الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية
People’s democratic republic of algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
–برج بوعريريج– جامعة محمد البشير الابراهيمي
University of mohamed al-bachir al-ibrahimi –bba-
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of law and political sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: اعلام آلي وانترنت

الموسومة بـ:

نظام المحل التجاري الالكتروني

إعداد الطالبين:

- جدي حسام الدين
- بلفروم اية

إشراف:

– د. خوالفية رضا

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
بلعقون محمد صالح	أستاذ محاضر – أ –	رئيسا
خوالفية رضا	- أستاذ مساعد – أ	مشرفا ومقررا
ديرم سمية	- أستاذ مساعد – أ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024

*ملحق بالقرار رقم ....1082.... المؤرخ في ..... 27 ديسمبر 2020

الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

1

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): بلعزوم آية ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة .....

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 140597[illegible] والصادرة بتاريخ 2022-05-29 .....

المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق .....

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: نظام العمل التحايلي في القانون الجزائري .....

.....

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2025.06.09 .....

توقيع المعني (ة)

شوهد لأجل التصديق
الصفة
بطاقة التعريف الوطنية رقم:
مستخرج بتاريخ:
الضابط المولى
ينبغي الطلب شخصيا وبتفويض منه
ضابط الحالة المدنية
حروف

* ملحق بالقرار رقم ....1082.... المؤرخ في ..... 27 ديسمبر 2020

الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الثاني)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): حمي حسام الدين ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالب

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 110143012 والصادرة بتاريخ 2024/03/19

المسجل(ة) بكلية / معهد: الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: نظام العمل الجزائري الاتحادي

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2025/06/05

توقيع المعني (ة)

شوهد لأجل التصديق

البلدية:

بطاقة التعريف الوطنية رقم:

مسلمة بتاريخ:

الصادر في:

رئيس المجلس الشعبي البلدي وبتفويض منه

ضابط الحالة المدنية

حرود زهيرة

بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٣٨

شكر وعرفان

الحمد لله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده.

في المقام الأول نشكر المولى عز وجل على توفيقه لنا ومنه علينا بإتمام هذا البحث ونسأله مزيدا من النجاح والتوفيق في مشوارنا الدراسي.

ويسرنا أن نتقدم بأسمى عبارات الشكر للأستاذ الفاضل المشرف " د. خوالفية رضا " التي أشرفت على هذا البحث ولم يبخل علينا بتوجيهاتها وآرائها.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدنا في هذا العمل.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بشكرنا الخالص مع فائق التقدير والاحترام لأساتذتنا الكرام الذين كانوا عونا لنا طيلة مشوارنا الدراسي والجامعي.

كما نتقدم بالشكر إلى كل من مد لنا يد العون في إتمام هذا البحث، وإلى كل من ساهم فيه من قريب أو بعيد.

إهداء

أهدي عملي هذا إلى من قال فيهما الله: " ﴿وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

سورة الإسراء الاية 24

إلى والداي الكريمين حفضهما الله وأطال في عمرهما.

إلى إخوتي الأعزاء ولكل الأهل.

إلى أصدقائي.

وإلى من رفعوا رايات العلم والتعليم أساتذتي الأفاضل.

وإلى كل من ساهم معي في إنجاح هذه المذكرة.

جدي حسام الدين

إهداء

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع الى:

من أسقوني حنان لا ينتهي وأعطوني الحب الدائم وربوني على العلم والأخلاق لأصل الى هذا المستوى

والدتي ووالدي الغاليين

الى الإخوة الأكارم.

والى من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي.

اليكم جميعا أهدي ثمرة هذا الجهد.

بلفروم ايمة

قائمة المختصرات:

الكلمة	المختصرات
عدد	ع
صفحة	ص
من الصفحة إلى الصفحة	ص. ص
قانون المدني الجزائري	ق. م .ج
قانون التجاري الجزائري	ق. ت. ج
الجريدة الرسمية	ج . ر
قانون التجارة الالكترونية	ق. ت. إ

مقدمة

شهدت التجارة خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية بفعل الثورة الرقمية، حيث انتقلت العديد من الأنشطة الاقتصادية من الفضاء المادي إلى الفضاء الافتراضي. وقد أسهم هذا التحول في بروز مفهوم جديد للمحل التجاري، هو المحل التجاري الإلكتروني، الذي أضحى يشكل عنصراً محورياً في التجارة الإلكترونية، وأداة فعالة في استقطاب العملاء وتقديم الخدمات عبر شبكة الإنترنت، ويعد هذا المفهوم امتداداً حديثاً للمحل التجاري التقليدي، لكنه يتميز بخصوصيات فنية وقانونية تستدعي دراسة معمقة ومقارنة دقيقة.

إن المحل التجاري الإلكتروني، على غرار نظيره التقليدي، يتكون من عناصر مادية ومعنوية، غير أن أبرز ما يميزه هو الطابع الرقمي للعنصر الأساسي فيه، والمتمثل في الموقع الإلكتروني أو المنصة الرقمية التي تمكن التاجر من عرض خدماته ومنتجاته. ومن هنا تبرز إشكالية تأطير هذا المحل قانونيا، خاصة في ظل غياب نصوص واضحة ومباشرة تنظم خصوصياته، وهو ما يثير عدة تساؤلات حول مدى إمكانية تطبيق القواعد التقليدية عليه، ومدى كفاية التشريع التجاري الجزائري الحالي في مواكبة هذا النوع من المحلات.

نسعى من خلال هاته المذكرة إلى تسليط الضوء على نظام المحل التجاري الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري، وذلك من خلال دراسة الإطار المفاهيمي والقانوني له، وتحليل التصرفات القانونية التي يمكن أن ترد عليه سواء كانت تصرفات ناقلة للملكية أو متعلقة باستغلاله، كما تهدف إلى إبراز أوجه الشبه والاختلاف بينه وبين المحل التجاري التقليدي، وبيان مدى الحاجة إلى تطوير النصوص القانونية لمواكبة متطلبات البيئة الرقمية المتغيرة.

- أهمية الموضوع:

تتجلى أهمية هذا البحث في كونه يواكب التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها المجال التجاري على المستوى الوطني والدولي، حيث أصبح من الضروري فهم الآليات القانونية والتنظيمية التي تحكم التعاملات التجارية الإلكترونية، فالمجتمعات الحديثة تعتمد بشكل متزايد على الوسائط الرقمية في ممارسة الأنشطة الاقتصادية، ما يستدعي تكييف الإطار القانوني مع هذه المستجدات لضمان نجاعة الأنظمة التجارية.

كما يسعى هذا البحث إلى تسليط الضوء على الجوانب القانونية التي تضمن حماية حقوق كافة الأطراف المتعاملة ضمن البيئة الرقمية، سواء تعلق الأمر بالتجار أو العملاء، فمع تنامي المعاملات الإلكترونية، تبرز تحديات جديدة مرتبطة بثقة المستهلك، وضمان الشفافية، ومكافحة الغش والاحتيال، مما يجعل من الضروري توضيح الحقوق والواجبات القانونية للأطراف المعنية.

- أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى تقديم معالجة شاملة للإشكاليات المرتبطة بالمحل التجاري الإلكتروني، من خلال السعي إلى الإجابة عن مختلف التساؤلات المطروحة حوله. وينطلق ذلك من محاولة تحديد العناصر القانونية التي يقوم عليها المحل التجاري الإلكتروني، باعتباره مفهوماً حديثاً يتطلب تأصيلاً قانونياً واضحاً يواكب طبيعة البيئة الرقمية، ويكشف عن مكوناته الأساسية التي تميّزه عن المحل التجاري التقليدي.

كما يسعى البحث إلى تحليل الإطار القانوني الذي ينظم عمليات نقل واستغلال هذا النوع من المحلات، من أجل الكشف عن الثغرات أو النقائص التي قد تعيق فعالية هذا التنظيم القانوني. وفي ضوء ما يتم التوصل إليه من نتائج، يهدف البحث أيضاً إلى اقتراح مجموعة من الحلول القانونية التي من شأنها الإسهام في تطوير البيئة التشريعية للتجارة الإلكترونية، بما يضمن حماية الحقوق، ويعزز من موثوقية التعاملات الرقمية، ويشجع على الاستثمار في هذا القطاع المتنامي.

- أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيار الموضوع إلى نوعين الأولى ذاتية وتتمثل في الميل الشخصي إلى مثل هذه المواضيع الحديثة والحساسة، ويحكم التخصص البحثي للباحث لان الموضوع يصب ضمن الاهتمامات والحقل البحثي له، والثانية هي أسباب موضوعية، ويتمحور ذلك حول طبيعة الموضوع الذي يفرض نفسه على الساحة البحثية في جميع المجالات، سواء التقنية أو الاقتصادية، أو القانونية، أو الإعلامية وغيرها.

- الدراسات السابقة:

- رسالة ماجستير لأسيل منصور رشاد (2020) بعنوان: النظام القانوني للمحل التجاري الإلكتروني في القانون العُماني(دراسة مقارنة) في جامعة السلطان قابوس عمان:

- طرحت الباحثة تعريفًا دقيقًا للمحل التجاري الإلكتروني ومقارنته بالتقليدي، مع تحديد مكوناته القانونية، رصدت العناصر الرئيسية (النطاق الإلكتروني، عقد الاستضافة، التواصل مع العملاء، العلامة التجارية)، وناقشت آليات انعقاد العقود عبر المتجر الإلكتروني.

- خلصت إلى غياب تشريعات مخصصة في عمان وتنظيمات تشريعية مقارِنة، داعية إلى سن تشريعات عاجلة لتنظيم تشغيل ونقل هذا النوع من المحلات.

- مقال سعداوي نذير وبطيمي حسين (2021) بعنوان: مقومات المحل التجاري الإلكتروني طبقًا للتشريع التجاري الجزائري – القانون05-18 في مجلة الواحات للبحوث والدراسات (جامعة غرداية)

- حددت المكونات القانونية للمحل الإلكتروني، مشيرة إلى تشابهها مع المحل التقليدي ومكوّنتها من عناصر مادية ومعنوية، مثل :نطاق الويب، القاعدة الجماهيرية، السمعة، ووسائل الاتصال.

- استعرضت التشريع الجزائري الصادر بتاريخ 10 ماي 2018 وضوابطه، خاصة حماية المستهلك والمورد في بيئة افتراضية.

– أكدت ضرورة تطوير الأطر القانونية باستمرار لضبط أداء التجارة الإلكترونية وضمان المساءلة القانونية.

– مقال نبأ إبراهيم فرحان (2020) بعنوان :أسباب التكييف القانوني للمحل التجاري الإلكتروني (دراسة مقارنة) بمجلة كلية القانون، جامعة كركوك، العراق

– ركزت الدراسة على مبررات ضرورة تكييف التشريع مع الواقع الرقمي، مستعرضة القيمة الاقتصادية والمادية الكبيرة للمحلات الإلكترونية.

– رصدت التحديات القانونية التي يواجهها الاقتصاد الرقمي، لا سيما غياب مواد خاصة في قانون التجارة العراقي رقم30/1984 ، باستثناء المادة 24 فقط.

– صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي عمل بحثي من جملة من التحديات التي تعترض طريق الباحث منذ المراحل الأولى لاختيار الموضوع وحتى الانتهاء من إعداد الدراسة، وقد واجهنا بدورنا صعوبات متعددة أثناء إنجاز هذا البحث، تمثلت أبرز هذه الصعوبات في ندرة المراجع والمصادر العلمية التي تعالج موضوع المحل التجاري في صورته الإلكترونية، وذلك راجع إلى حداثة الطرح وقلة الاهتمام الأكاديمي به، لاسيما في البيئة الجزائرية، مما جعل الوصول إلى بيانات دقيقة ومراجع متخصصة أمراً بالغ الصعوبة.

– الإشكالية:

ومن خلال هذا البحث، سنحاول الإجابة على الإشكالية الأساسية المتعلقة بمدى ملاءمة النظام القانوني الجزائري الحالي لتنظيم المحل التجاري الإلكتروني، وذلك من خلال دراسة تحليلية مقارنة، تُبرز التحديات القانونية التي يفرضها الواقع الرقمي، وتقدّم بعض المقترحات التي من شأنها تحسين الإطار التشريعي لضمان أمن واستقرار المعاملات التجارية الإلكترونية، ويطرح ظهور المحل التجاري الإلكتروني تحديات قانونية

جديدة في ظل الطابع الرقمي لأنشطته وخصوصياته التقنية، ما يثير التساؤل حول مدى ملاءمة النظام القانوني الجزائري الحالي لتنظيمه.

- **ما مدى ملائمة النظام القانوني الجزائري الحالي لتنظيم المحل التجاري الالكتروني ؟**

ولمعرفة مدى ملاءمة النظام القانوني الجزائري الحالي لتنظيم المحل التجاري الإلكتروني؛ لا بد من طرح الأسئلة الآتية:

- ما هو المحل التجاري الالكتروني؟ وماهي مكوناته؟
- ماهي التصرفات الواردة على ملكية واستغلال المحل التجاري الإلكتروني؟

- المنهج المتبع:

وللإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق الأهداف المسطرة، تم اعتماد المنهج الوصفي للكشف عن مختلف عناصر المحل التجاري الإلكتروني، والتعريف بمكوناته الجوهرية. كما تم الاستعانة بالمنهج التحليلي في دراسة وتحليل النصوص القانونية ذات الصلة، بما يسمح بتحديد الطبيعة القانونية لهذا المحل وفهم الإطار القانوني المنظم له، وذلك بما يتلاءم مع خصوصية الموضوع وطبيعته القانونية المستحدثة.

- خطة الدراسة:

انتهجنا في هذه الدراسة خطة مقسمة الى مقدمة وفصلين، الأول يتضمن ماهية المحل التجاري الالكتروني، مقسم الى مبحثين، المبحث الأول نتناول فيه مفهوم المحل التجاري الالكتروني، أما المبحث الثاني نعرض فيه مكوناته.

أما فيما يخص الفصل الثاني، فنتناول التصرفات الواردة على المحل التجاري الالكتروني، مقسم الى مبحثين: المبحث الأول نتحدث فيه عن التصرفات الواردة على ملكيته، والمبحث الثاني المتضمن التصرفات المتعلقة باستغلاله، وختمنا بحثنا بخاتمة واقتراحات.

الفصل الأول

ماهية المحل التجاري الالكتروني

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات جذرية في أساليب ممارسة الأنشطة التجارية، نتيجة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما أدى إلى بروز نمط جديد من المعاملات التجارية يعرف بالتجارة الإلكترونية، وقد فرض هذا النمط الحديث واقعًا قانونيًا واقتصاديًا مغايرا لما كان سائدا في التجارة التقليدية، حيث لم يعد المحل التجاري يقتصر على مكان مادي يمارس فيه التاجر نشاطه، بل ظهر ما يعرف بالمحل التجاري الإلكتروني، باعتباره بيئة افتراضية تمارس من خلالها مختلف العمليات التجارية عبر الإنترنت.

ويعد المحل التجاري الإلكتروني أحد أهم أركان التجارة الإلكترونية، إذ يمثل الوسيط الرئيسي للتفاعل بين التاجر والعملاء، ويضم مجموعة من العناصر المادية والمعنوية التي تتيح تقديم السلع أو الخدمات إلكترونيا. وتثير هذه البيئة الرقمية إشكالات متعددة من حيث التعريف القانوني، والتكييف الفقهي، ومكونات المحل التجاري الإلكتروني، ومدى تطابقها أو اختلافها مع نظيرتها في المحل التجاري التقليدي، وهو ما يستدعي دراسة معمقة لفهم هذا المفهوم في ضوء التنظيمات القانونية المعاصرة.

وعليه سنتناول ماهية المحل التجاري الإلكتروني من خلال مبحثين أساسيين: نتطرق إلى مفهوم المحل التجاري الإلكتروني **(المبحث الأول)**، وسنتعرض إلى مكونات المحل التجاري الإلكتروني **(المبحث الثاني)**.

المبحث الأول: مفهوم المحل التجاري الالكتروني

أدى الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت في ممارسة الأنشطة التجارية إلى بروز أنماط جديدة من المحلات ذات طابع غير مادي، تعرف بالمحلات التجارية الإلكترونية، والتي أصبحت تشكل بديلاً حديثاً للمحلات التقليدية، وقد فرض هذا التحول الرقمي ضرورة إعادة النظر في المفاهيم القانونية المرتبطة بالمحل التجاري، خاصة فيما يتعلق بتحديد طبيعته ومكوناته في البيئة الافتراضية، مما يستدعي الوقوف عند المقصود به وضبط خصائصه ضمن إطار قانوني واضح ومتكيف مع هذا النمط الجديد من النشاط التجاري.

وعليه سنتطرق في هذا المبحث الى المقصود بالمحل التجاري الالكتروني في **المطلب الأول** ثم الى التكيف القانوني له في **المطلب الثاني**.

المطلب الأول: المقصود بالمحل التجاري الالكتروني

بات من المهم توضيح الإطار المفاهيمي للمحل التجاري الالكتروني، وذلك بهدف ضبط معالمه القانونية والتمييز بينه وبين المفاهيم القريبة منه. وفي هذا السياق سنقسم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع: نعرِف في **الفرع الأول** المحل التجاري الإلكتروني، ونبين في **الفرع الثاني** أبرز خصائصه، ثم نخصص **الفرع الثالث** لتمييزه عن المفاهيم المشابهة له.

الفرع الأول: تعريف المحل التجاري الالكتروني

قبل الخوض في الأحكام القانونية المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني، يجدر بنا تحديد مفهومه لغويا، فقهيا وقانونيا تحديدا دقيقا، يُناسب طبيعته الرقمية ويراعي خصوصيات البيئة الإلكترونية.

أولا- تعريف المحل التجاري الالكتروني لغة: المحل التجاري الإلكتروني هو مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي يعتمد عليها التاجر لعرض منتجاته أو خدماته عبر شبكة الإنترنت، بغرض جذب الزبائن وتحقيق الأرباح، دون الحاجة إلى وجود مادي للمحل.[1]

يُقصد بالمحل التجاري الإلكتروني الفضاء الرقمي الذي يمارس فيه التاجر نشاطه التجاري باستخدام أدوات تكنولوجية، ويشمل مجموعة من العناصر المعنوية التي تحاكي عناصر المحل التقليدي، مثل الاسم التجاري والعملاء والسمعة التجارية.[2]

ثانيا- تعريف المحل التجاري الالكتروني فقها: يعرف البعض أن المحل التجاري عبر الانترنت هو مجموعة من العناصر التي تتميز بقدرتها على جذب الزبائن للخدمات التجارية التي يقدمها عبر مواقع الانترنت ويشترط فيه أن يكون مشتملا على عناصر المحل التجاري التقليدي سيما عنصر الاتصال بالعملاء، فالمحل التجاري عبر الانترنت هو المكافئ الإلكتروني للمحل التجاري التقليدي. [3]

ويُعرَّف المحل التجاري بوجه عام بأنه مال منقول معنوي يُخصَّص للاستغلال التجاري. ويشتمل هذا المحل على عناصر مادية، كالبضائع والمعدات، إلى جانب عناصر معنوية، مثل الاسم التجاري، والعنوان التجاري، والاتصال بالعملاء، والسمعة التجارية.[4]

ثالثاً- التعريف في التشريع الجزائري:

لم يعرف المشرع الجزائري المحل التجاري الإلكتروني بل اكتفى بذكر عناصره دون بيان طبيعته أو خصائصه، وهذا من خلال المادة 78 من القانون التجاري الجزائري التي

---

[1] علاء الدين عبد الله القيسي، **المحل التجاري الإلكتروني: دراسة قانونية مقارنة**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2013، ص 18.

[2] يوسف محمد بوزعترة، **التجارة الإلكترونية والمحل التجاري الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، ص 45.

[3] سعداوي نذير، بطيمي حسين، **مقومات المحل التجاري الالكتروني طبقا للتشريع التجاري الجزائري-القانون 05/18 المتضمن قانون التجارة**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 1 (المجلد 14)، 2021، ص1140,

[4] بغداد صديق، **محاضرات في القانون التجاري للاعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري**، مركز تكوين ورفع مستوى الإطارات، جامعة التكوين المتواصل، تلمسان، 2022، ص89.

تنص على ما يلي: " تعد جزءا من المحل التجاري الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري ". [1]

كما يشمل المحل التجاري إلزاميا عملاءه وشهرته، كما يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة لإستغلال المحل التجاري كعنوان المحل والإسم التجاري والحق في الإيجار والمعدات والألات والبضائع وحق الملكية الصناعية والتجارية كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك ".[2]

كما يعرف في تشريعات اخرى على أن " المحل الالكتروني بأنه موقع يقوم بعرض المنتجات شركة معينة في شكل منسق وجميل، يعاب على هذا التعريف أن المحل التجاري الالكتروني لا يقوم بعرض منتجات الشركات بل يتعدى ذلك بعرض كل المنتجات أو الخدمات سواء أفراد أو جماعة، إضافة إلى ذلك لم يبين التعريف عبارة موقع مما يفترض أن يكون موقع الكتروني.[3]

ورغم أن لكل عنصر من هذه العناصر قيمة ذاتية مستقلة، إلا أن المحل التجاري يتمتع بقيمة اقتصادية مستقلة عن تلك القيم، كونه يشكل وحدة معنوية قائمة بذاتها، وتُطبَّق عليه أحكام قانونية خاصة تميّزه عن باقي الأموال.[4]

وعليه نستنتج أن المحل التجاري الإلكتروني هو مجموعة العناصر المادية والمعنوية التي يعتمد عليها التاجر لممارسة نشاطه التجاري عبر الوسائط الإلكترونية، والتي تتكون في الغالب من موقع إلكتروني أو منصة رقمية، واسم نطاق (domain name)، وعلامة تجارية رقمية، وقاعدة بيانات العملاء، والسمعة الإلكترونية، إلى جانب

---

[1] مطلاوي ابتسام عمارة نعيمة، **تقييم المحل التجاري المقدم كحصة في رأس مال الشركة في التشريع الجزائري**، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 1 (المجلد 6)، 2020، جامعة باتنة 1 "الحاج لخضر"، ص 357.

[2] الأمر رقم 59/75 مؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

[3] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1141.

[4] بغداد صديق، مرجع سابق، ص 89.

الأدوات التقنية والخدمات اللوجستية الداعمة للتبادل التجاري عن بعد. ويُعدّ هذا المحل وحدة قانونية ذات طابع معنوي يتمتع بحماية قانونية خاصة.

الفرع الثاني: خصائص المحل التجاري الالكتروني

من خلال التعاريف السابقة تتجلى أهم **خصائص** المحل التجاري، نتناولها في الآتي:

أولا- المحل التجاري مال منقول: على اعتبار أنّ جميع عناصر المحل التجاري هي من المنقولات سواء مادية كالبضائع والمعدات، أو معنوية كالاسم التجاري وحق الاتصال العملاء، فإنّ المحل التجاري يعتبر مالا منقولا، فليس للمحل التجاري صفتي الثبات والاستقرار في حيز ثابت كما للعقار.[1]

ثانيا- المحل التجاري منقول معنوي: المحل التجاري مال معنوي، أي ليس له وجود مادي يدركه الحس ذلك لأنّ قيمة عناصره المعنوية تفوق بكثير قيمة نظيرتها من العناصر المادية والتي أضحت لا تشكّل إلاّ جزءا يسيرا من قيمة المحل التجاري، وعليه لا بد من الاعتراف للمحل التجاري بصفة المال المعنوي، اذ أنّ عناصره الرئيسية تعتبر منقولات معنوية على غرار الاتصال بالعملاء والاسم والعنوان التجاريين والشهرة وغيرها حيث لا وجود حسي مادي لهذه العناصر، فالمحل التجاري كوحدة مستقلة عن العناصر المكونة له يمثّل مال معنوي لا تطبق عليه وفقا لهذا المفهوم القواعد الخاصة بالمنقولات المادية على غرار قاعدة الحيازة في المنقول سند للملكية وغيرها.[2]

ثالثا- المحل التجاري ذو طابع تجاري: بمعنى أنّه لا يكون محلا تجاريا إلاّ إذا كان مكرسا لمزاولة الأعمال التجارية، فاذا ما خصّص لنشاط مدني فلا يعد محلا تجاريا حتى ولو كان له عملاء وبه معدات كمكتب المحامين والمحاسبين والأطباء، ولكن إذا تمثل

---

[1] بسام حمد الطراونة، باسم محمد ملحم، **مبادئ القانون التجاري**، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، الاردن، 2014، ص121.

[2] بسام حمد الطراونة، باسم محمد ملحم، مرجع سابق، ص 122.

نشاط المحل في العمليات التي تقوم بها المحلات التجارية فانّه يعتبر محلا تجاريا، لأنّ النشاط الذي يقوم به يعد تجاريا بحسب الشكل طبقا للمادة 4/03 ق ت ج[1].

رابعا- الصفة الذاتية للمحل التجاري: يتمتع المحل التجاري بذاتية مستقلة مميزة له عن العناصر المكونة له، وكل عنصر في المحل التجاري يخضع لقواعد قانونية خاصة به، فيجوز التصرف في بعض عناصر المحل التجاري دون أن يؤثر ذلك عليه كوحدة ذاتية تختلف عن العناصر المكونة له، كما أنّ انتقال المحل التجاري إلى شخص آخر يتطلب إتباع اجراءات معينة بالنسبة لهذه العناصر فإذا كان المحل التجاري يحتوي ضمن عناصره على علامة تجارية وجب تسجيل انتقال تلك العلامة في السجل الخاص بالعلامات التجارية[2].

الفرع الثالث: التمييز بين بعض المفاهيم المشابهة للمحل التجاري الإلكتروني

يعتبر المحل التجاري الإلكتروني من المفاهيم الحديثة التي برزت مع تطور التكنولوجيا وانتشار المعاملات التجارية عبر الإنترنت. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور إشكاليات في التمييز بينه وبين مفاهيم أخرى قريبة منه. لذلك، تبرز الحاجة إلى توضيح الفروقات الدقيقة بين هذه المفاهيم لفهم الخصوصية القانونية للمحل التجاري الإلكتروني.

أولا- التجارة الإلكترونية والمحل التجاري الإلكتروني: لقد قام المشرع الجزائري بتعريف التجارة الإلكترونية في إطار القانون رقم 18-2015 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث ورد هذا التعريف ضمن المادة السادسة من ذات القانون. وبموجب هذا النص، يُقصد بالتجارة الإلكترونية النشاط الذي يمكّن المورد الإلكتروني من عرض أو ضمان توفير سلع

---

[1] نادية فضيل، **القانون التجاري الجزائري**، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004، ص 220، 221.

[2] بوقادوم أحمد، المرجع السابق، ص 62.

وخدمات لفائدة المستهلك الإلكتروني، ويتم هذا التبادل التجاري عن بعد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية المختلفة.[1]

كما عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية على أنها كل نشاط اقتصادي يتم إنجازه من خلال الوسائل الإلكترونية، وهو ما يدل على أن هذا النوع من التجارة لا يتطلب الحضور الفعلي أو المباشر للأطراف في مكان معين. فالتجارة الإلكترونية قد تتم بشكل غير مباشر، إذ ينجز طلب السلع أو الخدمات عبر شبكة الإنترنت، بينما يتم تسليم هذه السلع أو تقديم الخدمات عبر وسائل تقليدية مثل البريد أو التسليم اليدوي المباشر. [2]

وبناء على ما سبق فإن عمليات التسليم في نطاق التجارة الإلكترونية تشمل تسليم البضائع والخدمات، كما هو الحال في بيع البرامج المعلوماتية (برامج الحاسوب)، المجلات الإلكترونية، إجراء التحويلات المالية الإلكترونية، وكذلك إصدار سندات الشحن الإلكترونية، مما يؤكد أن التسليم يتم في هذه الحالات بطريقة مادية، رغم أن الطلب والمعاملات تمت بوسائل إلكترونية.[3]

ونظرا لأن مفهوم التجارة الإلكترونية يُعد حديث النشأة ويشهد تطورًا وانتشارًا سريعًا، فإن هذا المفهوم يعتبر أشمل وأوسع نطاقًا من مفهوم المحل التجاري الإلكتروني. إذ أن المحل التجاري الإلكتروني لا يُمثل سوى جزء من منظومة التجارة الإلكترونية، ويمكن القول إنه يشكل نواتها الأساسية، بالنظر إلى أنه يعد من أهم الوسائل التي تُمارس من

[1] المادة 6 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق ل10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 بتاريخ 20 شعبان 1430 الموافق ل16 مايو سنة 2018.

[2] عبد الله فاطيمة، قارس ابتسام، **المحل التجاري الالكتروني**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق، جامعة أحمد دراية أدرار، 2020-2021، ص 9.

[3] عماد عبد السلام، **التجارة الإلكترونية: المفهوم والنظام القانوني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019، ص66.

خلالها التجارة الإلكترونية، ومن أبرز واجهاتها التي تتيح للتاجر التعامل مع الجمهور عبر الإنترنت.[1]

ثانيا– المواقع الإلكترونية والمحل التجاري الإلكتروني: تتمثل الخاصية الأساسية للموقع الإلكتروني في قدرته على استقطاب عدد كبير من الزبائن وجذب المتصفحين إلى الفضاء الافتراضي الخاص به عبر شبكة الإنترنت، ومن هذا المنطلق، فإن الموقع الإلكتروني يُعد كيانًا قانونيًا يتمركز ضمن نطاق إلكتروني محدد في الفضاء الإلكتروني، ويتخذ شكلًا تنظيمياً له هيكل وعنوان إلكتروني خاص يُمكن مستخدمي الإنترنت من الوصول إليه بسهولة والاطلاع على محتواه.[2]

وقد عرف الفقه القانوني الموقع الإلكتروني بأنه عبارة عن مساحة إلكترونية تحمل عنوانًا مميزًا، يُمكن مستخدمي شبكة الإنترنت من الولوج إليه من أي مكان وزمان، مما يُمكّنهم من الاستفادة من مختلف الخدمات والمحتويات المتوفرة ضمنه.[3]

ويقدم الموقع الإلكتروني خدماته من خلال الإنترنت، ما يجعل منه أكثر من مجرد تابع أو امتداد للمحل التجاري الإلكتروني، بل يعتبر عنصراً من العناصر المكونة له. وفي حال كان هذا الموقع يقدم خدمات تفاعلية عبر الشبكة العنكبوتية، ويُمكن من خلاله إجراء معاملات تجارية إلكترونية، فإنه يُعد في حد ذاته محلًا تجاريًا إلكترونيًا.[4]

وعليه يمكن التأكيد أن الموقع الإلكتروني يُعد من الوسائل المهمة والأساسية التي يرتكز عليها المحل التجاري الإلكتروني، بل ويُشكل أحد ركائزه الجوهرية التي تُساهم في تمكين التاجر من أداء نشاطه التجاري على الإنترنت.[5]

---

[1] عبد الله فاطيمة، قارس ابتسام، مرجع سابق، ص 9، 10.

[2] سامي عبد العزيز هاشم، **المحل التجاري الالكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2020، ص33

[3] محمد علي أحمد، **المعاملات التجارية الالكترونية وحمايتها القانونية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2019، ص42.

[4] سامي عبد العزيز هاشم، مرجع سابق، ص33.

[5] محمد علي أحمد، مرجع سابق، ص42

ثالثا- المتجر الإلكتروني والمحل التجاري الإلكتروني: يعتبر المتجر الإلكتروني واجهة رقمية يمكن من خلالها عرض وتقديم مختلف المنتجات والسلع عبر موقع إلكتروني أو منصة رقمية متاحة على شبكة الإنترنت، وتكمن أهمية المتجر الإلكتروني في كونه يُوفر الوقت والجهد على كل من التاجر والمستهلك، إذ يمكن من إجراء العمليات التجارية بكل سهولة وسرعة دون الحاجة إلى التنقل أو التواجد الفعلي في مكان معين.

ويمكن تشبيه المتجر الإلكتروني بالعقار أو المحل الذي يمارس فيه التاجر نشاطه التجاري في النموذج التقليدي، حيث يتم استقبال الزبائن، عرض البضائع، وإتمام المعاملات. إلا أن هناك فرقاً جوهرياً ينبغي توضيحه، يتمثل في أن المحل التجاري يُعد مالاً منقولاً ذا طبيعة معنوية، في حين لا يعد العقار من بين العناصر المكونة له.

أما فيما يخص المحل التجاري الإلكتروني، فهو الكيان الرقمي أو الفضاء الإلكتروني الذي يُمارس فيه التاجر نشاطه التجاري عن طريق الإنترنت. ويتكون هذا الكيان من عناصر مادية وأخرى معنوية، غير أن العناصر المعنوية تُعد الأكثر أهمية وتأثيرًا في تكوين المحل التجاري الإلكتروني، لما لها من دور رئيسي في تحديد طبيعته وتنظيم نشاطه.[1]

المطلب الثاني: التكيف القانوني للمحل التجاري الالكتروني

مع تطور التجارة الرقمية، برزت الحاجة إلى تأصيل قانوني للمحل التجاري الإلكتروني يراعي طبيعته الافتراضية واختلافه عن المحل التقليدي من حيث الشكل والمكان والعناصر. وقد دفع هذا التحول الفقه والقانون إلى البحث في تكييفه ضمن المنظومة القانونية التجارية، وتحديد مركزه القانوني. وتُطرح في هذا السياق ثلاث فروع أساسية: أولاً نظرية المجموع القانوني، ثانياً نظرية المجموع الواقعي، ثالثاً نظرية الملكية المعنوية.

[1] عبد الله فاطيمة، قارس ابتسام، مرجع سابق، ص8.

الفرع الأول: نظرية المجموع القانوني

ترى هذه النظرية أن المحل التجاري لا يُعد مجرد مجموعة من العناصر المادية والمعنوية فحسب، بل هو كيان قانوني قائم بذاته، له شخصية اعتبارية وذمة مالية مستقلة عن ذمة التاجر. ووفقًا لهذا المنظور فإن للمحل التجاري ذمته المالية الخاصة به، والتي تتضمن حقوقًا والتزامات تنشأ نتيجة استغلال النشاط التجاري، وتكون منفصلة تمامًا عن باقي الحقوق والالتزامات التي تخص التاجر بصفته الشخصية.

وانطلاقا من هذا التصور اعتبرت هذه النظرية المحل التجاري بمثابة شخص معنوي مستقل، يتمتع بالشخصية المعنوية الكاملة، وله القدرة على امتلاك الحقوق وتحمل الالتزامات باسم الذات المعنوية، دون الرجوع إلى التاجر كفرد طبيعي. وتعود جذور هذه النظرية إلى الفقه القانوني الألماني، الذي يقر بإمكانية تعدد الذمم المالية لشخص طبيعي واحد، بحيث يمكن لهذا الشخص أن تكون له أكثر من ذمة قانونية مستقلة، بحسب طبيعة النشاط أو الغرض القانوني.[1]

غير أن هذه النظرية لم تسلم من الانتقاد، خصوصًا من قبل أنصار القانون المدني الفرنسي، والمشرع الجزائري الذي لم يأخذ بها، حيث أن النظام القانوني الجزائري يستند إلى مبدأ "وحدة الذمة المالية". ويفيد هذا المبدأ بأن الشخص الطبيعي، كالتاجر مثلًا، لا يمكنه امتلاك أكثر من ذمة مالية، وبالتالي فإن جميع أمواله تُعد ضامنة للوفاء بجميع ديونه، سواء كانت ناتجة عن نشاط تجاري أو غيره، ولا يمكن تجزئة الذمة بين محل تجاري وذمة شخصية.[2]

---

[1] كركدان فريد، "**الطبيعة الخاصة للمحل التجاري بين النصوص التشريعية الجزائرية وأحكام القضاء الفرنسي**"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 10، العدد 3، سنة 2019، ص 432.

[2] المرجع نفسه، ص 432.

وقد كرس هذا المبدأ بوضوح نص المادة 188 من القانون المدني الجزائري، التي تنص على ما يلي: "**أموال المدين جميعها ضامنة لوفاء ديونه، وفي حالة عدم وجود حق أفضلية مكتسب طبقًا للقانون، فإن جميع الدائنين متساوون تجاه هذا الضمان.**[1]"

وبناء على هذه القاعدة، فإن هذه النظرية – إذا ما طُبّقت على المحل التجاري الإلكتروني – تفترض أن له ذمة مالية خاصة به، تشمل أصولًا وخصومًا منفصلة عن ذمة التاجر الأصلية، وتعتبره وحدة قانونية مستقلة، تبرز من خلالها مقومات الشخصية المعنوية، مثل امتلاك العناصر المعنوية، وكونه موضوعًا للحقوق القانونية والمعاملات التعاقدية المختلفة.

غير أن الواقع القانوني في التشريع الجزائري لا يقر بهذا التصور، حيث لا يعترف بوجود ذمة تجارية مستقلة عن الذمة المالية العامة للتاجر، وهو ما يظهر بشكل صريح في مضمون المادة 188 السالفة الذكر. كما أن المحل التجاري لا يُعتبر شخصًا معنويًا، بدليل أنه لم يُذكر ضمن الكيانات التي تم النص عليها صراحة في المادة 49 من القانون المدني الجزائري، والتي حددت على سبيل الحصر الأشخاص المعنويين المعترف بهم قانونًا.[2]

وبناء على كل ما سبق، يتضح أن نظرية المجموع القانوني غير كافية لتحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني، طالما أنها أخفقت أصلًا في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري التقليدي.

الفرع الثاني: نظرية المجموع الواقعي

ترى هذه النظرية أن المحل التجاري لا يُعد كيانًا قانونيًا مستقلًا بذاته، بل هو في جوهره عبارة عن مجموعة من الأموال والأشياء الواقعية التي اجتمعت لتخدم غرضًا معينًا،

---

[1] المادة 188 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ، الموافق لـ26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

[2] المادة 49 من الأمر رقم 75-58، مصدر سابق.

ألا وهو الاستغلال التجاري. وبمعنى آخر، فإن هذه النظرية تنظر إلى المحل التجاري باعتباره كيانًا نشأ من اتحاد عناصر متعددة، مادية كانت أو معنوية، توحدت بفعل الإرادة البشرية لأجل تحقيق غاية واحدة هي النشاط التجاري.[1]

وينطلق أنصار هذه النظرية من فكرة أن اجتماع تلك العناصر – مثل الزبائن، الاسم التجاري، الشهرة التجارية، الموقع، التجهيزات... إلخ – يُنتج كيانًا متميزًا وواقعيًا، له طابعه الخاص وخصائصه العملية، رغم افتقاده للشخصية القانونية أو الذمة المالية المستقلة. فالمحل التجاري، بحسب هذا الاتجاه، يُعتبر مجرد كتلة فعلية قائمة بذاتها، تُستخدم لغرض اقتصادي وتجاري دون أن تكون لها صفة قانونية مستقلة.[2]

غير أن هذه النظرية، ورغم محاولتها تفسير واقع المحل التجاري من منظور عملي وواقعي، فقد واجهت عدة انتقادات، أبرزها فشلها في تحديد الطبيعة القانونية الدقيقة لهذا المحل. ذلك أن المفهوم الذي تقوم عليه – أي "المجموع الواقعي "– هو تعبير غامض لا يستند إلى مدلول قانوني محدد أو دقيق، مما يتعارض مع متطلبات التأصيل القانوني السليم للمحل التجاري، الذي يفترض تحديد طبيعته ضمن إطار قانوني منضبط.[3]

وعلاوة على ذلك، فإن هذه النظرية لم تُجب على مسألة مهمة تتعلق بما إذا كان للتاجر ذمة مالية مستقلة عن المحل التجاري، أم أن هناك ذمة مالية واحدة تشمل كليهما. وهذا الغموض يزيد من ضعفها، خاصة في مجال تحديد المركز القانوني للمحل التجاري ضمن النظام القانوني العام. [4]

ولعل من أبرز أوجه القصور في هذه النظرية أيضًا أنها فشلت في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني، تمامًا كما فشلت في تحديد الطبيعة القانونية للمحل

---

[1] نادية فضيل، مرجع سابق، ص 189.

[2] نادية فضيل، مرجع سابق، ص 189.

[3] حورية بورنان، **تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري**، مجلة المفكر، العدد 3، ص 101، 102.

[4] منذر قاسم البطوش، **النظام القانوني للمتجر الإلكتروني**، رسالة ماجستير، قسم الحقوق، جامعة مؤتة، الأردن، 2016، ص 29.

التجاري التقليدي. فطالما أن الأساس الذي تقوم عليه غير واضح قانونيًا، فمن الصعب الاعتماد عليها في بناء فهم دقيق أو تفسير واضح للطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني الذي بات يأخذ حيزًا مهمًا في عالم المعاملات التجارية الحديثة. [1]

الفرع الثالث: نظرية الملكية المعنوية

ترتكز هذه النظرية على فكرة أساسية مفادها أن المحل التجاري يُعد وحدة قانونية مستقلة بذاتها، متميزة عن العناصر التي تتكوّن منها. فوفقًا لهذا الاتجاه، فإن المحل التجاري لا يُختزل إلى مجرد تراكب عناصر مادية أو معنوية، بل هو كيان موحد تترتب عليه آثار قانونية خاصة، ويخضع لنظام قانوني مستقل يعرف باسم الملكية التجارية أو الملكية المعنوية[2].

ومن خلال هذه النظرية، يصبح للتاجر حق معنوي على المحل التجاري، يُمارسه بوصفه مالكًا لهذا الكيان المتكامل. ويُطلق على هذا الحق اسم "حق الملكية المعنوية"، ويترتب عنه أن المحل التجاري، رغم كونه يتكوّن من عناصر متعددة لكل منها طبيعته القانونية الخاصة، فإنه يُعامل كمال معنوي منقول، له قواعده القانونية وأحكامه المميزة.[3]

ويستفاد من ذلك أن التاجر يظل محتفظًا بالملكية الفردية لكل عنصر من العناصر المكونة للمحل التجاري، سواء كان اسمًا تجاريًا، أو زبائن، أو براءات اختراع، أو مواقع إلكترونية، أو تجهيزات، إلا أن مجموع هذه العناصر يُشكل وحدة معنوية تُعرف بالمحل التجاري.[4]

وقد لقيت هذه النظرية قبولًا واسعًا لدى غالبية الفقهاء، كما تبناها الاجتهاد القضائي في العديد من الأنظمة القانونية، نظرًا لما تقدمه من تفسير منطقي ومتوازن لطبيعة المحل

---

[1] منذر قاسم البطوش ، مرجع سابق، ص 30.

[2] سامي عبد العزيز هاشم، مرجع سابق، ص54.

[3] حورية بورنان، مرجع سابق، ص102.

[4] سامي عبد العزيز هاشم، مرجع سابق، ص54.

التجاري. فهي تفسر بدقة علاقة التاجر بالمحل، وتمنحه حقًا واضحًا على كل مكون من مكوناته، ضمن وحدة متكاملة من المال المنقول المعنوي.[1]

ولم تقتصر أهمية هذه النظرية على المحل التجاري التقليدي فقط، بل امتدت لتُشكل أساسًا يُمكن البناء عليه لفهم الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني. فالمحل التجاري الإلكتروني يتكون هو الآخر من عناصر معنوية كحقوق الملكية الفكرية، الأسماء والنطاقات الإلكترونية، قواعد البيانات، التطبيقات الإلكترونية، التصميمات الرقمية وغيرها، وكل هذه العناصر تمثل وحدة معنوية منقولة يمكن تكييفها قانونيا على غرار المحل التجاري التقليدي.

ومن هنا يمكن القول إن المحل التجاري الإلكتروني يُعد امتدادًا متطورًا للمحل التقليدي، يتماثلان من حيث الطبيعة القانونية، رغم اختلافهما في الوسائل والعناصر التي يتكون منها كل منهما. فالتطور التكنولوجي لم يغير من الطبيعة القانونية الجوهرية، بل أحدث فقط تحولًا في شكل العناصر المكونة.[2]

---

[1] حورية بورنان، مرجع السابق، ص102.

[2] منذر قاسم البطوش، مرجع سابق، ص30.

المبحث الثاني: مشتملات المحل التجاري الالكتروني

إن المحل التجاري لا يقتصر على صورته التقليدية، بل ظهرت أنماط حديثة أبرزها المحل التجاري الإلكتروني، الذي يُمارَس نشاطه عبر الإنترنت دون الحاجة إلى مقر مادي. وقد فرض هذا التحول الرقمي إعادة النظر في مكونات المحل التجاري، خاصةً أن البيئة الإلكترونية أفرزت عناصر جديدة ذات طابع معنوي وتقني، مثل اسم النطاق، السمعة التجارية، والعملاء الرقميين. وتكمن أهمية هذه العناصر في دورها المحوري في قيام المحل واستمراره، ما يستدعي تنظيمها قانونيًا بما يضمن حماية الحقوق، ويواكب متطلبات التجارة الإلكترونية الحديثة ضمن إطار قانوني متوازن.

سنتطرق في هذا المبحث الى العناصر التقليدية للمحل التجاري الالكتروني في **مطلب أول** والعناصر الحديثة له في **مطلب ثاني**.

المطلب الأول: العناصر التقليدية للمحل التجاري الالكتروني

رغم الطابع الرقمي للمحل التجاري الإلكتروني، إلا أنه يشترك مع المحل التقليدي في بنيته القانونية من حيث العناصر المادية والمعنوية، فالمعدات التقنية تمثل العناصر المادية، بينما تبرز العناصر المعنوية كاسم النطاق، وقاعدة البيانات، والسمعة التجارية كأركان أساسية. وتكتسب هذه العناصر أهمية متزايدة في البيئة الرقمية. وعليه يقسم هذا المطلب الى العناصر المادية للمحل التجاري في الفرع الأول ثم العناصر المعنوية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: العناصر المادية للمحل التجاري

ذكرت المادة **78** ق ت مجموعة من العناصر المادية على سبيل المثال تتمثل في:

أولا– البضائع: هي الأشياء الذي يرد عليها التعامل، وتشمل جميع أنواع السلع التي يقوم المحل بالتعامل بها والتي تختلف حسب طبيعة نشاط كل محل، سواء كانت في المحل أو

في المخزن وسواء كانت مصنعة أو مواد أولية، ويشترط لاعتبار هذه المنقولات من البضائع أن تكون مملوكة للتاجر الذي يستغل المحل، والبضائع قد تكون عنصرا اساسيا في المحل كما هو الحال في تجارة المواد الغذائية بالتجزئة، وقد لا تكون عنصرا في المحل كما هو الحال في مكاتب السمسرة او البنوك[1].

ولما كانت البضائع معدة للبيع وكان مجموعها يتغير من يوم لآخر بل ربما من لحظة لأخرى فإنّه لا يمكن اعتبارها عنصرا دائما للمحل التجاري، بالرغم من أنّها تمثّل قيمة ينبغي الاعتداد بها وهذا ما يفسر أن البضائع لا يشملها رعن المحل التجاري[2].

ثانيا- المعدات والآلات: هي المنقولات المادية التي تستعمل في استغلال المحل التجاري دون أن تكون معدة للبيع كالآلات التي تستخدم في صنع المنتجات أو اصلاحها والسيارات المستخدمة في النقل، والأثاث، وأدوات القياس والوزن والكيل، وايضا المحروقات كالفحم والزيت تعتبر من المعدات اذا كان الغرض منها تشغيل الآلات، امّا اذا كانت مادة أولية لصناعة السلع أو كانت معدة للبيع فإنّها تكون من قبيل البضاعة لا المعدات، أمّا بالنسبة للمهمات وهي المنقولات الثابتة المخصّصة للاستغلال التجاري تصبح عقارا بالتخصيص إذا كان صاحبها يمارس التجارة في عقار يملكه كما لو كان النشاط مصنعا أو مسرحا أو فندقا، والأصل أنّ العقار بالتخصيص يتبع حكم العقار الذي خصّص لخدمته، لكن في حالة المحل التجاري فإنّ المنقولات المخصّصة لاستغلال المحل التجاري تبقى محتفظة بصفتها منقولات وتدخل عنصرا في المحل التجاري[3].

ومن العناصر التي اختلف بشأن اعتبارها عنصر من عناصر المحل التجاري أم لا العقار وبخاصة في الحالة التي يكون فيها التاجر مالكا للعقار الذي يزاول فيه تجارته،

---

[1] عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص 230.

[2] مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **الشركات التجارية: النظرية العامة للشركة وأنواعها**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2016، ص648.

[3] أحمد محرز، **القانون التجاري الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980، ص 187.

ووقع التصرف بالبيع أو الرهن على المحل فهل يشمل ذلك العقار؟ اختلف الفقه بشأن ذلك الاّ أنّ الراجح الى وجوب استبعاد العقار من عناصر المحل التجاري ولو اتفق الطرفان على خلاف ذلك لأنّ المحل التجاري عبارة مجموعة من الأموال المنقولة، على أنّ المحل التجاري الذي يكون نشاطه شراء العقارات لأجل اعادة بيعها (م 2/02 ق ت ج) فإنّه يشمل بين عناصره المادية العقارات اذ تعتبر شبيهة بالبضائع في المحلات التجارية[1].

كذلك يثار التساؤل بخصوص الدفاتر التجارية، يرى الرأي الراجح أنّ الدفاتر التجارية لا تعتبر من عناصر المحل التجاري لتعلقها بنشاط التاجر أثناء ممارسته لنشاطه فهي تثبت الحقوق والديون المتعلقة به والتي لا تنتقل إلى المشتري في حالة بيع المحل التجاري إلاّ إذا كان هناك اتفاق بالإضافة إلى ذلك فإنّ التاجر ملزم بالاحتفاظ بدفاتره لمدة 10سنوات، غير أنّه لابد من توقيع الدفاتر التجارية من طرف البائع والمشتري وإجراء جرد لها عند بيع المحل التجاري، ولابد أن يسمح البائع للمشتري بالاطلاع على تلك الدفاتر إلى مدة 03 سنوات السابقة للبيع أو على الدفاتر بدون تحديد متى كانت ممسوكة لمدة أقل من 03 سنوات (المادة 82 ق ت ج)، وذلك حتى يعرف المركز المالي للمحل التجاري الذي انتقلت ملكيته اليه[2].

الفرع الثاني: العناصر المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني

تعد العناصر المعنوية جوهرية في تكوين المحل التجاري الإلكتروني، غير أنها تتسم بالتغير والديناميكية نتيجة طبيعة البيئة الرقمية. ويمكن استنباطها قياسًا على المحل التقليدي، غير أن التشريعات ركّزت بشكل خاص على عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، إضافة إلى الاسم التجاري، نظرًا لأهميتها في ترسيخ الهوية وجذب الزبائن في الفضاء الإلكتروني.

---

[1] عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص 230، 231.

[2] عمورة عمار، **العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري**، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص 98.

أولا- عنصر العملاء في المحل التجاري الإلكتروني: يقصد بالعملاء مجموعة الأشخاص الذين يقومون باقتناء حاجاتهم بشكل اعتيادي من تاجر معين، وهناك من يضيف إلى هذا المفهوم أن العملاء هم أيضا أولئك الذين يجذبون إلى التعامل مع التاجر بفضل صفاته الشخصية، مثل الثقة، وحسن الاستقبال، والمعاملة الجيدة، والتوجيه، وتسهيل المعاملات. ويعد عنصر العملاء، إلى جانب عنصر الشهرة التجارية، من العناصر الجوهرية التي لا يمكن قانوناً قيام المحل التجاري بدونها. وهذا ما أكد عليه المشرّع الجزائري من خلال المادة 78 من القانون التجاري، التي جعلت من هذين العنصرين شرطاً لقيام المحل التجاري، مهما كانت طبيعة نشاطه أو الغرض منه.[1]

وبالنسبة للمحل التجاري الإلكتروني، فإنه من المفترض وجود عملاء بالنظر إلى أن الموقع يكون مفتوحاً للعامة، ويتاح تصفحه من قبل أي شخص. ويمكن إثبات وجود هؤلاء العملاء من خلال تقنيات الإحصاء المدمجة في الموقع، والتي تحصي عدد الزوار والعملاء وتوفر بيانات دقيقة تفوق ما يمكن إثباته في المحلات التقليدية.[2]

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم "العملاء "في المحل الإلكتروني يختلف عن نظيره في المحل التقليدي، إذ يرتبط بعدة عوامل جاذبة، من أهمها الجانب الدعائي للموقع، نظراً لكون الإنترنت في جوهرها تمثل سوقاً دعائية ضخمة. وبالتالي، يُعد الموقع الإلكتروني رهيناً بإبرام أكبر عدد من العقود الدعائية، مما ينعكس إيجاباً على قيمته السوقية ونجاحه، ويساهم في رفع قيمة عقود تأجير المساحات الإعلانية داخل الموقع، ويعزز استمراريته في السوق.[3]

ويعد إغلاق الموقع الإلكتروني، أي الموقع الذي يمثل واجهة المحل التجاري الافتراضي، سبباً في اختفاء المحل التجاري الإلكتروني، نظراً لأن توقف الوصول إليه

---

[1] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1145.

[2] سامي عبد العزيز هاشم، مرجع سابق، ص54.

[3] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1145.

يؤدي إلى تراجع عدد العملاء. غير أن القضاء يرى أن الإغلاق المؤقت للمحل التجاري لا يؤدي بالضرورة إلى إنهائه، ويمكن تطبيق هذا الحكم على المحل الإلكتروني، إذ أن الإغلاق قد يكون لأسباب تقنية أو فنية، مثل تحديث الموقع أو إعادة تصميمه، وهي حالات طبيعية في الواقع العملي. [1]

أما فيما يخص القيمة التجارية لعنصر العملاء في المحل الإلكتروني، فإنها تتجلى في قدرة الموقع على جذب مستخدمي الإنترنت إلى حيّزه الافتراضي، مما يجعله يشكل كياناً مالياً قائماً بذاته. وبالتالي، فإن عنصر العملاء يُعد عنصراً ضرورياً لوجود المتجر الإلكتروني، ويرتبط بشكل وثيق بمدى إقبال الزبائن عليه للحصول على الخدمات أو المنتجات المعروضة. ومع ذلك، فإن هذا العنصر وحده لا يكفي لقيام المحل التجاري الإلكتروني، بل يجب أن يُرافقه عنصر السمعة أو الشهرة التجارية، كما نص عليه المشرّع الجزائري تحت مسمى "الشهرة التجارية "في المادة 78 من القانون التجاري، والتي اعتبرتها من الأموال المنقولة المكونة للمحل التجاري.

ويلاحظ هنا ضرورة التمييز بين عنصري "الاتصال بالعملاء "و"الشهرة التجارية"، رغم صعوبة الفصل بينهما في بعض الحالات. وسنتناول فيما يلي بيان العلاقة بين هذين العنصرين.[2]

ثانيا السمعة التجارية: العملاء هم الأشخاص الاعتياديون الذين يرتبطون بعلاقة دائمة مع التاجر، أما الشهرة التجارية فتتمثل في العملاء العابرين الذين يجتذبهم المحل بفضل عوامل غير مرتبطة مباشرة بشخص التاجر. وقد عرّف الأستاذ Rotondi الشهرة بأنها "النتيجة المنبثقة من التكيف، والتنظيم، وعوامل الإنتاج، والصفات الشخصية لصاحب المحل"، معتبراً أن السمعة التجارية تُعد المرحلة الأولى للوصول إلى العملاء.[3]

---

[1] سامي عبد العزيز هاشم، مرجع سابق، ص55.

[2] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1145

[3] المرجع نفسه، ص1146

من هذا المنطلق، يتبين أن هناك ارتباطاً بين السمعة التجارية وعنصر العملاء، إلا أن بينهما تمايزاً من حيث الجوهر، على الرغم من أن العديد من الفقهاء يرون أن هذا التمايز لا يترتب عليه أثر عملي كبير، وغالباً ما يُستخدم المفهومان بالتوازي.[1]

وتقاس السمعة التجارية من خلال قدرة المحل التجاري على اجتذاب العملاء، وذلك لما يتمتع به من مزايا خاصة تميّزه عن غيره. وتكون هذه المزايا مرتبطة بالمحل ذاته، وليس بشخص التاجر، بخلاف عنصر الاتصال بالعملاء، الذي يرتبط بصفات شخصية مثل اللباقة والثقة. [2]

وقد عرف البعض السمعة التجارية بأنها "القدرة الذاتية للمحل على جذب الزبائن العرضيين"، أي أنها مرتبطة بعوامل عينية مثل الموقع الجغرافي الجيد، وطريقة عرض المنتجات، والمظهر الخارجي للمحل التجاري.[3]

وعليه لا يمكن في الاعتراف بوجود محل تجاري دون توفر عنصر السمعة التجارية، باعتبارها الوسيلة الأساسية لاجتذاب الزبائن العرضيين وتحويلهم لاحقاً إلى عملاء دائمين. [4]

فإن قدرة الموقع على إنشاء تواصل فعال مع الجمهور تُعد الهدف الرئيسي لتقييمه، لأنها تشكل عنصر الجذب الذي يُعرف بالسمعة التجارية، وهو عنصر جوهري في المحل الإلكتروني. أما العملاء، فهم الغاية من وجود الموقع، وعليه يمكن استنتاج الفرق بين عنصر العملاء في المحلين التقليدي والإلكتروني. [5]

ومن خلال ما سبق، يتضح أن قدرة المحل الإلكتروني على جذب العملاء تُعد شرطاً لوجوده واستمراريته، ويترتب على زوال هذا العنصر زوال المحل ذاته. لكن العلاقة

[1] محمد علي أحمد، مرجع سابق، ص66.

[2] سعداوي نذير، مرجع سابق، ص1147.

[3] محمد علي أحمد، مرجع سابق، ص66.

[4] المرجع نفسه، ص67.

[5] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1148.

بين المحل والعملاء لا تُعد علاقة عابرة، بالنظر إلى ما تترتب عنها من آثار قانونية تتعلق بالقيمة المالية للمحل، وهو ما يستدعي بيان طبيعة هذه العلاقة.

المطلب الثاني: العناصر الحديثة للمحل التجاري الالكتروني

مع تطور البيئة الرقمية، برزت عناصر حديثة أساسية للمحل التجاري الإلكتروني، أبرزها "اسم النطاق" و"عقد الإيواء". يمثل اسم النطاق العنوان الإلكتروني للموقع ووسيلة تعريفه وتمييزه، أما عقد الإيواء فهو الاتفاق الذي يضمن استضافة الموقع على خادم إلكتروني. هذان العنصران يؤسسان للوجود الرقمي للمحل ويضمنان له حماية قانونية وتقنية ضرورية لاستمراريته ومصداقيته.

الفرع الأول: اسم النطاق

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبح اسم النطاق (Nom de domaine) أحد العناصر الجوهرية للمحل التجاري الإلكتروني، فهو لا يقتصر على كونه عنوانًا تقنيًا فحسب، بل يشكل أيضًا وسيلة تمييز وهوية تجارية على شبكة الإنترنت، تضاهي في أهميتها الاسم التجاري أو العلامة التجارية في المحل التقليدي، ومن ثم أصبح تنظيم اسم النطاق وحمايته قانونيًا من الأولويات التي تستدعي الوقوف عندها لفهم طبيعته وأثره في المعاملات الإلكترونية.

أولا- تعريف اسم النطاق: اسم النطاق أو "اسم المجال (Domain Name) "هو العنوان الذي يُستخدم لتعريف جهاز كمبيوتر، أو مؤسسة، أو أي كيان آخر يعمل ضمن شبكة تعتمد على بروتوكول الإنترنت ((TCP/IPمثل شبكة الإنترنت. ويتكوّن عادة من ثلاثة مستويات:[1]

1-المستوى الأعلى Top Level: يشير إلى نوع النشاط أو المجال مثل (com.org.dz).

---

[1] بن جفال، أماني، مقلاتي خولة، **المحل التجاري الافتراضي وأحكامه في التشريع**، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022، ص 41.

2-المستوى الثاني Second Level: يمثل اسم المؤسسة أو الجهة المالكة.

3-المستوى الثالث Third Level: يُعرف بالمضيف (Host Server) أو الوحدة الداخلية.

ويعد اسم النطاق بمثابة عنوان فعلي يُستخدم للوصول إلى المواقع الإلكترونية، حيث يُستعاض به عن عنوان بروتوكول الإنترنت (IP) المُكوَّن من أرقام يصعب تذكرها. ويُترجم هذا الاسم عبر نظام أسماء النطاقات (DNS) إلى العنوان الرقمي المقابل.[1]

وقد عرفه المشرّع الجزائري في المادة 06 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث نصّ على أن:

"اسم النطاق هو عبارة عن سلسلة من الأحرف و/أو الأرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاقات، وتسمح بالتعرّف على الموقع الإلكتروني والولوج إليه."[2]

ومن خلال هذا التعريف، يتضح أن اسم النطاق يُعد عنصرًا أساسيًا في التجارة الإلكترونية، إذ يمكّن من تحديد المتجر الإلكتروني والوصول إليه، وبالتالي ممارسة النشاط التجاري من خلاله.

ويعتبر اسم النطاق من أبرز العناصر شهرة في المحل التجاري الإلكتروني، لكونه الأداة التي تميز الموقع وتساهم بشكل فعّال في جذب العملاء نظراً لسهولة تذكّره وتداوله، مقارنةً بعناوين IP الرقمية المعقدة. ويُكتسب الحق في اسم النطاق بمجرد تسجيله رسميًا، كما أكدت المادة 06 التي تشترط إيداع اسم النطاق لدى المركز الوطني للسجل التجاري قبل ممارسة أي نشاط إلكتروني.[3]

---

[1] بن جفال، أماني، مقلاتي خولة، مرجع سابق، ص 41.

[2] المادة 06 من القانون رقم 18/05، مصدر سابق.

[3] بن جفال أماني، مقلاتي خولة، مرجع سابق، ص 41.

وتكمن أهمية تسجيل اسم النطاق أيضًا في توفير الحماية القانونية له، لاسيما ضد المنافسة غير المشروعة، باعتباره من الأموال المعنوية التي ترتبط مباشرة بهوية المتجر الإلكتروني وتمثله أمام المستخدمين والعملاء.[1]

ثانيا- التكييف القانوني لاسم النطاق: لقد دفع التطور الكبير في التجارة الإلكترونية الفقه القانوني إلى محاولة تكييف اسم النطاق قانونيًا، حيث يُنظر إليه غالبًا على أنه يعادل *الاسم التجاري* في بيئة الإنترنت. ففي ظل التحول الرقمي، لم يعد للتاجر عنوان مادي يستقبل فيه عملاءه، بل أصبح اسم النطاق هو العنوان الجديد الذي يُعرّف به المتجر على الإنترنت.[2]

ونظرا لهذه الطبيعة الخاصة، فإن اسم النطاق لا يمكن تصنيفه بسهولة ضمن الحقوق المعنوية التقليدية، إذ يتمتع بوضع قانوني مستقل يتطلب تنظيمًا خاصًا.

وقد نصت الفقرة الثانية من المادة 08 من القانون 18/05 على وجوب توفر الموقع الإلكتروني للمورد على وسائل تُتيح التحقق من هويته، بما يشمل الاسم، والذي يتمثل فعليًا في اسم النطاق. كما أكدت المادة 09 من نفس القانون على ضرورة إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين تُودع لدى المركز الوطني للسجل التجاري، مع إيداع اسم النطاق نفسه.[3]

وفي نفس السياق، جاءت المادة 42 من القانون لتشدد على التعليق الفوري لتسجيل أي اسم نطاق لشخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطًا تجاريًا في الجزائر دون المرور بمرحلة التسجيل المسبق في السجل التجاري.[4]

---

[1] بن جفال أماني، مقلاتي خولة، المرجع السابق، ص 42.

[2] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1153.

[3] الفقرة الثانية من المادة 08 من القانون 18/05، مصدر سابق.

[4] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1153.

مما سبق، يتبين أن المشرع الجزائري وضع جملة من الضوابط القانونية لتنظيم اسم النطاق، نظرًا لأهميته الجوهرية في تكوين المحل التجاري الإلكتروني، وارتباطه الوثيق بهوية الموقع ونشاطه، فضلاً عن استحالة تكرار اسم نطاق مسجل تقنيًا، مما يجعله عنصراً فريداً ولا يمكن تكراره.

الفرع الثاني: بيان عنصر عقد الإيواء

يعد عقد الإيواء من العقود التقنية الجوهرية في مجال التجارة الإلكترونية، ويُعرف أيضًا باسم "عقد الإيجار المعلوماتي". ويُصنّف ضمن عقود الدخول إلى شبكة الإنترنت، حيث يُمكّن من إنشاء وتسيير المحلات التجارية الإلكترونية. وينعقد هذا العقد بين طرفين أساسيين هما: متعهد الإيواء والمشترك في خدمة الإيواء، ويترتب عليه التزامات متبادلة تهدف إلى تمكين الطرف الثاني من بث مضمون معلوماتي معين على شبكة الإنترنت.

أولا- متعهد الإيواء: متعهد الإيواء هو شخص طبيعي أو معنوي يضع، بموجب عقد، ما يملكه من وسائل تقنية ومعلوماتية تحت تصرف الغير (أي المشترك)، وذلك بغرض تسهيل بث محتوى معلوماتي عبر شبكة الإنترنت. وتتمثل مهمته الأساسية في تخزين المعلومات والبيانات الخاصة بالمشترك على خوادمه (الحواسيب الخادمة) المرتبطة بالشبكة العالمية، مما يتيح لمتصفحي الموقع الإلكتروني الاطلاع على هذا المحتوى بشكل دائم وعلى مدار الساعة.

ثانيا- المشترك في خدمة الإيواء: المشترك في خدمة الإيواء هو مالك الموقع الإلكتروني، الذي ينشئ عليه محله التجاري الإلكتروني، ويقوم بإيواء محتواه المعلوماتي على خوادم متعهد الإيواء. ويمكّنه هذا العقد من استخدام جزء من القرص الصلب الخاص بالخادم، والاستفادة من الإمكانيات التقنية والمعلوماتية لمتعهد الإيواء مقابل مبلغ مالي يحدّد حسب نوع وطبيعة الخدمة.[1]

[1] سعداوي نذير، بطيمي حسين، مرجع سابق، ص1144.

ومن ثم يعد عقد الإيواء شرطا أساسيا لإنشاء متجر إلكتروني، حيث يسمح للتاجر بأن يكون حاضرا على الإنترنت ويعرض خدماته أو سلعته في فضاء افتراضي يخضع لأحكام قانونية مشابهة لتلك التي يخضع لها المحل التجاري التقليدي.

واعتبر المشرّع الجزائري أن الموقع التجاري الإلكتروني محل تجاري قائم بذاته، وإن كان في بيئة رقمية، ويخضع لمجموعة من الضوابط القانونية والتنظيمية، أهمها ما ورد في المادة 8 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي تنص على ما يلي: *"تخضع ممارسة التجارة الإلكترونية للتسجيل* في السجل التجاري، كما يجب أن يتم النشر على الموقع الإلكتروني أو الصفحة على الإنترنت المستضافة في الجزائر بامتداد com.dz."[1]

وبذلك، يكون عقد الإيواء أحد العناصر التقنية والقانونية المحورية التي تتيح للتاجر الإلكتروني مباشرة نشاطه، بما يضمن الاستقرار القانوني للمحل التجاري الإلكتروني ويكفل حقوقه والتزاماته أمام المتعاملين معه.

---

[1] المرجع السابق، ص1145.

خلاصة الفصل:

المحل التجاري الإلكتروني هو ذلك الكيان الذي يمارس نشاطا تجاريا عبر شبكة الإنترنت، ويعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة لتوفير المنتجات والخدمات للعملاء دون الحاجة لوجود مادي فعلي يمتاز هذا النوع من المحلات بمرونة كبيرة في التعامل مع العملاء وتوسيع نطاق السوق، كما يسهم في تيسير عمليات البيع والشراء، مما يجعله عنصرا مهما في الاقتصاد الرقمي المعاصر.

وعليه يعتبر المحل التجاري الإلكتروني جزءاً من التجارة الحديثة التي تتكامل مع العناصر التقنية مثل المواقع الإلكترونية، منصات الدفع الإلكتروني، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ومع تزايد استخدام الإنترنت في مختلف أنحاء العالم، أصبح للمحل التجاري الإلكتروني دور محوري في تسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية، وتحقيق مزايا تجارية تتفوق في العديد من الأحيان على المحلات التقليدية في توفير الخدمة والمنتجات بشكل أسرع وأقل تكلفة.

الفصل الثاني:

التصرفات الواردة على المحل التجاري الإلكتروني

في ظل التطور التكنولوجي السريع وانتشار التجارة الإلكترونية، أصبح المحل التجاري الإلكتروني يشكل جزءا أساسيا من النشاط التجاري الحديث، فالمحل التجاري الإلكتروني لا يختلف في جوهره عن المحل التجاري التقليدي، إلا أنه يتميز بكونه قائما على عناصر مادية ومعنوية مرتبطة بالموقع الإلكتروني الذي يمثل واجهة التاجر على شبكة الإنترنت، ومن هنا تظهر أهمية دراسة التصرفات القانونية التي يمكن أن تمارس على هذا المحل الإلكتروني سواء تعلق الأمر بملكيته أو باستغلاله.

تأتي التصرفات الواردة على المحل التجاري الإلكتروني لتشمل عدة أوجه منها البيع، التأجير، والرهن، والتي تنظمها قواعد قانونية مشابهة لتلك التي تحكم المحل التجاري التقليدي. غير أن الخصوصية التقنية للمحل الإلكتروني تفرض ضرورة فهم هذه التصرفات في إطار يتماشى مع طبيعة الفضاء الرقمي، بحيث تحافظ على حقوق الملكية والتصرف والتشغيل، وتضمن استمرارية النشاط التجاري في ظل البيئة الإلكترونية الحديثة.

سيتناول هذا الفصل دراسة التصرفات القانونية المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني، وذلك من خلال التطرق إلى نوعين أساسيين من التصرفات: يتعلق **المبحث الأول،** بالتصرفات الواردة على ملكيته أما **المبحث الثاني،** فخصصناه إلى التصرفات المتعلقة باستغلاله.

المبحث الأول: التصرفات الواردة على ملكية المحل التجاري الإلكتروني

تعتبر التصرفات المتعلقة باستغلال المحل التجاري الإلكتروني من الوسائل القانونية التي تمكن التاجر من تحقيق مداخيل واستفادة من محله دون التفريط في ملكيته، وتشمل هذه التصرفات خصوصا تأجير المحل أو رهنه للحصول على تمويلات، ويكتسي هذا النوع من التصرفات أهمية متزايدة بالنظر إلى الطبيعة الخاصة للمحل التجاري الإلكتروني، باعتباره يقوم على عناصر غير مادية ترتبط بتشغيل الموقع الإلكتروني وشهرته، وعليه فإن دراسة هذه التصرفات تقتضي التطرق إلى أحكامها القانونية وآثارها العملية في ظل البيئة الرقمية الحديثة.

سنتطرق في هذا المبحث الى بيع المحل التجاري الالكتروني في **المطلب الأول،** وتقديم المحل التجاري الإلكتروني كحصة في شركة في **المطلب الثاني.**

المطلب الأول: بيع المحل التجاري الإلكتروني

إن بيع المحل التجاري الإلكتروني كحصة في شركة من أبرز صور نقل ملكية هذا المحل، خاصة في ظل توسع الأنشطة التجارية عبر الإنترنت ويترتب عن هذا التصرف نقل جميع أو بعض العناصر المكونة للمحل إلى الشركة مقابل الحصول على أسهم أو حصص. ويثير هذا النوع من التصرفات جملة من الإشكالات القانونية، خصوصاً من حيث تقييم المحل وتحديد طبيعته القانونية. لذلك، يقتضي الأمر التطرق إلى أحكام هذا التصرف في ظل التشريع الجزائري. قسمنا مطلبنا هذا الى شروط بيع المحل التجاري الإلكتروني في الفرع الاول، والآثار المترتبة عن بيع المحل التجاري في الفرع الثاني.

الفرع الأول: شروط بيع المحل التجاري الإلكتروني

أخضع المشرع الجزائري المحل التجاري الإلكتروني لقواعد خاصة تنظمه، إلى جانب القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني الجزائري، ورغم أن المحل التجاري الإلكتروني يعد من الأموال المعنوية، إلا أنه يخضع لإجراءات رسمية، ويستلزم توفر

شروط معينة لانعقاد عقد البيع. وبناء على ذلك قسمنا هذا الفرع إلى قسمين، حيث تناولنا **أولا** الشروط الموضوعية، وثانيا الشروط الشكلية، وذلك من أجل دراسة الجوانب القانونية اللازمة لصحة التصرفات المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني.

أولا- الشـروط الموضـوعية: يتعلق عقد بيع المحل التجاري الإلكتروني بالمحل والسبب. وكغيره من العقود الرضائية، يجب أن تتوفر فيه الأركان العامة، وفي مقدمتها **التراضي.**

1- التراضي: يتجلى الرضا في تطابق إرادتي كل من البائع والمشتري، حيث يُعبّر كل طرف عن إرادته بشكل سليم، خالٍ من عيوب الإرادة مثل الغلط أو الإكراه أو التدليس.

وقد نصت المادة 71 من القانون المدني الجزائري على ما يلي: "الاتفاق الذي يعد له كلا المتعاقدين أو أحدهما بإبرام عقد معين في المستقبل لا يكون له أثر إلا إذا عُيّنت جميع المسائل الجوهرية للعقد المراد إبرامه، والمدة التي يجب إبرامه فيها"[1].

يتميز الإيجاب الإلكتروني عن الإيجاب التقليدي بأنه يتم عبر وسيط إلكتروني يمنحه طابع الخصوصية، فعند توافق الإيجاب والقبول، يتحقق تطابق إرادتي الطرفين على إبرام العقد.

وقد عرف الفقه الإيجاب الإلكتروني بأنه:

"تعبير جازم عن الإرادة يتم عن بُعد من خلال تقنيات الاتصال، سواء كانت مسموعة أو مرئية، ويتضمن كافة الشروط والعناصر الأساسية للعقد وإبرامه؛ حيث ينعقد به العقد إذا ما قابله قبول مطابق[2]".

---

[1] بوراس لطيفة، القانون التجاري، مرجع سابق، ص 97.

[2] العربي شحطة أمينة، "**التراضي في العقد الإلكتروني في ظل التغييرات المستجدة**"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، المجلد 14، العدد 3، 2021، ص 157، 158.

يعرف القبول الإلكتروني بأنه الرد الإيجابي الصادر عن الموجَّه إليه الإيجاب، ويكون متطابقًا مع الشروط التي تضمنها هذا الأخير. ويتم هذا القبول عن بُعد باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة، كما أنه يخضع، في جوهره، لنفس القواعد العامة التي تحكم القبول في العقود التقليدية[1].

وقد يصدر القبول الإلكتروني من خلال مواقع الويب ((le web، كأن يقوم المستخدم بإدخال بياناته الشخصية ثم يضغط على زر مخصص مثل: "accepte"، "j'accepte l'offre"أو "ok". كما يمكن أن يتم القبول عبر البريد الإلكتروني ((email، حيث يعبر المستهلك عن موافقته من خلال رسائل إلكترونية، أو من خلال المحادثة أو المشاهدة المباشرة، كأن يتم التعبير عن القبول أثناء مكالمة مرئية أو صوتية باستخدام تطبيقات مثل "Messenger"مثلا.[2]

2- المحل: يقصد بالمحل هنا الشيء المبيع، وهو المحل التجاري الإلكتروني في هذه الحالة. ويخضع هذا الأخير للقواعد العامة المنظمة للبيع، حيث يُشترط أن يكون محل البيع معيّنًا أو قابلاً للتعيين، وأن ينطبق عليه وصف "المحل التجاري". كما يُشترط أن يشمل العقد العناصر الأساسية اللازمة لتكوين المحل التجاري، وعلى رأسها عنصر الاتصال بالعملاء. ويجب كذلك تحديد العناصر التي يترتب عليها امتياز البائع، وفقا لما نصّت عليه المادة 96 من القانون التجاري الجزائري.

3- السبب: يشترط في سبب استغلال المحل التجاري أن يكون مشروعا، وألا يخالف النظام العام أو الآداب العامة، وإلا كان العقد باطلًا. وقد نصّت المادة 96 من القانون

[1] بوشنافة جمال، **خصوصية التراضي في العقود الإلكترونية**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، المجلد 1، العدد 10، 2018، ص 135.

[2] محمد الصالح بن عمور، **التراضي الإلكتروني بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري**، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أحمد دراية أدرار، مجلد 18، عدد 1، مارس 2019، ص 373.

المدني الجزائري على ما يلي: "إذا كان محل الالتزام مخالفًا للنظام العام أو الآداب العامة، كان العقد باطلًا.[1]"

وعليه فإن بيع المحل التجاري الإلكتروني يخضع لنفس المبادئ العامة التي تحكم عقد البيع التقليدي، حيث يمكن إبرامه بوسائل مادية أو عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة.

في كلتا الحالتين، لا يختلف العقد الإلكتروني عن العقد العادي من حيث الأركان الأساسية وشروط الصحة، وإنما يكمن الاختلاف في وسيلة الإبرام، حيث يكتسب العقد طابعه الإلكتروني من الطريقة التي يُبرم بها.[2]

ثانيا- الشروط الشكلية: تعتبر الكتابة ركنًا شكليًا لا غنى عنه لانعقاد عقد بيع المحل التجاري الإلكتروني[3]. ويمكن تلخيص الشروط الشكلية في عنصرين أساسيين: الكتابة الرسمية والإشهار.

1- الكتابة الرسمية لعقد بيع المحل التجاري الإلكتروني: الأصل في العقود هو التراضي، أي تبادل المتعاقدين للتعبير عن إرادتهما دون الحاجة إلى إجراءات إضافية. وينطبق هذا المبدأ أيضًا على العقد الإلكتروني. غير أن الكتابة، في هذه الحالة، تُعد شرطًا للانعقاد وليس لمجرد الإثبات.

وفي العقود التقليدية، غالبًا ما تكون الكتابة في شكل ورقة رسمية يُحررها موثق أو محرر عقود. وينسحب هذا المبدأ كذلك على العقود الإلكترونية، مع مراعاة الطابع الخاص للوسائط الإلكترونية.

*وقد نصت المادة 6 من القانون رقم 18-**05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن:*

"يُبرم العقد الإلكتروني عن بُعد دون الحضور الفعلي للأطراف المتعاقدة."

---

[1] نادية فضيل، مرجع سابق، ص 203، 204.

[2] فاطمة الزهراء الملوكي وآخرون، المرجع السابق، ص 9، 10.

[3] محمود حباة، التركي باهي، **الشكلية في عقد البيع الالكتروني للاثبات أو الانعقاد**، دفاتر السياسة والقانون، جامعة العربي التبسي الجزائر، المجلد 14، العدد 1، 2022، ص24.

وبالتـالي، فـإن الشـكلية القانونيـة المتطلبـة لإبـرام العقـد تُسـتوفى عبـر المحـررات أو المستندات الإلكترونية، متى توفرت الشروط المحددة من قبل المشرّع[1].

ويعـزز هـذا التوجـه أيضًـا المـادة 6 مـن القـانون رقـم 15-04 المـؤرخ فـي 1 مـارس 2015، المتعلـق بالقواعـد العامــة للتوقيــع والتصــديق الإلكتــرونيين، حيــث ورد فيهــا: "يُســتخدم التوقيــع الإلكترونــي لتوثيــق هويــة الموقّــع، وإثبــات قبولــه لمضــمون الكتابــة الإلكترونية."

وقـد نـص المشـرع الجزائـري فـي المـادة 8 مـن القـانون رقـم 15-04 علـى مـا يلـي: "يُعتبر التوقيع الإلكتروني الموصوف وحده مماثلًا للتوقيع المكتوب، سواء كان صادراً عن شخص طبيعي أو معنوي.[2]"

كما اشترط المشرع تضمين بعض البيانات الإلزامية في العقود المتعلقة ببيع المحل التجاري، كما نصّت عليها المادة 79 من القانون التجاري الجزائري، وتتمثل هذه البيانات فيما يلي:

أ-**اسم البائع السابق**، وتاريخ ونوع السند الخاص بشرائه، إضافة إلى قيمة الشراء بالنسبة للعناصر المعنوية، البضائع، والمعدات؛

ب-**قائمة الامتيازات والرهون** المترتبة على المحل التجاري؛

ج-**رقم الأعمال** (Chiffre d'affaires)التي تم تحقيقها في كل سنة من السنوات الثلاث الأخيرة، أو منذ تاريخ الشراء إذا لم تتجاوز مدة الاستغلال ثلاث سنوات؛

د-**الأرباح الصافية** المحققة خلال نفس المدة؛

---

[1] مخطار ربيحة، فراوسن سيهام، **عقد البيع الإلكتروني وتطبيقاته في القانون الجزائري**، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022، ص 29، 30.

[2] القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 1 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 66، 20 ربيع الثاني 1436 الموافق لفبراير 2015.

هـ-بيانـات الإيجـار، إن وُجـد، مثـل تـاريخ العقـد، مدتـه، واسـم وعنـوان المـؤجّر أو المحيل.

و- الإشهار: أوجب المشرع الجزائري ضرورة إشهار العقود المتعلقة بالمحل التجاري – سواء تعلق الأمر بعمليات بيع أو رهن أو تأجير تسيير – وذلك طبقًا لما ورد في المادة 83 من القانون التجاري[1].

ويجب أن يتم الإشهار عبر الوسائل التالية:

-**النشرة الرسمية للإعلانات القانونية** (B.O.A.L)؛

- **شبكة الإنترنت**، من خلال المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف اليومية؛

- **تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، بما يشمل الصحافة الإلكترونية والمنصات الرقمية المعتمدة.[2]

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن بيع المحل التجاري

يتناول هذا الفرع الآثار القانونية الناتجة عن عملية بيع المحل التجاري، حيث خُصص **أولا**، لبيان الآثار المترتبة بالنسبة للبائع، في حين يعالج **ثانيا** الآثار المترتبة بالنسبة للمشتري..

أولا- الآثار المترتبة بالنسبة للبائع: تترتب على البائع، بموجب عقد بيع المحل التجاري، عدة التزامات قانونية، أهمها: **الالتزام بالتسليم، الالتزام بالضمان،** و**الالتزام بعدم التعرض.**

1- الالتزام بالتسليم: لم يُعرّف قانون رقم 18-05 صراحةً **الالتزام بالتسليم**، غير أن المبادئ العامة الواردة في **المادة 367 من القانون المدني الجزائري** تبيّن أن التسليم –

[1] سعدان صنية، سعدان ليلة، **النظام القانوني لعقد بيع المحل التجاري**، مذكرة ماستر، قانون خاص، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2018، ص34.

[2] حمادوش أنيسة، المرجع السابق، ص 74.

سواء في شكله التقليدي أو الإلكتروني – يتمثل في تمكين المشتري من حيازة الشيء المبيع والانتفاع به دون عائق.

ويُلزم المشرّع في العقود الإلكترونية بتحديد **مكان وزمان التسليم** بشكل واضح، نظراً لخصوصية هذا النوع من التعاقدات.[1]

وقد جاء في **القانون المدني الفرنسي**، وبالضبط في **المادة 1604**، أن التسليم يُقصد به: "نقل الشيء المبيع إلى سلطة وحيازة المشتري[2]."

أما المشرع الجزائري فقد نص في المادة 367 من القانون المدني على ما يلي:

"يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق."

ويختلف **تسليم المحل التجاري الإلكتروني** باختلاف طبيعة عناصره:

- فبالنسبة **للعناصر المادية**، فإن تسليمها يتم وفقًا للقواعد العامة، أي من خلال وضعها تحت تصرف المشتري.
- أما **العناصر المعنوية**، فيلتزم البائع بتسليم كافة **البيانات والمستندات المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني**، والتي تُمكّن المشتري من مواصلة الاتصال بالعملاء والمحافظة على العلاقة التجارية معهم.

---

[1] فقير سليمة، قزولي حسناء، مرجع سابق، ص 43.

[2] أمازوز لطيفة، **التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2011، ص 14.

كما يلتزم البائع أيضًا بتسليم المبيع في الأجل المتفق عليه بين طرفي العقد، وفي حال عدم وجود اتفاق صريح بشأن ذلك، يتعين أن يتم التسليم في لحظة إبرام العقد، أي وقت انعقاد البيع.[1]

2- الالتزام بالضمان: من الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق البائع في عقد بيع المحل التجاري، سواء في شكله التقليدي أو الإلكتروني، الالتزام بضمان العيوب الخفية. وقد نصت المادة 119 من القانون المدني الجزائري على هذا الالتزام بوضوح، حيث جاء فيها:

"يكون البائع ملزمًا بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهّد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به، بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استغلاله.

ويكون البائع ضامنًا لهذه العيوب ولو لم يكن على علم بوجودها، غير أن الضمان لا يشمل العيوب التي كان المشتري عالمًا بها وقت البيع، أو كان في مقدوره أن يطلع عليها بفحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع قد أكد له خلو المبيع من هذه العيوب أو أنه تعمّد إخفاءها غشًا[2]".

من خلال تحليل هذه المادة، يُستخلص أن ضمان العيوب الخفية يتطلب تحقق الشروط التالية:

- أن تكون العيوب خفية، أي غير ظاهرة ولا يمكن اكتشافها بالفحص العادي؛
- أن تكون موجودة في المبيع وقت البيع أو وقت التسليم؛
- أن تكون **منقصة من قيمة الشيء المبيع أو منفعته** وفقًا للغرض المتفق عليه أو المفترض استعماله فيه.

---

[1] بن جفال، أماني، مقلاتي خولة، مرجع سابق، ص 53.

[2] المادة 119 من الأمر رقم75/58، مصدر سابق.

وفـي سياق بيـع المحـل التجـاري الإلكترونـي، تبـرز عناصـر معنويـة **مثـل** الاتصـال بالعملاء **و**السمعة التجارية كأصول جوهرية في هذا النوع من البيـع، ومن ثم فإن الإخلال بها يُعد من قبيل العيوب الخفية التي توجب ضمان البائع.

وبالتالي، يلتزم البائع في مواجهة المشتري بضمان كل عيب خفي قد يؤثر سلبًا على حق هذا الأخير في الاتصال بـالعملاء أو فـي استغلال السمعة التجاريـة للمحل. ويشمل الضـمان أيضًـا العيـوب التـي، لـو علـم بهـا المشـتري، لمـا أقدم علـى إبـرام العقـد، خاصـة بالنظر إلى الطبيعة الخاصة للمحل التجاري الإلكتروني.

3- الالتـزام بعـدم التعـرض: إن الالتزام بعدم التعرض من الالتزامـات الجوهريـة التـي يتحمّلها بـائع المحـل التجاري، حيث يتعين عليـه الامتنـاع عن القيام بـأي فعل من شأنه الإضـرار بحقوق المشتري أو المساس بحيازتـه أو انتفاعـه بالمحـل التجاري، سواء تم هذا التعرض من قبله شخصيا أو عن طريق الغير.

وقد يأخذ التعرض طابعًا قانونيًا، كأن يقوم البـائع بـإبرام عقد بيـع جديد لذات المحل التجاري مع شخص آخر، ما يؤدي إلى نزاع حول الملكية. كما يمكن أن يكون التعرض **ماديًا**، كأن يعمد البـائع إلـى فتح محل تجاري إلكترونـي مماثل أو مشـابه للمحل المبـاع، الأمـر الـذي يترتـب عنـه إضـعاف القـدرة التنافسـية للمشـتري وحرمانـه مـن الاسـتفادة مـن عنصـر الزبـائن والشـهرة التجاريـة، ممـا يـؤدي بالنتيجـة إلـى انخفـاض القيمـة الاقتصـادية للمحل التجاري[1].

ثانيـا- الآثـار المترتبـة علـى المشـتري: تترتـب علـى المشتري عدة التزامات بعد إبرام عقد بيع المحل التجاري، وتتمثل أساسًا في:

- الالتزام باستلام المحل التجاري؛
- الالتزام بدفع الثمن؛

[1] زحزاح محمد، **محاضرات في القانون التجاري: التاجر، الأعمال التجارية، المحل التجاري**، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي آفلو، 2023/2022، ص 95، 96.

- **الالتزام بتحمل مصاريف العقد.**

1- الالتزام باستلام المحل التجاري: يتحمل المشتري واجب استلام المحل التجاري ضمن المواعيد التي تم الاتفاق عليها صراحة في العقد. وتُفيد القاعدة العامة بأن الاستلام يتم بمجرد إبرام العقد، ما لم يتفق الطرفان على خلاف ذلك.

وفي حال امتنع المشتري عن تنفيذ التزامه بالاستلام، يكون للبائع الحق في الرجوع إلى القضاء **بطلب** التنفيذ العيني للعقد، **أو** فسخه، بالإضافة إلى طلب التعويض عن أي ضرر لحق به نتيجة هذا الامتناع.

كما يمكن للبائع أن يطلب فسخ البيع إذا كان هناك اتفاق بين الطرفين على أن يتم الاستلام في ذات الوقت الذي يتم فيه دفع الثمن، وامتنع المشتري عن تنفيذ التزامه.[1]

2- الالتزام بدفع الثمن: يقع على المشتري أيضًا التزام جوهري يتمثل في دفع الثمن المتفق عليه، وذلك وفقًا للزمان والمكان المحددين في العقد.

ويُعد هذا الالتزام من الركائز الأساسية لعقد بيع المحل التجاري، حيث يتعين على المشتري أن يسدّد الثمن بالشروط المحددة في العقد، سواء تعلق الأمر بطريقة الدفع أو آجاله أو تفاصيله المالية.[2]

3- الالتزام بدفع نفقات العقد: يلتزم المشتري، بالإضافة إلى دفع الثمن، بتحمل جميع النفقات المرتبطة بإبرام عقد بيع المحل التجاري، ما لم ينص القانون أو العقد على خلاف ذلك.

وقد نصت المادة 393 من القانون المدني الجزائري على ما يلي:

---

[1] سهلي بحر الندى، مرجع سابق، ص 21.

[2] هجرسي فايزة، مساهل سماح، **بيع المحل التجاري في القانون التجاري الجزائري**، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2023/2022، ص 43.

"تكون نفقات التسجيل والطابع ورسوم الإعلان العقاري والتوثيق وغيرها على عاتق المشتري، ما لم توجد نصوص قانونية تقضي بغير ذلك[1]."

ومن خلال هذه المادة، يتضح أن نفقات العقد تقع مبدئيًا على عاتق المشتري، وتشمل هذه النفقات:

- مصاريف تحرير العقد والتصديق على الإمضاءات؛
- رسوم الإشهار والتسجيل؛
- مصاريف نقل الملكية التي تتحصل عليها إدارة الضرائب نتيجة عملية بيع المحل التجاري، بما في ذلك المحل التجاري الإلكتروني.
- الضرائب المفروضة بمناسبة البيع.
- نفقات صيانة المحل واستغلاله.

وباعتبار أن عملية بيع المحل التجاري الإلكتروني تخضع لإجراءات الإشهار والتقييد المنصوص عليها في القانون التجاري، فإن إدارة الضرائب تكون على علم بتلك العملية، ويُطلب من المشتري تنفيذ جميع الإجراءات القانونية المترتبة عنها.

وفي حال تولى البائع أداء نفقات العقد نيابة عن المشتري، فإنه يملك حق الرجوع عليه بما أنفقه، باعتبار أن المشتري هو من يتحمّل هذه النفقات وفقا للقانون.[2]

المطلب الثاني: تقديم المحل التجاري الإلكتروني كحصة في شركة

من بين التصرفات القانونية التي يمكن أن ترد على المحل التجاري، إمكانية تقديمه كحصة في رأس مال شركة، ويُعتبر هذا التصرف مشروعًا بموجب القواعد العامة، حيث يحق للشريك أن يساهم في تأسيس الشركة بأموال نقدية أو عينية.

ويعد المحل التجاري من الأموال المنقولة المعنوية التي يجوز تقديمها كحصة في شركة، سواء على سبيل التمليك أو الانتفاع. وبناءً على ذلك، يمكن اعتبار تقديم المحل

[1] المادة 393 من الأمر رقم 75/58، مصدر سابق.

[2] نادية فضيل، المرجع السابق، ص 221.

التجاري الإلكتروني كحصة في شركة أحد أوجه استغلاله الاقتصادي، ويخضع في هذه الحالة للإجراءات والضمانات القانونية الخاصة بحماية حقوق الشركاء والغير.[1]

الفرع الأول: شروط تقديم المحل التجاري كحصة في شركة

وقد قسمنا هذا الفرع إلى قسمين الأول حول الشروط الموضوعية لتقديم المحل التجاري كحصة في شركة والقسم الثاني حول الشروط الشكلية له.

أولا: الشروط الموضوعية لتقديم المحل التجاري كحصة في شركة

يعتبر تقديم المحل التجاري كحصة في شركة تصرفًا قانونيًا إراديًا، ويستلزم توافر الشروط الموضوعية العامة للتصرفات القانونية، وهي:

1. **الأهلية القانونية:** يجب أن يكون الشريك المقدم لحصة المحل التجاري متمتعًا بأهلية كاملة للتصرف في المال، أي أن يكون راشدًا وغير محجور عليه، كما يمكن أن يكون قاصرًا مرشدًا إذا كان مخولًا قانونًا بممارسة النشاط التجاري وفقًا لأحكام القانون التجاري الجزائري.
2. **الرضا السليم الخالي من العيوب:** يجب أن يصدر التصرف بإرادة حرة وخالية من العيوب كالإكراه أو التدليس أو الغلط.
3. **المحل المشروع:** يجب أن يكون المحل التجاري المراد تقديمه مشروعًا وقائمًا قانونًا، ومملوكًا للشريك، وخاليًا من النزاعات القانونية أو الحقوق المقيدة.
4. **السبب المشروع:** لا بد أن يكون الغرض من تقديم المحل التجاري كحصة في الشركة مشروعًا ومطابقًا لقانون تأسيس الشركات[2].

[1] سهيلة بوساحة، "**المحل التجاري الإلكتروني بين القواعد العامة والتقنيات الحديثة**"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 12، جامعة قسنطينة، 2022، ص23.

[2] بلعيد واسيلة، بلعيد صونية، مرجع سابق، ص 27.

ثانيا: الشروط الشكلية لتقديم المحل التجاري كحصة في شركة

يشترط المشرع الجزائري لتحقيق صحة تقديم المحل التجاري كحصة في شركة، اتباع جملة من الإجراءات الشكلية، وذلك بالنظر إلى الطبيعة الخاصة لهذا المحل، الذي يضم عناصر مادية ومعنوية.

1- تطبيق إجراءات بيع المحل التجاري:

بما أن تقديم المحل التجاري قد يتم على سبيل التمليك، فإن أحكام عقد البيع تسري على هذا التصرف. أما في حال تقديمه على سبيل الانتفاع، فإن أحكام عقد الإيجار هي التي تطبق، وذلك وفقًا لما نصت عليه المادة 422 من القانون المدني الجزائري.

نظرًا لاختلاف طبيعة عناصر المحل التجاري، تنقسم هذه العناصر إلى:

- **عناصر معنوية:** كعنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية والعلامة التجارية، ويشترط **تقييم كل عنصر على حدة** حسب قيمته السوقية، ويتم هذا التقييم من قبل **مفوض الحصص.**
- **عناصر مادية:** كالمعدات والسلع، ويشترط أن تكون موجودة وقابلة للتقييم.

2- ضرورة الشكل الرسمي للعقد:

نص المشرع الجزائري في المادتين 79 و544 من القانون التجاري على ضرورة إبرام عقد تأسيس الشركة في شكل رسمي، وإلا يكون العقد باطلاً. وتُعتبر هذه الشكلية من النظام العام، ويجب احترامها في حالة تقديم المحل التجاري كحصة في رأس مال الشركة.

ويشترط أن يتضمن العقد البيانات الإلزامية التالية:

أ- اسم الشريك مقدم الحصة.

ب- تاريخ سند الشراء الخاص بالمحل التجاري.

ج- نوع العناصر المقدّمة وقيمتها التقديرية.

د- بيان الأعمال والأرباح التي حققها المحل التجاري خلال السنوات الثلاث الأخيرة، أو منذ تاريخ شراء المحل إن لم يتجاوز استغلاله ثلاث سنوات.

3- نقل حقوق الملكية الفكرية والصناعية:

عند احتواء المحل التجاري على عناصر محمية بموجب قوانين الملكية الصناعية أو الفكرية (كالعلامات التجارية أو براءات الاختراع)، يجب اتباع الإجراءات القانونية لنقل هذه الحقوق رسميًا إلى ذمة الشركة، وفقًا للقوانين الخاصة بتنظيم الملكية الفكرية والتجارية.[1]

تُعد الكتابة الإلكترونية شرطًا جوهريًا لصحة العقد، إذ تتم عبر إدخال البيانات في وحدات معالجة مركزية، وتشمل هذه البيانات الإلزامية ما يماثل تلك المطلوبة في العقود التقليدية الخاصة بالمحل التجاري الكلاسيكي. أما بخصوص الإشهار الإلكتروني، فيتم وفقًا لما نصت عليه المادتان 3 و5 من المرسوم التنفيذي رقم 16-136، حيث يُلزم كل تاجر بتمكين الغير من الاطلاع على محتوى العمليات التأسيسية للشركة، أو أي تصرف قانوني يرد على المحل التجاري، سواء كان ذلك عبر الوسائل المادية أو الإلكترونية.

بالتالي، فإن تقديم المحل التجاري الإلكتروني كحصة في شركة يتم بناءً على نقل ملكية الموقع الإلكتروني، وذلك إما عن طريق البيع التقليدي **أو** البيع عبر وسائل إلكترونية[2].

[1] سهلي بحر الندى، المرجع السابق، ص ص 31، 34.

[2] بن جفال أماني، مقلاتي خولة، المرجع السابق، ص 60.

الفرع الثاني: آثار تقديم المحل التجاري كحصة في شركة

قسمنا هذا الفرع إلى ثلاثة عناصر، الأول حول التزامات صاحب المحل التجاري، الثاني حول التزامات الشركة، والثالث حول التزامات الغير.

أولا: التزامات صاحب المحل التجاري

بموجب المادة 165 من القانون المدني الجزائري، تنتقل ملكية المحل التجاري الإلكتروني إلى الشركة بمجرد إبرام عقد التقديم، وذلك باعتباره مالاً منقولًا معنويًا. ويترتب على هذا النقل جملة من الالتزامات على عاتق صاحب المحل التجاري، وأهمها:

1- الالتزام بالتسليم:

يقوم صاحب المحل بتسليم المحل التجاري الإلكتروني إلى الشركة، ويُقصد بالتسليم هنا تمكين الشركة من الحيازة والانتفاع بجميع العناصر المتفق عليها في عقد التقديم. ويتم ذلك وفقًا للقواعد العامة المتعلقة بتسليم الشيء المبيع الواردة في القانون المدني.

يحدد مكان وزمان التسليم بناءً على ما تم الاتفاق عليه في العقد. أما في حال عدم وجود اتفاق صريح، فإن التسليم يُعد قد تم بمجرد إتمام العقد الإلكتروني.

2- الالتزام بالضمان:

يقدم المحل التجاري كحصة في شركة ملتزمًا بضمانات مماثلة لتلك التي يلتزم بها البائع تجاه المشتري، وذلك وفقًا للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني. ومن هذا المنطلق، يلتزم مقدم الحصة بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يُنقص من انتفاع الشركة بالمحل التجاري أو يُلحق الضرر به، كما يُمنع عليه التسبب في تعرض الغير للشركة سواء من حيث الملكية أو حق الانتفاع.[1]

---

[1] حساني طارق، بهلول عبد الكريم، **المحل التجاري والتصرفات الواردة عليه في القانون الجزائري**، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2017/2016، ص 75.

كما يشمل هذا الضمان أيضًا العيوب الخفية، أي تلك العيوب غير المعروفة للشركة وقت التعاقد والتي قد تؤثر على استخدام المحل التجاري أو تقلل من قيمته، ويُسأل مقدم الحصة عنها إذا ثبت وجودها بعد إبرام العقد.

ثانيا: التزامات الشركة

في مقابل تقديم المحل التجاري كحصة في الشركة، تلتزم هذه الأخيرة بعدة التزامات قانونية تجاه مقدم الحصة، نُبرزها فيما يلي:

1- الالتزام باستلام المحل التجاري المقدم كحصة:

بما أن مقدم الحصة مُلزم بتسليم المحل التجاري إلى الشركة، فإن هذه الأخيرة تُصبح بدورها **ملزمة باستلامه** فور وضعه تحت تصرفها، ويبدأ هذا الالتزام من لحظة شروع الشركة في الانتفاع بالمحل التجاري، كونه منقولًا معنويًا.

ويتم التسلم في المكان والزمان المتفق عليه بين الطرفين، أما في حالة عدم وجود اتفاق صريح، فإن الاستلام يُعد واقعًا بمجرد إبرام العقد، طبقًا للضوابط القانونية المعمول بها.[1]

2- الالتزام بتسديد نفقات عقد الإسهام:

تتحمل الشركة نفقات عقد تقديم المحل التجاري كحصة، وذلك اتجاه مقدم الحصة، أسوةً بالتزام المشتري بتحمل نفقات عقد البيع في إطار بيع المحل التجاري. وتشمل هذه النفقات ما يتعلق بتحرير العقد، ورسوم التسجيل، والإشهار، وأي رسوم أخرى مترتبة على نقل ملكية أو انتفاع الشركة بالمحل.

[1] حساني طارق، بهلول عبد الكريم، مرجع سابق، ص 75، 76.

تؤكد المادة 393 من القانون المدني الجزائري على أن "نفقات التسجيل والطابع ورسوم الإعلان والتوثيق وغيرها تقع على عاتق المشتري، ما لم تنص نصوص قانونية أخرى على خلاف ذلك.[1]

ثالثا: التزام الغير

لا يجوز لصاحب المحل التجاري تقديم حصة مثقلة بالديون، بل يجب عليه ضمان خلو الحصة من أي أعباء مالية أو ديون. وقد نص المشرع الجزائري في المادة 117 من القانون التجاري على الأحكام الخاصة بتقديم المحل التجاري كحصة في شركة، حيث يلتزم مقدم الحصة—أي الطرف الغير—باتخاذ كافة التدابير اللازمة لضمان أن يكون المحل المقدم خاليًا من الديون والرهون، حمايةً لحقوق مقدم الحصة، خاصةً بالنظر إلى وضعية شركاء الشركة التي ستتسلم الحصة.

ففي حال كانت الشركة قد استلمت الحصة مثقلة بالديون، ولم تستطع الوفاء بجميع التزاماتها تجاه الدائنين نتيجة عدم كفاية قيمة المحل لسداد تلك الحقوق، فإن هذا يترتب عليه مخاطر قانونية ومالية على مقدّم الحصة.[2]

[1] صليحة لطرش، "**النظام القانوني للمحل التجاري الإلكتروني في القانون الجزائري**"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2021، ص66.

[2] عبد الله فاطيمة قارس، إبتسام، مرجع سابق، ص 52.

المبحث الثاني: التصرفات المتعلقة باستغلال المحل التجاري الإلكتروني

يعتبر المحل التجاري الإلكتروني الشكل المتطور للمحل التجاري التقليدي، حيث يتألف من عناصر مادية ومعنوية، ويحتفظ بطابعه التجاري، إذ يُمارَس فيه النشاط التجاري ذاته كالذي يمارس في المحل التجاري التقليدي.

ويُثير هذا الموضوع إشكالية قانونية حول مدى إمكانية تطبيق نفس التصرفات القانونية المقررة للمحل التجاري التقليدي على المحل التجاري الإلكتروني، بالنظر إلى طبيعته الرقمية وخصائصه الفنية.

وبناء على ذلك سيتناول هذا المبحث بالتحليل جملة من التصرفات القانونية المرتبطة باستغلال المحل التجاري الإلكتروني، وذلك من خلال ثلاثة مطالب: ففي **المطلب الأول،** سنتناول إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني، أما **المطلب الثاني** فسيتطرق إلى عقد إيواء المحل التجاري الإلكتروني، في حين يخصص **المطلب الثالث** لدراسة رهن المحل التجاري الإلكتروني.

المطلب الأول: إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني

إيجار المحل التجاري هو عقدًا يمنح من خلاله المؤجر للمستأجر، الذي يُسمى المسير، الحق في استغلال المحل التجاري باسمه ولمصلحته الشخصية، لمدة محددة مقابل أجر معلوم. ويخضع هذا العقد لأحكام المواد من 203 إلى 214 من الأمر رقم 75-59 المتعلق بالقانون التجاري الجزائري، إضافة إلى خضوعه للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون التجاري، وكذا القواعد العامة الواردة في القانون المدني الجزائري. [1]

وقد عرف المشرع الجزائري تأجير التسيير في الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، في نص المادة 203 الفقرة الأولى كما يلي:

"يخضع للأحكام التالية، وذلك بالرغم من كل شرط مخالف وكل عقد أو اتفاق يتنازل بموجبها المالك أو المستغل لمحل تجاري عن كل أو جزء من تأجيره لمسير بقصد استغلاله على عهدته."

وقد تناولنا في هذا المطلب شروط عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني في الفرع الأول، أما الفرع الثاني فقد خُصص لآثار عقد إيجار التسيير.

الفرع الأول: شروط عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني

يخضع عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني، على غرار باقي العقود، لشروط موضوعية وشروط شكلية.

أولا: الشروط الموضوعية العامة: تشمل التراضي، المحل، السبب، والأهلية القانونية.

ثانيا: أما الشروط الموضوعية الخاصة: فقد نص عليها المشرع الجزائري في المادة 205 من القانون التجاري كما يلي: "يجب على الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الذين يمنحون إيجار التسيير، أن يكونوا قد مارسوا التجارة أو امتهنوا الحرفة لمدة خمس سنوات، أو مارسوا لنفس المدة أعمال مسير أو مدير تجاري أو تقني، واستغلوا لمدة سنتين على الأقل المتجر الخاص بالتسيير."

يتضح من نص المادة أن المشرع الجزائري اشترط توفر شرطين أساسين:

1. ممارسة التجارة أو مهنة المسير لمدة لا تقل عن خمس سنوات.
2. استغلال المحل التجاري موضوع التسيير لمدة لا تقل عن سنتين.

كما يجوز تقليص أو إلغاء المهلة المحددة قانونًا بموجب أمر يصدر عن رئيس المحكمة المختصة، بناءً على طلب من الطرف المعني، وذلك وفقًا لما نصت عليه المادة 206 من القانون التجاري الجزائري.[1]

[1] المادة 206 من الأمر رقم 75-59، مصدر سابق.

ويعتبر عقد إيجار تسيير المحل التجاري من العقود الشكلية التي تتطلب الرسمية والإشهار. وقد نصت الفقرة الثالثة من المادة 203 من القانون التجاري على أنه يجب تحرير كل عقد تسيير في شكل رسمي، وأن يُنشر خلال خمسة عشر (15) يومًا من تاريخ إبرامه في شكل مستخرج أو إعلان في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، وكذلك في جريدة مختصة بالإعلانات القانونية.[1]

وعليه، يُسأل المؤجر (مالك المحل التجاري) عن الديون التي يبرمها المستأجر – المسير– نتيجة استغلاله للمحل، وذلك خلال فترة ستة (6) أشهر من تاريخ نشر عقد إيجار التسيير.[2]

وقد أكدت المادة 324 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري على أن العقود التي يشترط القانون إخضاعها للشكل الرسمي، تكون باطلة في حال مخالفة هذا الشرط، وتشمل هذه العقود: نقل ملكية العقارات أو الحقوق العقارية، المحلات التجارية أو الصناعية، أو أي عنصر من عناصرها، أو التنازل عن الأسهم أو الحصص في الشركات، إضافة إلى عقود الإيجار الزراعية أو التجارية، وكذا عقود تسيير المحلات التجارية أو المؤسسات الصناعية، والتي يجب أن تُبرم في شكل رسمي.

كما يجب أن يتم دفع الثمن لدى الضابط العمومي الذي قام بتحرير العقد، ويخضع إشهار عقد التسيير لثلاث مراحل أساسية:

1.نشر العقد خلال خمسة عشر (15) يومًا من تاريخ تحريره في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، وكذا في جريدة وطنية مختصة في الإعلانات القانونية.

2.تسجيل المستأجر – المسير في السجل التجاري خلال أجل لا يتعدى شهرين، مع ضرورة التصريح بصفته كمسير.

[1] شريط وسيلة، المرجع السابق، ص 111.

[2] زايدي خالد، **مسؤولية بائع أو مؤجر التسيير الحر**، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، دون سنة، ص 125.

3.تطبيق نفس الإجراءات على المحل التجاري الإلكتروني، مع احترام مدة التسجيل وشروطه، وذلك بما لا يتعارض مع القواعد المقررة من قبل جهة التسجيل.

يُعدّ حق التأجير من العناصر المعنوية في المحل التجاري التقليدي، وينسحب هذا الحق ليشمل أيضًا حق إشغال الموقع الإلكتروني باعتباره محلًا تجاريًا إلكترونيًا.[1]

الفرع الثاني: آثار عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني

بمجرد إبرام عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني وتوافر كافة الشروط القانونية اللازمة، تترتب عليه آثار قانونية تطال كلا من المؤجر والمستأجر (المسير) وكذلك الغير. وتُعد هذه الآثار التزامات متبادلة، والإخلال بها قد يؤدي إلى بطلان العقد.

أولًا: التزامات المؤجّر

وتتمثل في:

- تسليم المحل التجاري الإلكتروني موضوع العقد، بما يشمل جميع عناصره المادية والمعنوية.
- بالنسبة لعناصر الملكية الصناعية، يتم التسليم عن طريق إبرام عقد استغلال وفقًا للقواعد القانونية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية والصناعية.
- تسليم قاعدة البيانات الخاصة بالعملاء والموردين الإلكترونيين، والوثائق المتعلقة بهم.
- الالتزام بعدم المنافسة: حيث يتوجب على المؤجر عدم مزاولة أي نشاط منافس من شأنه الإضرار بالمستأجر، ويُدرج شرط عدم المنافسة ضمن بنود العقد لضمان حماية حقوق المسير.

[1] عبد الله فاطيمة، قارس ابتسام، المرجع السابق، ص 56.

- صيانة المحل التجاري وإجراء الإصلاحات الضرورية، ما لم يتم الاتفاق خلافًا لذلك. وغالبًا ما تُلقى مسؤولية الصيانة على عاتق المؤجر.

ثانيًا: التزامات المستأجر (المسير)

وتتمثل في:

1-الحفاظ على المحل التجاري واستخدامه بعناية، بما يضمن سلامته وتجديده بشكل دائم.

2-اكتساب صفة التاجر: ويُشترط لذلك أن تتوافر فيه الأهلية التجارية.

3-دفع بدل الإيجار: وغالبًا ما يتم تحديده باتفاق الطرفين ضمن عقد الإيجار.

4-وفقًا للمادة 209 من القانون التجاري الجزائري، تنشأ ديون في ذمة المستأجر – المسير – ابتداءً من تاريخ بداية عقد التسيير، وتتحمل هذه الديون مدة ستة (6) أشهر من تاريخ نشر العقد في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.

خلال هذه المدة، يُسأل مالك المحل التجاري بالتضامن مع المستأجر المسير عن الديون الناشئة عن استغلال المحل بموجب عقد التسيير.

منح المشرّع الجزائري للدائنين (الغير) حق رفع دعوى قضائية أمام محكمة دائرة موقع المحل التجاري ضد المؤجّر، وذلك للمطالبة بديونهم إذا ما ألحق عقد تأجير تسيير المحل ضررًا بمصالحهم، ويُشترط في ذلك أن تتم مباشرة الدعوى خلال أجل ثلاثة (3) أشهر **من** تاريخ نشر عقد التأجير في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، **وإلا** سقط حقهم في رفع الدعوى.

وعليه، يمكن القول إن هذه الالتزامات تسري أيضًا على المحل التجاري الإلكتروني، بالرغم من تمتّعه بالشخصية المعنوية، إذ لا يُعقل أن يُقدم مالك المحل الإلكتروني على

وضع محله بين يدي مسيّر يفتقر إلى الكفاءة والمؤهلات اللازمة لإدارته، لما قد يترتب عن ذلك من انخفاض في قيمة المحل وتهديد لمكانته الإلكترونية.[1]

المطلب الثاني: عقد إيواء المحل التجاري الإلكتروني ورهن المحل التجاري الإلكتروني

إن عقد الإيواء أحد العقود الحديثة التي ظهرت مع تطور التجارة الإلكترونية، ويقصد به الاتفاق بين مالك الموقع أو المتجر الإلكتروني ومزود خدمة الاستضافة لاحتضان وتشغيل المحل التجاري الإلكتروني على خوادمه. ويُعتبر هذا العقد أساسياً لضمان ظهور الموقع واستمرارية نشاطه عبر الإنترنت، مما يضفي عليه طابعاً تقنياً وقانونياً خاصاً يتماشى مع متطلبات البيئة الرقمية ويستوجب تنظيمه لحماية مصالح الأطراف المتعاقدة.

الفرع الأول: عقد إيواء المحل التجاري الإلكتروني

يعتبر عقد الإيواء المعلوماتي من العقود الحديثة، ويُبرم بين طرفين: متعهد الإيواء **و**مستخدم شبكة الإنترنت، يلتزم من خلاله متعهد الإيواء بوضع جزء من أجهزته وموارده المعلوماتية في خدمة المستخدم، وذلك بتمكينه من الوصول إلى المحتوى المعلوماتي عن طريق تخصيص مساحة على القرص الصلب لجهاز الحاسوب الخاص بمتعهد الإيواء، **مقابل أجر** يُلتزم المستخدم بدفعه.

وقد عرفه الفقه القانوني بأنه: عقد من عقود تقديم الخدمات، يقوم فيه متعهد الإيواء بوضع بعض إمكانياته التقنية تحت تصرف المستخدم، ويمنحه إمكانية إنشاء عنوان إلكتروني، ومنه يمكن للمستخدم أن يُدير محتوى موقعه الإلكتروني بحرية.

ويُعتبر هذا العقد وسيلة لتمكين المستخدم من تخصيص موقع إلكتروني ((Webيُتاح عبر جهاز الحاسوب المتصل بالشبكة. كما اعتُبر أيضًا أنه عقد يضع مقدم خدمة

[1] بن جفال أماني، مقلاتي خولة، المرجع السابق، ص 71.

الإنترنت بعض تجهيزاته المعلوماتية تحت تصرف المستخدم، كأن يُخصص له صندوقًا للرسائل الإلكترونية أو مساحة رقمية.

وعليه، فإن متعهد الإيواء ومستخدم شبكة الإنترنت **يُشكّلان طرفي** عقد الإيواء المعلوماتي، وتُعد خدمة الإيواء بموجب هذا العقد نشاطًا تقنيًا تجاريًا يُمارسه شخص طبيعي أو معنوي، يتولى من خلاله تخزين المواقع الإلكترونية على الحاسوب الخادم ((serverبشكل مباشر ودائم، مقابل أجر يتفق عليه الطرفان.

وتُوضع بموجب هذا العقد الوسائل التقنية والمعلوماتية تحت تصرف العملاء، لتمكينهم من نشر وتوزيع محتوياتهم الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.

وقد ذهب جانب من الفقه القانوني إلى تكييف عقد الإيواء المعلوماتي على أنه عقد إيجار، استنادًا إلى أن متعهد الإيواء يُمكّن مستخدم الشبكة من الانتفاع بالأجهزة المعلوماتية التي يملكها، مع احتفاظه بملكية هذه الأجهزة.

كما يلتزم متعهد الإيواء، إضافة إلى التزامه الأصلي، بتقديم خدمات تبعية، من بينها: المساعدة الفنية، وخدمة البريد الإلكتروني، وخدمات الدعم، إلا أن التزامه الأساسي يتمثل في توفير حيز من القرص الصلب للمستخدم، إذ لا ينعقد العقد دونه.[1]

بالتالي، فإن عقد الإيواء المعلوماتي هو عقد يُبرم بين مقدم خدمة الإيواء وأصحاب المواقع الإلكترونية، يُتيح بموجبه مساحة معلوماتية محددة على أحد أجهزته، مقابل بدل مالي يُتفق عليه بين الطرفين. وبهذا يكون متعهد الإيواء بمثابة المؤجّر، في حين يُعتبر صاحب الموقع الإلكتروني هو المستأجر[2].

---

[1] حسين عبيد شعواط، عبد المهدي كاظم ناصر، **عقد الإيواء المعلوماتي**، كلية القانون، جامعة القادسية، العراق، 2015، ص ص 6-8.

[2] كاظم جابر حسين الشمري، **التكييف القانوني لعقد إيواء المواقع الإلكترونية**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2020، ص 14، 15.

الفرع الثاني: رهن المحل التجاري الإلكتروني

يعتبر رهن المحل التجاري الإلكتروني من التصرفات الرسمية التي تهدف إلى الحصول على الائتمان، إذ يُمنح الدائن المرتهن ضمانًا مالياً من خلال الحقوق المرهونة، سواء أكان الرهن رهنًا رسميًا أو حيازيًا.

وقد نصت المادة 118 من القانون التجاري الجزائري، في فقرتها الثانية، على ما يلي: "لا يخول رهن المحل التجاري للدائن المرتهن الحق في التنازل عنه مقابل له من ديون ولا تسديد لها[1]."

ويُفهم من ذلك أن المشرّع قد قيد صلاحيات الدائن المرتهن، بحيث لا يُمكن له أن يُقرّ التصرف بالمحل التجاري المرهون أو المقايضة به كبديل عن استيفاء الدين. وتكمن أهمية هذا التقييد في حماية مالك المحل التجاري الإلكتروني من تعسف بعض الدائنين في استغلال العقد، وكذلك في تأمين استقرار النشاط التجاري الإلكتروني.

أولا: إنشاء رهن المحل التجاري الإلكتروني

نظم المشرع الجزائري رهن المحل التجاري من خلال المواد 118 إلى 122 من القانون التجاري، والتي تعالج أحكام الرهن الحيازي للمحل التجاري، كما تناول رهن **الأدوات** والمعدات الخاصة بتجهيز المحل التجاري ضمن المواد 151 إلى 168، بينما تضمنت المواد 123 إلى 150 الأحكام المشتركة بين بيع المحل التجاري ورهنه الحيازي، وذلك وفقًا لما ورد في المادة 120 من القانون التجاري[2].

ويشترط لإنشاء رهن على المحل التجاري أن يكون الراهن مالكًا له، ويملك أهلية التصرف فيه. وبما أن الرهن عقد كسائر العقود، فهو يخضع للشروط الموضوعية المعروفة وهي: الرضا، المحل، والسبب، بالإضافة إلى شروط شكلية إلزامية فرضها القانون، أبرزها وجوب تحرير عقد رسمي، وتسجيله خلال ثلاثين يومًا من تاريخ العقد

[1] المادة 118 من القانون رقم 59-75، مصدر سابق.

[2] الأمر رقم 75-59، مصدر سابق.

التأسيسي. ويترتب على الإخلال بهذا الشرط بطلان العقد، وهو ما يمكن لأي طرف ذي مصلحة، بما في ذلك المدين ذاته، أن يتمسك به[1]، طبقًا لما تنص عليه المادة 121 من القانون التجاري التي جاء فيها:

"يجب إجراء القيد خلال ثلاثين يوما من تاريخ العقد التأسيسي، تحت طائلة البطلان[2]."

فعقد رهن المحل التجاري الإلكتروني من العقود الشكلية التي أحاطها المشرع بقواعد دقيقة لضمان حماية الائتمان والثقة في المعاملات التجارية، إذ سمح للتاجر برهن محله دون نقل حيازته الفعلية، بهدف الحصول على قرض مضمون من الغير.

وبما أن المحل التجاري الإلكتروني يمثل مالاً منقولاً معنوياً، فإن رهنه لا يتحقق إلا بتوافر العناصر الأساسية المكونة له، سواء كانت مادية أو معنوية، وعلى وجه الخصوص عنصر الاتصال بالعملاء والشهرة التجارية، كما نصت على ذلك المادة 78 من القانون التجاري الجزائري[3].

تنص المادة 119 من القانون التجاري الجزائري على العناصر التي يشملها الرهن الحيازي للمحل التجاري، والتي تتمثل في: عنوان المحل، الاسم التجاري، حق الإيجار، عنصر الاتصال بالعملاء، الشهرة التجارية، المعدات والآلات المستخدمة في استغلال المحل التجاري، براءات الاختراع، الرخص، العلامات التجارية، وحقوق الملكية الصناعية والأدبية المرتبطة بالمحل.

---

[1] شريط وسيلة، مرجع سابق، ص 14.

[2] المادة 121 من الامر رقم 75/59، مصدر سابق.

[3] خالد أمين عبد الله، **القانون التجاري: الأعمال التجارية والتاجر والمتجر**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 34.

ومن خلال هذا النص، يتضح أن المشرع قد حدد بشكل حصري هذه العناصر، دون أن يدرج عنصر البضائع ضمن ما يمكن أن يشمله الرهن الحيازي للمحل التجاري[1].

وقد نظم المشرع الجزائري الأحكام المشتركة بين بيع المحل التجاري ورهنه في المواد من 123 إلى 146، وتهدف هذه النصوص إلى تحقيق توازن دقيق بين مصلحة المدين الذي يرغب في الاستمرار في نشاطه التجاري، ومصلحة الدائن المرتهن الذي يفتقد إلى ضمان الحيازة الفعلية للشيء المرهون، كما تعمل هذه الأحكام على حماية الغير حسن النية الذي قد يُخدع بعدم انتقال الحيازة فيجهل وجود الرهن، وذلك من خلال تنظيم عملية شهر الرهن[2].

ويُشترط في عقد رهن المحل التجاري أن يُبيَّن فيه العناصر التي يشملها الرهن، إذ يمكن أن يرد على حق استغلال الموقع الإلكتروني أو المتجر الإلكتروني، حق الاتصال بالعملاء، الأدوات والتجهيزات المستعملة في المتجر الإلكتروني، فضلًا عن جميع الوسائل الفنية والمعلوماتية مثل التصميمات التي تُسهم في جذب أكبر عدد ممكن من مستخدمي الإنترنت. كما لا يمكن إجراء الرهن على المحل التجاري الإلكتروني إلا إذا كان الشاغل هو مالكه الشرعي.

وبناءً عليه، فإن المحل التجاري الإلكتروني يخضع لشرط الكتابة، وهذا الشرط يتحقق أيضًا من خلال الكتابة الإلكترونية كما اعترفت بها التشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية، ومن ثم فإن رهن المحل التجاري الإلكتروني يُعد مماثلًا لرهن المحل التقليدي، ويتم عبر تسجيل الرهن في السجل التجاري المخصص، حيث إن حق التاجر في استغلال موقعه الإلكتروني كمحل افتراضي لا يختلف عن حقه في ملكية محله المادي.[3]

---

[1] بشير عطية، **القانون التجاري الجزائري: الجزء الأول –الأعمال التجارية والتاجر والمحلات التجارية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2020، ص65.

[2] عمورة عمار، مرجع سابق، ص 206

[3] بن جفال أماني، قارس ابتسام، مرجع سابق، ص 76.

ثانيا: الآثار المترتبة على رهن المحل التجاري الإلكتروني

يترتب على عقد رهن المحل التجاري الإلكتروني جملة من الآثار التي تمس أطراف العقد، أي المدين الراهن والدائن المرتهن، وقد تمتد هذه الآثار أيضًا إلى الغير من غير الدائنين. وعليه، سيتم التطرق في هذا الجزء إلى الآثار التي تلحق أطراف العقد، ثم إلى الآثار التي تطال الغير.

1-الآثار بالنسبة للراهن والمرتهن:

يترتب عن رهن المحل التجاري الإلكتروني آثار قانونية بالنسبة للمدين الراهن، كونه طرفًا في هذا العقد. ومن بين الحقوق التي يتمتع بها، حق الاستمرار في استغلال نشاط محله التجاري الإلكتروني، ذلك أن الحيازة لا تنتقل إلى الدائن المرتهن. ويعزى هذا إلى طبيعة المحل التجاري الإلكتروني، حيث إن التاجر يقوم بتسجيل موقعه الإلكتروني الذي يُستغل كمتجر إلكتروني لدى الجهات المختصة مقابل رسوم تُدفع لفترة زمنية معينة، مما يجعله يتمتع بحق استعمال وتشغيل الموقع الإلكتروني، لا بمجرد ملكية عنوان إلكتروني.

ونظرًا لأن التاجر يُسدد رسوم التسجيل، فإن له الحرية الكاملة في التصرف في محله التجاري، سواء بالبيع، أو التأجير، أو رهنه. وفي المقابل، يلتزم المدين الراهن بالحفاظ على العناصر المكونة للمحل التجاري الإلكتروني، وألا يقوم بأي عمل من شأنه الإضرار بقيمته أو إنقاصها، كما يلتزم بعدم إتلاف أو اختلاس الأموال المرهونة، وفق ما تنص عليه المادة 167 من القانون التجاري الجزائري، التي أوردت عقوبات جزائية تُطبق عند الإخلال بالضمانات القانونية المفروضة عليه.

ويشمل هذا الإخلال كل تصرف يؤدي إلى إتلاف الأموال المرهونة، أو اختلاسها، أو الإضرار بها بطريقة تؤثر على حقوق الدائن المرتهن[1].

---

[1] عبد الله فاطيمة، قارس ابتسام، مرجع سابق، ص64.

أما بالنسبة للدائن المرتهن، فإن الرهن يُخول له حق الأفضلية في استيفاء دينه، وحق تتبع المحل التجاري الإلكتروني، ويترتب على ذلك أنه لا يجوز للغير، حتى لو كان حسن النية، الاحتجاج بحيازة المتجر أو التصرف فيه، إذا تم شهر الرهن طبقًا للقانون.

وهذا ما نصت عليه المادة 122 من القانون التجاري الجزائري التي تنص على التالي: «يجري ترتيب الدائنين المرتهنين فيما بينهم حسب تاريخ قيودهم، وتكون للدائنين المقيدين في نفس اليوم رتبة متساوية».[1]

2-آثار رهن المحل التجاري الإلكتروني بالنسبة للغير

يقصد بالغير هنا كل شخص له حق قد يتضرر من وجود الرهن، سواء كانوا دائنين عاديين أو أشخاص لهم حق عيني على المال المرهون، أو دائنين لهم حق رهن رسمي.[2]

وبموجب المادة 123، الفقرة الثانية من القانون التجاري الجزائري، يحق لهؤلاء الدائنين اللجوء إلى القضاء من أجل استيفاء ديونهم قبل مواعيد استحقاقها.[3]

وفقًا للقواعد العامة، لا يجوز إسقاط آجال الديون إلا إذا نص القانون على خلاف ذلك. غير أن المشرع الجزائري في القانون التجاري، في سياق رهن المحل التجاري، استثنى هذه القاعدة، حيث جعل ديون الدائنين العاديين مستحقة الأداء فورًا، شريطة أن تكون هذه الديون عادية ونشأت قبل قيد الرهن، وأن تكون مرتبطة باستغلال المحل التجاري. وبذلك يكون المشرع قد خرج عن القاعدة العامة.[4]

[1] عمورة عمار، مرجع السابق، ص 212

[2] سلمان زهرة، مرجع سابق، ص 54

[3] المادة 123 من الأمر رقم 75/59، مصدر سابق.

[4] قرتي شكري، مرجع سابق، ص 40

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل، تبيّن أن المحل التجاري الإلكتروني أصبح يشكل امتداداً حديثاً للمحل التجاري التقليدي، يخضع في أغلب الأحكام للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون التجاري الجزائري. وقد تناولنا مختلف التصرفات القانونية التي يمكن أن ترد على المحل التجاري الإلكتروني، سواء تعلقت بالتصرفات الناقلة للملكية كبيعه أو تقديمه كحصة في شركة، أو تلك التي تتعلق باستغلاله كإيجاره أو رهنه. واتضح أن هذه التصرفات تحكمها نفس الشروط الموضوعية والشكلية التي تسري على المحل التجاري التقليدي، مع تكييفها بما يتلاءم مع الطبيعة الافتراضية لهذا النوع من المحلات.

كما تبين أن العنصر الجوهري في المحل التجاري الإلكتروني هو حق تشغيل الموقع الإلكتروني واستغلاله تجارياً، وهو ما يستدعي تنظيمه قانونياً بشكل أكثر دقة، لمواكبة تطور التجارة الإلكترونية وضمان استقرار المعاملات في هذا المجال. وبالتالي، فإن تطبيق القواعد العامة على المحل التجاري الإلكتروني يظل ممكناً، غير أن الحاجة إلى تدخل تشريعي صريح باتت ملحّة لضمان حماية الحقوق وتحقيق الأمن القانوني في البيئة الرقمية.

خاتمة

بعد التطرق لمختلف الجوانب المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني، سواء من حيث تعريفه ومكوناته القانونية، أو من حيث التصرفات القانونية التي ترد عليه، يمكن القول إن هذا النوع من المحلات أصبح واقعا لا يمكن تجاهله في البيئة التجارية الحديثة، بفعل التطور التكنولوجي واعتماد فئات واسعة من التجار والمستهلكين على الوسائط الإلكترونية في ممارسة نشاطهم التجاري، وقد أضحى من الضروري أن يواكب الإطار القانوني هذا التحول، لضمان الأمن القانوني وشفافية المعاملات في هذا المجال المستحدث.

لقد أظهرت الدراسة أن المحل التجاري الإلكتروني يتشارك في العديد من الأحكام القانونية مع المحل التجاري التقليدي، خصوصا فيما يتعلق بالتصرفات التي ترد عليه كالرهن، البيع، الإيجار، أو تقديمه كحصة في شركة. غير أن طبيعة البيئة الرقمية التي ينشط ضمنها هذا المحل تمنحه خصوصيات تتطلب معالجة قانونية دقيقة، لاسيما فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية، وتثبيت الحق في استغلال النطاق الإلكتروني، وضمان إثبات التعاملات في حال النزاع، مع مراعاة عناصره غير المادية التي تُعد جوهرية في نشاطه.

كما بينت المذكرة وجود فراغ تشريعي واضح في القانون التجاري الجزائري، خاصة في ما يتعلق بالنصوص المنظمة بشكل صريح للمحل التجاري الإلكتروني ورغم أن بعض النصوص العامة يمكن أن تسري عليه بطريق القياس، إلا أن هذا الحل يظل غير كافٍ لمواجهة الإشكالات المستجدة التي تفرضها الممارسة الفعلية في التجارة الرقمية، كمسألة الإيواء، العقود الإلكترونية، حماية المستهلك الإلكتروني، وإثبات التصرفات التي تتم عن بعد.

❖ نتائج الدراسة:

أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج المهمة تتعلق بواقع وتأطير نظام المحل التجاري الإلكتروني في الجزائر، حيث بيّنت أن التشريع الجزائري لا يزال يفتقر إلى نصوص قانونية صريحة ومتكاملة تُعرّف المحل التجاري الإلكتروني وتُحدّد عناصره

ومكوناته بشكل دقيق. وقد أدى هذا الفراغ التشريعي إلى اعتماد الباحثين والممارسين على القياس على أحكام المحل التقليدي، رغم الاختلاف الجوهري في طبيعة النشاط بين النظامين.

وقد أوضحت الدراسة أن الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر، والمتمثل أساسًا في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، لم يتناول بشكل مباشر مسألة المحل التجاري الإلكتروني ككيان قانوني مستقل، وإنما اكتفى بتنظيم بعض الجوانب المرتبطة بالتعاملات عبر الإنترنت مثل العقود الإلكترونية، حماية المستهلك، والتوقيع الإلكتروني، دون الخوض في تنظيم المحل كوعاء للنشاط التجاري الرقمي.

كما أظهرت النتائج أن العناصر التقليدية للمحل التجاري، مثل العنوان التجاري، العملاء، السمعة التجارية، والعقود، يمكن أن تتجسد في البيئة الإلكترونية، ولكن دون اعتراف قانوني واضح بها في التشريع الجزائري. فعلى سبيل المثال، لا يتم الاعتراف باسم النطاق Nom de domaine كعنصر من عناصر المحل، رغم أهميته الكبرى في تحديد هوية النشاط التجاري الإلكتروني.

ومن بين النتائج المسجلة، وُجد أن الممارسات الواقعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر تفوق بكثير مستوى التأطير القانوني الحالي، إذ ينشط عدد متزايد من التجار عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي دون وجود حماية قانونية كافية لمحلهم التجاري الإلكتروني، ما يجعلهم عرضة لانتهاك الحقوق الرقمية، أو فقدان السمعة التجارية بسبب غياب آليات تنظيمية فعالة.

كما سجلت الدراسة ضعفًا في الجانب التنظيمي والمؤسساتي المرتبط برقمنة النشاطات التجارية، إذ لا توجد آليات فعالة لتسجيل المحلات التجارية الإلكترونية أو تنظيم التنازل عنها أو ضمان استمرارها، سواء من طرف السجلات التجارية أو الهيئات المختصة، رغم الجهود المبذولة من طرف المركز الوطني للسجل التجاري CNRC في إدخال بعض التحديثات الرقمية.

❖ **الاقتراحات:**

في جانب التوصيات، أكدت الدراسة على ضرورة إدراج تعريف قانوني دقيق للمحل التجاري الإلكتروني ضمن التشريع الجزائري، وتحديد عناصره الرقمية، مع إدماج هذا المفهوم في قانون السجل التجاري وقانون التجارة. كما دعت إلى وضع إطار قانوني يحمي أصحاب المحلات التجارية الإلكترونية ويضمن حقوقهم في حال التنازع، التنازل، أو التوقف عن النشاط.

كما توصي هذه الدراسة بضرورة تدخل المشرع الجزائري لإعداد نصوص قانونية خاصة تنظم المحل التجاري الإلكتروني بكل مكوناته وتفاصيله، بما يحقق التوازن بين مصلحة التاجر من جهة، وحقوق الأطراف الأخرى من جهة ثانية، كما يُستحسن العمل على إدماج مفاهيم الاقتصاد الرقمي في المناهج القانونية والبحثية، حتى تتأقلم المنظومة التشريعية مع واقع اقتصادي سريع التغير، يقوم أكثر فأكثر على التقنيات الحديثة والمعاملات غير المادية.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولا: قائمة المصادر:

أ- النصوص تشريعية:

1- القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 1 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 66، 20 ربيع الثاني 1436 الموافق لفبراير 2015 .

2- القانون رقم 18-05 المؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق ل10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 بتاريخ 20 شعبان 1430 الموافق ل16 مايو سنة 2018.

3- من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ، الموافق لـ26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

4- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان 1975 الموافق لـ26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، العدد 78، 30 سبتمبر 1975.

ثانيا: قائمة المراجع:

أ- الكتب:

1-أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980.

2-بسام حمد الطراونة، باسم محمد ملحم، مبادئ القانون التجاري، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، الاردن، 2014.

3-بشير عطية، القانون التجاري الجزائري: الجزء الأول – الأعمال التجارية والتاجر والمحلات التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2020.

4-بغداد صديق، محاضرات في القانون التجاري للاعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، تلمسان، 2022.

5-حسين عبيد شعواط، عبد المهدي كاظم ناصر، عقد الإيواء المعلوماتي، كلية القانون، جامعة القادسية، العراق، 2015.

6-خالد أمين عبد الله، *القانون التجاري: الأعمال التجارية والتاجر والمتجر*، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2017.

7-خالد زايدي، مسؤولية بائع أو مؤجر التسيير الحر، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، دون سنة.

8- محمد زحزاح، محاضرات في القانون التجاري: التاجر، الأعمال التجارية، المحل التجاري، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي آفلو، 2023/2022.

9- سامي عبد العزيز هاشم، المحل التجاري الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2020.

10- علاء الدين عبد الله القيسي، المحل التجاري الإلكتروني: دراسة قانونية مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2013

11- عماد عبد السلام، التجارة الإلكترونية: المفهوم والنظام القانوني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019.

12- عمورة عمار، العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.

13- محمد علي أحمد، المعاملات التجارية الالكترونية وحمايتها القانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2019، ص42.

14- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الشركات التجارية: النظرية العامة للشركة وأنواعها، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2016، ص648.

15- نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004.

16- يوسف محمد بوزعترة، التجارة الإلكترونية والمحل التجاري الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016.

ب- المقالات

17- جمال بوشنافة، خصوصية التراضي في العقود الإلكترونية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، المجلد 1، العدد 10، 2018، ص 135.

18- حورية بورنان، تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، مجلة المفكر، العدد 3.

19- سهيلة بوساحة، "المحل التجاري الإلكتروني بين القواعد العامة والتقنيات الحديثة"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 12، جامعة قسنطينة، 2022.

20- محمد الصالح بن عمور، التراضي الإلكتروني بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أحمد دراية أدرار، مجلد 18، عدد 1، مارس 2019.

21- ابتسام عمارة نعيمة مطلاوي، تقييم المحل التجاري المقدم كحصة في رأس مال الشركة في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 1 (المجلد 6)، 2020.

البحوث الجامعية:

أ-أطروحات الدكتوراه:

22- لطيفة أمازوز، التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، جامعة تيزي وزو، 2011.

ب-رسائل ماجستير:

23- صليحة لطرش، "النظام القانوني للمحل التجاري الإلكتروني في القانون الجزائري"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2021.

ج-مذكرات ماستر:

24- أماني بن جفال، خولة مقلاتي، المحل التجاري الافتراضي وأحكامه في التشريع، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022.

25- صنية سعدان، سعدان ليلة، النظام القانوني لعقد بيع المحل التجاري، مذكرة ماستر، قانون خاص، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2018.

26- ربيحة مخطار، سهام فراوسن، عقد البيع الإلكتروني وتطبيقاته في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الموضوع	الصفحة
شكر.	I
إهداء.	II
مقدمة.	01
الفصل الأول: ماهية المحل التجاري الالكتروني	06
تمهيد.	07
المبحث الأول: مفهوم المحل التجاري الإلكتروني	08
المطلب الأول: المقصود بالمحل التجاري الإلكتروني	08
الفرع الأول: تعريف المحل التجاري الإلكتروني	08
الفرع الثاني: خصائص المحل التجاري الإلكتروني	11
الفرع الثالث: تمييز المحل التجاري الإلكتروني عن المفاهيم المشابهة له	12
المطلب الثاني: التكيف القانوني للمحل التجاري الإلكتروني (الطبيعة القانونية للمحل)	15
الفرع الأول: نظرية المجموع القانوني	16
الفرع الثاني: نظرية المجموع الواقعي	17
الفرع الثالث: نظرية الملكية المعنوية	19
المبحث الثاني: مشتملات (مكونات) المحل التجاري الإلكتروني	21
المطلب الأول: العناصر التقليدية للمحل التجاري	21
الفرع الأول: العناصر المادية للمحل التجاري	21
الفرع الثاني: العناصر المعنوية للمحل التجاري	23
المطلب الثاني: العناصر الحديثة للمحل التجاري الإلكتروني	27
الفرع الأول: اسم النطاق Domain Name	27
الفرع الثاني: عقد الإيواء Hosting Contract	29
خاتمة الفصل.	32

الفصل الثاني: التصرفات الواردة على المحل التجاري الإلكتروني	**33**
تمهيد	**34**
المبحث الأول: التصرفات الواردة على ملكية المحل التجاري الإلكتروني	**35**
المطلب الأول: بيع المحل التجاري الإلكتروني	**35**
الفرع الأول: شروط بيع المحل التجاري الإلكتروني	**35**
الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن بيع المحل التجاري الإلكتروني	**40**
المطلب الثاني: تقديم المحل التجاري الإلكتروني كحصة في شركة	**45**
الفرع الأول: شروط تقديم المحل التجاري كحصة في شركة	**46**
الفرع الثاني: آثار تقديم المحل التجاري كحصة في شركة	**49**
المبحث الثاني: التصرفات الواردة على إستغلال المحل التجاري الإلكتروني	**52**
المطلب الأول: إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني	**52**
الفرع الأول: شروط عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني	**53**
الفرع الثاني: آثار عقد إيجار تسيير المحل التجاري الإلكتروني	**55**
المطلب الثاني: عقد إيواء المحل التجاري الإلكتروني ورهن المحل التجاري الإلكتروني	**57**
الفرع الأول: عقد إيواء المحل التجاري الإلكتروني	**57**
الفرع الثاني: رهن المحل التجاري الإلكتروني	**59**
خلاصة الفصل	**64**
الخاتمة	**66**
قائمة المصادر والمراجع.	**70**
فهرس المحتويات.	//
الملخص	//

ملخص:

يتناول هذا البحث دراسة المحل التجاري الإلكتروني باعتباره أحد المستجدات التي فرضها تطور التجارة عبر الإنترنت، وما نتج عنها من ضرورة تكييف القواعد القانونية التقليدية لمواكبة الواقع الرقمي. وقد ركزت الدراسة في فصلها الأول على تحديد مفهوم المحل التجاري الإلكتروني، وبيان خصائصه، وتمييزه عن المفاهيم المشابهة كالموقع الإلكتروني والمتجر الرقمي. كما تناولت الطبيعة القانونية لهذا المحل وفق النظريات الفقهية، مع تحليل مكوناته التقليدية والحديثة، خاصة العناصر الرقمية مثل اسم النطاق وعقد الإيواء.

أما الفصل الثاني، فقد خُصص لدراسة التصرفات القانونية التي يمكن أن ترد على هذا المحل، من بيع وتقديم كحصة في شركة، أو استغلاله عن طريق التسيير أو الرهن. وخلصت المذكرة إلى أن المحل التجاري الإلكتروني يتطلب حماية قانونية خاصة تتلاءم مع خصوصياته الرقمية، وضرورة تطوير التشريعات الوطنية، وعلى رأسها القانون التجاري الجزائري، بما يكفل الأمن القانوني للمستثمرين في البيئة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المحل التجاري الالكتروني، التصرفات القانونية

Abstract:

This research focuses on the study of the electronic commercial establishment as one of the emerging concepts resulting from the rapid development of online commerce, which necessitates adapting traditional legal rules to the digital reality. The first chapter defines the electronic commercial establishment, highlights its characteristics, and distinguishes it from similar concepts such as websites and digital stores. It also examines its legal nature according to different legal theories, and analyzes its components, both traditional and modern, with particular emphasis on digital elements such as domain names and hosting contracts.

The second chapter is dedicated to studying the legal transactions related to the electronic commercial establishment, including sale, contribution to a company, or its exploitation through leasing or mortgage. The study concludes that the electronic commercial establishment requires specific legal protection adapted to its digital nature, and stresses the need to modernize national legislation—particularly Algerian commercial law—in order to ensure legal security for investors in the digital environment.

Keywords: electronic commercial establishment, legal transactions.