

المحاضرة العاشرة (ماهية المحل التجاري)

المحل التجاري

نشأت فكرة المحل التجاري كظاهرة اقتصادية منذ أن بدأ الإنسان مزاوله حرفة تجارية مستقرة في مكان معين

وتطورت هذه الفكرة مع تطور أساليب ممارسة النشاط التجاري واتخاذ التاجر اسما خاصا لمحلته التجاري لكي يميزه عن غيره من المحال الأخرى وقيامه بعرض وبيع السلع والمنتجات فيه للجمهور مما أدى إلى تكوين عناصر المحل التجاري .

ولم يتعرض النظام السعودي لأحكام المحل التجاري بالتنظيم وان كان قد نظم بعض عناصره المعنوية مثل العلامات التجارية والأسماء التجارية .

وفى ضوء عدم وجود نصوص قانونية خاصة بالمحل التجاري في المملكة فإننا نتناول دراسته وفقا للقواعد العامة .

ماهية المحل التجاري

- يرجع الفضل في ظهور فكرة المحل التجاري إلى التجار أنفسهم لا إلى رجال القانون، فهم الذين تصوروا لأول مرة امكانية انتقال المحل التجاري إلى الغير بكل عناصره وبكل القيم التي ينطوي عليها، أما المشرع فلم يفعل سوى أنه استجابة لهذا التطور.
- لا يقصد بالمحل التجاري المكان الذي يمارس فيه التاجر تجارته وإنما يقصد به مجموعة من العناصر المادية والمعنوية التي يعتمد عليها التاجر في مزاوله نشاطه التجاري.
- وقد تسمى مجموعة هذه العناصر بالمتجر أو المصنع بحسب ما إذا كان مخصصا لمزاوله التجارة أو الصناعة وقد تسمى أيضا بالمنشأة.
- المحل التجاري عبارة عن فكرة معنوية تنطوي تحتها مجموعة من الأموال المخصصة لغرض الاستغلال التجاري وتتضمن نوعين من العناصر المادية والمعنوية.

المحل التجاري هو مال منقول معنوي يستعمله التاجر لغرض نشاطه التجاري وسوف نتطرق إلى

محتوى المحل التجاري والعناصر التي تنشئه وبهذا يتسنى لنا فهمه على أكمل

وجه، لأنه بفهم العناصر المكونة له، نفهم المحل التجاري ومعناه الحقيقي .

يعتبر **المحل التجاري** ملكية غير مادية، وقيمة متعلقة بأهمية الزبائن المتعاملين معه، وعملاء المحل مرتبطين بالميزات الشخصية للتاجر وبالعناصر أخرى ليست لها علاقة بشخصيته، وإن قيمة المحل تتعلق بالمكان المختار، خاصة إذا كان البيع بالتجزئة أو بعنوان المحل الذي يشد إليه الجمهور، وكذا بكمية المعدات.

عناصر **المحل التجاري** اما أن تكون لها طبيعة مادية وهي المعدات، والآلات، البضائع. وإما أن تكون

ذات طبيعة غير مادية (معنوية) وهي العملاء، الاسم التجاري، العنوان التجاري، الحق في الإيجار. والطبيعة المنقولة للمحل التجاري تفرض علينا استبعاد العقارات فلا يمكن أن يشملها .

خصائص المحل التجاري :

١ - المحل التجاري مال منقول ٢ - المحل التجاري منقول معنوي ٣ - المحل التجاري ذو صفة تجارية

أولاً : المحل التجاري مال منقول

يعتبر المحل التجاري من الأموال المنقولة ، ولا يدخل في عداد العقارات ،

يكون من المنقولات أنه إذا باع الشخص محله التجاري فإن البيع يسرى عليه أحكام بيع المنقولات كما أنه إذا أوصى التاجر بجميع منقولاته إلى شخص آخر فإن المحل التجاري يدخل في الوصية.

- **تمييز المحل التجاري عن العقار** : يجب أن نفرق بين المحل التجاري والعقار الذي يوجد فيه المحل التجاري .

ما دام المحل التجاري مال معنوي منقول فلا يمكن إدراج العقارات ضمن عناصره.

ويمكن للتاجر أن يكون مالك العقار والذي فيه المحل التجاري ، أو يكون مستأجر لهذا العقار وهنا يدفع التاجر لصاحب العقار بدل إيجار، ويصبح الحق في الإيجار عنصراً من عناصر المحل التجاري اذن استبعاد العقار يجد تفسيره في طبيعة المحل التجاري الذي هو مال منقول متميز عن العقار الذي يستغل فيه

ثانياً : المحل التجاري منقول معنوي

المحل التجاري وان كان مالا منقولاً إلا انه منقول معنوي فالمحل التجاري وصف قانوني لمجموعة الأموال المعنوية والمادية ، ولا تقوم فكرة المحل التجاري بمدلولها القانوني إلا على أساس العناصر المعنوية كالاسم التجاري و السمعة التجارية و ثقة الجمهور ، أما البضائع والمهمات فلا تكفي وحدها لتكوين المحل التجاري .

ثالثاً : المحل التجاري ذو صفة تجارية

لا يعتبر المحل من المحال التجارية إلا إذا كان يمارس نشاطاً تجارياً وعلى ذلك لا تعد من قبيل المحال التجارية المهن ذات الطابع المدني حتى ولو كانت تقوم على عنصر الاتصال بالعملاء فالمهن الحرة كالتطبخ والمحاماة والمحاسبة بالرغم من أنها تقوم على عنصر الاتصال بالعملاء إلا أن مزاولتها لا تعد من قبيل المحال التجارية . ويترتب على استبعاد المهن الحرة من نطاق الأعمال التجارية أنه يمتنع تطبيق أحكام المحل التجاري عليها . ويجب أن يكون النشاط الذي يقوم به المحل التجاري مشروعاً فلا يوجد المحل التجاري في حالة الاتجار في النشاط غير المشروع .

طبيعة المحل التجاري

اختلف الفقه في التكيف القانوني للمحل التجاري وعلّة هذا الخلاف هو ما يتميز به من أحكام، لذلك انقسم الفقهاء في تكيف الطبيعة القانونية للمتجر إلى ثلاث مذاهب:

(١)

نظرية الذمة المالية المستقلة أو المجموع القانونيين

وتقوم هذه النظرية على اعتبار المحل التجاري ذمة مالية مستقلة عن ذمة التاجر لها حقوقها وعليها التزاماتها المتعلقة بالمحل التجاري والمستقلة عن بقية حقوق والتزامات التاجر. ومقتضى هذه النظرية أن الدائن بدين شخصي للمدين ولا علاقة له بالمحل التجاري

(كدين الطبيب أو المحامي) لا يستطيع التنفيذ به على المحل التجاري ومن ثم ينفرد دائنو المحل التجاري بالتنفيذ عليه دون مزاحمة الدائنين الآخرين للتاجر، فيصبح بذلك المحل التجاري وحدة قانونية مستقلة عن شخص التاجر.

- لا محل للأخذ بهذه النظرية في القانون الفرنسي وفي الدول العربية، بعكس ما هو موجود في ألمانيا.

(٢)

نظرية المجموع الواقعي

يرى أنصار هذه النظرية أن المحل التجاري ليس وحدة قانونية مستقلة بديونه وحقوقه وإنما هو وحدة عناصر فعلية أو واقعية، أي أن عدة عناصر اجتمعت معا بقصد مباشرة استغلال تجاري دون أن يترتب على ذلك ذمة مالية مستقلة عن ذمة مالكة أو وجود قانوني مستقل. وبالتالي لا يترتب على التنازل عن المحل التجاري التنازل عن الحقوق والالتزامات الشخصية المتعلقة بالمحل التجاري ونشاطه التجاري إلا إذا اتفق على ذلك صراحة ويذكر أنصار هذا الرأي أن يترتب على هذه الوحدة لعناصر المحل التجاري وجود مال منقول ذو طبيعة خاصة مستقلة عن طبيعة عناصره المكونة له.

بيد أنه يؤخذ على هذه النظرية أن اصطلاح المجموع الواقعي ليس له مدلول قانوني فالمجموع إما أن يكون قانونيا وإما لا يوجد كما أنها لا تفسر لنا على أساس من القانون إذا كان للشخص ذمة مالية مستقلة عن المحل التجاري أو ذمة مالية واحدة شاملة المحل التجاري.

(٣)

نظرية الملكية المعنوية

تقوم هذه النظرية أساسا على ضرورة التفرقة بين المحل التجاري باعتبار وحدة مستقلة، وبين عناصره المختلفة الداخلية في تكوينه وأن حق التاجر على متجره ليس إلا حق ملكية معنوية يرد على أشياء غير مادية مثله في ذلك مثل حقوق الملكية الصناعية والفنية ويختلف بالتالي عن حقه على كل عنصر من عناصر المحل التجاري .

ومقتضى هذه النظرية أن يكون للتاجر حق الانفراد في محله التجاري والاحتجاج به على الكافة، وتحميه دعوى المنافسة غير المشروعة وتسمى هذه الملكية المعنوية بالملكية التجارية

- ويرجح الفقه هذه النظرية لنجاحها في إيجاد تفسير منطقي لطبيعة المحل التجاري .

~ انتهت المحاضرة ~

المحاضرة الحادية عشر

عناصر المحل التجاري

يتكون المحل التجاري من مجموعة من الأموال اللازمة للاستغلال التجاري، تمثل هذه الأموال العناصر المكونة له وقد تكون هذه العناصر مادية كالبيضائع والمهمات وقد تكون معنوية كالاتصال بالعملاء والسمعة التجارية والاسم التجاري .

على أن هذه العناصر التي يتكون منها المحل التجاري ليست على درجة واحدة من الأهمية بالنسبة لوجود المحل التجاري بل تختلف حسب نوع التجارة وظروف الاستغلال.

العناصر المادية للمحل التجاري

أولا البيضائع :

يقصد بها المنقولات المخصصة للبيع سواء أكانت سلعا كاملة الصنع أو سلعا نصف مصنوعة أو مواد أولية .

وتختلف أهمية البيضائع كعنصر في المحل التجاري بحسب نوع التجارة، حيث يكون للبيضائع أهمية كبيرة في تكوين المحل التجاري في بعض الحالات، كما هو الحال في تجارة التجزئة وقد لا تكون البيضائع عنصراً في المحل التجاري كمتاجر الوكلاء بالعمولة والسمسرة والبنوك .

ثانيا المهامات:

يقصد بها كافة المنقولات المخصصة لاستغلال المحل التجاري كالألات والمعدات التي تستخدم في صنع المنتجات وتصليحها وسيارات النقل المخصصة لخدمة المتجر، وكذلك جميع المنقولات المخصصة لخدمة المتجر وتشمل الأثاث الموجود في المحل التجاري .

ويلاحظ أن التمييز بين البيضائع والمهمات قد يصعب في بعض الأحيان، فقد تكون بعض الأشياء من البيضائع بالنسبة لمتجر ومن المهمات بالنسبة لمتجر آخر، فالسيارات تعتبر من المهمات إذا كانت مخصصة لتسهيل أعمال المحل التجاري مثل نقل العمال والمنتجات، ولكن تعتبر من البيضائع إذا كانت معروضة للبيع في محل مخصص لبيع السيارات. فالعبرة دائماً بالغرض الذي يخصص له الشيء بغض النظر عن طبيعته .

• وعلي ذلك إذا كان الشيء يجري عليه التعامل فإنه يعتبر من قبيل البضائع، أما إذا كان مخصصاً لاستغلال المحل التجاري فيعتبر من قبيل المهمات. فالعبرة دائماً بالغرض الذي يخصص له الشيء بغض النظر عن طبيعته .

• إذا كان التاجر مالكا للعقار الذي يمارس فيه التجارة، فهل يدخل العقار في هذه الحالة ضمن العناصر المكونة للمحل التجاري؟
الرأي مستقر علي أن العقار لا يعد عنصراً من عناصر المحل التجاري، وذلك لأن المحل التجاري مال منقول، وبالتالي لا يمكن إدخال العقار كعنصر فيه.

العناصر المعنوية للمحل التجاري

هي تلك الأموال المنقولة المعنوية المستعملة من أجل استغلال المحل التجاري، وتتمثل العناصر المعنوية التي يتكون منها المحل التجاري في الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية والاسم التجاري وحقوق الملكية الصناعية وحقوق الملكية الأدبية والحق في الإجارة والرخص والإجازات .

وهذه العناصر المعنوية لا يلزم توافرها في كل محل لكي يعتبر من قبيل المحال التجارية، وإنما يكفي أن يوجد منها عنصراً واحداً أو أكثر، لأن هذه العناصر ليست ضرورية في كل المحال التجارية باستثناء عنصر الاتصال بالعملاء، الذي يجب أن يتوافر في كافة المحال التجارية، فوجود هذه العناصر المعنوية في المحل التجاري يتوقف علي نوع التجارة وظروف الاستغلال .

أولاً : الاتصال بالعملاء

يعتبر الاتصال بالعملاء أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري، ويقصد به اعتياد واستقرار بعض الأشخاص في التعامل مع تاجر معين، ويرجع ذلك إلى ثقة العميل بصاحب المتجر بالإضافة إلى جودة السلع وموقع المتجر والتسهيلات المقدمة من المتجر للعملاء.

وعلى ذلك فإن عنصر الاتصال بالعملاء يتمثل في مجموع الأشخاص الذين يعتادون التعامل مع المحل التجاري.

ولا يلزم لتوافر عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري أن يكون هناك عملاء فعلاً يتم التعامل معهم، بل يكفي إمكانية الدخول في علاقات مع العملاء، وهو ما يتحقق عندما يتم الاستعداد للدخول في معاملات تجارية، ولو لم يتم هذا التعامل بالفعل، وعلى ذلك لا يقوم المحل التجاري إذا كان الأمر يقتصر على مجرد استئجار المكان وتأثيثه دون أن يتوافر الاستعداد للدخول في علاقات نظامية مع الجمهور .

ثانياً : السمعة التجارية

يقصد بالسمعة التجارية قدرة المحل التجاري على اجتذاب العملاء العابرين وذلك بسبب موقعه أو جودة منتجاته .

ثالثاً : الاسم التجاري

الاسم التجاري هو التسمية التي يستغل بها التاجر متجره، فالتاجر يجب عليه أن يستخدم اسماً تجارياً وهو بصدد مزاولة تجارته، وذلك لتمييز محله التجاري عن غيره من المحال التجارية المماثلة، ولذلك يشكل اسم المحل التجاري عنصراً هاماً فيه، حيث يختلط المحل التجاري ذاته باسمه في أذهان الجمهور.

إن الاسم التجاري يستعمله التاجر لتمييز المحل واجتذاب الزبائن وهو من عناصر المحل والاسم التجاري هو عنصر جوهري إذا كان مشهوراً وهذا الاسم يوضع عادة في واجهة المحل وعلى رأس الفواتير والرسائل والإعلانات ونشرات الدعاية.

- وقد ألزمت المادة ١ من نظام الأسماء التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م / ١٥ بتاريخ ١٢ / ٨ / ١٤٢٠ هـ كل تاجر بأن يتخذ له اسماً تجارياً يقيد في السجل التجاري، ويتكون هذا الاسم من اسمه في السجل المدني أو من تسمية مبتكرة أو الاثنين معاً، كما يجوز أن يتضمن الاسم التجاري بيانات تتعلق بنوع التجارة المخصص لها. وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الاسم لائقاً ولا يؤدي إلى التضليل أو يتعارض مع الشريعة الإسلامية أو يمس الصالح العام.

- لا يجوز لتاجر آخر بعد قيد الاسم في السجل التجاري، استعمال هذا الاسم في المملكة في نفس نوع التجارة التي يزاولها وإذا كان الاسم التجاري المطلوب قيده يشبه اسما تجاريا سبق قيده في السجل وجب علي التاجر أن يضيف إلي هذا الاسم ما يميزه عن الاسم السابق "م ٦

لا يجوز التصرف في الاسم التجاري تصرفا مستقلا عن التصرف في المحل التجاري، ولا يشمل التصرف في المحل اسمه التجاري ما لم يتفق علي ذلك كتابة، وفي هذه الحالة يجب علي من آل إليه الاسم أن يضيف إليه بيانا يدل علي انتقال الملكية. وإذا وافق السلف "البائع" علي استعمال الاسم التجاري الأصلي دون إضافة كان مسئولاً عن التزامات المشتري "الخلف" المعقودة تحت هذا الاسم إذا عجز عن الوفاء بها "م ٨ ."

- وإذا استعمل الاسم التجاري غير صاحبه أو استعمله صاحبه علي صورة تخالف النظام جاز لدوي الشأن أن يطلبوا من وزير التجارة منع استعماله أو شطبه إذا كان مقيدا في السجل التجاري. كما يجوز لهم اللجوء إلي ديوان المظالم للمطالبة بالتعويض إن كان له محل "م ١١ ."

- كما يعاقب كل من استعمل اسما تجاريا بالمخالفة لأحكام هذا النظام بغرامة مالية لا تزيد علي خمسين ألف ريال، ويجوز مضاعفة الغرامة في حالة تكرار المخالفة "م ١٢

ربعاً : الحق في الإجارة

يعتبر الحق في الإجارة عنصراً من العناصر المعنوية التي تدخل في تكوين المحل التجاري، ويوجد هذا الحق في جميع الحالات التي يكون فيها التاجر مستأجراً للمكان الذي يزاول فيه تجارته، أما إذا كان التاجر يمارس نشاطه في عقار مملوك له فلا يوجد في هذه الحالة الحق في الإجارة. ويعتبر حق صاحب المحل التجاري في إجارة العقار الذي يمارس فيه نشاطه التجاري من أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري، وعلي ذلك يجب علي البائع في حالة بيع المحل التجاري أن يتنازل للمشتري عن الحق في الإجارة باعتباره من عناصر المحل التجاري .

ولكن يثور صعوبة في حالة إذا ما كان عقد إيجار المحل التجاري يتضمن شرطاً يمنع المستأجر من التنازل عن الإيجار أو التأجير من الباطن، وفي هذه الحالة لا يستطيع صاحب المحل التجاري أن يوجر من الباطن أو يتنازل عن الإيجار إلا بموافقة المالك الأصلي طبقاً للقواعد العامة .

خامساً : حقوق الملكية الصناعية

يقصد باصطلاح الملكية الصناعية الحقوق التي ترد علي براءات الاختراع أو الرسوم والنماذج الصناعية أو العلامات التجارية.

وتعتبر حقوق الملكية الصناعية من العناصر المعنوية التي تدخل في تكوين المحل التجاري، بل أنها تعتبر في بعض الحالات من أهم عناصر المحل التجاري، كما هو الحال إذا كان المصنع قائما علي براءة الاختراع أو رسم أو نموذج مثل بيوت الأزياء التي تعتبر الرسوم والنماذج الصناعية العنصر الأساسي فيها .

النماذج الصناعية :

هي شكل السلعة أو هيكلها الخارجي الذي يميزها عن غيرها من السلع الشبيهة مثل هياكل السيارات أو شكل الزجاجات العطرية.

براءة الاختراع :

الشهادة التي تمنحها السلطة المختصة للمخترع الحقيقي الأول لأي اختراع جديد والتي تمنحه الحق المطلق في استعمال اختراعه واستثماره وصنعه وإنتاجه وبيعه أو منح رخص للغير بذلك

الرسوم الصناعية :

هي الخطوط التي تكسب السلعة طابعا مميزا مثل النقش علي المنسوجات والرسم علي الأواني الفخارية أو الزجاج أو الرسم بالشمع.

العلامة التجارية :

الرمز الذي يتخذه التاجر شعارا لمنتجاته حتى يمكن الجمهور من التعرف علي حقيقة مصدرها وقد تم إصدار نظام العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية الحالي بتاريخ

١٤٢٣/٥/٢٨ هـ

تقييد جميع العلامات التجارية بسجل العلامات التجارية بوزارة التجارة، وكذلك اخطارات التنازل عن ملكيتها أو رهنها أو الحجز عليها أو الترخيص باستعمالها وتجديدها أو شطبها .

شروط العلامة التجارية :

١- أن يكون للعلامة طابع مميز .

٢ تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها بمعرفة تاجر آخر .

٣ - أن تكون العلامة التجارية مشروعة

نتائج تسجيل العلامة التجارية :

١- استعمال العلامة علي المنتجات والخدمات التي يقوم بها مالكيها .

٢ منع الغير من استعمالها أو استعمال علامة مشابهة .

٣- حق التصرف في العلامة بالبيع أو الرهن أو الترخيص للغير باستعمالها .

تستمر الحقوق المترتبة علي تسجيل العلامة لمدة عشر سنوات ما لم يتم تجديدها

- ولما كانت حقوق الملكية الصناعية تعتبر حقوقا معنوية ذات قيمة مالية فيجوز التصرف فيها مع المحل التجاري أو مستقلة عنه باستثناء الاسم التجاري والعلامة التجارية اللذين لا يجوز التصرف فيهما استقلالاً عن التصرف في المحل التجاري، ويرجع ذلك إلي أن السماح بالتصرف فيهما استقلالاً عن المحل التجاري من شأنه أن يوجه العملاء إلي محل تجاري آخر غير المحل الذي يقصدون التعامل معه والذي تميز بهذا الاسم أو تميزت منتجاته بهذه العلامة التجارية منذ بادئ الأمر.

سادسا : حقوق الملكية الأدبية والفنية

يقصد بحقوق الملكية الأدبية والفنية الحقوق التي ترد علي الإنتاج الذهني في مجال الآداب والعلوم والفنون، حيث ينشأ لكل مؤلف حق ملكية معنوي يتمثل موضوعه في ثمرة أفكاره الأدبية أو العلمية أو الفنية .

وحق المؤلف له جانبان :

أحدهما أدبي أو معنوي يتمثل في حق الشخص في أن ينسب إليه نتاج ذهنه أو فكره ،
والآخر جانب مادي يتمثل في حق الشخص في الاستفادة وحده من المزايا التي تترتب علي استغلال هذا الحق ، أي العائد المادي والاقتصادي الذي ينتج عن المصنف الذي قام بإعداده أو تأليفه.

وقد يقوم المؤلف باستغلال حقه بنفسه، وفي هذه الحالة يعتبر هذا الاستغلال عملاً مدنياً لأنه من قبيل الإنتاج الذهني .

وقد يقوم الغير بهذا الاستغلال مثل دور النشر ، وفي هذه الحالة يعتبر عملاً تجارياً لأن من قام به يكون وسيطاً بين المؤلف والجمهور .

وقد تم إصدار نظام لحماية حقوق المؤلف في المملكة العربية السعودية

بتاريخ ١١ - ٥ - ١٤١٨ هـ وألغي وحل محله نظام جديد صدر في ١٤٢٤ هـ .

وتعتبر حقوق الملكية الأدبية والفنية من العناصر الجوهرية لمشروعات الطبع والنشر.
وقد حدد النظام المدة الكافية لاستنثار المؤلف بحق الاستغلال المالي لمصنفه هي مدة حياته
ثم خمسين سنة بعد وفاته ، يكون فيها الاستغلال المالي من حق ورثته

سابعا : الرخص والإجازات

يقصد بالرخص والإجازات: التراخيص التي تصدرها جهة الإدارة المزاولة بعض أنواع
النشاط التجاري، كما هو الحال للرخصة التي تعطي لاستغلال فندق، حيث تعتبر هذه
التراخيص عنصرا من عناصر المحل التجاري وتنتقل إلي المشتري في حالة بيع المحل
التجاري . ولكن إذا كانت ذات طابع شخصي بأن روعي في إصدارها صفات معينة في شخص
المرخص له، فلا يجوز انتقالها إلي مشتري المحل التجاري ضمن عناصر المحل .

~ انتهت المحاضرة ~

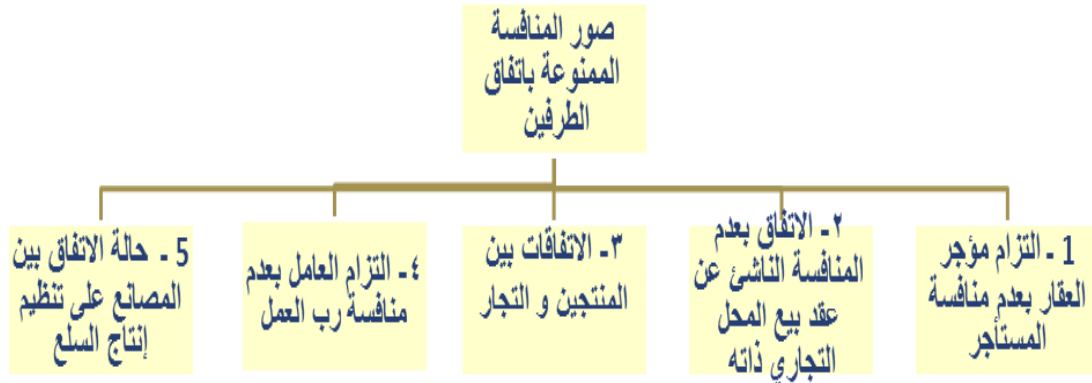
المحاضرة الثانية عشر

حماية المحل التجاري

المنافسة الممنوعة:

الأصل أن المنافسة غير ممنوعة قانوناً ، فالمبدأ هو حرية التجارة وحرية المنافسة ، لكن هناك حالات تمنع فيها المنافسة كلية بطريق مشروع أو غير مشروع ووسيلة حماية تلك الحالات هي دعوى ترفع لمنع المنافسة كلية وحالات المنافسة الممنوعة إما أن يكون أساسها نص المشرع أو اتفاق الطرفين المنافسة الممنوعة بنص القانون في بعض المهن كالصيدلة قد يشترط المشرع على من يعمل بها الحصول على مؤهلات على عملية معينة فإذا قام الشخص بمباشرة أعمال الصيدلة دون الحصول على الدرجة العملية المطلوبة به لذلك فإنه يكون قد خالف نصوص القانون و اعتبر عمله من قبيل المنافسة الممنوعة بنص القانون.

صور المنافسة الممنوعة :



من صور المنافسة الممنوعة باتفاق الطرفين ما يأتي :

١ - التزام مؤجر العقار بعدم منافسة المستأجر تقضي القواعد العامة بأن يلزم مؤجر المحل التجاري بتأمين تمتع المستأجر بالعين المؤجرة ، و يحق للمؤجر في نفس الوقت أن يؤجر للغير في ذات العقار الكائن به المحل التجاري للمستأجر الأول محلاً تجارياً

لآخر يمارس فيه نفس نشاط المستأجر الأول و لكن إذا اشترط المستأجر الأول على المؤجر حرمانه من تأجير جزء من العقار للغير لممارسة نشاط مماثل فإنه يتمتع في هذه الحالة على المؤجر القيام بذلك احتراماً للاتفاق .

١- قد يكون الاتفاق بعدم المنافسة ناشئا عن عقد بيع المحل التجاري ذاته:

يعتبر التزام بائع المحل التجاري بعدم إنشاء تجارة مماثلة من الالتزامات التي تنتج عن عقد بيع المتجر ، و لذلك ينشأ هذا الالتزام على عاتق البائع دون حاجة إلى النص عليه في عقد البيع و هذا الالتزام لعدم إنشاء تجارة مماثلة يعتبر التزاما تعاقديا فلا يكون الإخلال به من أعمال المنافسة الغير مشروعة التي تستند أساسا إلى المسؤولية التقصيرية و لكن من أعمال المنافسة الممنوعة التي تستند إلى أحكام المسؤولية العقدية .

٣. الاتفاقات بين المنتجين و التجار:

ومن صورة المنافسة الممنوعة اتفاق الطرفين على أن يشتري التاجر السلع التي ينتجها المصنع دون غيره من المصانع التي تنتج نفس السلعة أو ألا يبيع المصنع لغير التاجر حتى يتفادى هذا الأخير منافسة غيره من التجار كما هو الحال في تعهد الشركة المنتجة بعدم البيع لغير صاحب التوكيل بالتوزيع داخل إقليم معين و مثل هذه الاتفاقية صحيحة بشرط أن تكون محدودة المدة أو بمكان معين حتى لا تؤدي إلى احتكار فعلي.

٤- التزام العامل بعدم منافسة رب العمل:

قد يتضمن عقد العمل بين العامل و رب العمل التزاما على الأول بعدم منافسة رب العمل بإنشاء تجارة مماثلة أو العمل عند متجر منافس بعد انتهاء العقد بينهما و هو ما يطلق عليه بند عدم المنافسة و لما كان مثل هذا الشرط يمثل قيد لا على حرية العامل قد يؤدي إلى التزامه بالاستمرار في خدمة رب العمل مدى الحياة، فقد خفف القضاء الفرنسي على العامل محددًا من حيث الزمان أو المكان أو نوع التجارة .

٥- حالة الاتفاق بين المصانع على تنظيم إنتاج السلع:

من حيث كميتها و تحديد أسعارها لتحديد النشاط الذي يقوم به كل مصنع و عدم تجاوزه بقصد تنظيم المنافسة بين المنتجين و مثل هذه الاتفاقات تكون صحيحة في حدود الفرض الذي تنظمه أما إذا قصد من ورائها أو ترتب عليها خلق احتكارات حقيقية أو ارتفاع كبير في أسعار بيع هذه السلع فهذه الاتفاقات تكون باطلة لمخالفتها النظام العام لما ينتج عنها من إهدار لمصالح المستهلكين جميعا في سبيل مصلحة أصحاب هذه المصانع .

المنافسة غير المشروعة

يمكن تعريف المنافسة غير المشروعة بأنها استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العادات أو الشرف أو العرف. ولا يشترط لاعتبار الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة أن يكون مرتكبه معتمد أو سيء النية بل يكفي أن يكون منحرفا عن السلوك المألوف للشخص العادي حتى يعتبر خطأ موجبا للمسؤولية أساس دعوة المنافسة غير المشروعة

صور المنافسة غير المشروعة

١ - الاعتداء على سمعة التاجر المنافس ونشر بيانات كاذبة عنه :

كإذاعته معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة عن إفلاسه أو ارتكابه المالي أو عزمه على تصفية متجره أو بيعه أو نقله أو تشويه الحقائق على البضائع والسلع والمنتجات موضوع نشاط المحل التجاري حتى ينصرف عنه العملاء .

٢ - الاعتداء على الاسم التجاري أو التسمية المبتكرة :

كاتخاذ المحل المنافس اسما تجاريا مشابها لاسم محل آخر أو اعتدائه على التسمية لمحل آخر.

٣ - الاعتداء على العلامة التجارية : يعتبر الاعتداء على العلامة التجارية التي يتخذ منها المتجر شارة لتمييز منتجاته أو بضائعه بتقليدها أو تزويرها من قبيل أعمال المنافسة الغير المشروعة .

٤ - وضع بيانات تجارية مغايرة للحقيقة :

يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة وضع بيانات تجارية مغايرة للحقيقة بقصد منافسة الخصم وإيهام الجمهور بتوافر شروط معينة في البضائع المتنافس عليها كإذاعته أمور مغايرة للحقيقة خاصة بمنشأ بضائعه أو أوصافها أو تتعلق بأهمية تجارته بقصد إيهام الغير بمميزات الغير حقيقية ككون المتجر على غير الحقيقة حائز لمرتبه أو شهادة أو مكافأة بقصد انتازع عملاء تاجر آخر ينافس .

٥ - تقليد طرق الإعلان :

تعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد طريقة الطبع أو طرق الإعلان أو البيع فمثل هذه الأعمال تمس هم عناصر المتجر وهو الاتصال بالعملاء .

٦ - تحريض العمال :

قد يكون أعمال المنافسة غير المشروعة في صورة تحريض العمال الذين يعتمد عليهم المشروع المنافس ومثال ذلك تحريضهم بترك العمل أو تشجيعهم على الأضراب وبث الفوضى في المحل المنافس أو اغراء عمال المتجر المنافس بالعمل لديه حتى يجذب العملاء وقد يعمد المنافس إلى اغراء العامل بالمتجر الآخر بالمال للوقوف على أسرار أعمال منافسة في صناعة معينة أو تركيب معين للمواد التي تباع أو تدخل ضمن نشاط المتجر.

٧ - تخفيض أسعار البيع :

ولا يكون أسعار البيع منافسة غير مشروعة إلا إذا استمر مدة طويلة مدعوما بحملات إعلانية موضح بها الأسعار التي يبيع بها أسعار منافسيه فهنا يتضح أن المقصود هو تحطيم تجارة الغير بطريقة غير مشروعة كما يعد أيضا منافسة غير مشروعة البيع بأقل من السعر المتفق عليه أدنى بين التجار عموما لما يؤدي إليه ذلك من حرمان المنافس من عملائه بطريق غير مشروع .

٨ - الضرر :

الضرر الموجب للتعويض هو الضرر المحقق الوقوع أي الذي وقع فعلا أو سيقع حتما وهو ما يسمى بالضرر المستقبل أما الضرر الاحتمالي أي الضرر غير المحقق فهو قد يقع وقد لا يقع فلا يكون التعويض عنه واجبا إلا إذا وقع فعلا .

أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

للمتضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة أن يقيم دعوى ضد منافسه مرتكب العمل المنافس وكل من اشترك معه . ويمكن أن ترفع الدعوى على الشخص المعنوي، ويتحمل الشخص المعنوي المسؤولية المدنية التي تقع ويؤديها من ماله . ومسألة الشخص المعنوي تكون بطريق غير مباشر وذلك على الأعمال التي يرتكبها ممثلوه على أساس مسؤولية المتبوع عن أفعال تابعه على أن هناك أحوالا يمكن فيها مساءلة الشخص المعنوي ذاته مباشرة ونسبة الخطأ إليه مباشرة . إذا قوضت شركة لمنافسة تجارية غير شريفة أو لتقليد بناء على قرار صادر من إحدى هيئاتها كمجلس إدارة الشركة أو جمعيتها العمومية ، ترفع الدعوى على كل من اشترك في تنفيذ هذه الأعمال إذا كان سيء النية ، ولا يجوز أن ترفع دعوى المنافسة غير المشروعة من غير المضرور أو نائبه

الحكم بالتعويض

يحكم في دعوى المسؤولية بالتعويض النقدي لكل من أصابه الضرر وتحكم المحكمة بالتعويض عن الضرر الفعلي فقط الذي لحق المتضرر فقط .

مسؤولية يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف، ويقدر التعويض بالنقد، والقاضي وان كان ليس ملزما بالحكم بالتنفيذ العيني إلا أنه يتعين عليه أن يقضي به إذا كان ممكناً .

~ انتهت المحاضرة ~