

مقياس قانون الأعمال

المبحث الرابع: الأملاك التجارية (فكرة المحل التجاري)

من باب عدم اتساع المجال للخوض في الموضوعات جميعها المتعلقة بالأملاك التجارية كفكرة الملكية الصناعية والقيم المنقولة، فسيتم التعرض و التركيز فقط على موضوع المحال التجارية، نظرا لأهمية الموضوع باعتبار أن رجال الأعمال هم من يحترفون القيام بالنشاط التجاري، متميزين في ذلك عن الحرفيين، وأصحاب المهن الحرة، وهم بذلك يعدون أعضاء في السوق لسلعة أو خدمة يخضعون لقوانينها وأنظمتها، و يعد المحل التجاري المظهر الخارجي و الصورة الظاهرة لهذا الاحتراف والحركية، فالسمعة التجارية ماهي الا اعتراف من السوق بهذه الصفة لهؤلاء التجار، لذلك فان القانون يضع قواعد توطر وتضبط هذه السمعة، هذه الأخيرة تعد ركنا جوهريا ومركزيا في فكرة الأصل التجاري (المحل التجاري) كوحدة مالية تعد تطبيقا لفكرة احترام التجارة التي تميز و تتعلق برجال الأعمال و عليه يبدو ضروريا طرح مجموعة من الاشكالات تتعلق أساسا بتعريف المحل التجاري، وأهم العناصر المكونة له، وأبرز العمليات الواردة عليه؟

المطلب الأول: ماهية المحل التجاري

الفرع الأول: تعريف المحل التجاري

فكرة المحل التجاري وجدت أصولها ووجدت أصولها الأولى في فرنسا، وتحديدًا عند ظهور فكرة القانون الجبائي الفرنسي في 1872/02/28، حيث تم الاعتراف لأول مرة بفكرة المحل التجاري، وهذا في المواد من (7 الى 9) من هذا القانون، وقد كانت فكرة ضيقة جدا لا تتعدى أن تكون مجموعة من العناصر المستخدمة في الاستغلال التجاري (عناصر مادية فقط).

بعد ذلك عرفت هذه الفكرة (المحل التجاري) تطورا أكثر بمقتضى القانون الذي اقترحه النائب الفرنسي "Mellerand"

والذي أراد أن يخدم التجار الذين كانوا يشكلون قاعدته الانتخابية ولهم أغلبية في تلك المقاطعة (برينسي) وقد اعترف هذا القانون للتجار أن يبرموا رهونا على محلاتهم، وذلك بمقتضى قانون صدر في 1898/3/1، والذي ألغى فيما بعد بقانون 1909/03/17 المنظم لبيع ورهن المحل التجاري.

أذن القانون التجاري في فرنسا سنة 1807 لم يعط تعريفا دقيقا للمحل التجاري، وحتى عبارة المحل التجاري لم تكن في محلها فقد كان المحل التجاري وصفا ماديا، بحيث لم يعترف هذا القانون الا بالمعدات والبضائع فقط، وهذا مخالفا للمفهوم الجديد للمحل التجاري المكون من عناصر مادية وغالبيتها عناصر معنوية، وهي التي ساهمت في تعريفه وخصوصا عنصر العملاء، وهو ما تم الاعتراف به في قانون 1909/3/17.

وهذه الفكرة أخذ بها المشرع الجزائري، وباقي التشريعات العربية المتأثرة بالقانون الفرنسي، وبالعودة للمادتين (78)،(79) من القانون التجاري الجزائري، فيبين من قراءة هذه المواد أن المحل التجاري هو مجموعة من الأموال المنقولة المخصصة لممارسة الأنشطة التجارية.

والمشرع الجزائري لم يعرف المحل التجاري على غرار المشرع الفرنسي، الا انطلاقا من عناصره، اذن حسب المادة (78) من القانون التجاري فان المحل التجاري هو عبارة عن فكرة معنوية تنطوي تحتها مجموعة من الأموال المخصصة لغرض الاستغلال التجاري، وهذه المجموعة تتضمن نوعين من العناصر، عناصر مادية كالبضائع وعناصر معنوية اجبارية وهي عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، وعناصر استثنائية ذكرت على سبيل المثال لا الحصر كالاسم التجاري والعلامة التجارية.

الفرع الثاني: تمييز المحل التجاري عن العقار والمؤسسة

ثانيا/ تمييز المحل التجاري عن العقار

يجب أن نفرق بين المحل التجاري الذي يوجد فيه التاجر، ومادام المحل التجاري مال معنوي منقول، فلا يمكن ادراج العقار ضمن عناصره.

ويمكن لرجل الأعمال أن يكون مالكا للعقار، وقد يكون مستأجر فقط لهذا العقار، وهنا يدفع التاجر لصاحب العقار بدل الايجار ويصبح الحق في الايجار عنصرا من عناصر المحل التجاري.

ان استبعاد العقار يجد تفسيره في طبيعة المحل التجاري، والذي هو مال منقول متميز عن العقار الذي يستغل فيه، لهذا يطلق عادة على العقار تسمية الجدار وهذا تمييزا له عن المتجر (المحل)

ثانيا/ تمييز المحل التجاري عن المؤسسة التجارية:

المؤسسة كيان اقتصادي أي أنها مجموعة العوامل المختلفة بشرية ومادية، مستعملة لتحقيق غرض معين هو الإنتاج بمعناه الواسع أي انتاج أموال أو خدمات.

وعلى هذا الأساس فان المؤسسة لا يقتصر نشاطها على الأنشطة التجارية، بل يشمل كافة ميادين الإنتاج من منطلق أن هناك مؤسسات تجارية وأخرى مدنية.

كما يمكن أن تكون من عناصر المؤسسة المحل التجاري ورؤوس الأموال واليد العاملة، كما يمكن للمؤسسة أن تحتوي على عدة محال تجارية.

الفرع الثالث: العناصر المادية للمحل التجاري

يتكون المحل التجاري من مجموع عناصر مادية وأخرى معنوية وان كانت هذه الأخيرة هي الغالبة في تكوين هذا المال المنقول وهي جوهره وروحه.

أولا / العناصر المادية للمحل التجاري:

لقد أشارت المادة (78) من القانون التجاري الجزائري على العناصر التالية:

1 – المعدات والآلات: وهي تلك المنقولات التي يستخدمها التاجر في الاستغلال التجاري كأدوات الوزن والقياس والآلات الحاسبة والسيارات المستعملة لنقل البضائع وغيرها.

2- البضائع: فهي الأشياء التي يجري عليها التعامل أي السلع التي يقوم التاجر ببيعها، كالأحذية أو الأقمشة وغيرها.

ثانيا/ العناصر المعنوية للمحل التجاري:

تعد هذه العناصر جوهر المحل التجاري، وأساس فكرته القانونية، وقد عدت المادة (78) من القانون عنصرين اجباريين والبقية تبقى على سبيل الاختيار.

1- عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية:

في البداية أثير جدال فقهي حول مفهوم الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، وهل يعتبران شيئا واحدا أم عنصرين متميزين؟
رأى البعض أن السمعة التجارية ليست شيئا متميزا عن عنصر الاتصال بالعملاء، لأن كل منها يعنى الفائدة التي تعود على المحل التجاري من حركة التعامل التي تجري معه أي اقبال الزبائن على المحل.

غير أن البعض الآخر فرق بين الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، فالاتصال بالعملاء هو الاتصال بالمحل التجاري بسبب مزايا يتمتع بها صاحب المحل، كالباقية أو أمانته أو نظافته وحسن معاملته للزبائن، بينما السمعة التجارية تنشأ من اتصال العملاء بالمحل التجاري بسبب بعض المزايا الخاصة بالمحل التجاري، لحسن عرض البضائع والتي تكون سببا في اجتذاب الزبائن.

ومن بين المزايا أيضا الموقع الحسن وفخامة المتجر ودقة التنظيم وجمال العرض.

وعنصر الاتصال بالعملاء لا يعني أن للتاجر حق ملكية على العملاء إذ ليس هناك ما يلزمهم بالاستمرار في الاقبال على متجره والتعامل معه، ولكن لهذا العنصر قيمة اقتصادية تراعى عند تقدير المحل التجاري.

2- الاسم التجاري:

يقصد بالاسم التجاري التسمية التي يستعملها التاجر لإظهار تجارته الى الغير، وليس من الضروري أن يكون الاسم التجاري هو نفسه الاسم المدني الذي يحمله التاجر.

وفي حالة ما أطلق صاحب المحل اسمه على المحل التجاري فلا يعني ذلك اختلاط الاسم المدني بالاسم التجاري، بل يبقى كل منها متميز عن الآخر، إذ الاسم التجاري هو عنصر من عناصر المحل التجاري، يجوز التصرف فيه كلما انصرف التصرف على المحل.

وإذا كان اسم المحل هو اسم صاحبه، فلا يجوز للمشتري في حالة الشراء أن يستعمله الا في الأغراض المتعلقة بتجارة المحل.

وفي هذه الحالة يجوز للبائع أو ورثته الرجوع على المشتري، إذا أخل باستعمال الاسم، كما يجوز في حالة بيع المحل أن يشترط البائع على المشتري عدم استعمال الاسم التجاري، وأن يستبعده من العناصر التي ينصب عليها البيع.

يستعمل الاسم التجاري للتوقيع على معاملات التاجر أو على الأوراق التجارية، وبما أنه عنصر من عناصر المحل التي تدخل في تقديره، ففي حالة انتحاله يحق لصاحبه رفع دعوى المنافسة غير المشروعة على من انتحل اسمه لمطالبته بتعويض الضرر الذي أصابه من جراء ذلك، لا يجوز التصرف في الاسم التجاري مستقلا عن المحل ذاته"

3- العنوان التجاري:

ان العنوان التجاري هو تسمية مبتكرة، وطريقة أو رمز تصويري، ويختلف العنوان عن الاسم الشخصي للتاجر، ويكون مستمد من موضوع الشركة، لكن الشعار هو تسمية مبتكرة أو رمز تصويري، والشعار غير اجباري لممارسة التجارة عكس الاسم.

4- الحق في الايجار:

يعد من أهم عناصر المحل التجاري في الحالات التي يكون فيها التاجر مستأجرا للمكان الذي يزاول فيه تجارته، ويقصد به حق التاجر في البقاء بالعقار الذي يباشر فيه التجارة والتنازل عن هذا الحق للغير في حالة تصرفه في المحل التجاري، ولقد نظم المشرع أحكام ايجار المحل في المواد من (196-214) ق.ت، غير أن هناك تعديلات طرأت على هذا العنصر بعد تعديل القانون التجاري لسنة 2005.

5- حقوق الملكية الصناعية:

هي الحقوق التي تكون للتاجر في احتكار استغلال أموال معنوية يمتلكها لمباشرة نشاط تجاري كالحق في استغلال الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات، وهي جميعها تخضع لأنظمة خاصة بها.

6- الاختراعات والابتكارات:

ويقصد بها كل ابتكار جديد قابل للاستغلال الصناعي، وتمنح الدولة للمخترع أو المبتكر شهادة تسمى براءة الاختراع تخوله الحق في احتكار استغلال اختراعه والافادة منه.

7- العلامات التجارية أو الصناعية:

هي تلك التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته تميزها لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة، وذلك حتى يمكن للمستهلك معرفة حقيقته للسلعة دون لبس أو غموض.

9- حقوق المؤلف والحقوق المجاورة:

وهي حقوق المؤلفين والفنانين على انتاجهم ومصنفاتهم الأدبية والفنية والعلمية، وقد تكون من أهم عناصر المحل التجاري، عندما يكون النشاط دار للتأليف أو النشر.

الفرع الرابع: الطبيعة القانونية للمحل التجاري

يتكون من هذا المجموع للعناصر أو المكونات المعنوية والمادية وحدة مالية قانونية تخضع للمعاملات المالية هي المحل التجاري، هذا الأخير الذي يبقى من حيث قيمته أكبر من مجموع مكوناته، ولقد انتهينا الى أن جميع مكونات المحل هي أصلا من المنقولات، وأن العقار المملوك للتاجر لا يعد عنصرا من عناصر المحل التجاري، ومع ذلك فإن الاختلاف يكمن في الطبيعة القانونية لهذا المال والذي ثار حوله جدل فقهي كما سيأتي بيانه.

أولا/ نظرية المجموع القانوني *Universalité de droit*:

نادى بها الفقهاء الألمان، وهم يرون أن المحل التجاري عبارة عن ذمة مالية مستقلة متميزة عن الذمة المالية العامة لرجل الأعمال، غير أن الأخذ بهذه النظرية يتعارض مع التشريعات التي تقوم على مبدأ وحدة الذمة المالية باعتبارها وحدة واحدة تضمن حقوق جميع التزاماتها، ومن هذه التشريعات التشريع الجزائري الذي يقرر أن الذمة المالية لا تتجزأ وأن أموال المدين جميعها ضامنة لديونه، (1/188) من ق.م.ج.

ثانيا/نظرية المجموع الواقعي أو الفعلي:

يعتبر المحل التجاري مجموعا واقعيًا من الأموال تألفت لتحقيق غرض مشترك هو استغلال واستثمار المحال التجارية، مع احتفاظ كل عنصر بطبيعته وخصائصه المتميزة عن العناصر الأخرى التي يتكون منها المحل التجاري، وعلى هذا الأساس يجوز أن يكون المحل التجاري، محلا لتصرفات قانونية خاصة، كالبيع أو الرهن ولا يعتبر المحل التجاري في هذا الرأي ذمة مالية منفصلة عن ذمة صاحبه.

ثالثا/نظرية الملكية المعنوية:

العناصر المكونة للمحل التجاري لا تفقد خصائصها بمجرد اشتراكها في تكوينه، بل يظل لكل عنصر منها ذاتية مستقلة وطبيعة خاصة، ويخضع لنظام قانوني خاص به، ويجوز التصرف في بعض هذه العناصر دون الآخر على الرغم من دخولها في تكوين المحل، ولا يبقى الا عنصر واحد داخل المحل التجاري، وهو عنصر الاتصال بالعملاء، وهي التي سميت من طرف أصحاب هذه النظرية بالملكية المعنوية.

