جامعة الشاذلي بن جديد–الطارف–
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
السنة الأولى–قسم الجذع المشترك للعلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير د. فداوي أمينة

المحاضرة رقم 11: المحل التجاري

تمهيد

لقد كان ينظر للمحل التجاري في القديم نظرة مادية بحتة تقوم أساسا على المجهود الفردي للتاجر دون إعطاء الأهمية للعناصر المعنوية للمحل التجاري، أما المفهوم الحديث للمحل التجاري والذي ظهر في نهاية القرن 18 نتيجة ازدهار التجارة والتطور الصناعي فهو قائم على العناصر المادية كالعنوان التجاري والشهرة التجارية وغيرها، والتي أصبحت اليوم من أهم عناصر المحل التجاري،[1] وفي هذه المحاضرة سيتم التطرق إلى تعريف المحل التجاري، خصائصه، وعناصره الأساسية، وكذا كيفية حماية المحل التجاري.

المبحث الأول: تعريف المحل التجاري، خصائصه، وعناصره.

فيما يلي سيتم عرض تعريف المحل التجاري وخصائصه، وكذا عناصره الأساسية:

المطلب الأول: تعريف المحل التجاري وخصائصه.

لم يتعرض القانون التجاري الجزائري –على غرار أغلب التشريعات المقارنة–الى تعريف المحل التجاري، لذلك تصدى الفقه الى ذلك ففشل في تعريفه تعريفا جامعا مانعا، فذهب بعضهم الى تعريفه بالنظر الى عناصره المادية والمعنوية، ومنهم من قصر تعريفه على الطبيعة القانونية للمحل ومنهم من عدّد خصائصه دون ذكر لعناصره، وذلك ما نعرضه فيما يلي:

تنص المادة **78 من القانون التجاري الجزائري** على ما يلي: "**تعد جزءا من المحل التجاري الاموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري، ويشمل المحل التجاري إلزاميا عملائه وشهرته، كما يشمل ايضا سائر الاموال الاخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل والاسم التجاري والحق في الايجار المعدات والآلات والبضائع وحق الملكية الصناعية والتجارية كل ذلك مالم ينص على خلاف ذلك**".

ويتضح من خلال نص المادة أنّ المشرع الجزائري لم يعرف المحل التجاري، واكتفى بتعداد عناصره دون بيان لطبيعته أو خصائصه القانونية. أمّا القضاء فقد اكتشف فكرة المحل التجاري من واقع المنازعات المعروضة عليه، وكان يعطي لعنصر الاتصال بالعملاء والزبائن الأهمية التي تحدّد طبيعة المحل، ومدى اعتباره منشأة تجارية من عدمه؛ أمّا الفقه فلم يتفق على تعريف محدد للمحل التجاري، واختلفوا في ذلك اختلافا بينا على النحو التالي:

يعرفه جانب من الفقه بالقول "المحل التجاري اداة المشروع التجاري، وهو يتألف من مجموع عناصر مادية ومعنوية مخصصة لمزاولة التجارة، وقد تسمى بالمتجر أو المصنع بحسب ما إذا كان مخصصا لمزاولة التجارة بالمعنى الضيق أو لمزاولة الصناعة، ويسمى أيضا بالمنشأة في تطبيق قوانين الضرائب والعمل".

ويعرّفه جانب آخر من الفقه بأنّه "يقصد بالمحل التجاري ليس المكان الذي يباشر فيه التاجر تجارته بل مجموعة الأموال المادية والمعنوية التي يستخدمها التاجر في مباشرة حرفته، ويشمل بذلك البضائع وأثاث المحل وسياراته وآلاته وشهرة اسمه وما يكون لديه من براءة اختراع وما إلى ذلك مما يستعين به التاجر في مباشرة التجارة".

ويرى رأي آخر أنّ المحل التجاري عبارة عن " كتلة من الأموال المنقولة تخصص لممارسة مهنة تجارية وتتضمن بصفة أصلية بعض مقومات معنوية، وقد تشتمل على مقومات أخرى مادية".[2] كما عرف البعض الآخر المحل التجاري على أنه "مال منقول معنوي يتضمن مجموعة عناصر مادية أو معنوية مخصص لمباشرة حرفة تجارية معينة، وقد يسمى بالمتجر أو المصنع تبعا لنوع النشاط الذي يزاوله الشخص".[3]

ويتميز المحل التجاري بالخصائص التالية [4]:

- **المحل التجاري مال منقول**: فعناصر المحل التجاري المادية والمعنوية هي أموال منقولة تسري عليها الأحكام القانونية الخاصة بالمنقول فيما يخص نقل الملكية،
- **المحل التجاري منقول معنوي**: لا تسري على المحل التجاري الأحكام العامة الخاصة بالمنقولات المادية التي يمكن حيازتها، كقاعدة الحيازة في المنقول سند الملكية،
- **الصفة التجارية للمحل التجاري**: حتى يعتبر المحل التجاري عملا تجاريا يجب أن يكون موضوع استغلاله تجاريا، فإذا كان موضوع استغلاله لأغراض مدنية مثل المهن الحرة (المحاماة، الهندسة، ...الخ) فلا يعتبر محلا تجاريا.

المطلب الثاني: عناصر المحل التجاري.

المحل التجاري يشمل مجموعة الأموال المنقولة اللازمة للاستغلال التجاري وقد نصت على ذلك المادة 78 من القانون التجاري، وتشتمل عناصر المحل التجاري على ما يلي:

الفرع الأول: العناصر المادية.

أولا: البضائع.

وهي عبارة عن مجموعة السلع الموجودة في المحل التجاري والمعدة للبيع مثل الأقمشة في محل تجاري للأقمشة والحقائب في محل تجاري للحقائب وكذلك السلع الموجودة بالمخازن التابعة للتاجر كما تعتبر من قبيل البضائع المواد الأولية التي سوف تستخدم في صناعة ما يقوم المتجر بيعه والتعامل فيه كالجلود بالنسبة لصناعة الحقائب.

ثانيا: المنقولات.

وهي التي تستخدم في تسهيل نشاط المحل التجاري وإعداده للغرض المقصود من استغلاله مثل الآلات التي تستخدم في الإنتاج والآلات الحاسبة والأثاث المعد لاستقبال العملاء والسيارات التي تسهل أعمال المحل.

الفرع الثاني: العناصر المعنوية.

يقصد بالعناصر المعنوية الأموال المنقولة المعنوية المستقلة في النشاط التجاري للمحل وتلك العناصر لازمة لوجود المحل التجاري خاصة عنصري العملاء والشهرة ولا يقوم المتجر من الناحية القانونية بدونها على خلاف العناصر المادية وتتمثل العناصر المعنوية في الاتصال بالعملاء والشهرة والاسم التجاري وحق الايجار وحقوق الملكية الصناعية والرخص والإجازات.

أولا: عنصري الاتصال بالعملاء والشهرة (السمعة التجارية).

لكل تاجر اتصالاته ومعاملاته مع عملائه وزبائنه الذين اعتادوا التردد على محله التجاري ويحرص التاجر كل الحرص على أن تستمر علاقاته مع عملائه ويعمل دائما على تنميتها بكل الوسائل المشروعة حتى يحقق الاقبال المنشود على متجره وعلى التاجر أن يتحمل منافسة غيره المشروعة إذا ما باشر الغير ذات التجارة. وترتب على ذلك تحول بعض عملائه عنه، وعنصر الاتصال بالعملاء يعتبر أهم عناصر المحل التجاري بصفة عامة بل انه في الواقع هو المتجر ذاته وما العناصر الأخرى الا عوامل ثانوية تساعد تحقيق الغرض الأساسي الذي يهدف اليه صاحب المتجر الا وهو دوام الاتصال بزبائنه واقبالهم على متجره ويترتب على ذلك أن فكرة المحل التجاري مرتبطة أساسا بوجود هذا العنصر وكلما توفر عنصر الاتصال بالعملاء توافرت فكرة المحل التجاري باعتباره وحدة مستقلة عن عناصره، ويعتمد عنصر الاتصال بالعملاء عن عنصر الشهرة أو السمعة التجارية التي تعتمد أساسا على عوامل ذات طابع عيني متعلق بالمحل التجاري وتكون لها شأن في اجتذاب العملاء كطريقة عرض البضائع والمظهر الخارجي للمتجر والديكور الخاص بمواجهة المحل والموقع الممتاز والواقع أن كل عنصر منهما يكمل الآخر لتحقيق هدف واحد هو المحافظة على استمرار اقبل العملاء على المتجر وعنصري الاتصال بالعملاء والشهرة حق مالي يمكن التصرف فيه وينظم القانون حمايته عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة .

ثانيا: الاسم التجاري.

يعتبر الاسم التجاري أحد عناصر المتجر وهو من العناصر المعنوية ويقصد به الاسم الذي يتخذه التاجر لمتجره لتمييزه عن المحال التجارية المماثلة ويتألف الاسم التجاري من اسم التاجر ولقبه.

ثالثا: التسمية المبتكرة.

يقصد بالتسمية المبتكرة أو العنوان التجاري العبارات الجذابة التي يتخذها التاجر لتمييز محله التجاري عن المحال المماثلة مثل تسميته الهيلتون، بلازا، الصالون الاخضر، الملكة الصغيرة، والعنوان التجاري يختلف عن الاسم التجاري فالتاجر غير ملزم باتخاذ تسمية مبتكرة لمحله في حين أنه ملزم باتخاذ اسم تجاري كما وأن العنوان التجاري لا يتخذ من الاسم الشخصي للتاجر.

رابعا: الحق في الإيجار.

يقصد بالحق في الإيجار حق صاحب المتجر أو المصنع في الاستمرار في العقد كمستأجر والانتفاع بالمكان المؤجر، ويمثل الحق في الإجارة أهمية كبيرة إذا كان المحل التجاري يقع في منطقة معينة اشتهرت بصناعة معينة أو لقرب الموقع من الأسواق والمحال المماثلة، حيث يسهل على العملاء إجراء المقارنة والاقبال على الشراء ،كما تظهر أهمية هذا العنصر في بعض أنواع النشاط التجاري التي تعتمد في ازدهارها على وجودها في موقع معين كالمقاهي والمطاعم

والجراحات والحلول محل البائع في استغلال المتجر هو الذي يؤكد الاستمرار في الاتصال بالعملاء، ونتيجة ذلك كان من الطبيعي أن التصرف في المتجر يشمل أيضا التنازل عن الحق في الايجار الى المشتري.[5]

خامسا: حقوق الملكية الصناعية والتجارية.

يقصد بالملكية الصناعية عادة المنقول المعنوي الذي هو براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والاسم لتجاري والمحل التجاري، وتعتبر الملكية الصناعية حق استئثار صناعي وتجاري، بمعنى أنها تخول صاحبها أن يستأثر بها، باستغلال ابتكار جديد أو استغلال علامة مميزة والغاية هي الاتصال بالعملاء عن طريق استئثار المنتج باستغلال ابتكار جديد أو تمييز منتجاته أو متجره بعلامة مميزة، إذ يترتب على احتكار المنتج استغلال اختراع منتجات أو احتكاره استغلال العلامة المميزة.[6] ويشمل تعبير الملكية الصناعية الحقوق التي ترد على براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية وجميع هذه الحقوق معنوية ذات قيمة مالية يجوز التصرف فيها.

سادسا: الرخص والاجازات.

ويقصد بها التصريح التي تمنحها السلطات الادارية المختصة لا مكان مزاولة نشاط تجاري معين كرخصة افتتاح مقهى أو سينما أو رخصة لبيع المشروبات الروحية، ولا تعتبر الرخص والاجازات من عناصر المتجر المكونة لمقوماته الا اذا اشترط لمنحها ضرورة توفر شروط موضوعية غير متعلقة بشخص من منحت له وفي هذه الحالة يكون لرخصه قيمة مالية وتعتبر عنصرا من عناصر المحل يرد عليه ما يرد على المحل من تصرفات.[7]

المبحث الثاني: حماية المحل التجاري.

تعد المنافسة من أهم العناصر التي تقوم عليها التجارة، لما لذلك من أثر واضح في زيادة جودة السلع والخدمات وخفض اسعارها مما يعود بالفائدة على المستهلكين وعلى التاجر الذي يستفيد من زيادة مبيعاته وبالتالي زيادة ارباحه، الأمر الذي يؤدي في النهاية الى ازدهار التجارة، والأصل في الحقل التجاري هو حرية المنافسة التي كفلها القانون، بمعنى أنّه يحق لكل تاجر أن يستخدم من الاساليب ما يراه مناسبا لتحقيق اهدافه في ترويج بضائعه وتحقيق الارباح، الاّ أنّ ذلك كله مشروط بأن تكون المنافسة بأسلوب نزيه ومشروع.

على أنّ المحلات التجارية في سعيها لجذب أكبر عدد من العملاء والزبائن قد تلجأ الى وسائل غير مشروعة مخالفة للقانون ومنافية للأعراف التجارية ولا تتفق ومبدأ حسن النية في التعامل والوسائل غير المشروعة التي تلجأ اليها المحلات التجارية في منافسة بعضها البعض يطلق عليها المنافسة غير المشروعة، وعلى التاجر الذي لحقه ضرر من جراء ذلك أن يرجع المتسبب فيه بالتعويض عن طريق ما يسمى بـ "**دعوى المنافسة غير المشروعة**".

ويجب أن نميّز بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة، فمعنى هذه الأخيرة حظر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص القانون كاشتغال الشخص بأعمال الصيدلة دون الحصول على المؤهلات العلمية اللازمة لذلك، أو بمقتضى اتفاق بين المتعاقدين، مثل التزام مؤجر العقار بعدم منافسة المستأجر أو التزام بائع المحل التجاري بعدم انشاء تجارة

مماثلة، أمّا المنافسة غير المشروعة فلا ينصب المنع فيها على مباشرة النشاط التجاري ولكنها تدل على استخدام أساليب غير سليمة للتأثير على العملاء واجتذابهم.

وتهدف حماية المحل التجاري أساسا إلى حماية عنصر الاتصال بالعملاء من الاعتداء عليه سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال الاعتداء على أحد العناصر المعنوية المكونة للمحل التجاري، فحماية هذه العناصر تتم عن طريق دعوي المنافسة غير المشروعة، أمّا العناصر المادية للمحل التجاري في حال الاعتداء عليها فيتم حمايتها عن طريق دعوي الاسترداد التي يتم بواسطتها استرجاعها من المعتدي مع امكانية الحكم بالتعويض لصالح المضرور عما لحقه من ضرر نتيجة ذلك الاعتداء.[8]

الهوامش:

[1] نسرين شريقي، **الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري**، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2017، ص68.

[2] بوخروبة حمزة، **القانون التجاري**، محاضرات موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس حقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ص ص 3-4، على الرابط: https://elearning.univ-msila.dz/moodle/mod/resource/view.php?id=6401 ، تاريخ الاطلاع : 19-04-2024، 11:00.

[3] أحمد شعبان محمد علي، **موسوعة البنوك والائتمان السياسية الائتمانية للبنوك 1** ، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2016، ص331.

[4] نسرين شريقي، مرجع سبق ذكره، ص69.

[5] **عناصر المحل التجاري**، بحث منشور على الرابط: https://www.adalh.org/download/erp78014.docx، تاريخ الاطلاع: 19-04-2024، 11:00.

[6] عكروم عادل، **الحماية الجزائية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر، جريمة التقليد**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الخامس، مارس 2015، ص279.

[7] **عناصر المحل التجاري**، مرجع سبق ذكره.

[8] بوخروبة حمزة، مرجع سبق ذكره، ص ص 15-16.

باللغة الإنجليزية	باللغة العربية
Partnerships Firms	شركات الأشخاص
General Partnership	شركة التضامن
Partners	الشركاء
Special (Limited) Partnership	شركة التوصية البسيطة
Particular Partnership	شركة المحاصة
Corporations	شركات الأموال
Joint Stock Company	شركة المساهمة
Subscribed Capital	راس المال المكتتب به
Capital In Property	رأس المال العيني
Capital In Cash	رأس المال النقدي
Simple Joint Stock Company	شركة المساهمة البسيطة
Partnership Limited By Shares	شركة التوصية بالأسهم
Companies Of Mixed Character	الشركات المختلطة
Limited Liability Company	الشركة ذات المسؤولية المحدودة
Board Of Directors	مجلس الإدارة
General Meeting/Assembly	الجمعية العامة للمساهمين
Control Panel	مجلس المراقبة
Auditor, Controller	مندوب الحسابات