**المحل التجاري-القاعدة التجارية-**

لم يعرف المشرع الجزائري المقصود بالمحل التجاري وركز على ذكر أهم العناصر المكونة له في نص المادة 78 من القانون التجاري، وبالرجوع إلى الفقه نجده يعرف المحل التجاري بأنه " مجموعة من عناصر مادية وعناصر معنوية مخصصة للممارسة التجارة و يمكن أن ويمكن أن تكون محلا للتصرفات القانونية كالبيع والرهن والإيجار"[[1]](#footnote-1)، وهناك من عرفه بأنه "مجموعة من الأموال المنقولة المعنوية والمادية، تآلفت معا بقصد الاستغلال التجاري و جذب العملاء للمتجر وتنميتهم والاحتفاظ بهم ..." [[2]](#footnote-2)، ويرى البعض الأخر بأنه:" كتلة من الأموال المنقولة تخصص لممارسة مهمة تجارية وتتضمن عناصر معنوية وقد تشمل أيضا على عناصر أخرى مادية"[[3]](#footnote-3).

 وتعد فكرة المحل التجاري فكرة حديثة لم تظهر بمفهومها الحالي إلا في نهاية القرن الثامن عشر، نتيجة التطور الصناعي وتوسيع النشاط التجاري وما صاحبها من ظهور الاختراعات، بحيث بدأت تظهر أهمية بعض العناصر المعنوية خاصة العنوان التجاري، والعلامة التجارية وبراءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية وعنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، لذا أصبح المحل التجاري يتكون من مجموع هذه العناصر المادية المخصصة جميعها لاستغلال مشروع تجاري وصناعي معين.

 فبدأ ينظر للمحل التجاري باعتباره وحدة تشكل منقولا معنويا لا قيمة مالية مستقلة عن قيمة كل عنصر من عناصره، فالمحل التجاري هو وحدة أساسها عنصر الاتصال بالعملاء الذي يعد أهم العناصر المكون له، ذلك أن قيمة المحل ترتفع بارتفاع عدد العملاء وتنخفض بتدني عددهم فلا وجود للمحل التجاري بدون عملاء[[4]](#footnote-4)، ولهذا نجد مثلا أن الثمن الذي يدفعه المشتري لشراء المحل التجاري –القاعدة التجارية- يفوق بكثير قيمة البضائع والأدوات والمعدات والسلع الموجودة ،و يجب علينا أن نميز بهذا الصدد بين المحل التجاري كقاعدة تجارية على سبق بيانه وبين المحل باعتباره الحيز المكاني أو الجدران الذي يمارس فيه النشاط التجاري أو الصناعي، فهذا الأخير مجرد عقار يمارس فيه النشاط أما المحل التجاري باعتباره قاعدة تجارية فهو منقول معنوي.

 وبالعودة للمشرع الجزائري نجده ينظم الأحكام الخاصة بالمحل التجاري" القاعدة التجارية" في المواد 78 وما بعدها من التقنين التجاري.

**المبحث الأول**: **عناصر المحل التجاري**

تطرق المشرع الجزائري إلى ذكر العناصر المكونة للمحل التجاري في نص المادة 78 من التقنين التجاري والتي تنص على ما يلي:" تعد جزء من المحل التجاري الأموال المنقولة المخصصة للممارسة نشاط تجاري ويشمل المحل التجاري إلزاميا عملاءه وشهرته، كما يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة للاستغلال المحل التجاري، كعنوان المحل كعنوان المحل والاسم التجاري والحق في الإيجار والمعدات والآلات والبضائع وحق الملكية الصناعية والتجارية كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك".

يتضح لنا من خلال المادة السالفة الذكر أن المحل التجاري يتكون من عناصر معنوية وأخرى مادية ستكون محل دراستنا خلال هذا المبحث.

**المطلب الأول**: **العناصر المعنوية للمحل التجاري**

باستقرائنا لنص المادة 78 يتضح لنا أن المشرع الجزائري يميز بين نوعين من العناصر المعنوية، الإلزامية وغير الإلزامية ستكون محل دراستنا خلال هذا المطلب.

**الفرع الأول: العناصر المعنوية الإلزامية**

 نص المشرع على عنصرين أعتبرهما إلزاميان وهما عنصر العملاء والشهرة:

**أ-عنصر العملاء:** كما يطلق عيه بعضهم "الزبائن"، ويقصد بهم مجموع الأشخاص الذين اعتادوا التعامل والتردد على المحل التجاري لاقتناء منتجاته[[5]](#footnote-5)، ويعتبر العنصر الجوهري في تكوين المحل التجاري، ولهذا نجد أن صاحب المشروع دائما يهدف إلى كسب أكبر عدد من "العملاء" أو "الزبائن"، ويعمل على الاحتفاظ بهم منتهجا في ذلك طرق عديدة مثل تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار وتوفير أفضل الشروط لهم.

 وينقسم العملاء إلى نوعين عملاء دائمون اعتادوا التعامل مع المحل بسبب ارتباطهم بصاحب المشروع بناء على صفاته الشخصية مثل الأمانة والصدق والنظافة وحسن المعاملة أو بناء على أمور موضوعية كجودة المنتوج ورخص ثمنه، والنوع الثاني هم العملاء العابرون الذين يتعاملون مع المحل التجاري باعتبار موقعه أو مظهره الخارجي أو وسائل الإشهار والدعاية[[6]](#footnote-6).

**ب-عنصر الشهرة:** لقد اختلف الفقه بشأن الشهرة، فهناك من اعتبرهما عنصرا واحدا للدلالة على تلك العلاقة التي تربط الزبائن بالمحل التجاري، وهناك جانب آخر يرى بانفصالهما فالسمعة التجارية تتميز عن عنصر العملاء على أساس أن الاتصال بهم يتعلق بالرابطة التي تنشأ نتيجة صفات شخصية يتمتع بها صاحب المحل كاللباقة وحسن المعاملة والنظافة ...الخ، في حين أن السمعة التجارية تتعلق بمزايا موضوعية خاصة بالمشروع نفسه كالموقع والقرب من الموصلات...الخ وكذلك جودة المنتوج[[7]](#footnote-7) وسعره التنافسي.

وبما أن المشرع الجزائري أورد في نص المادة المصطلحين معا فإننا نرى أنه يميل إلى التمييز بين عنصر العملاء وعنصر الشهرة على النحو السابق بيانه.

**الفرع الثاني: العناصر المعنوية الغير إلزامية**

الى جانب العناصر الإلزامية نص المشرع الجزائري على عناصر أخرى معنوية غير إلزامية وهي:

**أ-الاسم التجاري:** يقصد به التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة[[8]](#footnote-8)، وهو الاسم الذي يتخذه التاجر أو صاحب المشروع لتميز محله التجاري –- عن المحلات الأخرى المشابهة له في نوع النشاط الممارس، و قد يكون الاسم الذي يختاره صاحب المشروع اسما مبتكرا أو مستعارا مثل جيزي، نجمة، موبيليس، وقد يستمد الاسم التجاري من اسم ولقب صاحب المشروع مثل حمود بوعلام، وهناك من يعتبره في هذه الحالة عنوانا تجاريا متى كان مستمد من اسم صاحب المشروع وعلى هذا الأساس يفرق بينه وبين الاسم التجاري الذي يكون اسما مستعارا أو مبتكرا[[9]](#footnote-9).

 والاسم التجاري وإن كان مستمد من اسم ولقب صاحب المشروع يعد حقا ماليا يدخل في تكوين المحل التجاري، وبالتالي يدخل مجال الحماية التي تشمل جميع عناصر المحل التجاري، كما يكون قابلا للتصرف فيه باعتباره جزء منها وهذا ما يميز الاسم التجاري المستمد من اسم صاحب المشروع عن الاسم المدني الذي يعد جزء من شخصية صاحبه والذي لا يكون موضوع للتصرفات المالية، ويستعمل الاسم التجاري في مختلف الوثائق التي يتعامل بها التاجر.

**ب-العنوان التجاري:** في الحقيقة هناك من لا يفرق بين الاسم التجارية والعنوان التجاري وهناك من يميز بينهما على أساس أن العنوان التجاري يتألف من الاسم او اللقب الحقيقي صاحب المشروع، أما الاسم التجاري فهو تسمية مبتكرة ومستعارة[[10]](#footnote-10)، أما المشرع الجزائري فقد نص على كل من الاسم التجاري والعنوان التجاري بما يوحي على أنه يعتمد التفرقة والتميز بينهما فالاسم التجاري في نظر بعض الشراح[[11]](#footnote-11) هو التسمية المستمدة من اسم أو لقب صاحب المشروع والتي يطلقها على محله التجاري، أما العنوان التجاري فهو تسمية مبتكرة يطلقها صاحب المشروع على محله التجاري ويعد العنوان التجاري عنصرا معنويا يدخل في تشكيل المحل التجاري، ومتى وجد تشمله الحماية القانونية التي تشمل باقي عناصره.

**ج-العلامة التجارية:** عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية في نص المادة الثانية من الأمر 03/06 المؤرخ في 19يوليو2003 المتعلق بالعلامات[[12]](#footnote-12) حيث نصت على ما يلي: "يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يلي :**-**العلامات **:** كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع وتوضيبها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره...".

فالعلامة التجارية هي كل رمز يستعمله صاحب المشروع أو التاجر ليميز منتوجه سواء كان سلعة أو خدمة، فهي الرمز الذي يمكن المستهلك من اقتناء المنتوج الذي يريده وألف انتقاءه بالارتكاز على حاسة النظر على خلاف الاسم التجاري الذي يرتكز فيه المستهلك على حاسة السمع في تميزه للمنتوجات، فعندما نطلب من صاحب المحل أن يعطينا منتوج معين نعتمد على نطق الاسم التجاري للمنتوج وليس على العلامة ، وحين نتناول بأنفسنا المنتوج من الرفوف فإننا نعتمد على العلامة التجارية حيث ننظر إلى المنتوج الذي نريد اقتناءه بالتركيز على العلامة فكل رمز قابل للتمثيل الخطي نعتمد فيه على حاسة النظر لتميزه عن غيره من الرموز، وهذا الأخير يمكن أن يكون في صورة كلمات أو أسماء أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو أشكال أو ألوان بمفردها أو مركبة...، كما يمكن أن تشير العلامة إلى المصدر والمكونات والإنتاج أو ميزة مشتركة لسلع وخدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها وفي هذه الحالة تسمى علامة جماعية[[13]](#footnote-13).

وقد ألزم المشرع الجزائري كل صاحب منتوج يطرحه في السوق الوطنية أن يتخذ له علامة تميزه، ولا يمكن استعمال أي علامة على منتوج عير الإقليم الوطني إلا بعد أن يتم تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[[14]](#footnote-14)، وقد استثنى المشرع في نص المادة 7 من هذا الأمر بعض الرموز التي لا يمكن أن تعد علامة تجارية نذكر منها: الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التميز، الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمزا أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة، أو منظمة مشتركة بين حكومات، الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، والرموز التي يحضر استعمالها بموجب القانون الوطني الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها، والرموز المماثلة والمشابهة لعلامة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه للسلع مماثلة ومشابهة تنتمي للمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما[[15]](#footnote-15).

**د-حقوق الملكية الصناعية:** تشمل حقوق الملكية الصناعية إلى جانب الاسم التجاري والعلامة التجارية السالف ذكرهما، كذلك براءة الاختراع والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة والرسوم والنماذج

 وبراءة الاختراع هي عبارة عن شهادة يمنحها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لصاحب الاختراع يخوله بموجب حق استغلال اختراعه تجاريا وصناعيا بصفة حصرية لمدة زمنية محددة، فهي وثيقة تسلم للمخترع من أجل حماية اختراعه من أن يستغله غيره تجاريا وصناعيا دون إذنه ورضاه ، وقد نظم المشرع الجزائري الأحكام الخاصة ببراءة الاختراع في الأمر 03/07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع.

**ه-حق التجديد والتعويض الاستحقاقي:** هذا العنصر لا نجده في جميع المحلات التجارية وإنما نجده فقط في المشاريع التي يقيمها أصحابها على عقارات مستأجرة ،أي مملوكا للغير فإذا كان التاجر يمارس نشاطه التجاري في عقار مملوك له ففي هذه الحالة قاعدته التجارية تكون خالية من عنصر التجديد والتعويض الإستحقاقي، فالمقصود به هو حق مطالبة التاجر المستأجر للعقار الذي يمارس فيه تجارته من مالك العقار بأن يجدد له مدة الإيجار مرة ثانية لمرات غير محددة[[16]](#footnote-16) متى كانت مدة الإيجار الأول تفوق السنتين في العقود الكتابية وأربعة سنوات في العقود الشفوية .

**المطلب الثاني: العناصر المادية للمحل التجاري**

 وتشمل بصفة عامة جميع الأشياء المادية التي يستعين بها التاجر في استغلال مشروعه ونذكر منها ما ورد النص عليه في المادة 78 من التقنين التجاري.

**الفرع الأول: المعدات والآلات**

 وتشمل كافة المنقولات المادية التي يخصصها التاجر لاستغلال مشروعه، كالآلات والمعدات التي تستخدم في صنع مختلف المنتوجات، ويدخل في هذا الإطار كذلك السيارات والشاحنات والحافلات المخصصة لإنجاز المشروع كما لو كانت مخصصة لنقل العمال والمواد الأولية والبضائع...الخ.

**الفرع الثاني: البضائع**

 وهي الأشياء المنقولة التي يجري بها التعامل في نشاط المحل [[17]](#footnote-17)ويمكن تقسيمها إلى صنفين:

أ-**المواد الأولية:** وهي مختلف البضائع والسلع التي تستخدم كمادة أولية وكمادة ما تكون مادة خام أو نصف مصنعة حيث تم استعمالها في الإنتاج.

**ب-المواد المصنعة والمنتجات:** وهي السلع التي يقوم صاحب المشروع بإنتاجها بهدف طرحها في السوق، ونشير في هذا الصدد إلى أن بعض المنقولات المادية تأخذ تارة حكم المعدات كما هو الحال بالنسبة للسيارات والشاحنات والحافلات التي يتم تسخيرها لاستغلال مشروع تجاري معين، وتارة أخرى تأخذ حكم البضائع إذا تعلق الأمر بمصنع لإنتاج السيارات والشاحنات والرافعات...الخ.

كما لا يشترط أن تجتمع هذه العناصر في مشروع معين حتى تكون المحل التجاري ذلك أن هناك بعض الأنشطة التجارية التي لا يحتاج صاحبها إلى علامة تجارية او براءة اختراع، ولا توجد فيه منتوجات مادية كما هو الحال بالنسبة للوكالات العقارية أو مكاتب الأعمال والسياحة والأسفار ومع ذلك فالمحل التجاري موجودة بالنسبة لهذه الأنشطة ما دام هناك زبائن مرتبطون به.

**المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للمحل التجاري وخصائصه**

سنتناول في هذا المبحث دراسة الطبيعة القانونية للمحل التجاري بالتطرق الى مختلف النظريات في هذا المجال، بعد ذلك نتناول خصائصه.

**المطلب الاول: الطبيعة القانونية للمحل التجاري**

على الرغم من اتفاق الفقهاء على تميز المحل التجاري كوحدة قائمة بذاتها عن العناصر المكونة له، فقد اختلفوا في تكييف الطبيعة القانونية له، بين من اعتبره مجموع قانوني بذمة مستقلة ومن اعتبره مجموع واقعي بحكم تخصيص عناصره لخدمة المشروع وهناك من أعطاه تكييف حقوق الملكية المعنوية، وستكون هذه النقاط محل دراستنا في هذا المطلب.

**الفرع الأول: نظرية المجموع القانوني**

ظهرت هذه النظرية في ألمانيا باعتبار أن المنظومة القانونية هناك تجيز للشخص تجزئة ذمته المالية، ويرى أنصار هذه النظرية أن القاعدة التجارية هي عبارة عن مجموع قانوني يشكل ذمة مالية مستقلة بحيث تتضمن عناصر إيجابية تمثل الحقوق وعناصر سلبية تمثل الديون والالتزامات المترتبة عن ممارسة النشاط التجاري، وهناك من أنصار هذه النظرية من ذهب إلى حد القول بإضفاء الشخصية المعنوية على المحل التجاري، غير أن القضاء في فرنسا رفض هذه الفكرة حيث جاء في حكم صادر عن محكمة باريس" ليس هناك ما يسمح للمحاكم بابتداع حقوق جديدة ترتبها على إضفاء نوع من الشخصية المعنوية على المحل التجاري"[[18]](#footnote-18).

وانتقد هذا الرأي من عدة أوجه منها أن القول بتخصيص ذمة القاعدة التجارية يتعارض مع ما هو مقرر في القانون المدني الجزائري الذي يتبنى العكس ،وهو مبدأ وحدة الذمة المالية وعدم قابليتها للتجزئة، وذلك في نص المادة 188 من القانون المدني حيث تنص على ما يلي " أموال المدين جميعها ضامنة للوفاء بديونه"، وعليه فلا يستطيع صاحب المشروع أن يدفع في مواجهة دائنيه بسبب الاستغلال التجاري بتخصيص ذمة المشروع ليتفادى التنفيذ على أمواله الأخرى.

**الفرع الثاني: نظرية المجموع الواقعي**

 يرى جانب آخر من الفقه أن القاعدة التجارية لا تعد مجموعا قانونيا على ما سبق بيانه أي ذمة مستقلة، ولكنها تعد بمفهوم آخر لهذه الفكرة مجموعا واقعيا من نوع خاص بناء على ما تتمتع به من قيمة اقتصادية تفوق بمجملها قيمة العناصر المكونة لها عندما تنفصل عن بعضها البعض، فاجتماع هذه العناصر في استغلال النشاط التجاري، يؤدي الى الاعتراف للقاعدة التجارية بكيانها المستقل عن العناصر المشكلة لها بأن يصبح لها نظامها القانوني الذي يحكمها، والذي يتميز عن النظام القانوني الذي يحكم كل عنصر من عناصرها على حدا، فالأحكام الخاصة مثلا ببيع أو إيجار ورهن القاعدة التجارية تختلف عن تلك التي تحكم بيع وإيجار ورهن كل عنصر على حدا، حتى الحماية القانونية المقررة للمحل التجاري باعتبارها مجموع واقعي نجدها في دعوى المنافسة غير المشروعة، وهي تختلف عن الحماية المقررة لحماية كل عنصر على حدا، فمثلا هناك دعوى خاصة بحماية العلامة التجارية أو براءة الاختراع...الخ.

كما يستدل أصحاب هذه النظرية على كون القاعدة التجارية عبارة عن مجموع واقعي من أنه يجوز التصرف في أحد أو بعض عناصرها كالبيع مثلا، ومع ذلك يبقى المجموع محتفظا بكيانه وذاتيته عندما تكفي العناصر الأخرى على بقائه، كأن يقوم صاحب المشروع ببيع بعض الآلات والمعدات أو بيع براءة الاختراع...

وقد انتقدت هذه النظرية على أساس أنها لم تقم سوى بتقديم تقرير واقع بشأن المحل التجاري دون الكشف عن الطبيعة القانونية له، بالإضافة إلى أن فكرة المجموع الواقعي ليس لها أي مدلول قانوني محدد لأنه لا يمثل ضمانا مقصورا على الدائنين التجاريين وحدهم.[[19]](#footnote-19)

**الفرع الثالث: نظرية الملكية المعنوية**

يأخذ الرأي الراجح في الفقه بالنظرية الملكية المعنوية ومرادها هو أن حق صاحب المشروع على القاعدة التجارية إنما يرد على شيء غير مادي مثل حقوق الملكية الصناعية والأدبية وهذه الحقوق يحتج بها في مواجهة الكافة و تحميها دعوى المنافسة غير المشروعة، ويذهب جانب من الفقه إلى اعتبار القاعدة التجارية وعنصر الاتصال بالعملاء وجهان لعملة واحدة فمصطلح القاعدة التجارية يكاد يكون مرادفا لمصطلح الاتصال بالعملاء فانعدام هذا العنصر معناه انعدام المحل التجاري[[20]](#footnote-20).

**المطلب الثاني: خصائص المحل التجاري**

يتميز المحل التجاري بخصائص تميزه باعتباره منقول معنوي مرتبط بالاستغلال أو النشاط التجاري وهذا ما سوف نتناوله في هذا المطلب.

**الفرع الأول: المحل التجاري منقول معنوي**

يعتبر المحل التجاري مالا منقولا لأنه يتكون من عناصر مادية وهي عبارة عن أموال منقولة وعناصر معنوية، ولهذا نجد أن المحل التجاري يخضع لنظام قانوني خاص به يتميز عن ذلك الذي يحكم الأموال العقارية حتى وإن تشابه معها في بعض الأحكام على غرار القواعد الخاصة بامتياز البائع وغيرها، كما يأخذ المحل التجاري حكم العناصر المعنوية التي تعتبر أساسية في تكوينه فيعد منقولا معنويا.

**الفرع الثاني: المحل ذو طابع تجاري**

حتى تنشأ القاعدة التجارية يشترط أن يكون النشاط الذي يمارسه صاحب المشروع ذو طبيعة تجارية ذلك أن هناك أنشطة أخرى مدنية وحرفية تحتوي على عنصر العملاء والزبائن، كما هو الحال بالنسبة لمكتب المحامي أو الموثق، وعيادة الطبيب...الخ و مع ذلك فلا تنشأ قاعدة تجارية لأنه يشترط أن يكون ارتباط العملاء بالنشاط التجاري الذي يقوم به صاحب المشروع.

1. **- فوزي محمد سامي، المرجع السابق، ص166**  [↑](#footnote-ref-1)
2. **-عزيز العكيلي، لمرجع السابق، ص217.**  [↑](#footnote-ref-2)
3. **- محمود سمير الشرقاوي، .القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، مصر، دار النهضة العربية، 1998 ص87.**  [↑](#footnote-ref-3)
4. **-عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص219.**  [↑](#footnote-ref-4)
5. **-JACK BUSSY ; DROIT DES AFFAIRES : PARAIS ; DALLAZ ; 1998 ;p 110 .** [↑](#footnote-ref-5)
6. **-عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص234.**  [↑](#footnote-ref-6)
7. **نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، الجزء الأول المحل التجاري و العمليات الواردة عليه، دار هومة 2013/2014، ص24-**  [↑](#footnote-ref-7)
8. **-المادة 02 من الأمر 03/06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات جريدة رسمية عدد...**  [↑](#footnote-ref-8)
9. **- فوزي محمد سامي، المرجع السابق، ص172.**  [↑](#footnote-ref-9)
10. **- د.نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، المرجع السابق، ص 26،27.**  [↑](#footnote-ref-10)
11. **-.نادية فوضيل، نفس المرجع، ص27.**  [↑](#footnote-ref-11)
12. **-الأمر 03/06 المؤرخ في 19 يوليو2003 المتعلق بالعلامات الجريدة الرسمية العدد67.**  [↑](#footnote-ref-12)
13. **-- المادة 2/2 من الأمر 03/06..**  [↑](#footnote-ref-13)
14. **- المادة3 و4 فقرة 2 من الأمر 03/06.**  [↑](#footnote-ref-14)
15. **- المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية "النصوص التشريعية المتعلقة بالملكية الصناعية في الجزائر، الجزائر،2010، ص من 5 إلى 7.**  [↑](#footnote-ref-15)
16. **JACK BUSSY –OP CIT ;p 111 .** [↑](#footnote-ref-16)
17. **- د/نادية فضيل، النظام القانوني للعمل التجاري، مرجع سابق، ص45**  [↑](#footnote-ref-17)
18. **- د/نادية فضيل، النظام القانوني للعمل التجاري، مرجع سابق، ص45**  [↑](#footnote-ref-18)
19. **- د.نادية فضيل : النظام القانوني للمحل التجاري مرجع سابق ص48**  [↑](#footnote-ref-19)
20. **- فوزي محمد سامي، المرجع السابق،ص171**  [↑](#footnote-ref-20)