

### 2- نفاذ عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

يقصد بنفاذ العقد قدرة المتعاقدين على الإحتجاج به إتجاه الغير فإذا كان عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية ينتج آثاره فيما بين المتعاقدين بمجرد الإبرام فإن الأمر يختلف بالنسبة للغير الذي لا يمكن التمسك بالعقد في مواجهتهم إلا إذا إستكمل إجراءات التسجيل والنشر<sup>(3)</sup>، حيث أوجب المشرع الجزائري أن يتم تسجيل العقد حتى تكون له حجية في مواجهة الغير، فهو إجراء ضروري لتمكين السلطة المختصة والغير من الإطلاع على جميع العقود وقيمتها الإقتصادية، وعائدات الإستغلال<sup>(4)</sup>.

وبالتالي نجد أن تسجيل عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من شأنه أن يوفر حماية فعالة للمرخص له، وذلك عبر ضمان حقه في إستغلال العلامة التجارية محل العقد

(1) وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014، صص 48-49.

(2) فواز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص 91.

(3) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص 54.

(4) وهيبة نعمان، المرجع السابق، ص 58.

طيلة فترة العقد دون أن يلحقه أي أضرار من كل من ليس له مصلحة في إبرام العقد، ذلك أن التسجيل من شأنه إعلام الغير بواقعة إبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، وتعريفه بما ورد في العقد من حقوق والتزامات<sup>(1)</sup>.

### الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن إبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية:

باعتبار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود الملزمة للجانبين، فهو يترتب إلتزامات على عاتق طرفيه، المرخص والمرخص له، يتعين عليهما الوفاء بها، وذلك مقابل حقوق يستحقها كل منهما سنفسلها فيما يلي:

#### أولاً: آثار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالنسبة للمرخص:

يرتب عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالنسبة للمرخص الإلتزامات والحقوق التالية:

#### 1 - إلتزامات المرخص:

تتلخص إلتزامات المرخص بالتالي:

##### أ. إلتزام المرخص بتسليم العلامة التجارية محل الترخيص:

من بين أهم الإلتزامات الواقعة على عاتق المرخص صاحب العلامة الإلتزام بتسليم العلامة إلى المرخص له، وباعتبار أن الترخيص لا ينصب على ملكية العلامة وإنما يرد على حق الإستعمال، فإن الإلتزام الذي يقع على عاتق المرخص يتمثل في وضع العلامة تحت تصرف المرخص له، وذلك بتمكينه من الإنتفاع بالعلامة خلال المدة المتفق عليها في العقد<sup>(2)</sup>.

(1) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص55.

(2) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص216.

**ب. إلتزام المرخص بالضمان والمحافظة على العلامة التجارية المرخص بها:**

إلى جانب الإلتزام بتسليم العلامة يترتب عقد الترخيص على عاتق المرخص الإلتزام بالضمان والمحافظة عليها، ويشمل الإلتزام بالضمان ضمان عدم التعرض وضمان العيوب الخفية<sup>(1)</sup>.

- **الإلتزام بضمان التعرض:** مضمون هذا الإلتزام أن يلتزم المرخص بتمكين المرخص له من الإنتفاع بحق العلامة التجارية محل العقد إنتفاعا هادئا وكاملا لا يعكر صفوه تعرض المرخص أو غيره، لان المرخص هو صاحب الحق في الدفاع عن حق العلامة التجارية محل عقد الترخيص في حالة الإعتداء عليه، ولذا يشمل عدم التعرض<sup>(2)</sup>:

- **ضمان التعرض الشخصي:** ويعد هذا الضمان من النظام العام، وبالتالي فهو غير قابل للإلتزام أو السقوط حتى في حالة عدم وجود شرط صريح في العقد عملا بقاعدة (من وجب عليه الضمان إمتنع عليه التعرض)، وكل شرط مخالف لذلك يعد باطلا ولا يترتب أي أثر<sup>(3)</sup>.

وبالتالي فعلى المرخص أن يمتنع عن القيام بأي عمل شأنه أن يحول دون إستغلال المرخص له جزئيا أو كليا للحقوق التي يحددها عقد الترخيص، كأن يقوم المرخص بإستغلال العلامة في النطاق الجغرافي المخصص للمرخص له<sup>(4)</sup>.

- **ضمان التعرض الصادر من الغير:** بمعنى أنه في حالة حدوث إعتداء على العلامة التجارية المرخص بها من طرف الغير سواء قلدت أو زورت علامته فإنه يجب على المرخص له أن يبادر بإتخاذ كافة الإجراءات القانونية لرد هذا الإعتداء، وله في سبيل ذلك رفع دعوى التقليد، وهذه الدعوى لا ترفع إلا من قبل المرخص مالك الحق ضد كل من

(1) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص 216-217.

(2) مختار حزام، المرجع السابق، ص 87.

(3) سليمة بن زايد، إستغلال براءة الإختراع في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001/2000، ص 66.

(4) مختار حزام، المرجع السابق، ص 88.

يتعدى على هذا الحق بإحدى الصور التي نص عليها القانون، أو رفع دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت أركان المسؤولية التقصيرية التي تبنى عليها هذه الدعوى<sup>(1)</sup>.

كذلك يجب على المرخص أن يقوم بضمان إستحقاق العلامة، فيجب أن يضمن أنه صاحب الحق في ملكية العلامة دون غيره، وأنها ليست مقلدة أو مزورة<sup>(2)</sup>، فإذا إستحققت العلامة من الغير وإتضح أن المرخص ليس صاحب العلامة التجارية ففي هذه الحالة يتحمل المرخص مسؤولية ذلك ويكون من حق المرخص له أن يقوم بفسخ العقد واسترجاع كل المبالغ التي صرفها زيادة على التعويضات<sup>(3)</sup>.

- **الإلتزام بضمان العيوب الخفية:** أن المرخص ملزم بضمان العيوب الخفية التي يمكن أن تحملها العلامة التجارية تجسيدا لحق المرخص له في الإلتفاف الهادئ والكامل بالعلامة التجارية، والعيوب الخفية في العلامة التجارية هو ذلك العيب الذي يؤدي إلى الإلتفاف من قيمتها أو من الإلتفاف بها سواء كان العيب متعلقا بالعلامة مباشرة أو يتعلق بالمنتجات التي تتدرج تحت العلامة<sup>(4)</sup>.

ولكن مجرد وجود عيب في العلامة التجارية لا يعد كافيا لتحقيق الضمان بل لابد أن يكون العيب قديما ومؤثرا بحيث يؤدي إلى إستحالة إستعمالها أو يؤدي إلى الإلتفاف من هذا الإلتفاف إنتقاصا محسوسا<sup>(5)</sup>.

ويجوز للمتعاقدين أن يتفقا على إسقاط هذا الضمان أو إنقاصه في العقد كونه ليس من النظام العام، لكن شريطة أن يكون المرخص حسن النية، أي لم يكن يعلم بوجود مثل هذا العيب وقت إبرام عقد الترخيص، وإلا كانت هذه الإلتفاقات باطلة طبقا لنص المادة 490 من

(1) حفيظة حواش، فتحية قويدر عيسى، المرجع السابق، ص 67.

(2) عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية- دراسة مقارنة- منشورات الحلبي الحقوقية، عمان، 2012، ص 517.

(3) حمدي غالب الجبيري، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 144.

(4) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص 67.

(5) المرجع نفسه، ص 67.

القانون المدني الجزائري، كما يجوز للمتعاقدين زيادة الضمان كإدراج شرط قبول المرخص تحمل كل المخاطر والخسائر التي تنجم عن إستغلال المرخص له للعلامة التجارية<sup>(1)</sup>.

أما إلزام المرخص بالمحافظة على العلامة فيمكن خاصة في قيامه بتجديدها في حالة ما إذا إنتهت مدة صلاحيتها خلال سريان عقد الترخيص وذلك حتى يتمكن المرخص له من إستعمالها<sup>(2)</sup>.

### ج. إلزام المرخص بعدم إنهاء عقد الترخيص أو تجديد بدون سبب مشروع:

يقع على عاتق المرخص الإلتزام بإحترام مدة الترخيص طبقا لما تم الإتفاق عليه في العقد، إذ لا يمكن للمرخص إنهاء عقد الترخيص قبل حلول أجله بإرادته المنفردة دون سبب مشروع لأنه لو حدث العكس وتقوم بالأساس مسؤوليته العقدية، لكن قد يعفى من هذه المسؤولية إذا كانت هناك أسباب جدية دفعته إلى ذلك تتعلق بسمعة العلامة<sup>(3)</sup>، كما يلتزم المرخص 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 الترخيص يؤدي إلى إلحاق خسائر فادحة بالمرخص له<sup>(4)</sup>.

### د. إلزام المرخص بتقديم المساعدة التقنية للمرخص له:

يلتزم المرخص بتقديم هذه المساعدة عن طريق النصح والإرشاد المجسد في مجموعة من التوجيهات الضريبية، التجارية، المالية، الإدارية، والقانونية اللازمة لتسيير النشاط المرخص له، إذ يعطي المرخص نصائح وآراء أثناء الزيارات الدورية إلي يقوم بها وتزويده بالوثائق التي يحتاجها لتسيير مشروعه، ومساعدته في عمليات التجهيز والإعدادات للحملات الإشهارية مع تقديم إقتراحات لطرق إنتاج، تغليف، حفظ، عرض وتسويق المنتجات، وتدريب المرخص له

(1) مختار حزام، المرجع السابق، ص ص 89-90.

(2) سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص 218.

(3) وافية بوعش، «عن إختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية»، مجلة أبحاث قانونية وسياسية،

جامعة محمد الصديق بن يحي، جيل، العدد السادس، جوان 2018، ص 396.

(4) حفيظة حوحاش، فتحية قويدر عيسى، المرجع السابق، ص ص 67-68.

وعامله ومهندسيه وفنييه عند الحاجة وبالقدر الكافي لإدارة المشروع بنجاح ويكون ذلك طيلة الفترة السابقة لإنطلاق المشروع واللاحقة له إن إقتضى الأمر<sup>(1)</sup>.

ويجد هذا الإلتزام أهميته في الحفاظ على سمعة العلامة التجارية موضوع عقد الترخيص لدى جمهور المستهلكين، لأن إختلاف مواصفات نفس المنتج الذي يحمل نفس العلامة قد يؤدي إلى عزوف المستهلك عن إقتنائها<sup>(2)</sup>.

## 2- حقوق المرخص:

يتمتع المرخص بمقتضى عقد الترخيص بالحقوق الآتية:

### أ. الحق في التصرف بالعلامة واستغلالها:

يتبين لنا مما تقدم أن عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية لا ينقل ملكية العلامة التجارية إذ تبقى مملوكة للمرخص، ويقتصر أثر الترخيص على منح المرخص له حقا بإستغلال العلامة لفترة محدودة ضمن شروط العقد، لذا فإن مالك العلامة يستطيع التصرف بها بكل أنواع التصرفات القانونية من بيع أو هبة، ولا يقيد في ذلك وجود حق للمرخص له، إلا إذا نص عقد الترخيص على خلاف ذلك<sup>(3)</sup>.

وفضلا عن ذلك فإنه يمكن للمرخص الإستمرار في إستعمال العلامة على منتجاته، إلا في حالة الترخيص الإستثنائي إذ يكون إستعمال العلامة التجارية مقصورا على المرخص له وحده، فهذا العقد لا يسلب المرخص حقه في إستعمال العلامة محل الترخيص، إلا إذا قيد حقه بموجب عقد الترخيص<sup>(4)</sup>.

(1) كريمة بورحلة، المرجع السابق، ص 60.

(2) كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، المرجع السابق، ص 45.

(3) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص 223.

(4) حفيدة حواش، فتحية قويدر عيسى، المرجع السابق، ص 69.

ب. الحق في إستيفاء مقابل عقد الترخيص:

كما سبق الإشارة إليه من بين خصائص عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية أنه من عقود المعاوضة، ما يستوجب أن يستحق المرخص مقابل منحه للمرخص له حق إستغلال العلامة مقابل مادي، ويمثل دفع المقابل من أهم حقوق المرخص، فعادة ما يتم تحديد مقداره وكيفية سداده وفقا للعقد حيث يتم سداده إما دفعة واحدة أو بصفة دورية، وبعد هذا الحق إلزاما في ذمة المرخص له مما يترتب عن الإخلال به قيام المسؤولية العقدية التي تجيز فسخ العقد والمطالبة بالتعويض<sup>(1)</sup>.

ج. حق المرخص في مراقبة جودة الإنتاج:

إن عقد الترخيص يعطي للمرخص الحق في مراقبة جودة المنتجات التي ينتجها المرخص له، من أجل المحافظة على جودة الإنتاج، لأنه من العوامل المهمة لترويجه في الأسواق ويؤدي كذلك إلى المحافظة على السمعة التجارية لصاحب العلامة الأصلية، ولذا فإن عقد ترخيص العلامة ينص دائما على شرط رقابة الجودة، فينص مثلا على أن جودة المنتجات المنتجة تحت العلامة من قبل المرخص له، سوف تكون من نفس جودة المنتجات التي ينتجها المرخص بنفسه<sup>(2)</sup>.

فإن شرط مراقبة الجودة هو ضمانه للمرخص، بأن المرخص له يبقى ملتزم بتعليماته طوال فترة العقد، وأنه سيحافظ على جودة المنتج التي أشتهرت بالعلامة الأصلية للمرخص<sup>(3)</sup>.

ثانيا: آثار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالنسبة للمرخص له:

يترتب في ذمة المرخص له باعتباره الطرف الثاني في عقد الترخيص، جملة من الإلتزامات عليه الوفاء بها، وفي المقابل يقرر له العقد جملة من الحقوق يستفيد منها.

(1) سفيان رمازنية، المرجع السابق، ص272.

(2) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص224.

(3) حفيظة حواش، فتحية قويدر عيسى، المرجع السابق، ص70.

## 1 - إلتزامات المرخص له:

بمجرد إبرام عقد الترخيص تنشأ جملة من الإلتزامات التي تقع على عاتق المرخص له وهي كالتالي:

### أ. إلتزام المرخص له بإستغلال العلامة التجارية:

يلتزم المرخص له بإستغلال العلامة التجارية المرخصة له بإستغلالها لأن عدم الإلتزام بذلك يعرض مالك العلامة التجارية إلى شطب علامته، ويكون ذلك في حالة كان إستغلال العلامة التجارية حكراً على المرخص له دون المرخص أو الغير، وينشأ عن عدم إستغلال المرخص له للعلامة التجارية الحق بفسخ العقد من جانب المرخص<sup>(1)</sup>، لذا على المرخص له الإلتزام بالإستغلال الجدي والمتتالي والمشروع للعلامة التجارية المرخصة له في الأغراض والحدود المقررة بموجب عقد الترخيص، ولا يجوز له الإنقطاع عن إستغلالها لمدة تفوق 03 سنوات بحسب المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات أو ما يسمح به القانون. كما لا يجوز للمرخص له التنازل عن إستغلال العلامة التجارية محل الترخيص إلى طرف ثالث، وبالمقابل يخول له هذا الترخيص منع منافسيه من إستغلالها بدون ترخيص من مالكها الأصلي<sup>(2)</sup>.

### ب. إلتزام المرخص له بأداء المقابل المالي:

أشرنا سابقاً أن عقد الترخيص من العقود الملزمة لجانبين، فإلى جانب إلتزام المرخص بتسليم العلامة إلى المرخص له فإنه بالمقابل يلتزم هذا الأخير بدفع مقابل إستغلال علامة المرخص، إذ يعد الإلتزام المرخص بتمكين المرخص له من إستعمال علامته<sup>(3)</sup>، ويتوقف تحديد المبلغ الذي يدفعه المرخص له على عوامل كثيرة، فالمرخص يأخذ بعين الإعتبار في تقديره

(1) فوز يوسف كايد معاري، المرجع السابق، ص 87.

(2) وافية بوعش، عن إختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 397.

(3) ولاء الدين محمد أحمد إبراهيم، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، رسالة الحصول على درجة دكتوراه في الحقوق، جامعة عين الشمس، مصر، 2006، ص 162.

شهرة العلامة، ومقدار المنفعة التي تعود على المرخص له من إستخدامها، وقد يلتزم المرخص له بدفع مبلغ جزافي يتم سداداه على أقساط دورية أو على أساس نسبة مئوية من المبيعات أو الأرباح تدفع بصفة دورية، وقد يتخذ هذا المبلغ صورة الأجر أو الأتعاب في حالة تقديم خدمات ومساعدات فنية من المرخص<sup>(1)</sup>.

### ج. إلتزام المرخص له ببذل العناية الواجبة في إستغلال العلامة والمحافظة عليها:

يتعين على المرخص له بأن يلتزم بموجب عقد الترخيص بأن يبذل العناية الواجبة في إستغلال العلامة التجارية والمحافظة عليها وهذا يعني ألا يضع العلامة على سلع أو منتجات في صنف أقل جودة أو أحط درجة من السلع التي يصنعها المرخص ويضع عليها العلامة المرخص بإستعمالها<sup>(2)</sup>.

إن هذا الإلتزام يضمن جودة الإنتاج الذي يعد مطلب نهائي للمستهلك، فهو يطلب منتجات ذات جودة عالية تحمل العلامة المشهورة<sup>(3)</sup>، كما يتضمن عقد الترخيص إلتزام المرخص له بالإمتناع عن جميع الأعمال التي يترتب عليها التقليل أو الإساءة من قيمة المنتجات أو الخدمات التي تميزها العلامة وتحملها، وكذلك يلتزم المرخص له بإخطار مالك العلامة بأي إعتداء عليها سواء كانت منازعات مدنية حول ملكية العلامة، أو إدعاء حقوق عليها من الغير أو كانت دعاوي جنائية خاصة بتقليد أو تزوير العلامة أو غيرها من الجرائم<sup>(4)</sup>.

### د. إلتزام المرخص له بالتقيد بعقد الترخيص:

يلتزم المرخص له في عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بتنفيذ كل التعليمات المقدمة من طرف مالك العلامة أي المرخص والمنصوص عليها في بنود العقد وسواء كانت

(1) حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993، ص 153-154.

(2) حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 146.

(3) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص 227.

(4) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط5، دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص 555.

تجارية ومالية وتقنية، وهذا الإلتزام ضروري لإستيعاب المرخص له لنظام الترخيص من جهة ومن جهة أخرى يعتبر وسيلة من الوسائل التي يستعملها المرخص من أجل حماية صورة علامته التجارية<sup>(1)</sup>.

#### هـ. إلتزام المرخص له بالمحافظة على سرية المعارف الفنية للعلامة التجارية:

يلتزم المرخص له بالمحافظة على سرية المعرفة الفنية والأسرار التجارية التي يستأثر بها من أسلوب الترخيص، والتي بإمكانها أن تعطي للعلامة التجارية ميزة تنافسية وشهرة على غرار غيرها من العلامات التجارية، كما يسأل المرخص له في حالة إفشائه لهذه السرية بتعويض الضرر الذي ينشأ عن إفشاء الأسرار، وكذا يلتزم المرخص له بالمحافظة على سرية التحسينات التي يدخلها المرخص وينقلها إليه بموجب شرط صريح في العقد، فيمتد بهذا الإلتزام لما بعد إنقضاء العقد<sup>(2)</sup>.

#### و. إلتزام المرخص له بعدم منافسة المرخص:

يمكن أن يرد في عقد ترخيص العلامة التجارية بند يلزم المرخص له بعدم منافسة صاحب العلامة التجارية أي المرخص، وعلى إثر هذا الإلتزام يمتنع عن ممارسة أي نشاط موازي لنشاط المرخص بعد إنتهاء مدة العقد أو ممارسة نشاطه في قطاع أو إقليم يمكن أن ينافس المرخص لهم الآخرين ولمدة معينة<sup>(3)</sup>.

## 2- حقوق المرخص له:

للمرخص له حقوق عديدة بمقتضى عقد الترخيص، وأهم هذه الحقوق نجد:

(1) وافية بوعش، عن إختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 397.

(2) المرجع نفسه، ص 399.

(3) المرجع نفسه، ص 399.

أ. الحق في إستعمال العلامة التجارية المرخص بإستغلالها:

لذا فإن له الحق في الحصول على عون المرخص ليتمكن من إستغلال العلامة وفقا لشروط الترخيص، فعقد الترخيص يتضمن عادة إلزام المرخص بتوريد المواد الأولية اللازمة للتصنيع، أو إلزامه بالدعاية والإعلان للمنتجات المصنعة من قبل المرخص له<sup>(1)</sup>، فضلا عن ذلك فان للمرخص له الحق في إستعمال العلامة داخل النطاق الإقليمي المحدد في العقد وذلك في حالة الترخيص الإستثنائي فبمقتضى هذا النوع من الترخيص يمنع عن صاحب العلامة أن يمنح ترخيص آخر لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد، وبمنع أيضا على المرخص نفسه إستغلال العلامة وذلك لان حق إستغلال العلامة التجارية محل عقد الترخيص في هذه الحالة يكون مقصورا على المرخص له دون غيره<sup>(2)</sup>.

ب. الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة:

يكون للمرخص له أيضا الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في حالة إعتداء الغير على العلامة التجارية بالتقليد أو التزوير، لأن هذه الدعوى لا يقتصر الحق في رفعها على المرخص فحسب، وإنما يجوز رفعها من جانب المرخص له وكل من أصابه ضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>(3)</sup>.

(1) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص 227.

(2) سفيان رمازنية، المرجع السابق، ص 273.

(3) رائد أحمد خليل، المرجع السابق، ص 227.

خاتمة

يعتبر موضوع العلامات التجارية وحمايتها من الأمور المستقر عليها بين مختلف تشريعات دول العالم، خاصة بعد إدراك أهميتها ودورها البارز في الحياة اليومية للفرد، وهذا من خلال مختلف الوظائف القانونية التي تؤديها بداية من وظيفتها الأساسية المتمثلة في تمييز منتجات وخدمات شخص عن آخر، إلى كونها أداة لتنظيم المنافسة المشروعة بين المتعاملين الإقتصاديين، ما يضمن حماية المستهلك ورفع جودة المنتجات والخدمات، كما أنها تشكل مصدر وفير لصاحبها سواء إستغلها بنفسه أو تصرف فيها فهي تعد مال معنوي منقول يجوز له التصرف فيها متى توافرت جميع الشروط من خلال التصرفات القانونية المختلفة سواء الناقلة للملكية أين يتم نقل ملكيتها بمقابل بموجب عقد البيع، أو بدون مقابل ويكون ذلك بموجب الهبة أو الوصية، كما قد يتصرف بها دون أن ينقل ملكيتها إما برهن علامته أو الترخيص لإستغلالها.

وبعد دراستنا للتصرفات القانونية التي قد ترد على العلامة التجارية توصلنا إلى بعض من النتائج نسرد أهمها كالآتي:

- تعتبر العلامة كل إشارة قابلة لتمييز سلع وخدمات تاجر أو مقدم خدمة أو منشأة عن أخرى.
- أخضع المشرع الجزائري تسجيل العلامات إلى شروط معينة مذكورة في الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات والمتمثلة في الشروط الموضوعية والشكلية.
- لا يجوز لصاحب العلامة التجارية القيام بأي تصرف بحقها إلا إذا كان مالكا شرعيا لها.
- يمكن لمالك العلامة التجارية أن ينقل ملكية علامته إلى الغير بمقابل عن طريق عقد البيع.
- يملك صاحب العلامة التجارية عدة أوجه للتصرف في العلامة التجارية سواء كان ذلك ببيعها أو رهنها أو هبتها أو الترخيص بإستغلالها...
- تعتبر العلامة منقول معنوي قابل للإنتقال دون مقابل وذلك من خلال التصرفات المضافة إلى ما بعد الموت.
- إنتقال ملكية العلامة التجارية عن طريق الهبة والوصية سيسجل وينشر شأنهم شأن العقود الأخرى.

- في عقد الرهن لا تنتقل العلامة التجارية المرهونة من المدين الراهن إلى الدائن المرتهن بل يبقى مالك العلامة التجارية محتفظا بملكيتها لعلامته وأيضا بحيازته لها إذ أن قاعدة إنتقال المال المرهون تنتافى وطبيعة العلامة التجارية.
  - قيد رهن العلامة التجارية يعطي للدائن المرتهن حق الأولوية في إستيفاء حقه عند حلول الأجل كما يمنحه حق تتبع العلامة التجارية في أي يد تكون لأن دينه مضمون بالرهن.
  - يلتزم المدين الراهن في عقد الرهن بإستغلال العلامة التجارية المرهونة تجنباً لسقوطها، ويكون إلتزامه بالإستغلال مشروطاً بعدم التأثير بشكل سلبي على القيمة المالية للعلامة التجارية تجنباً للإضرار بالدائنين.
  - عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية عبارة عن إتفاق يسمح من خلاله المرخص باعتباره مالك العلامة التجارية لطرف يسمى المرخص له بإستغلالها خلال فترة زمنية معينة وعلى المنتجات والإقليم الجغرافي المتفق عليه لقاء مقابل معين.
  - عدم معالجة قانون العلامات التجارية لعقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالرغم من الأهمية التي يحظى بها هذا العقد.
  - وجوب قيد أي تصرف أو تغيير قد يرد على العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ونشره في الصحف الرسمية.
- نظرا لما سبق توصلنا إليه أعلاه نقترح مجموعة من المقترحات:
- على الرغم من أن المشرع الجزائري نظم أحكام العلامات التجارية بالتفصيل وكفل لها الحماية القانونية اللازمة لضمان حمايتها إلا أنه حبذا لو يتدخل لتحديد القواعد القانونية الخاصة بمختلف العقود التي ترد على العلامة التجارية لأنه تركها للقواعد العامة.
  - نقترح أن يتم إنشاء فروع للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في مختلف ولايات الوطن من أجل الإسراع في إجراءات تسجيل العلامات وجميع حقوق الملكية الصناعية.
  - الإنضمام إلى مختلف المنظمات الدولية، والإتفاقيات الدولية الخاصة بحماية العلامات التجارية والصناعية.

- تحديث قانون العلامات التجارية لمواكبة التطورات الحاصلة في المجال الإقتصادي والتكنولوجي الذي يسود النظام الإقتصادي، و ذلك بإدخال التعديلات التي تتلاءم مع طبيعة العلامة التجارية و إنسجاما مع متطلبات التطور الإقتصادي و التجاري.
- العمل على سن نظام تشريعي خاص بعقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية وتحديد الأطر التنظيمية له وتهيئة البيئة التشريعية المناسبة لأطرافه.
- نشر الوعي بأهمية العلامة التجارية و مدى تأثيرها على الصانع و المنتج و المستهلك و على الوضع الإقتصادي بشكل عام.

# قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب:

- 1- أحمد بولوذنين، المختصر في القانون التجاري الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2011.
- 2- أحمد محمد محرز، القانون التجاري، منشورات النسر الذهبي، القاهرة، 1998.
- 3- أحمد محمود الشافعي، أحكام الموارث و الوصايا و الوقف في الشريعة الإسلامية، النقابة الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- 4- العربي بلحاج، الوجيز في شرح قانون الأسرة الجزائري، ج2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 5- الرشيد بن شويخ، الوصية والميراث في قانون الأسرة الجزائري، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2008.
- 6- جميل الشرقاوي، النظرية العامة للإلتزام، أحكام الإلتزام، ج2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995.
- 7- جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية، البيع - الإيجار، المقالة، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 8- زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل، الجزائر، 2008.
- 9- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009.
- 10- زوبير حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2002.
- 11- زكريا سرايش، الموجز في شرح قواعد البيع، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2019.
- 12- حمدي باشا عمر، عقود التبرعات " الهبة - الوصية - الوقف"، دار هومة، الجزائر، 2004.
- 13- حمدي باشا عمر، عقود التبرعات، الهبة، الوصية، الوقف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

- 14- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 15- حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993.
- 16- كمال حمدي، المواريث والهبة والوصية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1988.
- 17- لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 18- لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، ط3، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 19- مايا دقايشية، الرجوع في عقود التبرع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
- 20- مبروك مقدم، المحل التجاري، ط 4، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- 21- محمد أحمد شحاتة حسين، الوجيز في المواريث والوصية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010.
- 22- محمد بن أحمد تقية، دراسة عن الهبة في قانون الأسرة الجزائري، مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية والقانون المقارن، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 2003.
- 23- محمد زهدور، الوصية في القانون المدني الجزائري والشريعة الإسلامية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د س ن.
- 24- محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 25- محمد حسن قاسم، القانون المدني، العقود المسماة، البيع - التأمين - الإيجار، (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2003.
- 26- محمد يوسف الزعبي، العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

- 27- محمد يوسف عمرو، الميراث والهبة دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 28- محمد فريد العريني، جلال وفاء محمدين، القانون التجاري (الأعمال التجارية- التاجر المحل التجاري)، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 1998.
- 29- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات العقد والإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية، طبعة جديدة مزيّدة ومنقحة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 30- محمد خليل، محسن الديسي، أحكام الوصية و الميراث و الوقف في الفقه و القانون، الآفاق المشرقة ناشرون، أبوظبي، 2009.
- 31- مصطفى إبراهيم الزلمي، أحكام الميراث والوصية وحق الإنتقال في الفقه الإسلامي المقارن والقانون، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 32- نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري (المحل التجاري والعمليات الواردة عليه)، ج1، و2، دار هومة، الجزائر، 2011.
- 33- نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، البيع، ج1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1997.
- 34- نبيل ابراهيم سعد، التأمينات العينية والشخصية (الرهن الرسمي- حق الإختصاص- الرهن الحيازي- حقوق الإمتياز - الكفالة)، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2007.
- 35- نور الدين شادلي، القانون التجاري (الأعمال التجارية- التاجر - المحل التجاري)، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 36- نسيم يخلف، أحكام البيع والشراء في التشريع الجزائري، وفق آخر التشريعات المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.
- 37- نسرين شريقي، الأعمال التجارية (التاجر - المحل التجاري)، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2013.
- 38- نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014.

- 39- نسيم شيخ، أحكام الرجوع في التصرفات التبرعية في القانون الجزائري، الهبة، الوصية، الوقف، دراسة مقارنة مدعمة بالأحكام والإجتهادات القضائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- 40- سمير عبد السيد تناغو، التأمينات الشخصية والعينية (الكفالة - الرهن الرسمي - حق الإختصاص - الرهن الحيازي - حقوق الإمتياز)، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 1997.
- 41- سمير السيد تناغو، عقد البيع، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2009.
- 42- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط5، دار النهضة العربية، مصر، 2006.
- 43- سعيد مبارك، طه الملاحويش، عبيد الفتلاوي، الموجز في العقود المسماة، البيع، الإيجار، المقاوله، شركة العاتك لصناعة الكتاب، بيروت، د. س ن.
- 44- عباس العبودي، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني البيع والإيجار، دراسة مقارنة بالتطبيقات القضائية، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 45- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 46- عبد الفتاح تقيّة، محاضرات في قانون الأحوال الشخصية لطلبة الكفاءة المهنية للمحماة، مطبعة دار هومة، الجزائر، 2000.
- 47- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الإلتزام بوجه عام، ج3، دار إحياء التراث العربي، لبنان، د س ن.
- 48- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية - البيع والمقايضة، ج4، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، د س ن.
- 49- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية الهبة والشركة والقرض والدخل الدائم والصلح، ج5، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، د س ن.
- 50- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني في التأمينات الشخصية والعينية، ج 10، دار إحياء التراث العربي، لبنان، د س ن.

- 51- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية - دراسة مقارنة - منشورات حلبي الحقوقية، عمان، 2012.
- 52- علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 53- علاء عزيز حميد الجبور، عقد الترخيص، دراسة مقارنة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- 54- علي بن غانم، الوجيز في القانون التجاري وقانون الأعمال، موفم للنشر، الجزائر، 2005.
- 55- علي هادي العبيدي، العقود المسماة: البيع والإيجار، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 56- علي فيلاي، الإلتزامات النظرية العامة للعقد، طبعة مصححة ومعدلة، موفم للنشر، الجزائر، 2016.
- 57- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، نشر وتوزيع ابن خلدون، الجزائر، 2001.
- 58- فشار عطاء الله، أحكام الميراث في قانون الأسرة الجزائري، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 59- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني (عقد البيع)، ج4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2000.
- 60- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، مصادر الإلتزام، ج1، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 61- خليفة الخروبي، العقود المسماة " الوكالة - البيع - المعاوضة - الكراء - الهبة"، طبعة منقحة ومزيدة، مجمع الأطرش للكتاب المختص، تونس، 2013.
- 62- غني حسون طه، الوجيز في العقود المسماة، عقد البيع، ج1، مطبعة المعارف، بغداد، 1970-1969.

ثانيا: الرسائل والمذكرات:

1. رسائل الدكتوراه:

1- ولاء الدين محمد أحمد إبراهيم، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، رسالة الحصول على درجة دكتوراه في الحقوق، جامعة عين الشمس، مصر، 2006.

2- نضرة بن دوش، إنقضاء الالتزام دون الوفاء به في القانون الوضعي والفقہ الإسلامي (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2010/2011.

3- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012.

4- فتيحة سعدي، ضمان عيوب المبيع الخفية في القانون المدني الجزائري مقارنا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011/2012.

5- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015.

6- سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

7- سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2015/2016.

- 8- رابح عبد المالك، النظام القانوني لعقود التبرعات (الوصية ، الهبة، الوقف)، في قانون الأسرة الجزائري والفقه الإسلامي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017/2016.
- 9- زهية ربيع، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 10- حنين زروقي، التعويض عن الأضرار الناجمة عن ضمان العيوب الخفية للمبيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون مدني معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.
- 11- سعيدة باره، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي: العلامة التجارية نموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2018/2017.
- 12- فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، أطروحة مكملة لنيل درجة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2019/2018.

## 2. مذكرات الماجستير:

- 1- سليمة بن زايد، إستغلال براءة الاختراع في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001/2000.
- 2- رضوان جامع، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001.
- 3- دوجة باقدي، عقد التنازل عن العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005/2004.
- 4- العيد عامر، ملكية العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2007-2006.

- 5- أم الخير قوق، أحكام بيع المحل التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2006.
- 6- عمار نكاح، إنتقال الملكية العقارية في قانون الأسرة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة قسنطينة، 2008/2007.
- 7- وهيبة نعمان، إستغلال حقوق الملكية الصناعية والنمو الإقتصادي، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر1، 2010/2009.
- 8- فريدة هلال، الهبة في ضوء القانون والقضاء الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2011/2010.
- 9- كريم قان، نقل الملكية في عقد بيع العقار في القانون الجزائري، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2012/2011.
- 10- سفيان بن زواوي، بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة1، 2013/2012.
- 11- العربي زنتو، حماية الورثة من الوصية المستترة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2015/2014.
- 12- بسمة بويشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2015/2014.
- 13- وليد عوجان، الضوابط القانونية والشرعية للرضا بالعقود - دراسة مقارنة - رسالة قدمت إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2014.
- 14- فايزة عين السبع، الرجوع في التصرفات التبرعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأسرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014.

- 15- وافية بوعش، عقد إستغلال العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2015.
- 16- مختار حزام، إستغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016/2015.
- 17- كريمة بورحلة، عقد تحويل العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.
- 18- فواز يوسف كايد معاري، إنتقال الحق في العلامة التجارية، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017.
- 19- أميمة عابدين عبد الرحيم زين العابدين، أحكام عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في القانون، قسم القانون، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، 2018.
- 20- نعيمة بريش، عقود التبرعات دراسة مقارنة بين قانون الأسرة والفقه الإسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج، البويرة، 2018.
- 21- سلام عزيز محمد الخطيب، عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية « دراسة مقارنة »، قدمت هذه الأطروحة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018.

3. مذكرات الماستر:

- 1- فريزة دحماني، الوصية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الثامنة عشر، الجزائر، 2010.
- 2- سامية موراد، النظام القانوني لعقد هبة العقار في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدية، 2012/2011.
- 3- أمال قدوم، سهام قاسي، ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2013/2012.
- 4- كاتية يابسي، صبرينة يونس، إلتزامات البائع والمشتري وفقا لأحكام القانون المدني الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012.
- 5- سليمان بناي، سفيان بناي، عقود الإرادة المنفردة بين الشريعة والقانون، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012.
- 6- زوهرة إعباسن، رميزة سعودي، أحكام بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014/2013.
- 7- مريم عاشور، تسعديت عبد الكريم، التصرفات الواردة على العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014/2013.
- 8- سلوى قماش، كنزة إسعون، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية (الرهن والإيجار)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014/2013.

- 9- البشير بن دنيدينة، الوصية والوقف عند مرض الموت، مذكرة نهاية الدراسة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، 2015/2014.
- 10- حكيم دربالي، الوصية في التشريع الجزائري، مذكرة مكملّة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: أحوال شخصية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014.
- 11- ليديّة مهلب، ليندة مرادي، النظام القانوني لعقد بيع العلامة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2015/2014.
- 12- نعيمة تمار، فريدة العقون، الهبة في العقار، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص أحوال شخصية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2015/2014.
- 13- شوقي بلقليل، الرهن الحيازي في التشريع الجزائري، مذكرة مكملّة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المسيلة، 2015/2014.
- 14- البشير سليخ، الهبة وأحكامها بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مذكرة مقدمة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: الأحوال الشخصية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2015.
- 15- بحر الندي سهلي، التصرفات الواردة على المحل التجاري، مذكرة مكملّة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015.
- 16- حنان مساعدي، حليلة زويش، التصرفات القانونية الناقلة للملكية العقارية في التشريع الجزائري، مذكرة مكملّة من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم القانونية والإدارية، تخصص : قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017/2016.

- 17- ياسمين كشاد، الهبة في العقار، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون الأسرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، 2016.
- 18- يونس زمرور، أمحمد مازة، عقد التنازل عن العلامة دراسة مقارنة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016.
- 19- ليندة حمياز، نوال بوخيمة، التمييز بين عقد ترخيص العلامة وعقد الفرنشيز، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016/2017.
- 20- محند شريف ولد محمد، حكيمة حداد، عقد هبة العقار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص: قانون عقاري، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 21- حفيظة حوحاش، فتحية قويدر عيسى، الوظيفة القانونية والإقتصادية للعلامات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2019.
- 22- كريم بلمهدي، أمزيان تودرت، عقد ترخيص إيجار العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.
- 23- صارة كبابي، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مكمل لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018/2019.

ثالثا: المقالات والمحاضرات:

1. المقالات:

- 1- وافية بوعش، «عن إختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص إستغلال العلامة التجارية»، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، العدد السادس، جوان 2018.
- 2- كمال صمامة، « تصرفات المريض مرض الموت في الوصية بين الشريعة الإسلامية وقانون الأسرة الجزائري»، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، أفريل 2019.
- 3- نبيل ونوغي، « النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري»، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، المركز الجامعي سي الحواس، بركة، المجلد الثالث، العدد الأول، جانفي 2019.
- 4- سفيان رمازنية: « النظام القانوني لعقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية في التشريع الجزائري وإتفاقية تريبس»، مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر، المجلد 17، العدد 02، سنة 2020.
- 5- فريد كركادن، « ضمانات الدائن المرتهن في عقد الرهن الحيازي للمحل التجاري»، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 02 ماي 2016.
- 6- فتحي بن زيد، « عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري»، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، جامعة سطيف 2، الجزائر، العدد الثاني، مارس 2020.
- 7- رائد أحمد خليل، « عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية»، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، العراق، المجلد 2، العدد 20، السنة السادسة.
- 8- رمزي حوحو، كاهنة زواوي، « التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري»، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد الخامس، مارس 2018.

## 2. المحاضرات:

- 1- ورده دلال، مقياس التبرعات والمواريث، مطبوعة بيداغوجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014.

## رابعاً: النصوص القانونية:

### 1. القوانين:

- قانون رقم 84-11، المؤرخ في 09 رمضان 1404، الموافق لـ 09 يونيو 1984، المتضمن قانون الأسرة، المعدل والمتمم بالأمر رقم 02/05 في 27 فبراير 2005، ج ر، عدد 15، المؤرخة في 27 فبراير 2005.

### 2. الأوامر:

- 1- أمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات، ج ر، العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003.
- 2- أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري الجزائري، ج ر عدد 101 مؤرخة في 19 ديسمبر 1975 المعدل والمتمم بالأمر رقم 05-02 المؤرخ في 6 فيفري 2005، ج ر عدد 11 مؤرخة في 9 فيفري 2005.
- 3- أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، العدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بالأمر رقم 07/05، ج ر العدد 31 الصادر في 2007.

### 3. المراسيم:

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 98-68، مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج ر، عدد 11، الصادر في 1 مارس 1998.
- 2- مرسوم تنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 02 أوت سنة 2005، يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، الصادر في 07 أوت 2005، معدل ومتمم.

الفهرس

| الموضوع                                                                                                                                                         | الصفحة |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| كلمة شكر                                                                                                                                                        |        |
| إهداء                                                                                                                                                           |        |
| قائمة المختصرات                                                                                                                                                 |        |
| مقدمة                                                                                                                                                           | 5      |
| <p style="text-align: center;"><b>الفصل الأول</b></p> <p style="text-align: center;"><b>التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية الناقلة للملكية</b></p> |        |
| المبحث الأول: البيع كتصرف ناقل لملكية العلامة التجارية.                                                                                                         | 12     |
| المطلب الأول: أركان عقد بيع العلامة التجارية.                                                                                                                   | 12     |
| الفرع الأول: الأركان الموضوعية لعقد بيع العلامة التجارية.                                                                                                       | 13     |
| أولاً: ركن التراضي.                                                                                                                                             | 13     |
| 1- وجود التراضي.                                                                                                                                                | 13     |
| 2- صحة التراضي.                                                                                                                                                 | 15     |
| أ. أهلية التعاقد في عقد البيع.                                                                                                                                  | 15     |
| ب. صحة الإرادة من العيوب.                                                                                                                                       | 16     |
| ثانياً: ركن المحل.                                                                                                                                              | 18     |
| 1- العلامة التجارية كمحل إلتزام البائع.                                                                                                                         | 18     |
| أ. تعريف العلامة.                                                                                                                                               | 19     |
| ب. شروط العلامة.                                                                                                                                                | 19     |
| 2- العلامة التجارية كمحل إلتزام المشتري.                                                                                                                        | 20     |
| أ. تعريف الثمن.                                                                                                                                                 | 21     |

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| 21 | ب. شروط الثمن.                                              |
| 22 | ثالثا: ركن السبب.                                           |
| 23 | 1 - تعريف السبب.                                            |
| 23 | 2 - شروط السبب.                                             |
| 23 | أ. وجود السبب.                                              |
| 23 | ب. مشروعية السبب.                                           |
| 24 | الفرع الثاني: الأركان الشكلية لعقد بيع العلامة التجارية.    |
| 24 | أولا: الكتابة.                                              |
| 25 | ثانيا: الإشهار.                                             |
| 25 | ثالثا: قيد عقد بيع العلامة التجارية.                        |
| 26 | 1 - المقصود بالقيد.                                         |
| 27 | 2 - محتوى القيد.                                            |
| 27 | 3 - الجهة الواجب القيد لديها.                               |
| 28 | رابعا: نشر عقد بيع العلامة التجارية.                        |
| 29 | المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن عقد بيع العلامة التجارية. |
| 29 | الفرع الأول: إلتزامات بائع العلامة التجارية.                |
| 29 | أولا: إلتزام البائع بنقل ملكية العلامة التجارية.            |
| 30 | ثانيا: إلتزام البائع بتسليم العلامة التجارية.               |
| 31 | 1 - زمان تسليم العلامة.                                     |
| 31 | 2 - مكان تسليم العلامة.                                     |
| 31 | ثالثا: إلتزام البائع بضمان التعرض و الإستحقاق.              |
| 31 | 1 - إلتزام البائع بضمان التعرض.                             |
| 33 | 2 - إلتزام البائع بضمان الإستحقاق.                          |
| 34 | أ. الإستحقاق الكلي للعلامة.                                 |
| 34 | ب. الإستحقاق الجزئي للعلامة.                                |
| 35 | رابعا: إلتزام البائع بضمان العيوب الخفية.                   |

|    |                                                                                                   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 35 | 1- أن يكون العيب خفيا.                                                                            |
| 35 | 2- أن يكون العيب مؤثراً.                                                                          |
| 36 | 3- أن يكون العيب قديماً.                                                                          |
| 36 | 4- أن يكون المشتري جاهل بالعيب.                                                                   |
| 36 | الفرع الثاني: إلتزامات مشتري العلامة التجارية.                                                    |
| 37 | أولاً: إلتزام المشتري بدفع ثمن العلامة التجارية.                                                  |
| 38 | ثانياً: إلتزام المشتري بدفع نفقات عقد البيع و تكاليف العلامة.                                     |
| 38 | 1- نفقات عقد البيع.                                                                               |
| 39 | 2- تكاليف العلامة.                                                                                |
| 40 | ثالثاً: إلتزام المشتري بتسلم العلامة التجارية.                                                    |
| 41 | المبحث الثاني: التصرفات القانونية الناقلة لملكية العلامة التجارية دون مقابل (عقد الهبة و الوصية). |
| 41 | المطلب الأول: نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الهبة.                                           |
| 42 | الفرع الأول: مفهوم عقد الهبة.                                                                     |
| 42 | أولاً: تعريف عقد الهبة.                                                                           |
| 43 | ثانياً: أركان عقد الهبة.                                                                          |
| 43 | 1- الأركان الموضوعية لعقد الهبة.                                                                  |
| 44 | أ. ركن التراضي.                                                                                   |
| 46 | ب. ركن المحل.                                                                                     |
| 46 | ج. ركن السبب.                                                                                     |
| 47 | 2- الأركان الشكلية لعقد الهبة.                                                                    |
| 47 | أ. الكتابة.                                                                                       |
| 48 | ب. تسجيل عقد الهبة في سجل العلامات التجارية.                                                      |
| 48 | ج. نشر عقد الهبة في الصحف الرسمية.                                                                |
| 48 | الفرع الثاني: الآثار التي تترتب عن عقد الهبة.                                                     |
| 49 | أولاً: إلتزامات الواهب.                                                                           |

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| 49 | 1- إلتزام الواهب بنقل ملكية العلامة التجارية.             |
| 49 | 2- إلتزام الواهب بتسليم العلامة التجارية.                 |
| 49 | 3- إلتزام الواهب بضمان التعرض و الإستحقاق.                |
| 50 | 4- إلتزام الواهب بضمان العيوب الخفية.                     |
| 50 | ثانيا: إلتزامات الموهوب له.                               |
| 50 | 1- إلتزام الموهوب له بالعرض.                              |
| 51 | 2- إلتزام الموهوب له بنفقات الهبة.                        |
| 51 | المطلب الثاني: نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الوصية. |
| 51 | الفرع الأول: مفهوم الوصية.                                |
| 52 | أولاً: تعريف الوصية.                                      |
| 52 | 1- تعريف الوصية لغة.                                      |
| 52 | 2- تعريف الوصية إصطلاحاً.                                 |
| 52 | أ. التعريف الفقهي للوصية.                                 |
| 53 | ب. التعريف القانوني للوصية.                               |
| 53 | ثانيا: أركان الوصية.                                      |
| 53 | 1- ركن الصيغة.                                            |
| 55 | 2- ركن الموصي.                                            |
| 55 | أ. سلامة العقل.                                           |
| 55 | ب. بلوغ سن 19 سنة كاملة.                                  |
| 55 | 3- ركن المصلى له.                                         |
| 55 | أ. أن يكون الموصى له موجوداً.                             |
| 56 | ب. أن يكون الموصى له معلوماً                              |
| 56 | ج. أن لا يكون الموصى له قاتلاً للموصي.                    |
| 56 | د. أن يكون الموصى له أهلاً للتملك.                        |
| 56 | هـ. أن لا يكون الموصى له جهة معصية.                       |
| 57 | و. أن لا يكون الموصى له وارث للموصي.                      |

|                                                                                                                                                                      |                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 57                                                                                                                                                                   | 4- ركن الموصى به.                                                 |
| 58                                                                                                                                                                   | الفرع الثاني: أسباب عدم نفاذ الوصية الواقعة على العلامة التجارية. |
| 58                                                                                                                                                                   | أولاً: رجوع الموصي عن الوصية الواقعة على العلامة التجارية.        |
| 58                                                                                                                                                                   | 1 - الرجوع الصريح في الوصية الواقعة على العلامة التجارية.         |
| 59                                                                                                                                                                   | 2 - الرجوع الضمني في الوصية الواقعة على العلامة التجارية.         |
| 59                                                                                                                                                                   | ثانياً: مبطلات الوصية الواقعة على العلامة التجارية.               |
| <p style="text-align: center;"><b>الفصل الثاني</b></p> <p style="text-align: center;"><b>التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية غير الناقلة للملكية</b></p> |                                                                   |
| 63                                                                                                                                                                   | المبحث الأول: رهن العلامة التجارية.                               |
| 63                                                                                                                                                                   | المطلب الأول: مفهوم عقد رهن العلامة التجارية.                     |
| 63                                                                                                                                                                   | الفرع الأول: تعريف عقد رهن العلامة التجارية و شروط إنعقاده.       |
| 63                                                                                                                                                                   | أولاً: تعريف عقد رهن العلامة التجارية.                            |
| 64                                                                                                                                                                   | ثانياً: شروط إنعقاد عقد رهن العلامة التجارية.                     |
| 64                                                                                                                                                                   | 1 - الشروط الموضوعية لعقد رهن العلامة التجارية.                   |
| 65                                                                                                                                                                   | أ. الشروط الموضوعية العامة.                                       |
| 65                                                                                                                                                                   | ب. الشروط الموضوعية الخاصة.                                       |
| 67                                                                                                                                                                   | 2 - الشروط الشكلية لعقد رهن العلامة التجارية.                     |
| 67                                                                                                                                                                   | أ. الكتابة.                                                       |
| 67                                                                                                                                                                   | ب. قيد رهن العلامة التجارية في السجل التجاري.                     |
| 67                                                                                                                                                                   | ج. قيد رهن العلامة التجارية في سجل العلامات.                      |
| 68                                                                                                                                                                   | د. نشر رهن العلامة التجارية في الصحف الرسمية.                     |
| 68                                                                                                                                                                   | الفرع الثاني: آثار عقد الرهن الوارد على العلامة التجارية.         |
| 68                                                                                                                                                                   | أولاً: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للمدين الراهن.       |

|    |                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------|
| 68 | 1- إلتزامات المدين الراهن.                                            |
| 68 | أ. إنشاء المدين الراهن لحق الرهن.                                     |
| 69 | ب. ضمان المدين الراهن لسلامة الرهن.                                   |
| 69 | ج. ضمان الهلاك.                                                       |
| 69 | د. الإلتزام بالإخطار.                                                 |
| 70 | هـ. الإلتزام بنفقات العقد والقيـد.                                    |
| 70 | 2- حقوق المدين الراهن.                                                |
| 70 | ثانيا: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للدائن المرتهن.          |
| 71 | 1- إلتزامات الدائن المرتهن.                                           |
| 71 | 2- حقوق الدائن المرتهن.                                               |
| 71 | أ. حق الأفضلية (حق الأولوية).                                         |
| 72 | ب. حق التتبع.                                                         |
| 72 | ثالثا: آثار عقد رهن العلامة التجارية بالنسبة للغير.                   |
| 73 | المطلب الثاني: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية                        |
| 73 | الفرع الأول: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة تبعية.              |
| 74 | أولا: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بالوفاء.                        |
| 75 | ثانيا: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بما يعادل الوفاء.              |
| 75 | 1- الوفاء بمقابل كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.             |
| 75 | 2- التجديد كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.                   |
| 75 | 3- الإنابة كطريقة لإنقضاء رهن العلامة التجارية.                       |
| 76 | 4- المقاصة كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.                   |
| 76 | 5- إتحاد الذمة كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.               |
| 77 | ثالثا: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية دون وفاء ولا بما يعادل الوفاء. |
| 77 | 1- الإبراء كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.                   |
| 78 | 2- إستحالة التنفيذ كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.           |
| 78 | 3- التقادم المسقط كطريقة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية.            |

|    |                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 79 | الفرع الثاني: إنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية.                                   |
| 79 | أولاً: بيع العلامة التجارية المرهونة كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية.    |
| 80 | ثانياً: نزول الدائن المرتهن عن حق الرهن كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية. |
| 80 | ثالثاً: هلاك العلامة التجارية المرهونة كوسيلة لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية.  |
| 81 | رابعاً: البطلان والفسخ كوسيلتان لإنقضاء عقد رهن العلامة التجارية بصفة أصلية.                |
| 82 | المبحث الثاني: الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                                           |
| 82 | المطلب الأول: مفهوم عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                                  |
| 83 | الفرع الأول: تعريف عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية وخصائصه.                           |
| 83 | أولاً: تعريف عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                                         |
| 84 | ثانياً: خصائص عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                                        |
| 84 | 1- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود التبادلية (الملزمة للجانبين).            |
| 85 | 2- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود على الاعتبار الشخصي.                     |
| 85 | 3- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود المحددة المدة.                           |
| 85 | 4- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود غير المسماة.                             |
| 86 | 5- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود غير الناقلة للملكية.                     |
| 86 | 6- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من العقود الرضائية.                                |
| 87 | 7- عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية من عقود المعاوضة.                                  |
| 87 | الفرع الثاني: أنواع عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                                  |
| 88 | أولاً: الترخيص الإستثنائي.                                                                  |
| 88 | ثانياً: الترخيص غير الإستثنائي (العادي).                                                    |

|     |                                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|
| 88  | ثالثا: الترخيص الوحيد.                                                        |
| 89  | المطلب الثاني: أحكام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                   |
| 89  | الفرع الأول: إبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                     |
| 89  | أولا: الشروط الموضوعية لإبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.          |
| 90  | 1- التراضي.                                                                   |
| 90  | أ. الأهلية التجارية.                                                          |
| 91  | ب. خلو الإرادة من عيوب التراضي.                                               |
| 91  | 2- المحل.                                                                     |
| 92  | أ. أن تكون العلامة موجودة عند إبرام العقد.                                    |
| 92  | ب. أن تكون العلامة معينة تعيينا دقيقا.                                        |
| 92  | ج. أن تكون العلامة مشروعة ومما يجوز التعامل فيه.                              |
| 92  | 3- السبب.                                                                     |
| 92  | ثانيا: الشروط الشكلية لإبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.           |
| 93  | 1- إجراءات تسجيل عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                       |
| 93  | أ. الكتابة.                                                                   |
| 95  | ب. تسجيل عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في سجل العلامات.               |
| 95  | ج. نشر عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية في الصحف الرسمية.                |
| 96  | 2- نفاذ العقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.                              |
| 96  | الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن إبرام عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية. |
| 96  | أولا: آثار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالنسبة للمرخص.              |
| 97  | 1- إلتزامات المرخص.                                                           |
| 97  | أ. إلتزام المرخص بتسليم العلامة التجارية محل الترخيص.                         |
| 97  | ب. إلتزام المرخص بالضمان والمحافظة على العلامة التجارية المرخص بها.           |
| 99  | ج. إلتزام المرخص بعدم إنهاء عقد الترخيص أو تجديد بدون سبب مشروع.              |
| 100 | د. إلتزام المرخص بتقديم المساعدة التقنية للمرخص له.                           |
| 100 | 2- حقوق المرخص.                                                               |

|     |                                                                              |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|
| 101 | أ. الحق في التصرف بالعلامة واستغلالها.                                       |
| 101 | ب. الحق في إستيفاء مقابل عقد الترخيص.                                        |
| 101 | ج. حق المرخص في مراقبة جودة الإنتاج.                                         |
| 102 | ثانيا: آثار عقد الترخيص لإستغلال العلامة التجارية بالنسبة للمرخص له.         |
| 102 | 1 - إلتزامات المرخص له.                                                      |
| 102 | أ. إلتزام المرخص له بإستغلال العلامة التجارية.                               |
| 103 | ب. إلتزام المرخص له بأداء المقابل المالي.                                    |
| 103 | ج. إلتزام المرخص له ببذل العناية الواجبة في إستغلال العلامة والمحافظة عليها. |
| 104 | د. إلتزام المرخص له بالتقيد بعقد الترخيص.                                    |
| 104 | هـ. إلتزام المرخص له بالمحافظة على سرية المعارف الفنية للعلامة التجارية.     |
| 105 | و. إلتزام المرخص له بعدم منافسة المرخص.                                      |
| 105 | 2 - حقوق المرخص له.                                                          |
| 105 | أ. الحق في إستعمال العلامة التجارية المرخص بإستغلالها.                       |
| 106 | ب. الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.                                   |
| 108 | خاتمة.                                                                       |
| 112 | قائمة المراجع.                                                               |
| 127 | الفهرس.                                                                      |



## الملخص:

يكتسي موضوع العلامة التجارية أهمية بالغة لما لها من دور فعال في تحريك دواليب التنمية الاقتصادية و تنشيط سيرورة المعاملات و الصفقات التجارية لاسيما في عصرنا الحديث، فهي تعد من أبرز عناصر الملكية الصناعية نظرا لمدى أهميتها لكل من الصانع و التاجر و مقدم الخدمة و المستهلك على حد سواء، فبالإضافة لوظائفها المعنوية كتمييز منتجات و خدمات المنافسين المتشابهة أو المماثلة فإن العلامة التجارية هي حق مالي أيضا، يقبل الانتقال من شخص إلى آخر من خلال مختلف التصرفات الجائزة قانونا، فتد على العلامة التجارية عدة تصرفات و هذه التصرفات تنقسم إلى نوعين، حيث أن النوع الأول منها يرد على ملكية العلامة التجارية أين يتم نقل هذه الملكية سواء بمقابل أو بدون مقابل، فإذا كان لقاء عوض معلوم و مناسب فإن ذلك يتم بموجب عقد البيع، أما إذا تم ذلك بدون عوض فيكون بموجب الهبة و الوصية.

أما النوع الثاني من التصرفات الواردة على العلامة التجارية تتمثل في التصرفات غير الناقلة للملكية مثل الرهن و الترخيص لإستغلال العلامة التجارية، و كل التصرفات تخضع لنفس الشروط الشكلية و الموضوعية.

## الكلمات المفتاحية:

العلامة التجارية، التصرفات الواردة على العلامة، البيع، الهبة، الوصية، الرهن، الترخيص لإستغلال العلامة التجارية.

## Le résumé:

La question de la marque de commerce est d'une grande importance car elle a un rôle actif à jouer dans le développement économique et la stimulation du processus de transactions et des accords commerciaux, en particulier dans notre ère moderne. Elle est considérée comme l'un des éléments les plus importants de la propriété industrielle en raison de son importance pour le fabricant, le commerçant, le prestataire de services et le consommateur. En plus de ses fonctions immatérielles telles que la distinction des produits et services similaires de

concurrents, la marque est également un droit financier; en acceptant le transfert d'une personne à l'autre par le biais de diverses actions légalement accordées.

Plusieurs actions apparaissent sur la marque et sont divisés en deux types. Le premier type de celui-ci est basé sur la propriété de la marque lorsque cette propriété est transférée soit en échange ou gratuitement, s'il s'agit d'une compensation connue et appropriée, alors cela se fait dans le cadre du contrat de vente, mais si elle est faite sans compensation, elle sera sous le don et le commandement.

Quant au deuxième type des actions contenues sur la marque ne transfèrent pas la propriété. Telles que l'hypothèque et l'autorisation d'exploiter la marque. Toutes actions sont soumises aux mêmes conditions formelles et objectives.

### **Les mots-clés:**

La marque de commerce, les actions contenues sur la marque, vente, le don, le commandement, l'hypothèque, l'autorisation d'exploiter la marque.