**الفصل الثالث: المحل التجاري (Le fonds de commerce)**

 يكتسي المحل التجاري أهمية بالغة سواء على الصعيد القانوني أو الاقتصادي لكونه يندرج ضمن أهم ممتلكات التاجر وبالتالي فهو يعتبر من أهم الضمانات الممنوحة لدائنيه. وفكرة المحل التجاري باعتباره مجموعًا منفصلًا عن العناصر المكونة له فكرة حديثة

وفي الجزائر فقد أفرد المشرع الكتاب الثاني من القانون التجاري للمحل التجاري من المادة 78 إلى غاية المادة 214، حيث تناول في الباب الأول بيع المحل التجاري ورهنه، وفي الباب الثاني الإيجارات التجارية، وفي الباب الثالث والأخير تأجير التسيير (التسيير الحر).

 وعلى ذلك سنتناول في المبحث الأول دراسة تحليلية لمختلف عناصر المشكلة للمحل التجاري المعنوية منها والمادية، وفي المبحث الثاني نتناول دراسة تركيبية لتلك العناصر وذلك بالتطرق للطبيعة القانونية للمحل التجاري وكذا خصائصه القانونية. لكن قبل كل ذلك يجدر بنا التعريج على مختلف التعاريف الفقهية أو التشريعية التي حاولت تحديد مفهوم المحل التجاري:

**- تعريف المحل التجاري:**

 المحل التجاري أو المؤسسة التجارية (Le fonds de commerce) كما عرفه المشرع اللبناني هو أداة المشروع التجاري، أما المشرع عندنا - وعلى غرار المشرع الفرنسي - فلم يعرف المحل التجاري بل عدد فقط عناصره من دون بيان لطبيعته أو خصائصه القانونية.

ولا يقصد به كما يتبادر إلى الذهن المكان الذي يزاول فيه التاجر أعماله التجارية.

 وقد وردت بشأنه عدة تعاريف فقهية أهمها:

* عرفه الدكتور علي حسن يونس بأنه: " مجموعة من الأموال المنقولة مادية ومعنوية تآلفت معًا ورتبت بقصد استغلال تجاري والحصول على العملاء ".
* كما عرفه الفقيهان: Georges Ripert و René Roblot بالنظر إلى طبيعته القانونية بأنه ملكية معنوية تتمثل في حق الاتصال بالعملاء، وهو الحق الذي يرتبط بالمحل بما له من عناصر مخصصة لاستغلاله.

وقد يسمى المحل التجاري بالمتجر أو المصنع بحسب ما إذا كان مخصصًا لمزاولة التجارة بالمعنى الضيق أو لمزاولة الصناعة.

**المبحث الأول: عناصر المحل التجاري (دراسة تحليلية)**

 عددت المادة 78 من القانون التجاري عناصر المحل التجاري بقولها:

" *تعد جزءًا من المحل التجاري الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري، ويشمل المحل التجاري إلزاميًا عملاءه وشهرته.*

*كما يشمل أيضًا سائر الأموال الأخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل والاسم التجاري، والحق في الإيجار والمعدات والآلات والبضائع وحق الملكية الصناعية والتجارية، كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك* ".

 لكن هذا التعداد غير وارد على سبيل الحصر ومن النادر أن تجتمع كل هذه العناصر في محل تجاري واحد؛ فقد يلزم وجود عنصر في محل معين ولا يلزم وجوده في محل آخر وذلك تبعًا لنوع التجارة وظروف الاستغلال.

 وعناصر المحل التجاري بناءً على ما تقدم نوعان: مادية ومعنوية، لذلك سنتناول في نقطة أولى العناصر ***المعنوية*** وفي نقطة ثانية عناصره ***المادية***:

**المطلب1: العناصر المعنوية (Les éléments incorporels)**

 ونصت عليها المادة 96/2 من القانون التجاري المتعلقة بامتياز بائع المحل التجاري بقولها:

" *لا يترتب امتياز البائع إلا على عناصر المحل التجاري المبينة في عقد البيع وفي القيد، فإذا لم يعين على وجه الدقة، فإن الامتياز لا يقع إلا على عنوان المحل التجاري واسمه والحق في الإيجار والعملاء والشهرة التجارية* ".

كما جاء في الفقرة الثانية من المادة 119 من القانون التجاري والمتعلقة بالرهن الحيازي للمحل التجاري ما يلي:

" *وإذا لم يعين صراحة وعلى وجه الدقة في العقد ما يتناوله الرهن، فإنه لا يكون شاملًا إلا العنوان والاسم التجاري والحق في الإجارة والزبائن والشهرة التجارية* ".

 **الفرع1: عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية**

 لقد ثار جدل كبير من الناحية الفقهية حول مفهوم الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، وهل يعتبران شيئًا واحدًا أم عنصرين مختلفين ؟ إن المشرع عندنا ومن خلال المادة 78/1 من القانون التجاري وما بعدها يستعمل المصطلحين معًا كمترادفين، وهو ما جعل البعض من الفقه يذهب إلى القول بأن السمعة التجارية ليست شيئًا متميزًا عن الاتصال بالعملاء، فكلاهما يدل على ما يتمتع به المحل التجاري من شهرة بين الجمهور. غير أن البعض الآخر يميز بينهما على النحو التالي:

* **الاتصال بالعملاء أو الزبائن (La clientèle)**

 ويقصد به مجموع الأشخاص الذين اعتادوا التعامل مع المحل التجاري بسبب المزايا التي يتمتع بها مستغل المحل كلباقته أو أمانته أو نظافته أو حسن معاملته للزبائن.

* **السمعة التجارية أو العنوان التجاري (Achalandage)**

 وتعني اتصال الزبائن بالمحل التجاري بسبب المزايا الخاصة بالمحل في حد ذاته كموقعه الممتاز في شارع رئيسي بوسط المدينة مثلًا، أو قربه من محطة المسافرين ....

ومهما يكن فالاختلاف بين مفهوم الزبائن والسمعة التجارية لا تترتب عنه نتائج قانونية، فكل منهما يعني الفائدة التي تعود على المحل التجاري من حركة التعامل، سواء كان ذلك بصفة اعتيادية أو بصفة عابرة.

**رابعا: صفات أو مميزات الزبائن**

 ويمكن إجمال صفات ومميزات عنصر الاتصال بالزبائن في الآتي:

1/ يجب أن يكون عنصر الاتصال بالعملاء حقيقيًا ومؤكدًا (Clientèle réelle et certaine):

2/ يجب أن يكون عنصر الاتصال بالزبائن شخصيًا (Clientèle personnelle):

3/ يجب أن يكون عنصر الاتصال بالزبائن تجاريًا (La clientèle doit être commerciale):

 **الفرع2: الاسم التجاري والتسمية المبتكرة**

 **الاسم التجاري (Nom commercial)** هو الاسم الذي يستخدمه التاجر، سواء كان شخصًا طبيعيًا أو معنويًا (شركة)، في معاملاته التجارية لتمييز محله التجاري عن غيره من المحال المشابهة، سواء كان الاسم حقيقيًا أو مستعارًا (Un pseudonyme).

وللشركة كشخص معنوي اسم تجاري يختلف باختلاف نوع الشركة؛ فيطلق عليه لفظ " عنوان الشركة " بخصوص شركات الأشخاص ويتألف من اسم شريك متضامن أو أكثر. وإذا كانت الشركة ذات مسؤولية محدودة فقد يتألف اسمها التجاري من أسماء الشركاء أو يشتق من غرض الشركة.

أما إذا كانت شركة مساهمة فيجب أن يشتق اسمها من غرضها أو نشاطها.

 أما **التسمية المبتكرة (Un nom de fantaisie)** فيقصد بها " العبارات الجذابة التي يتخذها التاجر لتمييز محله التجاري عن المحال المماثلة ". فإن وجدت مثل هذه التسمية فإنها تدخل ضمن عناصر المحل التجاري.

 **الفرع3: العلامة المميزة (Enseigne)**

 وهي عبارة عن " بيان مصور أو شكل فريد أو لون معين يضعه التاجر على واجهة محله التجاري لتمييزه عن المحال المشابهة "، بحيث يكون له أثر في اجتذاب العملاء بمجرد النظر إليه.

 **الفرع4: الحق في الإيجار (Droit au bail)**

 ويفترض هذا العنصر أن التاجر مستأجر للعقار الذي يباشر فيه تجارته، فإن كان مالكًا له فالمحل التجاري حينها يفتقر لهذا العنصر، وكذا الشأن إذا كان التاجر بائعًا متجولًا. ويقصد بالحق في الإيجار " حق صاحب المتجر أو المصنع في الاستمرار في العقد كمستأجر والانتفاع بالمكان المؤجر ".

ويعد الحق في الإيجار عنصرًا هامًا من عناصر المحل التجاري، وقد يكون أهم عناصره على الإطلاق كما لو كان المحل واقعًا في منطقة اشتهرت ببضاعة معينة. كما أن جانبًا كبيرًا من الزبائن يتوقف على موقع المتجر في تجارة التجزئة.

 **الفرع5: حقوق الملكية الصناعية والتجارية**

 **(Les droits de propriété industrielle et commerciale)**

 وتشمل الحقوق الواردة على براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والاسم التجاري، وهذه الحقوق قد توجد كلها أو بعضها فقط ضمن عناصر المحل التجاري، وقد تكون العنصر الرئيسي كما هو الحال بالنسبة لمصنع قائم على استغلال براءة اختراع أو رسم أو نموذج صناعي.

 وتجدر الإشارة هنا إلى أنه يصح التنازل عن حقوق الملكية الصناعية والتجارية مع المحل التجاري أو مستقلة عنه، وكل حق من هذه الحقوق له نظام قانوني خاص به.

 **الفرع6: حقوق الملكية الأدبية والفنية**

 **(Les droits de propriété littéraire et artistique)**

 ويقصد بها حقوق المُؤلِّفين والفنانين على مختلف مصنفاتهم الأدبية والفنية، وتعتبر هذه الحقوق من عناصر المحل التجاري إن وجدت، وتظهر أهميتها بخصوص دور النشر والتوزيع التي تعمل على شراء حقوق المؤلفين ثم تقوم إما ببيعها أو توزيعها في شكل أفلام واسطوانات وكتب أو مجلات.

 **الفرع7: الرخص والإجازات (Les licences ou autorisations administratives)**

 ويقصد بها التصاريح التي تمنحها السلطات الإدارية المختصة لإمكانية مزاولة نشاط تجاري معين، ومن بين هذه الرخص: الإجازات التي تمنح لمحلات الاتجار في الأسلحة والذخائر، الصيدليات، والمحلات المقلقة للراحة أو المضرة بالصحة العامة. ولا يسمح لأصحابها بمزاولة نشاطهم من غير الحصول على التراخيص اللازمة، لذلك تعتبر هذه الرخص والإجازات من عناصر المحل التجاري وتنتقل معه إلى المشتري في حالة بيعه أو التنازل عليه ما لم يكن لها طابع شخصي محض (Un caractère personnel).

 **الفرع8: مدى اعتبار حقوق التاجر وديونه المتعلقة بتجارته ضمن عناصر المتجر**

 من الثابت أن الحقوق الشخصية والديون الناشئة عن استغلال المحل التجاري تخرج عن تكوين هذا الأخير ولا تندرج في عداد عناصره، لأن المحل التجاري - كما سنرى لاحقًا - لا يعتبر مجموعًا قانونيًا من الأموال والذي له ذمة مالية مستقلة عن ذمة صاحبه.

ومع ذلك يجوز لبائع المحل التجاري أن يتفق مع المشتري على انتقال تلك الحقوق أو الديون، سواء في إطار عقد بيع المحل أو عقد مستقل. لكن يجب حينها إتمام إجراءات حوالة الحق أو الدين المنصوص عليها في القانون المدني.

 وإذا كان الأصل أن الحقوق والديون التي تكون للمحل التجاري أو عليه لا تندرج ضمن عناصره، إلا أن هناك مجموعة من الاستثناءات ترد على ذلك الأصل؛ فزيادة على عقد الإيجار وعقد النشر اللذين سبق الكلام عنهما بخصوص الحق في الإيجار وحقوق الملكية الأدبية والفنية، يمكن إضافة الاستثناءات التالية:

أولا: الحقوق والالتزامات الناشئة عن عقود العمل

ثانيا: الحقوق والالتزامات المتعلقة عن عقود التأمين

ثالثا: اتفاقيات التاجر المتعلقة بتنظيم المنافسة

**المطلب2: العناصر المادية (Les éléments corporels)**

 وتتمثل أساسًا في البضائع والمعدات، ويخرج عن نطاقها العقار:

 **الفرع1: البضائع (Marchandises)**

 وتتألف من المنقولات المعدة للبيع والمواد الأولية المعدة للتصنيع ... وتعتبر عنصرًا غير ثابت لأنها تزيد أو تنقص وفقًا لمقتضيات التجارة. وتختلف أهمية البضائع كعنصر من عناصر المحل التجاري بحسب نوع التجارة، فتكون أهميتها كبيرة في تجارة التجزئة وتقل في أحيان أخرى وتنعدم في البنوك ومؤسسات النقل.

 **الفرع2: المعدات أو المهمات (Matériel et outillage)**

 يقصد بالمعدات أو المهمات " تلك المنقولات المادية التي تستعمل في الاستغلال التجاري دون أن تكون معدة للبيع، كالآلات التي تستخدم في صنع المنتجات أو إصلاحها، ومعدات المحل، والسيارات ... وأدوات الكيل والوزن والقياس والأثاث ".

 **الفرع3: العقار ليس عنصرًا في المحل التجاري**

 إذا مارس التاجر تجارته في عقار يملكه فإن هذا العقار بطبيعته لا يدخل ضمن عناصر المحل التجاري، فإذا تصرف التاجر في كل من المحل التجاري والعقار فالعملية في حقيقتها مركبة من عقدين، بحيث يخضع كل منهما للأحكام الخاصة به.

**المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للمحل التجاري وخصائصه (دراسة تركيبية)**

 ونقسم هذا المبحث بدوره إلى مطلبين، نخصص الأول لتحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، ونتكلم في الثاني عن مختلف خصائصه القانونية:

**المطلب1: الطبيعة القانونية للمحل التجاري (La nature juridique du fonds de commerce)**

 الراجح فقهً وقضاءً أن المحل التجاري وحدة قائمة بذاتها، ومجموع منفصل عن العناصر الداخلة في تكوينه وذلك بسبب خضوعه لقواعد خاصة به، تختلف تمام الاختلاف عن تلك التي تخضع لها العناصر المكونة له، ورغم الاتفاق على أن المحل التجاري مجموع (Universalité) مستقل ومتميز عن العناصر التي تكونه إلا أن الفقه انقسم بخصوص تكييف هذا المجموع، وظهرت بهذا الصدد ثلاث نظريات:

 الفرع1: نظرية الذمة المالية المستقلة أو المجموع القانوني

 (La théorie de l’universalité juridique):

 الفرع2: نظرية المجموع الواقعي (La théorie de l’universalité de fait):

 الفرع3: نظرية الملكية المعنوية (La théorie de la propriété incorporelle):

**المطلب2: الخصائص القانونية للمحل التجاري**

 **(Les caractères juridique du fonds de commerce)**

 للمحل التجاري ثلاث خصائص قانونية بارزة؛ أنه مال منقول، وأنه منقول معنوي، وأنه ذو صفة تجارية، وقد سبق وأن تطرقنا لهذه الخاصية الأخيرة عند الكلام عن صفات عنصر الاتصال بالزبائن، لذا سوف تقتصر دراستنا هنا على الخاصيتين الأولى والثانية فقط:

 **الفرع1: المحل التجاري مال منقول (Le fonds de commerce est un bien meuble):**

 ذكرنا في ما سبق أن المحل التجاري ليس هو المكان الذي يزاول فيه التاجر نشاطه التجاري، كما أشرنا كذلك إلى استبعاد العقارات من دائرة العناصر الداخلة في تكوينه.

وعلى ذلك يعد المحل التجاري مالًا منقولًا، وبالتالي فإنه لا يخضع للقواعد المتعلقة بالعقارات.

**الفرع2: المحل التجاري مال معنوي (Le fonds de commerce est un bien incorporel):**

 رغم إمكانية اشتمال المحل التجاري على عناصر مادية (كالبضائع والمهمات)، إلا أنه يعتبر من الأموال المعنوية وذلك بسبب التآلف بين عناصره بنوعيها الشيء الذي يمنحه قيمة معنوية، إضافة إلى كون العناصر المعنوية أكثر أهمية وفعالية مقارنة مع العناصر المادية.

 والمحل التجاري - باعتباره مالًا معنويًا - لا يخضع للأحكام الخاصة بالمنقولات المادية.