

ضمانات حماية المرخص له في عقود الامتياز

د. محمد محمد سادات

كلية القانون - جامعة الشارقة - الامارات العربية المتحدة

مقدمة:

لقد أدى التقدم الهائل في الأنشطة الاقتصادية إلى تطور المعاملات العقدية التي لم تعد مقصورة على العقود التقليدية المسماة أو غيرها من العقود غير المسماة المألوفة، فقد تطورت العلاقات التعاقدية حتى بدأت تظهر أنماط ومسميات جديدة من العقود تنشأ من تراكم أكثر من عقد ليظهر في النهاية نظاماً عقدياً جديداً لم يعتد عليه الفقه أو تتناوله التشريعات بالتنظيم. فمن النظام العقدي المعتمد على عقد واحد إلى نظام عقدي مركب تتحدد أركانه من أكثر من عقد، بدأت عقود مستحدثة تظهر لمواكبة المغيرات الاقتصادية المتطورة والمتابعة.

ومن أكثر العقود الحديثة أهمية، التي بدأ انتشارها منذ النصف الثاني من القرن العشرين، لتغطي معظم الأنشطة والقطاعات التي توفر للفرد حاجاته سواء الأساسية أو الكمالية، هو عقد الامتياز. فقد أصبح العمل بعقود الامتياز جزءاً من الحياة اليومية لمعظم المستهلكين في أغلب الدول، إذ تم الاعتماد على ذلك النظام كوسيلة لممارسة الأعمال والأنشطة المختلفة، وتم استغلاله كآلية لتحقيق نوع من التكامل بين المشروعات المختلفة ووسيلة لغزو أسواق جديدة واستغلال الإمكانيات الاقتصادية لهذه الأسواق⁽¹⁾.

والامتياز، وهو مصطلح حديث في الفقه القانوني العربي ومألوف

(1) - د. علي قاسم، عقد الالتزام التجاري، مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق،

جامعة القاهرة، العدد 54، 1986، ص 205.

كثيراً في الفقه الأجنبي، وهو يمثل بصورة مبسطة، نقل أحد الأشخاص ما يملكه من حقوق ملكية فكرية - معرفة فنية وعلامة تجارية - حققت له شهرة في الأنشطة والاستثمارات الخاصة به، إلى شخص آخر لاستخدامها في نشاط مماثل للاستفادة مما حققه المشروع الأول من شهرة.

فمن خلال نظام الامتياز يقوم صاحب مشروع اقتصادي ناجح وذو شهرة، وهو ما يطلق عليه صاحب الامتياز، بالسماح لصاحب مشروع آخر، وهو المرخص له، بإنتاج أو توزيع سلعة أو تقديم خدمة تحت العلامة التجارية أو الاسم التجاري المميز لصاحب الامتياز، كما يلتزم الأخير بنقل المعرفة الفنية السرية التي يستأثر بها من طرق تشغيل ومواصفات للمنتج وغيرها، وتقديم المساعدة والتدريب للمرخص له، في مقابل التزام الأخير بدفع مقابل يتم الاتفاق عليه. وغاية صاحب الامتياز من إتباع ذلك النظام هو أنه يستطيع الدخول إلى أسواق جديدة من خلال أصحاب المشروعات الذين يرخص لهم، ومن ثم، تحقيق سمعة أكبر، ودون أن يكون ملزماً باستثمار أموال لإنشاء وحدات جديدة في أسواق جديدة⁽¹⁾.

وبالنسبة للمرخص له، يمكنه الامتياز من الاحتماء بمظلة مؤسسة أو منظمة تضمن له وجود مستهلكين دون أن يقوم بعناء صرف أموال لدخول أسواق جديدة⁽²⁾، إذ يفضل معظم الأشخاص المقبلين على إنشاء

(1) - "... The franchise system benefits both individual franchisees and the franchise as a whole...". **MEANEY (J. A.)**, How to buy a franchise, First ed., Sphinx publishing, Illinois, 2004, p.9.

(2) - د. محمود أحمد الكندري، أهم المشكلات التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الرابع، س24، ديسمبر 2000، ص 93.

استثمارات جديدة، الاشتراك في شبكة امتياز موجودة بالفعل، لأنهم يشعرون أنه أقل خطورة من بدء النشاط أو المشروع من العدم بالإضافة إلى أن الكثيرين يدركون أن خبراتهم قد لا تؤهلهم لإنشاء عمل ناجح كما أن هناك آخرين غير مستعدين لقضاء الوقت والجهد والمال في إعادة اختراع ما هو متاح بالفعل.

ولهذا، فإن نظام الامتياز يحقق منافع تبادلية للمرخص لهم من جانب، وصاحب الامتياز من جانب آخر؛ حيث تتميز شبكة الامتياز بأنها أشبه بمجتمع تعاوني يقوم على أساس من المصالح المشتركة يجمع بين صاحب الامتياز وكل من تم الترخيص له باستخدام حقوق الامتياز، فجميعهم يشتركون في إجراءات التشغيل والدعاية ومعايير الجودة، وهو ما جعل الفقه يصفون تلك الشبكة بأنها ذات طبيعة وقائية وأن تلك الصفة هي التي دفعت الكثيرين للدخول للمجازفة وممارسة أعمال الامتياز⁽¹⁾.

وعندما تذكر أنشطة الامتياز فإن أول ما يتبادر إلى الذهن هو مطاعم الوجبات السريعة التي تحمي العلامات التجارية الشهيرة مثل كنتاكي وبيتزا هت وماكدونالد، بيد أنه بالرغم من حداثة نظام الامتياز فإن الواقع العملي يشير إلى انتشارها في كل الأنشطة والمجالات، ومنها المجالات الصحية والخدمات التعليمية وخدمات الاتصالات والخدمات البيئية والأنشطة التجارية كمتاجر الملابس وبيع المأكولات وتصنيع السيارات، الفنادق والوكالات السياحية، وغيرها.

ويجمع نظام الامتياز بين الأنشطة الدولية والأنشطة المحلية؛ إذ عادة ما تختار الشركات الكبرى دولية النشاط للاستثمار، لما يحققه من

(1) -MEANEY (J. A.), op. cit., p.1.

ميزة تتمثل في تمكين هذه الشركات من استثمار رأس المال مع تجنب مخاطر هذا الاستثمار، وذلك عن طريق إقامة نوع من تقسيم العمل التجاري الدولي بين شركات تضطلع بمهمة إنتاج المعرفة الفنية الحديثة وأخرى تتخصص في استغلالها. وداخليًا، قد زادت الحاجة لهذا العقد لتعبئة وتركيز رأس المال الوطني لمواجهة التكتلات العالمية في رعوس الأموال، الأمر الذي دفع إلى التزايد المطرد نحو التعامل بمقتضى هذا العقد، لما يتيح هذا العقد لصاحب الامتياز من فرصة زيادة حجم نشاطه دون أن يتكبد أية تكاليف، لأن المرخص له يعتبر مالكًا للمشروع الذي يديره⁽¹⁾.

وينسب إلى الولايات المتحدة أنها كانت مهد نشأة نظام الامتياز حيث يمكن إرجاع ظهور نظام الامتياز إلى ما يزيد عن 160 عام حينما استخدم ايزاك سنجر عام 1850 هذا المصطلح لأول مرة، عندما باع حقوق توزيع آلة الخياطة التي اخترعها إلى بعض الموزعين. وبعد ذلك، ظهر نظام الامتياز مع اختراع السيارات، ففي وقت مبكر، وتقريبًا عام 1900، قامت شركة جنرال موتورز بتأسيس شبكة للموزعين يحملون اسمها، وذلك لتلبية الطلب المتزايد على السيارات حيث منحهم حق حصري في توزيع السيارات في منطقة جغرافية معينة. كذلك، فإن ثمة أسماء ساهمت في ازدهار وانتشار نظام الامتياز مثل مطاعم هوارد جونسون، وكنتاكي فرايد تشيكن، وماكدونالدز. ويُرجع البعض⁽²⁾ تاريخ انتشار نظام الامتياز وازدهاره بعد الحرب

(1) - د. حمدي محمود بارود، عقد الترخيص التجاري "الفرانتشايز" وفقًا لأحكام مشروع

قانون التجارة الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية،

المجلد السادس عشر، العدد الثاني، يونيو 2008، ص 812.

(2) - SHERMAN (A. J), Franchising & licensing : Two powerful

العالمية، وتقريبًا عام 1950، حيث تطلبت تلك المرحلة ظهور بنية تحتية وخدمات جديدة، ومنها المطاعم والفنادق ومحطات الخدمة وغيرها. ومع التطور الهائل والانتشار المتسارع لذلك النظام، بدأت الدعوات عام 1960 إلى إيجاد تعريف دقيق للامتياز. ومع ذلك، فلم يوجد حتى عام 1970 قانون ينظم الامتياز، حتى سنت ولاية كاليفورنيا أول قانون ينظمه وهو قانون "California Franchise Investments Law". وفي نهاية السبعينيات، وبالتحديد في 21 ديسمبر 1978 أصدرت لجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية FTC لائحة تنظم عقد الامتياز.

وفي فرنسا، وبسبب النجاح الذي حققه نظام الامتياز في الولايات المتحدة الأمريكية بدأت الشركات الفرنسية منذ عام 1930 في انتهاج نظام الامتياز لتوسيع أنشطتها ونشر علاماتها التجارية، وإن ظل انتشاره محدودًا حتى عام 1971. ففي هذا العام أنشأ الاتحاد الفرنسي للامتياز الذي سعى إلى وضع إطار قانوني محدد لعقود الامتياز وتشجيع الشركات والأفراد على الانخراط في ذلك النظام. وتدعيمًا لذلك فقد سن الاتحاد الفرنسي عام 1972 تقنيًا للسلوك *le code de déontologie* يمثل أساسًا للممارسات الجيدة وحسن النية من ممارسي الامتياز، وهو يعد النواة لتقنين السلوك الذي أصدره الاتحاد الأوروبي للامتياز في ذات العام.

وإذا كان تقنين السلوك الفرنسي قد صدر من سلطة غير تشريعية

ways to grow your business in any economy, 3rd ed., American management association, 2004, p. 60; **RISH (J. R.)**, The unofficial guide to opening a franchise, Wiley publishing, Inc., 2007, p.5; **MEANEY (J. A.)**, op. cit., p.10 – 11.

ومن ثم، فهو استرشادي غير ملزم، فإن المشرع الفرنسي قد تدخل في 31 ديسمبر 1989 وأصدر القانون رقم 89/1008 الخاص بتطوير الأعمال التجارية والمهنية وإصلاح بيئتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية "Loi Doubin"⁽¹⁾، وقد تناول هذا القانون بالتنظيم الالتزام قبل التعاقد بإعلام المرخص له المحتمل بكافة المعلومات التي تسمح له باتخاذ قرار الانضمام لشبكة الامتياز من عدمه.

ولوضع المادة الأولى من قانون Doubin الذي تتناول مسألة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد موضع التنفيذ، فقد أصدر المشرع المرسوم رقم 91/337⁽²⁾ الذي حدد البيانات التي يجب على صاحب الامتياز الإفصاح عنها للمرخص له قبل إتمام العقد. كذلك فقد أصدر المشرع مرسومًا في 21 فبراير 1991 ينظم من خلاله إمداد المستهلكين ببعض المعلومات في قطاع الامتياز⁽³⁾.

وانتقالاً من فرنسا كإحدى الدول الأوروبية إلى الاتحاد الأوروبي

(1) - LOI no 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social. Journal officiel république française n°1 du 2 janvier 1990 page 9

(2) - Décret n°91-337 du 4 avril 1991 portant application de l'article 1er de la loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social. JORF n°82 du 6 avril 1991 page 4644.

(3) - Arrêté du 21 février 1991 relatif à l'information du consommateur dans le secteur de la franchise. JORF n°52 du 1 mars 1991 page 2963.

بأكمله، يتضح اهتمام الجماعة الأوروبية بعقد الامتياز بعد انتشار العمل به في العديد من الدول الأوروبية، وهو ما يتجلى من إنشاء الاتحاد الأوروبي للامتياز (EFF)⁽¹⁾ عام 1972، الذي هدف من نشأته إلى تحديد ووصف معنى وآليات نظام الامتياز، والتي غالباً ما يشار إليها باسم "تنسيق أعمال الامتياز"، وكذلك تحديد المعايير الأخلاقية التي تركز عليها العلاقة بين أطراف الامتياز، سواء في المرحلة قبل التعاقدية أم بعد التعاقدية، وكذلك تعزيز وحماية الحقوق المترتبة على عقد الامتياز من خلال التنسيق بين المؤسسات الأوروبية، والسلطات الوطنية والكيانات الدولية الأخرى التي يمكن أن تؤثر أعمالها التشريعية على عقود الامتياز، وتوحيد القواعد والأحكام المطبقة على عقود الامتياز من خلال تبني موقف جماعي ومشترك للدول الأعضاء.

وفي إطار سعي الاتحاد الأوروبي لتحقيق أهدافه، فقد أصدر تقنين السلوك للامتياز Code of Ethics for Franchising عام 1972 بعد صدور تقنين السلوك الفرنسي، حيث اعتمد على ذلك الأخير بصفة رئيسية، ولكنه تميز عنه في كونه أكثر تفصيلاً.

ويشتمل تقنين السلوك الأوروبي على ديباجة تتضمن التعريف بالاتحاد الأوروبي للامتياز وأنه منظمة ربحية تأسست عام 1972، ثم يتطرق إلى أهداف الاتحاد، ثم شروط العضوية، ثم النصوص المتعلقة

(1) The European Franchise Federation

وهي منظمة غير ربحية مستقلة تمثل جميع اتحادات الامتياز في الدول الأعضاء بها وتضم حالياً 19 اتحاداً للامتياز في مختلف الدول الأوروبية حيث تضم الاتحادات الموجودة في النمسا، وبلجيكا، وبريطانيا، وكرواتيا، وتشيك، والدنمارك، وفنلندا، وفرنسا، وألمانيا واليونان، والمجر، وإيطاليا، وهولندا، وبولندا، والبرتغال، وسلوفينيا، والسويد، وسويسرا وتركيا. ويقع مقرها في بلجيكا.

بتنظيم الامتياز, ومنها تعريف الامتياز, والعديد من المبادئ التوجيهية التي تنظم العلاقة بين صاحب الامتياز والمرخص له⁽¹⁾. ومع تزايد الاهتمام بعقود الامتياز كان علي لزامًا على الاتحاد الأوروبي أن يتدخل ليضع توجيهها للدول الأعضاء في الاتحاد لينظم ذلك النوع من العقود, حيث أصدر برلمان الاتحاد الأوروبي التوجيه رقم 88/4087⁽²⁾ الذي ينظم أحكام عقد الامتياز ويكون بمثابة توجيهًا تسترشد به الدول عند إعداد قوانينها الداخلية المتعلقة بعقد الامتياز.

- أهمية موضوع الدراسة:

تبرز أهمية اختيار موضوع الدراسة في أننا سنحاول من خلاله تحقيق فائدتين، أحدهما عملية والأخرى علمية وقانونية. فالفائدة العملية تتمثل في ارتباطه بمعاملة تعاقدية أصبحت واقعًا لا يمكن تجاهله؛ إذ إن واقعنا العربي يزخر بذلك, فأغلب المنتجات الموجودة في أسواقنا والتي تحمل علامات شهيرة ذات سمعة تدخل تحت مظلة الامتياز. وهو ما يدعونا إلى تناول ذلك العقد الذي أصبح من أكثر العقود انتشارًا في عالمنا العربي في ظل غياب التنظيم التشريعي له.

أما الفائدة العلمية والقانونية فنتحقق من خلال مناقشة كيفية سعت التشريعات المختلفة المتعلقة لعقد الامتياز الى حماية المرخص له في عقود الامتياز من خلال عدة ضمانات أقرتها وفرضتها على الطرف

(1) ورد على تقنين السلوك العديد من التعديلات من صدره عام 1972, وكان آخر تعديل في 5 ديسمبر 2003.

(2) - Commission regulation (EEC) No 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of franchise agreements. This Regulation shall enter into force on 1 February 1989.

الاقوى في العلاقة التعاقدية وهو صاحب الامتياز .
وعلى ذلك سوف نتناول دراسة هذا لموضوع من خلال تقسيمه الى
عدة مباحث نسبقها بمطلب تمهيدي للتعريف بعقد الامتياز .
مبحث تمهيدي: ماهية عقد الامتياز .
الفصل الأول: خصوصية عقد الامتياز .
الفصل الثاني: آثار نشأة عقد الامتياز وانقضاؤه .

مبحث تمهيدي: ماهية عقد الامتياز

تمهيد وتقسيم:

يسعى الأفراد الذين يرغبون في استثمار أموالهم والبدء بممارسة
أنشطة جديدة، في اللجوء عادة إلى إبرام عقود امتياز والانخراط في
شبكات الامتياز بدلا من إنشاء أعمال جديدة، لما تتميز به عقود
الامتياز من مميزات عدة، ومنها: قيام المرخص له بشراء أعمال وأنشطة
معروفة لدى المستهلكين، وتم تجربتها مسبقاً وحققت نجاح، كما تعمل
جميع المؤسسات العاملة والمشاركة في شبكة الامتياز على تعزيز
العلامة التجارية للنشاط وتدعيمها، مع تقديم الدعاية والتسويق
المستمر⁽¹⁾.

فضلا عن ذلك، يتولى صاحب الامتياز تقديم التدريب المهني
للعاملين والمساعدة قبل بدء العمل، والذي يعد أحد الأسباب الرئيسية
لبدء تشغيل الأعمال وتحقيق النجاح، وهو ما لا يحدث في الأعمال

(1) - تقديم الحملات الدعائية لمنتجات وخدمات الامتياز قد تكون من متطلبات العقد أي
تتم دون مقابل، أو يمكن أن تكون بمقابل يتم النص عليه صراحة في العقد.

STEINGOLD (F.S.), Legal guide for starting & running a
small business, Tenth edition, Nolo, USA, 2008, p. 208.

الجديدة⁽¹⁾, كما يحصل المرخص له في شبكة الامتياز على دليل ينظم كافة معاملاته ويسمح له بمراقبة فاعلة على الأعمال, مثل أعمال المحاسبة والمبيعات ومراقبة المخزون السلعي, ويتيح صاحب الامتياز في بعض الأحوال, للمرخص له شراء المواد الخام والسلع التي تستخدم في الأعمال, ويستفيد المرخص له كذلك من البحوث والتحسينات والتطورات التي يتوصل إليها صاحب الامتياز لتحسين المنتج أو الخدمة, ويسمح نظام الامتياز بالعمل في منطقة جغرافية محددة لا ينافسه أحد من المرخص لهم في شبكة الامتياز⁽²⁾, كما يعفى المرخص له من عبء تقييم السوق, وإنشاء خطة العمل, وقياس المنافسة⁽³⁾.

(1) – **SPIONELLI (S.) ROSENBERG (R.M.) and BIRLEY (S.)**,

Franchising: Pathway to wealth creation, Prentice hall PTR, 2004,

p.2-3.

(2) – **MARINEL (A.)**, Start and run your own business: The

complete guide to setting up and managing a small business, Second

edition, How To Books, UK, 2007, p.192-193; **MORRIS (M.)**,

Starting a successful business, 5th ed., Kogan page limited, London,

2005, p.15 et s.

(3) – يذهب الفقه إلى أنه من المتألب التي قد توجد في نظم الامتياز أنه عند الاشتراك في

أي امتياز يلتزم المرخص له بشراء كافة الأعمال المتعلقة به, فلا مجال لتجزئة العمل أو

إنتاج سلعة وترك أخرى, وكذلك في مجال الخدمات, فضلاً عن التزام المرخص له بإدارة

وتشغيل كافة الأعمال داخل الامتياز وفقاً لدليل التشغيل operations manual الذي أعده

المرخص, بحيث إذا رغب المرخص له في تحسن أي أسلوب من الأساليب المستخدمة في

إدارة الامتياز لن يكون له الحق في ذلك إلا بعد موافقة صاحب الامتياز. كذلك يمتنع على

المرخص له التخلص من الامتياز وإعادة بيعها, إلا بموافقة صاحب الامتياز على المشتري.

STEINGOLD (F.S.), op. cit, p.199; **MARINEL (A.)**, op. cit., p.195;

MURRAY (I.), The franchising handbook: The complete guide to

choosing a franchise, Kogan page limited, United States, 2006, p20..

ويتسم العمل بنظام الامتياز بأنه يتبع نظام عمل موحد؛ حيث يحصل المستهلك على منتج ذو جودة عالية ومتساوية في كل نشاط يعمل بنظام الامتياز. وقد اعتبرت أحد المحاكم الفيدرالية الأمريكية أن العمل بنظام موحد هو أحد أسباب نجاح ذلك النظام، حيث ذكرت المحكمة في سياق حكمها في قضية Queen City Pizza, Inc., et al. v. Domino's Pizza, Inc أنه: " جوهر نجاح سلسلة الوجبات السريعة على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية يكمن في المنتج ذو الجودة الموحدة والمتساوية. ويحقق ذلك التوحيد فوائد للمرخص لهم حيث يمكن للعملاء شراء البيتزا من أي متجر يحمل اسم دومينوز ويكون على يقين بأن البيتزا سوف تكون بجودة ومذاق وشكل البيتزا المألوفة المقدمة في دومينوز بيتزا الأصلية. كذلك تتحقق الفائدة لصاحب الامتياز حيث يؤدي توحيد الجودة إلى تدعيم العلامة التجارية الشهيرة له، ومن ثم ستستمر في جذب العملاء بما يؤدي إلى زيادة في رسوم الامتياز والأداءات الدورية التي يلتزم المرخص له بدفعها"⁽¹⁾.

(1) - "... The essence of a successful nationwide fast-food chain is product uniformity and consistency. Uniformity benefits franchisees because customers can purchase pizza from any Domino's store and be certain the pizza will taste exactly like the Domino's pizza with which they are familiar. This means that individual franchisees need not build up their own good will. Uniformity also benefits the franchisor. It ensures the brand name will continue to attract and hold customers, increasing franchise fees and royalties ..."

ويذهب الفقه⁽¹⁾ إلى أن عقد الامتياز يتضمن عناصر أساسية تميزه، فهو يشتمل على، أولاً: منح الحق في إدارة أعمال بذات الأسلوب والطريقة المتبعة في عمل صاحب الامتياز وذلك من خلال الترخيص باستخدام حقوق الملكية الفكرية والمعرفة الفنية التي يمتلكها صاحب الامتياز، وثانياً: بيع أنواع معينة من المنتجات، وثالثاً: استقلال المرخص له، ورابعاً: أداء مالي يقدم لصاحب الامتياز سواء بصورة مباشرة أم غير مباشرة.

وقد عرف الفقه⁽²⁾ عقد الامتياز بأنه: "ذلك العقد الذي يسمح بمقتضاه الطرف الأول، والذي يسمى بصاحب الامتياز، للطرف الثاني الذي يطلق عليه المرخص له بالاستفادة من النجاح الذي حققه الأول في أحد الأنشطة الاقتصادية سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمية

(1) - "... The essential elements which characterize a franchise relationship are:

a) granting the right to operate the franchisor's method of business, which mainly includes licensing the use of intellectual property rights and know-how (the business package,

b) selling certain types of products (distribution contract,

c) the franchisee's independence: in the franchisee's name and on the franchisee's behalf,

d) (direct or indirect) financial remuneration for the franchisor...".

HESELINK (M. W.), RUTGERS (J. W.), DIAZ (O. B.), SCOTTON (M.) and VELDMANN (M), Commercial agency, Franchise and distribution contracts (Principles of European law: Study group on European law), Sellier. European law publishers, 2006, p.210.

(2) - **BESSIS (P.)**, Le contrat de franchisage, les guides, Montchrestien, 1986. p. 13.

وذلك عن طريق التعاون في استخدام حقوق الملكية الصناعية أو المعرفة الفنية التي كانت سبباً في نجاح صاحب الامتياز".
وذهب رأي آخر في الفقه⁽¹⁾ إلى تعريفه بأنه: "نظام للأعمال القانونية ينشأ وينظم بمقتضى عقد، وبموجبه يقوم صاحب الامتياز franchisor ببيع الحق في بيع بعض السلع أو الخدمات إلى المرخص له franchisee، وذلك في إطار محدد ومتفق عليه"⁽²⁾. وكذلك هو: "تنظيم تعاقدى بين كيانين مستقلين قانوناً، يدفع أحدهما ويسمى المرخص له إلى الآخر ويسمى صاحب الامتياز، في مقابل بيع منتجات الأخير والحق في استخدام علامته التجاري وأسلوب عمله، وذلك في موقع معين، ولمدة محددة".

وقد عرف الاتحاد الفرنسي عقد الامتياز بأنه: "وسيلة للتعاون بين مشروعين: مشروع صاحب الامتياز من جهة، وواحد أو أكثر من مشروعات المرخص لهم من جهة أخرى، حيث يكون على صاحب

(1) - " A contractual arrangement between two legally independent firms in which one firm, the franchisee, pays the other firm, the franchisor, for the right to sell the franchisor's product and/or the right to use its trademarks and business format in a given location for a specified period of time". **BLAIR (D. R.) & LAFONTAINE (F.)**, The economics of franchising, Cambridge university press, UK, 2005, p. 4.

(2) - "A legal business arrangement, governed and created by a contract, under which the franchisor (owner/supplier) sells to a franchisee (retailer/buyer) the right to sell certain goods and/or services of the supplier under specific, agreed-upon conditions". **MEANEY (J. A.)**, op. cit., p. 11.

الامتياز السماح للمرخص له باستخدام علامات جذب العملاء، وتوفير المعرفة الفنية، فضلاً عن مجموعة من المنتجات والخدمات أو التكنولوجيا سواء كانت مبرأة أم لا⁽¹⁾.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، فقد أصدرت لجنة التجارة الفيدرالية بالولايات المتحدة الأمريكية القواعد المنظمة للامتياز في 21 أكتوبر 1979 والمعدلة في 22 يناير 2007، وعرفت الامتياز بأنه: "أي علاقة تجارية مستمرة تتضمن:

1 - حصول المرخص له على الحق في إما تشغيل أعمال تحمل العلامة التجارية للمرخص أو تكون مرتبطة بها، أو في عرض وبيع وتوزيع سلع وخدمات تحمل العلامة التجارية للمرخص أو تكون مرتبطة بها.

2 - أن يمارس صاحب الامتياز أو يكون له الحق إما في ممارسة الرقابة على طريقة المرخص له في التشغيل، أو في تقديم مساعدات مهمة في إدارة المرخص له للامتياز.

3 - أن يدفع المرخص له أو يلتزم بدفع مبلغ من المال إلى صاحب الامتياز أو أحد المؤسسات التابعة له، كشرط للحصول على الامتياز أو البدء فيه⁽²⁾.

(1) - "une méthode de collaboration entre, d'une part une entreprise le franchiseur et d'autre part une ou plusieurs entreprises les franchisés. Son objet est d'exploiter un concept de franchise mis au point par le franchiseur".

(2) - "Franchise means any continuing commercial relationship or arrangement, whatever it may be called, in which the terms of the offer or contract specify, or the franchise seller promises or represents, orally or in writing, that:

المبحث الأول : حق المرخص له في الإعلام

يلتزم صاحب الامتياز قبل إبرام عقد الامتياز بتقديم بعض المعلومات عن نظام الامتياز الذي يملكه, من أجل تمكين المرخص له من الإلمام بكافة عناصر العقد وجوانبه. ويذهب الفقه⁽¹⁾ إلى أن صاحب الامتياز يلتزم بالإفصاح عن بعض المعلومات⁽²⁾, مثل: البيانات المتعلقة بشركة صاحب الامتياز وخبراته The Franchisor's Company and Experience, حيث يلتزم باطلاعها على اسم الشركة ومالكها ورأس مالها وعنوانها وشركاؤها, علاوة على مدى خبرة صاحب الامتياز في القطاع الذي سيكون فيه الامتياز, وتاريخ بدء عمل نشاط الامتياز, ومراحل نشأة وتاريخ إنشاء شبكة الامتياز.

كما يلتزم صاحب الامتياز بإعلام المرخص له عن حقوق الملكية

1- The franchisee will obtain the right to operate a business that is identified or associated with the franchisor's trademark, or to offer, sell, or distribute goods, services, or commodities that are identified or associated with the franchisor's trademark;

2- The franchisor will exert or has authority to exert a significant degree of control over the franchisee's method of operation, or provide significant assistance in the franchisee's method of operation; and

3- As a condition of obtaining or commencing operation of the franchise, the franchisee makes a required payment or commits to make a required payment to the franchisor or its affiliate".

(1) - HESSELINK (M. W.), RUTGERS (J. W.), DIAZ (O. B.), SCOTTON (M.) and VELDMANN (M), op, cit., p.216.

(2) - لمزيد من التفصيل حول الالتزام بالإفصاح, راجع د. سعيد سعد عبد السلام, الالتزام بالإفصاح في العقود, الطبعة الأولى, دار النهضة العربية, القاهرة, 2000.

الفكرية التي يمتلكها التي تكون متعلقة بالامتياز مثل المستندات الدالة على ملكية العلامة التجارية والاسم التجاري وأي علامات أخرى مميزة مستخدمة في نظام الامتياز, وكذلك تشمل حقوق الملكية الفكرية حقوق الملكية الصناعية, وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

- موقف القانون الفرنسي من الالتزام بالإعلام في عقود الامتياز:

أصدر المشرع الفرنسي القانون رقم 89/1008 Loi⁽¹⁾ خصيصاً لتنظيم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الامتياز, حيث نص في المادة الأولى منه على أن: "يلتزم كل شخص يضع تحت تصرف شخص آخر اسماً تجارياً أو علامة أو شعاراً وبطالبه بالحصرية أو شبه الحصرية في ممارسة نشاطه, وقبل توقيع أي عقد يحقق المصلحة المشتركة للطرفين, بأن يقدم للطرف الآخر وثيقة تتضمن معلومات تسمح له بالتعاقد عن علم وبيينة⁽²⁾.

(1) - LOI no 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, Journal Officiel République Française n°1 du 2 janvier 1990 page 9

(2) - Art. 1er. "Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause".

- وتطبيقاً لقانون دويان فقد صدر المرسوم رقم 91/337⁽¹⁾ الذي اشتمل على البيانات الواجب توافرها في الوثيقة التي يلتزم صاحب الامتياز بتقديمها إلى المتعاقد المحتمل، وذلك في المادة الأولى منه. ومن تلك البيانات:
- عنوان المقر الرئيسي للشركة وطبيعة أنشطتها وهوية المدير، ومقدار رأس المال للشركة.
 - رقم التسجيل في السجل التجاري وسجل الشركات.
 - العلامة التجارية ورقم تسجيلها، وما إذا كانت العلامة ملك لصاحب الامتياز أو تم الحصول عليها نتيجة تنازل أو ترخيص، ومدة الترخيص باستخدام العلامة.
 - مديونيات الشركة، والمصارف التي يتعامل معها.
 - تاريخ إنشاء الشركة، مع ذكر للمراحل الرئيسية لتطورها خلال السنوات الخمس الماضية التي سبقت تسليم الوثيقة.
 - الحسابات السنوية عن العاميين الماضيين.
 - جميع المؤشرات لتقييم أداء شبكة الامتياز ومدى احتمالية تطورهما في السوق مستقبلاً.
 - قائمة بالشركات التي تم تأسيسها في فرنسا وعنوانها.
 - قائمة بالمشروعات التي انتهت ولم تعد جزءاً من الشبكة خلال السنة السابقة لإصدار الوثيقة سواء انقضت مدتها أو تم إبطال أو فسخ العقد.
 - مدة العقد المراد إبرامه وشروط تجديده وأسباب انتهائه، ونطاق الحصرية.

(1) - Arrêté du 21 février 1991 relatif à l'information du consommateur dans le secteur de la franchise. JORF n°52 du 1 mars 1991 page 2963.

- طبيعة ومقدار النفقات والاستثمارات الخاصة العلامة التجارية التي يتحملها المرخص له قبل بدء النشاط.
وفي جميع الأحوال يلتزم صاحب الامتياز بتقديم تلك الوثيقة ومشروع للعقد قبل 20 يومًا من توقيع العقد على الأقل.

- **موقف القانون الفيدرالي الأمريكي من الالتزام بالإعلام في عقود الامتياز:**

أصدرت لجنة التجارة الفيدرالية في الولايات المتحدة تشريعًا فيدراليًا خاصًا بمتطلبات الإفصاح والمحظورات المتعلقة بالامتياز وفرص الشراكة التجارية، في 21 أكتوبر 1979⁽¹⁾. وقد حدد هذا القانون الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق صاحب الامتياز تحديدًا دقيقًا، حيث حدد نطاق سريانه على أي علاقة تجارية مستمرة تتدرج تحت مفهوم الامتياز الوارد بالقانون حتى ولو أعطى لها أطرافها مسمى آخر غير الامتياز، كمسمى ترخيص أو عرض أو تعاقد أو بيع أو إعلان أو ترويج.
وتتحدد العلاقات التجارية التي يتحقق فيها معنى الامتياز، وبالتالي تخضع للالتزام قبل التعاقد بالإعلام⁽²⁾، بكل علاقة تجارية مستمرة تنشأ بموجب اتفاق أو اتفاقات يقوم بموجبها شخص يسمى صاحب الامتياز

(1) - Disclosure requirements and prohibitions concerning franchising and business opportunity ventures, 16 CFR 436

(2) - ثمة علاقات قانونية لا تتدرج تحت علاقات الامتياز، مثل علاقات العمل بين رب العمل والعامل، والعضوية في الجمعيات التعاونية bona fide cooperative association، أي اتفاقات شفوية أو مكتوبة لا تحقق شروط الامتياز، والاتفاقات المتعلقة باستخدام علامة تجارية أو علامة خدمة أو اسم تجاري، أو أي شعار آخر يتم استغلاله لأغراض الصالح العام، سواء لقاء أجر أو غير ذلك، أو أي اتفاقات أخرى متعلقة بتقييم واختبار خدمة بحسن نية للاختبار والتقييم، أو الموافقة على البضائع والسلع والخدمات.

ببيع أو عرض أو توزيع، لمصلحة شخص آخر يسمى المرخص له، سلع أو منتجات أو خدمات تحمل العلامة التجارية أو الاسم التجاري أو الشعار الإعلاني الخاص بصاحب الامتياز، وتحقق معايير الجودة التي حددها صاحب الامتياز ويلتزم المرخص له بإتباعها في نشاطه السابق. ويمارس صاحب الامتياز في تلك العلاقة سلطة أو يكون له الحق في ممارسة سلطة كبيرة في التحكم في طرق عمل المرخص له وتشمل على سبيل المثال، تنظيم أعمال المرخص له المتعلقة بالامتياز خطة التسويق، الأنشطة الإعلانية، ويلتزم صاحب الامتياز في المقابل بتقديم مساعدة كبيرة للمرخص له في طرق عمله سالفة الذكر⁽¹⁾.

- نطاق سريان القانون:

لا تسري أحكام هذا القانون على اتفاقات الامتياز الجزئية أو الصغيرة fractional franchise وهي كل علاقة يسري عليها وصف الامتياز ويتوافر فيها شروطه، ويكون للمرخص له أو أحد المديرين لديه خبرة لا تقل عن سنتين في نفس مجال الامتياز، ويتوقع الأطراف أن مبيعات الامتياز الجزئي لن تزيد عن نسبة 20% في السنة الأولى من مجموع مبيعات المرخص له⁽²⁾.

ويهدف المرخص له في ذلك النوع من الامتياز إلى توسيع نطاق مبيعاته، حيث يقوم بفتح امتياز صغير تابع له في مكان آخر ويمارس فيه ذات النشاط، ولا تزيد مبيعاته في السنة الأولى لافتتاحه عن 20% من مجموع مبيعات امتياز المرخص له الرئيسي. ومن أمثلة ذلك يقوم مرخص له يقدم مأكولات سريعة بفتح امتياز صغير في استراحة تابعة

(1) - 16 CFR 436. 2.

(2) - Federal Register: Vol. 72, No. 61, Friday, March 30, 2007, Rules and Regulations. p.15544.

لمحطة وقود موجودة على طريق سريع.

كذلك لا يسري ذلك القانون على المعاملات التي يكون مجموع المدفوعات المطلوبة من المرخص له خلال السنة أشهر الأولى له لا تزيد عن 500 دولار, ولا يسري أيضًا على الاتفاقات الشفوية التي لا تتضمن دليل كتابي.

ويتحدد نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص في كل من صاحب الامتياز, والوسيط بين صاحب الامتياز, والمرخص له المحتمل⁽¹⁾. ويتقرر ذلك الالتزام لمصلحة المرخص له المحتمل ومن يمثله.

أما بالنسبة للنطاق الزمني للالتزام بالإعلام, فيتحدد إما بأول مقابلة شخصية personal meeting يقوم بها صاحب الامتياز أو وسيط الامتياز أو من يمثلهما مع المتعاقد المحتمل, أو خلال العشرة أيام السابقة على إما تنفيذ المتعاقد المحتمل لأي اتفاق امتياز أو أي اتفاق يفرض عليه التزام قانوني, أو تنفيذه لأي أداءات مالية لصاحب الامتياز أو الوسيط أو من يمثلهما. وتجدر ملاحظة أن العشرة الأيام التي حددها القانون هي عشرة أيام عمل business days, ومن ثم لا يحتسب ضمنها أيام الأجازات.

وفي شأن المقابلة الشخصية, فقد أثير بخصوصها الكثير من الجدل وبخاصة عند استطلاع الآراء عند تعديل القواعد المتعلقة بالإفصاح عام 2007, فقد ظهر اتجاه قوي أيده أصحاب الامتياز وممثليهم لإلغاء المقابلة شخصية باعتبارها أصبحت من الأمور البالية

(1) - وسيط الامتياز franchise broker هو أي شخص غير صاحب الامتياز أو المرخص له, يبيع أو يعرض بيع أو يرتب لبيع امتياز.

التي لا تتوافق مع العصر الإلكتروني الذي نعيش فيه، حيث يتم إجراء استثمارات كبيرة حتى عن طريق الهاتف أو عبر الإنترنت. غير أن بعض المرخص لهم دافعوا عن وجودها، وأصرروا على أن المقابلة لا تزال تحقق الغرض منها، كما أن إلغاؤها سوف يقلل من الالتزام بالإفصاح الذي يقع على عاتق أصحاب الامتياز ويؤدي إلى حدوث مناقشات مطولة دون وجود إلزام بتقديم وثيقة للإفصاح.

واقترعاً من لجنة التجارة الفيدرالية بأن المقابلة الشخصية لا تكفي بمفردها لضمان حصول المتعاقدين المحتملين على الإفصاح المطلوب في وقت مبكر من عملية التعاقد، كما أنه إذا كان من المقبول إبان صدور الأول للقانون عام 1979، أن المقابلة وجهاً لوجه مع المتعاقد المحتمل كانت أمراً مقبولاً، فإنه في الوقت الحالي لم يعد هذا الأمر صحيحاً، فالعديد من المقابلات تتم الآن بين صاحب الامتياز والمرخص له عن طريق المحادثات الهاتفية أو إرسال وثائق لبعضهم البعض عن طريق الفاكس أو البريد الإلكتروني، ومن ثم فهي تعقد، بعد النظر بعناية في الآراء، بأن المقابلة الشخصية أصبحت من الماضي إلى حد كبير وينبغي حذفها.

ومع ذلك، وإيماناً منها بأن إلغاء المقابلة قد يؤدي إلى التأثير على قرار المتعاقدين المحتملين بشأن التعاقد، ومن ثم، فقد اقترح اعتماد وسيلة جديدة لتقديم وثيقة الإفصاح وهي تقديم صاحب الامتياز لنسخة من الوثيقة أثناء التفاوض في التعاقد. وبناء عليه، فقد نصت اللائحة النهائية المعدلة على أنه تعتبر ممارسة غير عادلة أو مضللة التي لا يقدم فيها وثيقة الإفصاح للمتعاقد المحتملين في وقت سابق من عملية البيع⁽¹⁾.

(1) - 436.9(e) Additional prohibitions.

غير أن هذا الأمر يثير التساؤل عما إذا صاحب الامتياز يلتزم بتقديم وثيقة الإفصاح لأي شخص يرغب في ذلك، ومن ثم يؤدي ذلك إلى الكشف عن أمور لا يجب تداولها على نطاق واسع، أم أنه يقتصر على حالات معينة. أجابت القواعد على ذلك بأن هذا الالتزام لا ينطبق إلا في حالة وجود خطوات جدية لبدء التعاقد، وهو ما يعزز الهدف من الإفصاح والإعلام في وقت مبكر من عملية التعاقد دون الاعتماد على المقابلة الشخصية⁽¹⁾.

وتشتمل وثيقة الإفصاح التي يلتزم صاحب الامتياز بتقديمها إلى المتعاقد المحتمل العديد من البيانات، منها: الاسم التجاري للشركة والنشاط الرئيسي لها وعنوانها، وعنوان فروعها، والخبرة المهنية السابقة لصاحب الامتياز، والدعاوي القضائية السابقة، وحالات الإفلاس والتصفية، والأداءات المالية سواء كانت مدفوعات أولية أم دورية والمساعدات التي سيقدمها صاحب الامتياز، والتزامات كل طرف وتحديد العلامة التجارية أو الاسم التجاري وما يتعلق بها من حقوق ملكية فكرية، ومدة العقد وشروط التجديد بعد انقضائها، القيود المفروضة على المرخص له، وشرط الحصرية، وتسوية المنازعات⁽²⁾. وتجدر ملاحظة أن وثيقة الإفصاح لا تتضمن اتفاق الامتياز.

المبحث الثاني: الحق في الحصول على المساعدة الفنية

إذا كان نقل صاحب الامتياز للمعرفة الفنية هو العنصر الأساسي في مجمل عقد الامتياز، فإن الالتزام بتقديم المساعدة الفنية هو الالتزام الرئيسي الذي يجب على صاحب الامتياز أدائه كي يتمكن المرخص له

(1) –Federal register: Vol. 72, No. 61, Friday, March 30, 2007, Rules and regulations. p. 15469.

(2) – 436.4 table of contents, 436.5 disclosure items.

من الاستفادة من المعرفة الفنية المنقولة إليه. فالمعرفة الفنية متى نقلت دون أن يصاحبها التزام بتقديم المساعدة الفنية، لم يتمكن المرخص له من استخدام المعرفة الفنية؛ إذ إن هذه الأخيرة تعد أمراً جديداً مستحدثاً يصعب عليه فهمه وتطبيقه دون مساعدة من قبل صاحب الامتياز.

أولاً: تعريف المساعدة الفنية:

يجب الإشارة أولاً إلى أن المساعدة الفنية تختلف عن المعرفة الفنية فالأخيرة باعتبارها محل لعقد الامتياز تعرف بأنها مجموعة المعارف التكنولوجية النظرية والعملية غير المشمولة ببراءة اختراع وتحفظ بها المشروعات بشكل سري. أما المساعدة الفنية فهي تعد الأداة اللازمة لجعل المعارف التكنولوجية صالحة للتطبيق العملي في الواقع، ولذا تعرف المساعدة الفنية بأنها: "أداة لتغطية التدريب، والتعليم، ونقل المعرفة الفنية والكفاءات (العامة والتخصص) والخبرات، وتتيح اكتساب تكنولوجيا محددة"⁽¹⁾.

أما الالتزام بالمساعدة الفنية في نطاق عقد الامتياز فيمكن أن نعرفه بأنه: "التزام صاحب الامتياز بإتاحة كافة الأدوات والوسائل للمرخص له التي تنقصه في فهم المعرفة الفنية المنقولة وجعلها موضع التطبيق".

ثانياً: مضمون الالتزام بتقديم المساعدة الفنية وطبيعته:

ينشأ الالتزام بتقديم المساعدة الفنية كالتزام رئيس يترتب على عقد الامتياز، فإذا كانت المعرفة الفنية ونقلها هي محل هذا العقد، فإن تقديم المساعدة الفنية من صاحب الامتياز للمرخص له تعد التزام جوهرى نابع

(1) - د. نصير بوجمعه سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 1987، ص 212.

من ضرورة إيضاح صاحب الامتياز لكافة الجوانب المتعلقة بمحل العقد كي تكون واضحة نصب أعين المرخص له بما يتيح للأخير الاستفادة منها.

ويختلف الالتزام بتقديم المساعدة الفنية في عقد الامتياز، عن ذات الالتزام في عقد نقل التكنولوجيا؛ فإذا كان هذا الالتزام في عقد التكنولوجيا، كما يذهب الفقه⁽¹⁾، قد يتحدد من خلال شرط مدرج بأحد عقود نقل التكنولوجيا، أو من خلال عقد مستقل⁽²⁾ فإن ذلك الالتزام في عقد الامتياز يعد من قبيل الالتزامات التي تفرضها طبيعة العقد دون الحاجة إلى أن ينص عليه صراحة ضمن بنود العقد، وعلى هذا فإن خلو

(1) - د. أنس السيد عطية سليمان، الضمانات القانونية لنقل التكنولوجيا إلى الدول النامية والمشروعات التابعة لها. دراسة في الإطار القانوني للنظام التكنولوجي السائد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 308؛ د. نصيرة بوجمعه سعدي، مرجع سابق، ص 211.

(2) - بعد صدور قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999، نص في المادة 1177 منه على أن: "يلتزم المورد بأن يقدم للمستورد المعلومات والبيانات وغيرها من الوثائق الفنية لاستيعاب التكنولوجيا، وكذلك كل ما يطلبه المستورد من الخدمات الفنية اللازمة لتشغيل التكنولوجيا وعلى وجه الخصوص الخبرة والتدريب". ونتيجة لذلك النص، ذهب رأي في الفقه إلى أن التزام المورد بتقديم المساعدة الفنية يعد من الالتزامات الضمنية المنبثقة عن العقد ولو لم ينص عليه صراحة مادام أن هذه الخدمات الفنية من الأمور اللازمة لنقل التكنولوجيا واستيعابها. د. هاني صلاح سري الدين، عقد نقل التكنولوجيا في ظل أحكام قانون التجارة الجديد، القاهرة، 2001، ص 71. غير أن رأي آخر قد ذهب إلى أنه لا يعد التزام ضمني ينبثق عن العقد وإنما يتعين النص عليه صراحة في العقد وبناء على طلب من مستورد التكنولوجيا. د. جلال وفاء محمد، الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في ظل الجهود الدولية وأحكام نقل التكنولوجيا في قانون التجارة الجديد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، ص 49.

العقد من النص الصريح عليه أو استبعاده بنص العقد لا يؤدي إلى التحلل منه⁽¹⁾.

وترتيباً على ذلك، فقد اعتبرت قواعد الامتياز الأمريكية أن وجود المساعدة أحد الالتزامات الجوهرية التي لا يقوم بدونها عقد الامتياز، ولا يكفي أن تكون المساعدة متعلقة بجزء يسير من أعمال الامتياز كبيع سلعة معينة بحيث تكون مساعدة ضئيلة ذات تأثير هامشي marginal effect، ولكن يجب أن تكون المساعدة ذات أهمية بالنسبة للمرخص له significant assistance، ويتحقق ذلك متى كانت المساعدة متعلقة بكافة أعمال صاحب الامتياز لإدارة نشاط الامتياز⁽²⁾.

ويذهب الفقه الفرنسي إلى أن هذا الالتزام يعد أهم الالتزامات التي تقع على عاتق صاحب الامتياز وفيه لا يلتزم صاحب الامتياز فقط بأن يقدم المعرفة الفنية التي التزم بها في العقد ولكنه يلتزم بأن يقدم مساعدته الفنية سواء فيما يتعلق بكيفية تصنيع المنتجات بواسطة استخدام المعرفة الفنية، أم فيما يتعلق بتدريب الموظفين⁽³⁾.

(1) د. محمد محسن إبراهيم النجار، عقد الامتياز التجاري - دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 223.

(2) - "... assistance must relate to the franchisee's overall method of operation - not a small part of the franchisee's business. Control or assistance involving the sale of a specific product that has, at most, a marginal effect on a franchisee's method of operating the overall business will not be considered in determining whether control or assistance is significant". U.S. Federal trade commission, Compliance guide of franchise rule, op. cit., pp.2-3.

(3) - "Assistance technique s'a qit lá de l'obligation de Fourniture la plus importante. La fournisseur s'engage, dans cette hypothèse, non

وإذا كان الالتزام بتقديم المساعدة الفنية هو التزام بعمل، فإنه يثور التساؤل عما إذا كان هذا الالتزام التزاماً ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة؟ يذهب رأي في الفقه⁽¹⁾ إلى أن الطرف الملتزم بنقل المعرفة في عقود نقل التكنولوجيا غالباً ما يضع عقود المساعدة الفنية بصورة تجعلها أقرب للالتزام ببذل عناية دون الالتزام بنتيجة، بل إنه عادة ما يستبعد صراحةً الالتزام بنتيجة.

وإذا كان هذا هو الشأن بالنسبة لعقود نقل التكنولوجيا، فإننا نعتقد أنه يختلف كلية عما هو مقرر في عقود الامتياز، فطبيعة العقد الخاصة التي تعود بالفائدة على صاحب الامتياز قبل المرخص له إذا ما نجح نشاط الأخير، وما يدفعه المرخص له لقاء المعرفة الفنية المنقولة، تجعل الالتزام بتقديم المساعدة الفنية التزاماً بتحقيق نتيجة، فالعقد بين صاحب الامتياز والمرخص له لا يحتمل حدوث فشل من جانب المرخص له فالنشاط الذي يقوم به المرخص له هو نشاط اقتصادي يهدف منه إلى تحقيق الربح، لذا فإن أدوات نجاحه وأهمها المعرفة الفنية يجب أن تكون واضحة كي يتمكن من تطويعها لإدراك نجاح النشاط، وهو ما يبتغيه صاحب الامتياز الذي يحمل نشاط المرخص له علامته التجارية الشهيرة، التي يعد نجاحها مع أي نشاط يضاف إليه.

seulement à remettre à son contractant tous les moyens techniques qui figurent dans le contrat, mais encore à lui apporter son assistance, tant en ce qui concerne la fabrication elle – même des produits par l'utilisation du Know – How, qui pour la formation du personnel". **MAGNIN (F.)**, Know – how et propriété industrielle, librairies techniques, 1974, p. 316.

(1) د. أنس السيد عطية سليمان، مرجع سابق، ص 338.

ويتحقق الالتزام بتقديم المساعدة الفنية ليس منذ بداية نشاط المرخص له، وإنما يبدأ الالتزام منذ إتمام الاتفاق، أي قبل البدء في النشاط. وقد حددت قواعد الامتياز الأمريكية صور المساعدة التي تتم قبل بدء النشاط، وتعتبر مساعدة هامة بالنسبة للمرخص له، وذلك في الصور الآتية:

أ - تقديم برامج تدريبية لكيفية إدارة أعمال الامتياز، وإصلاحها، وشكل المبيعات.

ب - إنشاء نظم المحاسبة.

ج - تقديم المشورة للمستخدمين، وإنشاء إدارة التسويق.

د - المساعدة في اختيار الموقع.

هـ - إنشاء الشبكات الداخلية والمواقع الالكترونية وربطها بشبكة الانترنت.

ي - تقديم دليل مفصل للتشغيل⁽¹⁾.

ويستمر الالتزام منذ بدء النشاط وحتى انتهاء العلاقة التعاقدية، فمنذ بدء النشاط يلتزم صاحب الامتياز بإعلام المرخص له بكافة التعديلات أو التحسينات التي تطرأ على المعرفة الفنية. كما يقوم صاحب الامتياز بتكليف الخبراء والفنيين لديه بالقيام بزيارات دورية لمنشآت المرخص له

(1) "... significant types of assistance include:

- formal sales, repair, or business training programs;
- establishing accounting systems;
- furnishing management, marketing, or personnel advice;
- selecting site locations;
- furnishing system wide networks and website; and
- furnishing a detailed operating manual". U.S. Federal trade commission, Compliance guide of franchise rule, op. cit., p.3.

لمراقبة سير العمل داخل النشاط ومدى مطابقته للمعايير التي يضعها⁽¹⁾ وهو ما يطلق عليه الالتزام بالرقابة.

ويرتبط بالالتزام بتقديم المساعدة للالتزام بالرقابة، حيث تشترط لجنة التجارة الفيدرالية في قواعد الامتياز The Federal Trade Commission أن يقوم صاحب الامتياز بالرقابة على إدارة المرخص له لأعمال الامتياز، ويجب أن تكون تلك الرقابة فاعلة في إدارة الامتياز ويتحقق ذلك من خلال عدة صور للرقابة، وهي:

أ - الرقابة على تقنيات الإنتاج.

ب - الرقابة على النظم المحاسبية.

ج - الموافقة على الموقع المقترح لإنشاء أعمال الامتياز.

د - الرقابة على تصميم الشكل الخارجي والداخلي للموقع.

هـ - تحديد ساعات العمل.

ي - إدارة الحملات الترويجية والإعلانية⁽²⁾.

(1) "... Cette assistance se réalise le plus souvent sous la forme de l'envoi de techniciens du fournisseur dans les ateliers du bénéficiaire et nécessite naturellement que soient prévue dans le contrat ses conditions (époque et durée de l'assistance envisagée, nombre d'instructeurs et leur qualification, condition de travail, de logements, assurances etc.". **MAGNIN**, op. cit. p. 316.

(2) - "... significant types of control include:

- site approval for unestablished businesses;
- site design or appearance requirements;
- hours of operation;
- production techniques;
- accounting practices;

المبحث الثالث : الحق في الضمان

إذا كان محل الالتزام في عقد الامتياز يتمثل في التزام صاحب الامتياز بنقل المعرفة الفنية، فإن أحكام هذا العقد تخضع فيما يتعلق بنقل المعرفة الفنية لأحكام التسليم، ومن ثم تسري عليها أحكام الضمان سواء كان ضمان التعرض أم ضمان الاستحقاق أم ضمان العيوب الخفية.

أولاً: ضمان التعرض الصادر من صاحب الامتياز:

يلتزم صاحب الامتياز بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى حرمان المرخص له من الانتفاع بمحل العقد سواء كلياً أو جزئياً، وسواء كان ذلك بطريق مباشر أو غير مباشر، ويستوي في ذلك أن يكون التعرض الصادر من صاحب الامتياز تعرضاً مادياً أو قانونياً.

وعلى هذا، يجب ألا يصدر من صاحب الامتياز أي عمل مادي يقع منه يمنع المرخص له من الانتفاع بمحل العقد، كأن يقوم صاحب الامتياز بإنشاء نشاط منافس للمرخص له في ذات المكان الذي أنشأ فيه المرخص له نشاطه مستخدماً فيه ذات المعرفة الفنية المرخص بها.

ومن الأعمال المادية التي تصدر من صاحب الامتياز التي تعوق انتفاع المرخص له بالمعرفة الفنية وتحرمه من حيازتها حيازة هادئة ومستقرة، أن يصدر من صاحب الامتياز تصرف قانوني على محل العقد إلى الغير، يسمح للأخير بمنازعة المرخص له في الانتفاع بالمعرفة الفنية.

- promotional campaigns requiring franchisee participation or financial contribution". U.S. Federal trade commission, Compliance guide of franchise rule, op. cit., p.3.

ويضمن كذلك صاحب الامتياز التعرض الصادر منه والمبنى على سبب قانوني، ومن ذلك قيام صاحب الامتياز بنقل معرفة فنية ليست مملوكة له ثم تتول له ملكيتها بعد ذلك بأي سبب من أسباب التملك، فلا يجوز لصاحب الامتياز هنا منازعة المرخص له في تلك المعرفة الفنية إذ يمكن للأخير أن يرفع دعوى يطالبه فيها بضمان عدم التعرض الصادر منه. ولا يجوز الاتفاق على إعفاء صاحب الامتياز من التزامه بضمان تعرضه الشخصي.

ثانياً: ضمان التعرض الصادر من الغير:

يلتزم صاحب الامتياز بدفع التعرض القانوني الصادر من الغير الذي يستند فيه إلى حق يدعيه على محل العقد، فإذا فشل صاحب الامتياز في دفع ذلك التعرض بأن تقرر للغير حقاً على محل عقد الامتياز حال دون انتفاع المرخص له، أضحى صاحب الامتياز ملزماً بتعويض المرخص له عن ذلك، فيما يسمي بضمان الاستحقاق، وينشأ ذلك التعويض كبديل عن عجز صاحب الامتياز عن تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً.

ويشترط لقيام ذلك الالتزام، أن يكون التعرض الصادر من الغير تعرضاً قانونياً، فلا يضمن صاحب الامتياز التعرض المادي الصادر من الغير، ويشترط كذلك أن يقع التعرض فعلاً؛ إذ إن مجرد احتمال وقوع التعرض لا ينشأ الالتزام، وأن يكون الحق الذي يدعيه الغير ثابتاً له وقت العقد أو آل إليه بعد العقد بفعل صاحب الامتياز، فالقاعدة أن يكون سبب التعرض منسوباً إلى صاحب الامتياز.

ثالثاً: ضمان العيوب الخفية:

يلتزم صاحب الامتياز بتسليم المعرفة الفنية كمحل في عقد الامتياز بكامل عناصرها خالية من أي عيوب تجعلها غير صالحة للغرض

المخصصة له، ومن ثم إذا انتقلت المعرفة الفنية في صورة غير تلك التي يتم الاتفاق عليها بما لا يجعلها تحقق أهدافها، نشأ الالتزام بضمان العيوب الخفية في المعرفة الفنية⁽¹⁾. ويشترط لقيام ذلك الالتزام أن يكون العيب الموجود في محل العقد مؤثراً، وقديماً، وخفياً، وغير معلوم للمرخص له⁽²⁾.

المبحث الرابع : الحق في الحصرية

يعد شرط الحصرية أو شرط القصر كما يفضل أن يستخدمه بعض الفقه⁽³⁾، من الشروط الأساسية التي يتسم بها أي عقد من عقود الامتياز. ويقصد بشرط الحصرية في مجال عقد الامتياز هو كل شرط يمنح للمرخص له الحق في احتكار النشاط محل العقد في إقليم معين، ويمنع صاحب الامتياز من تحويل نفسه أو الغير الحق في ممارسة ذات النشاط المرخص به في ذات الإقليم وفي نفس مدة سريان عقد المرخص له.

وكذلك هو كل شرط من شأنه إلزام المرخص له بعدم الحصول على

(1) - د. محمود الكيلاني، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا - دراسة تطبيقية، بدون دار نشر، 1988، ص251.

(2) - لمزيد من التفاصيل عن ضمان العيوب الخفية، راجع د. حسن عبد الباسط **جميعي**، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية: دراسة مقارنة بين القانون المصري و قانون دولة الإمارات والقوانين الأوروبية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.

(3) - د. محمود الكيلاني، مرجع سابق، ص302 ؛ د. فايز نعيم رضوان، مرجع سابق، ص106؛ د. علي سيد قاسم، مرجع سابق. بينما يفضل البعض الآخر استخدام مصطلح الحصرية. راجع، د. ياسر سيد محمد الحديدي، النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 2006، ص232 ؛ د. محمد محسن إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص53.

مستلزمات الإنتاج اللازمة لنشاطه إلا من خلال صاحب الامتياز، ويلتزم الأخير كذلك بعدم توريد أي مستلزمات إنتاج للغير في ذات الإقليم المحدد فيه نشاط المرخص له.

ويظهر من التعريف السابق أن ثمة نوعان من شروط الحصر **النوع الأول:** شروط متعلقة باحتكار ممارسة النشاط في إقليم معين وهو ما يطلق عليه الحصرية الإقليمية، **والنوع الثاني:** شروط متعلقة بتحديد توريد مستلزمات الإنتاج وهو ما يسمى بحصرية الإمداد.

أولاً: الحصرية الإقليمية:

مؤدى تلك الحصرية الإقليمية أن المرخص له يكون له الحق في الاستئثار بالنشاط المنفق عليه في عقد الامتياز في منطقة معينة، بحيث يكون هو المرخص له الوحيد في هذه المنطقة. ونتيجة لذلك يلتزم صاحب الامتياز بأمرين، هما:

1 - ألا يعمل في ذات النشاط المحدد بنفسه في ذات المنطقة المحددة بالعقد.

2 - ألا يقوم بأي عمل قانوني من شأنه تخويل الغير الحق في ممارسة ذات النشاط الذي يقوم به المرخص له في ذات المنطقة المحددة له وذلك مادام العقد لا يزال سارياً.

وبناءً على الالتزامات المقيدة السالف ذكرها، فبمفهوم المخالفة يكون لصاحب الامتياز أن يعمل بنفسه في ذات إقليم المرخص له ولكن في نشاط مغاير لنشاط الأخير، وكذلك يجوز للمرخص السماح للغير بممارسة نشاط غير نشاط المرخص له وذلك في منطقة الأخير.

وحول طبيعة شرط الحصرية الإقليمية، ثار خلاف في الفقه حول ما إذا كان هذا الشرط هو شرطاً تفرضه طبيعة العقد، فلا يلزم النص عليه ضمن بنود الاتفاق، أم أن هذا الشرط يلزم النص عليه كي يلتزم به كل

من صاحب الامتياز والمرخص له.

يذهب الاتجاه الأول⁽¹⁾ إلى أن شرط القصر شرطاً لا يفترض بحيث يتعين التصريح به في العقد، ولهذا فإذا لم يتضمن العقد شرطاً صريحاً بالقصر فلا يكون ملزماً للطرفين. في حين يري اتجاه ثانٍ⁽²⁾ أن شرط الحصرية الإقليمية تفرضه طبيعة العقد، حيث يعد شرطاً جوهرياً يبرز كأثر للمحل المتميز للعقد، وهو ما نميل إليه، فهو شرط تفرضه الطبيعة الخاصة لعقد الامتياز.

ثانياً: حصرية الإمداد:

النوع الثاني من شروط الحصرية التي يتسم بها عقد الامتياز يتمثل في حصرية الإمداد، التي وفقاً لها يقع التزاماً تبادلياً على طرفي العقد فيما يتعلق بشراء مستلزمات الإنتاج وتوريدها.

يتجسد هذا الالتزام في تعهد المرخص له بعدم التزود بمستلزمات الإنتاج من السلع والخدمات إلا عن طريق صاحب الامتياز الذي يلتزم بتوريد ما يلزم من السلع والخدمات اللازمة لنشاط المرخص له أو عن طريق مورد آخر يقبله صاحب الامتياز ويحدده، وعادة ما يتم النص على هذا الشرط ولو كان صاحب الامتياز يبيع تلك مكونات الإنتاج بسعر يزيد عن سعر السوق⁽³⁾. وقد كان هذا الشرط مناط الخلاف في قضية Queen City Pizza, Inc., et al. v. Domino's Pizza,

(1) - د. محسن شفيق، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مركز البحوث والدراسات القانونية والتدريب المهني والقانوني، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1985، ص72، بند 96.

(2) - د. محمد محسن إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص54؛ د. ياسر سيد محمد الحديدي، مرجع سابق، ص235.

(3) - STEINGOLD (F.), op. cit., 11/7.

Inc, حيث اشترط صاحب الامتياز في العقد قيام المرخص له بشراء مكونات الإنتاج من خلاله فقط, غير أن المرخص له ادعى أن هذا الشرط يعد بمثابة ممارسة احتكارية وتعسفاً في تطبيق شروط العقد, وهو ما سنعرض إليه لاحقاً بالتفصيل.

ولا يقتصر التزام صاحب الامتياز على تزويد المرخص له بما يحتاجه من سلع وخدمات لنشاطه, وإنما يتوسع التزامه ليشمل عدم إمداد أي سلع وخدمات في منطقة المرخص له والمحددة بالعقد إلا للأخير ومن ثم لا يكون لصاحب الامتياز تزويد الغير بأي مستلزمات إنتاج داخلية في نشاط المرخص له في منطقة القصر للأخير, أما إذا كان ما يقدمه من سلع وخدمات للغير في منطقة المرخص له تخص نشاط مختلفة عن نشاطه فيجوز له ذلك.

ويختلف شرط الحصرية الإقليمية عن شرط حصرية الإمداد في أن الأول إن كان الاتجاه الغالب فيه أنه شرط تفرضه طبيعة العقد, وبالتالي يعد شرطاً مفترضاً إذا لم يتم النص عليه في العقد, فإن شرط حصرية الإمداد يغلب عليه الطابع الاتفاقي حيث يلزم النص عليه في العقد, غير أن عدم تضمين العقد لهذا الشرط لا يعنى حرية المرخص له في التعامل مع ما يشاء من الموردين, وإنما يظل مقيداً برقابة الجودة⁽¹⁾. التي يفرضها صاحب الامتياز على نشاطه⁽²⁾, بحيث إن كل ما يدخل إلى نشاط المرخص له يجب أن يتفق مع المعايير والمواصفات التي يضعها

(1) - لمزيد من التفاصيل حول رقابة الجودة راجع, د. محمد محسن إبراهيم النجار, مرجع سابق, ص 238 وما بعدها.

(2) - د. ياسر سيد محمد الحديدي, مرجع سابق, ص 238 - 239.

صاحب الامتياز وأن تتال موافقته, بما يحافظ في النهاية على الهوية المشتركة وسمعة الشبكة⁽¹⁾.

المبحث الخامس : الحق في الحصول على التحسينات

سبق وأن ذكرنا أن عقد الامتياز من عقود المدة, وليس من العقود الفورية, ومن ثم يعد الزمن عنصرًا جوهريًا في تنفيذ العقد. ولما كان محل العقد يتمثل في المعرفة الفنية, فإن هذه الأخيرة تتطور وتتغير لأفضل بسبب ما يضيفه عليها صاحبها من تحسينات تُبقي له التفرد والتميز.

وبطبيعة الحال, لا يقتصر إضفاء التحسينات على صاحب المعرفة الفنية فقط, بل يمتد إلى المرخص له باستخدام المعرفة الفنية, إذ يرغب هو الآخر في تطوير ما بيده من معرفة ليظل في وضع تنافسي أفضل. فكل من في شبكة الامتياز أو كما يصفه البعض⁽²⁾ بعائلة المرخص لهم family of franchisees يسعون نحو هدف مشترك وهو

(1) - "...un franchiseur est en droit d'imposer aux franchiseés de s'approvisionner exclusivement auprès de sa société ou auprès des fournisseurs qu'il aura référencés lorsqu'il est prouvé qu'il n'est pas possible, en pratique, en raison de la nature des produits qui font l'objet de la franchise , d'appliquer des spécifications de qualité objectives, dans la mesure où le respect de ces obligations est nécessaire à la protection des droits de propriété industrielle ou intellectuelle du franchiseur ou pour maintenir l'identité commune et la réputation du réseau...". **MAROT (Y.)**, Franchise et droit français de la concurrence, Petites affiches, n° 142, 27 novembre 1998, p.24.

(2) - **MEANEY (J. A.)**, op. cit., p.6.

تدعيم الشبكة وتطويرها، حيث تتضافر الجهود باستمرار لاستحداث أساليب جديدة من الأفكار العملية لإدارة عملية الإنتاج، كما يتم التوصل إلى حلول جديدة من التعاون الجماعي، فالعديد من التحسينات على أنظمة الامتياز ظهرت من قبول الأفكار الجديدة والاقتراحات المقدمة من شبكة المرخص لهم.

ويقصد بالتحسينات في عقد الامتياز: "كل تطور لاحق يرد على عناصر محل العقد". ويضيق رأي في الفقه⁽¹⁾ من نطاق التحسينات ويقصره على التحسينات اللاحقة المرتبطة بالمعرفة الفنية محل العقد وهو ما لا نتفق معه، فقصر التحسينات على المعرفة فقط دون باقي عناصر محل عقد الامتياز، يفرغ هذا الأخير من مضمونه، فعقد الامتياز يتكون من مجموعة من العناصر المرتبطة، التي يترتب على انفكاكها تغيير طبيعة العقد برمته، فما ذكره الفقه من تحسينات قاصرة على المعرفة الفنية، يجعلنا نبتعد عن نطاق عقد الامتياز مقترين من نطاق عقود نقل التكنولوجيا وهو ما أكد عليه المشرع المصري في قانون التجارة رقم 17 لسنة 1999 عندما ذكر في المادة 2/77 أن المورد يلتزم بإعلام المستورد بالتحسينات التي قد يدخلها على "التكنولوجيا" خلال مدة سريان العقد، فخصوصية عقد الامتياز تجعل مفهوم التحسينات يرد على كافة عناصر محل العقد من معرفة فنية، وعلامة تجارية، ووفقاً للرأي السابق يخرج عن نطاق التحسينات التي يلتزم صاحب الامتياز بنقلها للمرخص له، كل تطوير وتحديث يرد على العلامة التجارية لصاحب الامتياز، وهو أمر غير مقبول.

فعلى ما يبدو لنا، فإن التحسينات المقصودة في عقد الامتياز، تشمل

(1) - د. محمد محسن إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص 230.

كل تحديث وتطوير وتحسين يرتبط إما بالمعرفة الفنية، أو بالعلامة التجارية المملوكة للمرخص، فمن غير المتصور أن يقوم صاحب الامتياز بتغيير شكل علامته التجارية، دون أن يكون ملزماً بالسماح للمرخص له باستخدام هذه العلامة الجديدة، فنجاح عقد الامتياز منوط باستمرارية ارتباط المرخص له بصاحب الامتياز سواء في مضمون المعرفة الفنية أم في شكل العلامة التجارية.

ويحدد النطاق الزمني للالتزام بتبادل التحسينات بمدة سريان العقد فمنذ لحظة إبرام العقد يقع على كل من طرفي العقد الالتزام بنقل كل ما يتم التوصل إليه من تحسينات إلى الطرف الآخر.

ويقوم صاحب الامتياز بنقل ما يتوصل إليه من تحسينات على محل العقد دون مقابل، ذلك لأن ثمن حق المعرفة قد دفع في صورة مبلغ إجمالي، وكذا ثمن التحسينات يُدفع في صورة الأداءات الدورية التي تدفع طوال مدة سريان العقد.

غير أنه يثور التساؤل حول وجود المقابل في حالة نقل التحسينات من المرخص له إلى صاحب الامتياز، فإذا كان صاحب الامتياز يحصل على مقابل لما يقدمه من تحسينات، فما هو الوضع في حالة نقل المرخص له بعض التحسينات إلى صاحب الامتياز، هل سيحصل على مقابل أم سيكون هذا النقل دون مقابل؟

يذهب الفقه⁽¹⁾ إلى أنه بالنسبة للتحسينات التي يتم نقلها إلى صاحب الامتياز، فالأصل فيها أن تتم بمقابل، ذلك أن نقل تلك التحسينات دون مقابل فيه إثراء لصاحب الامتياز دون سبب على حساب المثلقي⁽²⁾

(1) - د. يوسف عبد الهادي خليل الإكياي، النظام القانوني لعقود نقل التكنولوجيا في مجال القانون الدولي الخاص، 1989، ص235.

(2) - يضيف هذا الرأي أن التساؤل لا يزال مطروحاً وهذا في مقابل ماذا يقوم المثلقي

وعلى ما يبدو لنا فإنه يجب أن نفرق بين أمرين: الأول: إذا كانت الحالة السابقة منظمة بأحد بنود العقد المبرم بين صاحب الامتياز والمرخص له، فهنا ينطبق الشرط التعااقدي، فإذا كان نقل التحسينات فيه من المرخص له إلى صاحب الامتياز يتم دون مقابل، فالمتعاقدين عند شروطهم.

أما الفرض الثاني، ويتمثل في حالة خلو العقد من تنظيم هذه المسألة، فهنا يكون الأولى أن يتم النقل بمقابل، فكما يحصل صاحب الامتياز على مقابل التحسينات التي يتوصل إليها بسبب ما يقوم به من أبحاث ودراسات على محل العقد أو من خلال طرف ثالث، فإن المرخص له يكون له الحق أيضا في الحصول على ما يقابل مجهوداته لتحسين محل العقد. كذلك فإن ما توصل إليه المرخص له من تحسينات أضحى في منزلة الشيء المملوك له، ولا يمكن إدعاء وجود حقوق لصاحب الامتياز على التحسينات التي يتوصل إليها المرخص له قياساً على ما يعطيه قانون حماية الملكية الفكرية لصاحب العمل من حقوق مترتبة على الاختراعات التي يستحدثها العامل أو المستخدم أثناء قيام رابطة العمل⁽¹⁾، فالعلاقة القانونية التي تربط صاحب الامتياز بالمرخص له ليست علاقة تبعية ناشئة عن عقد العمل، ومن ثم نخلص إلى أن المرخص له متى توصل إلى تحسينات على عناصر محل عقد

بنقل التحسينات التي يتوصل إليها أو يحصل عليها من طرف ثالث إلى المورد ؟ فهذا الشرط - شرط حصول المورد على التحسينات التي يتوصل إليها المتلقي - فيه إهدار لحقوق المتلقي من ناحية عدم حصوله على المقابل لما بذله من جهد في سبيل الوصول إلى التحسينات. المرجع السابق، ص 235، 236.

(1) - المادة 7 من قانون حماية الملكية المصري رقم 82 لسنة 2002.

الامتياز، كان له أن ينقلها إلى صاحب الامتياز بمقابل متى لم ينظم العقد المبرم بينهما هذه المسألة.

ويشير التزام المرخص له بنقل التحسينات التي يتوصل لها إلى صاحب الامتياز تساوياً عن طبيعة العلاقة القانونية التي يربتها هذا الالتزام خاصة مع وجود مقابل للنقل، فهل ما يقوم به المرخص له يعد بيعاً لما يملكه من تحسينات، أم أنها مجرد تقرير حق انتفاع يخول صاحب الامتياز سلطتي الاستعمال والاستغلال دون التصرف؟

نجيب على ذلك بأن ما يقوم به المرخص له يعد بيعاً لما يملكه من تحسينات يخول صاحب الامتياز سلطة استعمال التحسينات واستغلالها والتصرف فيها أيضاً، إذ يكون لصاحب الامتياز الحق في ضم أعضاء جدد لشبكة الامتياز يكون لهم الحق في الاستفادة من المعرفة الفنية التي يملكها صاحب الامتياز، وكذا التحسينات التي توصل إليها المرخص له وذلك بمقابل يحصل عليه صاحب الامتياز فقط دون المرخص له.

وعلى الرغم من ملكية المرخص له لما يتوصل إليه من تحسينات فإن تلك الملكية تُقيد بعدم استطاعة المرخص له استعمال التحسين الذي ابتكره إلا داخل نطاق شبكة الامتياز، دون أن يكون له استغلاله بالترخيص للغير من خارج الشبكة لما يترتب إنشاء للمعرفة الفنية الخاصة بالامتياز⁽¹⁾.

وإذا كان المرخص له قد توصل إلى تحسينات على محل العقد فإن حقه في استعمال هذه التحسينات داخل مشروعه مقيد بموافقة صاحب الامتياز على استعمال تلك التحسينات، فقد تكون سياسة الأخير في الإنتاج تتطلب تأجيل استعمال التحسينات، مثلاً كأن يكون صاحب

(1) - د. محمد محسن إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص 236.

الامتياز قد أنتج سلعة جديدة لبيعها في الأسواق، ولم يكن قد تم تحقيق المبيعات المرجوة لحدثة السلعة، فنزول سلعة أحدث محسنة يرتب عليه تراكم للسلعة الموجودة فعلاً بالأسواق، ومن ثم، قد يحقق صاحب الامتياز خسائر، ولهذا قد يرغب الأخير في تأجيل تطبيق التحسينات التي توصل إليها المرخص له.

الخاتمة

تناولنا من خلال الدراسة السابقة ضمانات حماية المرخص له في عقود الامتياز , باعتباره أحد العقود المستحدثة التي لم تتل نصيباً كبيراً من اهتمام الفقه والمشرع المصري والعربي. وقد تم التمهيد لهذه الدراسة من خلال مطلب تمهيدي يتناول ماهية عقد الامتياز والذي حاولنا فيه إلقاء الضوء على مفهوم عقد الامتياز, حيث تعددت التعريفات التي قيلت في شأن عقد الامتياز تبعاً لطبيعة الوجهة التي ينظر بها إلى العقد, سواء كان ينظر إليه من وجهة قانونية بحتة أم من وجهة قانونية يشوبها صبغة اقتصادية. كما تناول المبحث التمهيدي صور عقود الامتياز, حيث تبين أنها تشمل ثلاثة عقود رئيسية, هي: امتياز الإنتاج, وامتياز التوزيع, وامتياز الخدمات.

تم تناولنا بعد ذلك من خلال خمسة مباحث للضمانات التي من شأنها توفى الحماية للمرخص له في عقد الامتياز وذلك من خلال تقرير بعض الحقوق للمرخص له يتعين على صاحب الامتياز أداؤها كالحق في نقل المعرفة الفنية والحفي في الحصول على المساعدة والإعلام والحق في الحصرية والحصول على التحسينات.

وقد تبين ان عقد الامتياز يمثل أحد المعاملات العقدية الحديثة التي تسمح لأصحاب الأنشطة الاقتصادية الناجعة ذات الشهرة بالولوج إلى أسواق جديدة وتوزيع وبيع منتجاتهم دون تحمل أية أعباء مالية. وذلك من خلال الترخيص لبعض الأشخاص باستخدام العلامة التجارية لأنشطتهم, واستغلال المعرفة الفنية السرية التي يحوزونها في مقابل مبلغ مالي يتم دفعه. كما ان عقد الامتياز يعد من العقود غير المسماة التي لا تخضع لتنظيم قانوني يحكمها, كما أنه يعد من عقود المعاوضة الملزمة للجانبين.

وفي الختام، نهيب بالمشرع العربي أن يتدخل لتنظيم عقد الامتياز في ظل غياب أي تنظيم قانوني له، خاصة مع الانتشار الهائل لتلك العقود، فلا يزال العقد هو الإطار القانوني الوحيد الذي يحدد نطاقه وآثاره. وأن يتناول بالذات على ما يلي:

1 - أن ينص على إلزام صاحب الامتياز بتقديم معلومات كافية للمرخص له تسمح له بالتعاقد عن علم وبيينة. وأن يحدد في التشريع كافة المعلومات الواجب الإفصاح عنها، وذلك على غرار المشرع الأمريكي والفرنسي.

2 - إلزام صاحب الامتياز بضمان المعرفة الفنية التي يقدمها للمرخص له وإخضاعها للأحكام المتعلقة بالتسليم في القانون المدني.

3 - اعتبار الالتزام بتقديم المساعدة للمرخص له للاستفادة من المعرفة الفنية هو التزامًا بتحقيق نتيجة وليس ببذل عناية، وذلك استنادًا إلى طبيعة العقد التي تفرض ذلك.

قائمة المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- د. أنس السيد عطية سليمان: الضمانات القانونية لنقل التكنولوجيا إلى الدول النامية والمشروعات التابعة لها. دراسة في الإطار القانوني للنظام التكنولوجي السائد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- د. جلال وفاء محمدين: الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في ظل الجهود الدولية وأحكام نقل التكنولوجيا في قانون التجارة الجديد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004.
- د. حسن عبد الباسط جميعي: شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية: دراسة مقارنة بين القانون المصري و قانون دولة الإمارات والقوانين الأوروبية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
- د. حمدي محمود بارود: عقد الترخيص التجاري "الفرانتشايز" وفقاً لأحكام مشروع قانون التجارة الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، يونيو 2008.
- د. سعيد سعد عبد السلام: الالتزام بالإفصاح في العقود، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- د. على قاسم: عقد الالتزام التجاري، مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد 54، 1986.
- د. فايز نعيم رضوان: عقد الترخيص التجاري، بدون دار نشر، القاهرة، 1990.
- د. ماجد عمار: عقد الامتياز التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة،

.1992.

- د. محسن شفيق: نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مركز البحوث والدراسات القانونية والتدريب المهني والقانوني، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1985.
 - د. محمد محسن إبراهيم النجار: عقد الامتياز التجاري - دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
 - د. محمود أحمد الكندري: أهم المشكلات التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الرابع، س24، ديسمبر 2000.
 - د. محمود الكيلاني: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا - دراسة تطبيقية، بدون دار نشر، 1988.
 - د. نصير بوجمعه سعدي: عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 1987.
 - د. هاني صلاح سري الدين: عقد نقل التكنولوجيا في ظل أحكام قانون التجارة الجديد، بدون دار نشر، القاهرة، 2001.
 - د. ياسر سيد محمد الحديدي: النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 2006.
 - د. يوسف عبد الهادي خليل الإكيايبي: النظام القانوني لعقود نقل التكنولوجيا في مجال القانون الدولي الخاص، 1989.
- ثانيًا: مراجع باللغة الأجنبية:

-BESSIS (P.): Le contrat de franchisage, les guides, Montchrestien, 1986.

-BLAIR (D. R.) & LAFONTAINE (F.): The economics of franchising, Cambridge university press,

UK, 2005.

–**HESSELINK (M. W.), RUTGERS (J. W.), DIAZ (O. B.), SCOTTON (M.) and VELDMANN (M):** Commercial agency, Franchise and distribution contracts (Principles of European law: Study group on European law), Sellier. European law publishers, 2006.

–**MAGNIN (F.):** Know – how et propriété industrielle, librairies techniques, 1974.

–**MARINEL (A.):** Start and run your own business: The complete guide to setting up and managing a small business, Second edition, How To Books, UK, 2007.

–**MAROT (Y.):** Franchise et droit français de la concurrence, Petites affiches, n° 142, 27 novembre 1998.

– **MEANEY (J. A.):** How to buy a franchise, First ed., Sphinx publishing, Illinois, 2004.

– **MORRIS (M.):** Starting a successful business, 5th ed., Kogan page limited, London, 2005.

–**MURRAY (I.):** The franchising handbook: The complete guide to choosing a franchise, Kogan page limited, United States, 2006.

–**RISH (J. R.):** The unofficial guide to opening a

franchise, Wiley publishing, Inc., 2007.

–**SHERMAN (A. J)**: Franchising & licensing : Two powerful ways to grow your business in any economy, 3rd ed., American management association, 2004.

–**SPIONELLI (S.) ROSENBERG (R.M.) and BIRLEY (S.)**: Franchising: Pathway to wealth creation, Prentice hall PTR, 2004.

–**STEINGOLD (F.S.)**: Legal guide for starting & running a small business, Tenth edition, Nolo, USA, 2008.