



العنوان التجاري في القانون اليمني

Commercial Address in Yemeni Law

Awad Abdu Al-Hafeedh Jazim

*Researcher - Department of Commercial Law
Faculty of Sharia and Law - Sana'a University - Yemen*

عواد عبدالحفيظ جازم

باحث - قسم القانون التجاري
كلية الشريعة والقانون - جامعة صنعاء - اليمن

الملخص:

صدر القانون التجاري اليمني رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته ونظّم في الفصل الثاني من الباب الثالث منه الأحكام المتعلقة بالعنوان التجاري في المواد من (55) وحتى (62)، ثم صدر بعد ذلك القانون رقم (20) لسنة 2003م المتعلق بالأسماء التجارية، وذلك دون أن يضع هذا القانون أية فوارق أو تباينات واضحة ومحددة فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري، الأمر الذي جعل الكثيرين في حيرة من مسلك المشرع هذا، إذ هو لم يفرق بين العنوان والاسم، كما أنه وفي الوقت نفسه لم يتبن وبشكل واضح فكرة أنهما بمعنى واحد، وذلك على الرغم لما لهذا الموضوع من أهمية بالغة، فالعنوان التجاري أصبح من الضرورات التي تقتضيها طبيعة ممارسة النشاط التجاري، فالعنوان هو الاسم الذي يستخدمه التاجر سواءً كان فرداً أم مؤسسة أم شركة لتمييز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت الأخرى وليسهل التعرف والوصول إليها من قبل العملاء بكل يسر وسهولة ودون خلط فيما بينها وبين غيرها من المحلات وذلك من خلال وضع العنوان التجاري على لافتة توضع وبشكل واضح على مدخل المحل التجاري. وقد جاء هذا البحث لدراسة النصوص القانونية المتصلة بالعنوان التجاري في القانون اليمني من خلال مبحثين خصص الأول منها لمناقشة مفهوم العنوان التجاري من حيث المقصود بالعنوان التجاري والعناصر التي يتكون منها مع إيضاح مدى أهمية العنوان وتمييزه عن غيره من التسميات المشابهة. بينما ناقش المبحث الثاني مسألة ملكية العنوان التجاري ووسائل الحماية المقررة له. وقد خلص هذا البحث إلى عدد من النتائج والتوصيات تتجسد أهمها في - إنه - ومن وجهة نظر الباحث - لا توجد فروق أو تباينات واضحة في القانون اليمني ما بين العنوان والاسم التجاري، كما ان العنوان التجاري يعد مصدراً لسمعة التاجر وشهرته في المحيط الذي يعمل به، هذا وقد أوصى الباحث بضرورة قيام المشرع وعند إصداره لأي تشريعات جديدة بوضع فروق واضحة ودقيقة فيما بين العنوان والاسم التجاري، أو أن يتبنى فكرة أنهما بمعنى واحد، ووضع نصوص عقابية تشمل العنوان والاسم في آن وذلك لإزالة أي لبس عند تطبيق العقوبة المقررة في قانون الأسماء التجاري عند الإخلال بالحماية المقررة للعنوان التجاري.

الكلمات المفتاحية: العنوان التجاري، القانون اليمني، تمييز العنوان، ملكية العنوان، حماية العنوان.

Abstract:

Yemen's Commercial Law No. (32) of 1991, and its amendments, was issued. In Chapter II of Part Three thereof, the provisions related to the Commercial Address were regulated in Articles (55) through (62). Then the Commercial Names Act No. (20) of 2003 was issued without making any clear and specific differences or discrepancies between the commercial address and the trade name, thus leaving many people are baffled by the legislator's conduct, since he did not distinguish between the address and the name. At the same time, the notion that they have the same meaning was not clearly adopted, despite the great importance of this topic. The commercial address has become a necessity of the nature of the business practice. The address is name used by the merchant, whether individual, enterprise or company, to distinguish the commercial establishment from other establishments and to facilitate the identification and access by customers easily and without confusion with other stores. This is done by placing the commercial address on a sign clearly placed on the entrance to the commercial store. This research examined the legal texts relating to the commercial business in

Yemeni law through two topics, the first of which was devoted to discussing the concept of the commercial address in terms of the meaning of the commercial address and its components, while clarifying the relevance of the address and distinguishing it from other similar designations. While the second topic discussed the issue of ownership of the commercial address and its means of protection.

Keywords: commercial address, Yemeni law, address distinction, address ownership, address protection.

المقدمة:

النصوص القانونية التي تتناول العنوان التجاري واستخلاص العناصر التي يتكون منها العنوان التجاري مع تمييزه عن غيره من التسميات المشابهة الأخرى، مع التطرق بالتحليل إلى ملكية العنوان ووسائل الحماية المقررة له.

أهمية البحث:

نظراً لكون العنوان التجاري وإلى جانب تمييزه للمتجر يهدف إلى جذب المستهلك، باعتباره يشكل تسمية مبتكرة تهدف إلى التعرف على المتجر والوصول إليه من قبل عملائه دون الخلط فيما بينه وبين غيره من المتاجر الأخرى، وهو ما يقتضي أن يكتب ذلك العنوان على لافتة توضع على مدخل المتجر وبشكل واضح، لذلك فإن العنوان التجاري أصبح يكتسب أهمية بالغة من الناحية العملية لكونه يعد مصدراً مهماً لسمعة التاجر وبالتالي شهرته في المحيط الذي يربط التاجر بغيره، نظراً لكون هذا العنوان يخلق نوعاً من الثقة والاطمئنان في التعامل.

لذلك فإن هذا البحث يكتسب أهمية بالغة لكونه يتناول العنوان التجاري في القانون اليمني، نظراً لما يلعبه هذا العنوان من دور رئيسي وبارز في حماية المستهلك، ويحول دون استغلاله، فمن خلاله يزول الالتباس والخلط فيما بين المتاجر، وهو ما يحد من عملية تضليل الجمهور، مما يؤدي إلى قمع المنافسة غير المشروعة ويعزز من فرص المنافسة المشروعة.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين أما بعد، فإن العنوان التجاري يعد من المتطلبات الأساسية للمتجر أو المنشأة التجارية لكونه يعمل على تمييز المتجر أو المنشأة التجارية عن بعضها بعضاً، ويمكن لصاحب هذا العنوان الاستئثار به في مواجهة الآخرين سواء كان صاحبه التاجر فرداً أم منشأة، كما أن هذا العنوان يمكن صاحبه التاجر من التوقيع به على جميع معاملاته القانونية، هذا ولا بد من أن يكون العنوان التجاري جديداً أي لم يتم استعماله من قبل تاجر آخر من قبل.

مشكلات البحث:

تم في بادئ الأمر تنظيم العنوان التجاري من خلال ما شمله القانون التجاري اليمني رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته في الفصل الثاني من الباب الثالث في المواد من (55) وحتى (62) منه، ثم صدر بعد ذلك القانون رقم (20) لسنة 2003م بشأن الأسماء التجارية، دون أن تكون هناك فوارق واضحة ومحددة فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري، وقد ظلت هذه النصوص ومنذ صدورهما لا تحظى بالدراسات والأبحاث المعمقة بشأن مدى وجود فروق واضحة وجوهريّة تميز العنوان عن الاسم التجاري أو الوصول إلى خلاصة مفادها أن لا فروق جوهريّة بينهما في القانون اليمني، لذلك فإن هذا البحث قد جاء في الأساس لإيجاد حلول لهذه المشكلات من خلال تحليل

ويعقبها خاتمة تتضمن النتائج والتوصيات، ونوضح تقسيمات هذا البحث على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم العنوان التجاري.

المطلب الأول: المقصود بالعنوان التجاري والعناصر التي يتكون منها.

المطلب الثاني: أهمية العنوان التجاري وتمييزه عن غيره من التسميات المشابهة.

المبحث الثاني: ملكية العنوان التجاري ووسائل حمايته.

المطلب الأول: ملكية العنوان التجاري.

المطلب الثاني: وسائل حماية العنوان التجاري.

المبحث الأول

مفهوم العنوان التجاري

تمهيد وتقسيم:

يعد العنوان التجاري أحد حقوق الملكية الصناعية التي ترد على مبتكرات جديدة تهدف إلى تمييز المنشآت التجارية عن بعضها بعضاً، كما أنه يمكن صاحبه من الاستئثار به في مواجهة الكافة، والعنوان التجاري يتخذه التاجر فرداً كان أم منشأة عند ممارسته لأعماله التجارية ومن خلاله يتمكن التاجر من التوقيع على جميع معاملاته القانونية في سبيل ممارسة أنشطته التجارية، وقد أوجب المشرع اليمني على كل تاجر أن يتخذ له عنواناً تجارياً، عدا الأفراد الذين يزاولون حرفة بسيطة أو تجارة صغيرة، ويعتمدون فيه على عملهم للحصول على أرباح قليلة لتأمين معيشتهم⁽¹⁾

كما يكون على التاجر أن يجري معاملاته التجارية ويوقع أوراقه المتصلة بهذه المعاملات بعنوانه التجاري وعليه أن يكتب هذا العنوان في مدخل متجره⁽²⁾، وذلك

1- تناول العنوان التجاري في القانون اليمني والتعريف به.

2- تسليط الضوء على الأهمية التي يحظى بها العنوان التجاري.

3- تحليل النصوص القانونية التي تتناول العنوان التجاري، مع الإشارة إلى المواطن الإيجابية والسلبية فيها.

4- استخلاص العناصر التي يتكون منها العنوان التجاري وتمييز العنوان التجاري عن غيره من التسميات المشابهة.

5- التطرق إلى ملكية العنوان التجاري ووسائل حمايته.

منهج البحث: .

يعتمد هذا البحث في منهجيته على المزج ما بين المنهج الوصفي والتحليلي، فالمنهج الوصفي يقوم على شرح النصوص القانونية المنظمة للعنوان التجاري في القانون اليمني من حيث التعريف بالعنوان التجاري وتسليط الضوء على الأهمية التي يحظى بها، بالإضافة إلى إيضاح العناصر التي يتكون منها العنوان التجاري، مع تمييز العنوان التجاري عن غيره من التسميات المشابهة الأخرى مثل الاسم المدني والعلامات التجارية، هذا مع التطرق إلى ملكية العنوان التجاري ووسائل حمايته، أما المنهج التحليلي فإنه يقوم على تناول جميع النصوص المنظمة للعنوان التجاري في القانون اليمني بالتحليل، واستبيان موقف المشرع منه ومدى توفير الحماية القانونية له.

خطة البحث: يتناول هذا البحث العنوان التجاري في القانون اليمني من خلال مبحثين يسبقهما مقدمة

(2) المادة (57) من القانون التجاري اليمني، المرجع السابق.

(1) المادة (22) من القانون التجاري رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته، منشور في كتيب خاص صادر عن وزارة الشؤون القانونية، طبعة ثالثة، مايو 2007م.

المقصود بالعنوان التجاري

لم يبين القانون التجاري اليمني⁽⁵⁾ المقصود بالعنوان التجاري، وإنما أشار في المادة (55) منه إلى أن العنوان التجاري يتألف من اسم التاجر ولقبه، ويجب أن يختلف في وضوح عن العناوين المقيدة قبلاً، وأوضحت هذه المادة بأنه يجوز أن يتضمن العنوان التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها، كما يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة، ويجب أن يطابق العنوان التجاري الحقيقة ولا يؤدي إلى التضليل أو المساس بالصالح العام.

بينما جاء قانون الأسماء التجارية آنف الذكر لينص في المادة (2) منه بأن الاسم التجاري هو "الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أو مؤسسة أو شركة لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية". من خلال ما جاء في النصين أعلاه، سواء في القانون التجاري أو في قانون الأسماء التجارية يظهر وبوضوح أنه لا توجد مسافة بينهما للاختلاف أو التباين عدا أن نص المادة (55) سالفة الذكر من القانون التجاري تبين أن العنوان التجاري يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة، أما ما عدا ذلك فإن كلا النصين لم يضعاً فروق واضحة وجلية للتمييز بين الاسم والعنوان، إذ إن المادة (55) تجاري توضح بأن العنوان التجاري يتألف من اسم التاجر ولقبه ويجب أن يختلف عن غيره من العناوين التي قيدت قبلاً في السجل التجاري في حين أن المادة (2) من قانون الأسماء التجارية تبين بأن الاسم التجارية هو الاسم الذي يستخدمه التاجر لتمييز محله التجارية عن غيره من المحلات

إعلاماً للغير بأن هذه المعاملات هي للمتجر نفسه، بحيث لا تختلط هذه المعاملات بالمعاملات التي يجريها التجار وترتبط وتتعلق بمصالحهم أو معاملاتهم الشخصية أو تلك التي تخص محلاً آخر⁽³⁾، وسنقوم بتناول هذا المبحث من خلال مطلبين: .

المطلب الأول: المقصود بالعنوان التجاري والعناصر التي يتكون منها.

المطلب الثاني: أهمية العنوان التجاري وتمييزه عن غيره من التسميات المشابهة.

المطلب الأول

المقصود بالعنوان التجاري والعناصر التي يتكون منها

تقسيم:

نبين من خلال هذا المطلب المقصود بالعنوان التجاري والعناصر الداخلة في تكوينه، حيث جاء القانون التجاري اليمني رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته في الفصل الثاني من الباب الثالث منه وبين الأحكام المتعلقة بالعنوان التجاري في المواد من (55) وحتى (62)، ثم صدر بعد ذلك القانون رقم (20) لسنة 2003م⁽⁴⁾ المتعلق بالأسماء التجارية دون أن يضع فروق واضحة ومحددة فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري، الأمر الذي وضع الباحثين في حيرة شديدة من مسلك المشرع اليمني هذا. وسنعمل على تناول هذا المطلب في فرعين، هما:

الفرع الأول: المقصود بالعنوان التجاري.

الفرع الثاني: العناصر التي يتكون منها العنوان التجاري.

الفرع الأول:

(4) منشور في كتيب خاص صادر عن وزارة الشؤون القانونية، الطبعة الثانية، ديسمبر 2004.
(5) رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته، مرجع سابق.

(3) د. محمد فريد العريبي، د. جلال وفاء محمد، القانون التجاري (الجزء الأول)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1998م، ص341.

وبالنظر إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (7) نجد أنها لم تضع تعريفاً يتيب من خلاله المقصود من العنوان التجاري، وإنما أشارت المادة (8) منها تحت عنوان الأسماء التجارية إلى أنه يحمي الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله، سواءً أكان جزءاً من علامة صناعية أو تجارية أم لم يكن. وقد اعتدت اتفاقية التريس (8) بهذه المادة واعتبرتها جزءاً لا يتجزأ منها، حيث أوضحت في المادة (2) منها الفقرة (1) أنه فيما يتعلق بالأجزاء الثاني والثالث والرابع من الاتفاق الحالي، تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من (1 حتى 12) والمادة (19) من معاهدة باريس (1967م).

إذن نخلص في نهاية هذا الفرع إلى أنه لا يوجد تباين أو فروق لدى المشرع اليمني فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري وذلك باعتبار أن المشرع اليمني عمل على تنظيم أحكام العنوان التجاري من خلال القانون التجاري رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته، ثم عمد في العام 2003م إلى إصدار قانون الأسماء التجارية دون مراعاة منه لما سبق من نصوص تتعلق بالعنوان التجاري سبق تنظيمها في القانون التجاري وبالتالي كانت الصورة على ما هي عليه من غموض جعل كل من يقف أمام هذا الموضوع في حيرة شديدة من مسلك المشرع هذا.

الفرع الثاني

العناصر التي يتكون منها العنوان التجاري

لا بد وأن يكون هناك تمييز بين المحلات التجارية من حيث عناوينها والغاية من ذلك هو عدم الخلط بينهما

التجارية. الأمر الذي يوضح وبجلاء أن لا فرق أو فروق بين العنوان التجاري والاسم التجاري في القانون اليمني. إذاً نستطيع القول بأن العنوان التجاري هو الاسم الذي يستخدمه التاجر عند ممارسته لنشاطه التجاري، وقد يستمد من اسم التاجر أو اسم أو أسماء الشركاء أو ألقابهم أو أية تسمية يطلقها التاجر على نفسه وتلتصق به أو من الأغراض التي يزاولها المتجر، وصار هذا العنوان يدل على ما يتمتع به التاجر من سمعة تجارية بين سائر التجار ومدى ما يتمتع به من ثقة وصدق في التعامل، مما يكون له أثراً كبيراً في جذب العملاء أو الزبائن إلى المحل التجاري وبالتالي ازدهار المتجر وتوسيع نشاطه (6).

أما المشرع المصري فقد ذهب من خلال القانون رقم (55) لسنة 1951 الخاص بالأسماء التجارية في المادة (2) منه إلى أنه يجوز أن يتضمن الاسم التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصصة لها، كما يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة، كما أوضحت هذه المادة وجوب أن يطابق الاسم التجاري الحقيقة وألا يؤدي إلى التضليل أو يمس بالصالح العام، كما أن المادة (1) من نفس القانون كانت قد بينت أنه يمكن لمن يملك محلاً تجارياً أن يتخذ اسمه الشخصي عنصراً أساسياً في تكوين اسمه التجاري. الأمر الذي يظهر بجلاء أن ما جاء به المشرع المصري لا يكاد يختلف أو يتباين عن مضمون ما جاء به المشرع اليمني من حيث الفكرة الرئيسة للعنوان التجاري.

(8) اتفاقية منظمة التجارة العالمية المنضمة إليها الجمهورية اليمنية بموجب القانون رقم (19) لسنة 2014م، الجزء الرابع من سلسلة إصدارات وزارة الشؤون القانونية للاتفاقيات والمعاهدات المنضمة إليها الجمهورية اليمنية، أكتوبر 2014م.

(6) د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري (المجلد الأول)، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، الطبعة الأولى، 1997م، ص 157.
(7) كتيب خاص من منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" رقم (A) 201، جنيف 1997م.

تجارية، هذا وبينت المادة (55) من القانون التجاري اليمني بأن العنوان التجاري يمكن أن يتألف من اسم التاجر ولقبه ويجب أن يكون مختلفاً عن غيره من العناوين المقيدة قبله، كما يمكن أن تكون التسمية مبتكرة وفقاً لما أسلفناه، هذا ولا بد أن لا تؤدي تلك التسمية التي يضيفها التاجر على متجره إلى حمل الغير إلى فهم خاطئ حول التاجر أو حول تجارته أو هويته أو سمعته أو وضعه المالي وأن لا تؤدي إلى فهم خاطئ حول أهمية النشاط الذي يزاوله أو حجمه أو نوعه، بمعنى أن لا يلقي كل ذلك ظلالاً على شخص التاجر بل يكفي أن يجعل التاجر مميزاً عن

غيره من التجار في عنوانه التجاري⁽¹¹⁾

أما المادة (2) من قانون الأسماء التجارية اليمني قد بينت بأن الاسم التجاري هو الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أو مؤسسة أو شركة لتمييز محله التجاري بمعنى أنه يمكن للتاجر ألا يستخدم اسمه أو لقبه بل يستخدم تسمية تطلق عليه وتلتصق به فتجرب أو تكاد اسمه الحقيقي فلا يعرفه الجمهور إلا بها، وقد تستخدم هذه التسمية بالإضافة إلى اسمه الحقيقي فتكون "أحمد عبدالله الشهير بكذا....."⁽¹²⁾ أي أن التاجر الفرد وفقاً لنصوص القانون اليمني سالف الذكر له مطلق الحرية في اختيار التسمية التي تميز متجره عن غيره من المتاجر سواء كانت تلك التسمية مستمدة من اسمه المدني أو لقبه أو من غيرها من التسميات التي تلتصق به ويعرفه بها جمهور العملاء أم كانت تسمية مبتكرة يطلقها التاجر على متجره أو

وحتى لا يقوم اللبس لدى الجمهور حول هوية المحل نظراً لكون التاجر الواحد قد يملك عدة محلات ويعمد إلى تمييز كل محل عن الآخر⁽⁹⁾، وبما لا يؤدي إلى تكرار العناوين المماثلة أو المشابهة مع العناوين التجارية المسجلة، وتحقيق الغاية المرجوة المتمثلة في حماية المحلات التجارية من مخاطر تماثل أو تشابه الأسماء، وفي نفس الوقت حماية جمهور المستهلكين المتعاملين مع تلك المحلات. وبالتالي فإننا سنعمل على تناول هذا الفرع من خلال الآتي: .

أولاً: العنوان التجاري للشخص الطبيعي (التاجر الفرد):

لا بد للعنوان التجاري أن يكون جديداً أي ألا يكون قد سبق استعماله من تاجر آخر، وذلك كتسمية مبتكرة بغرض جذب المستهلك وتمييز المتجر، كما يجب أن يكون العنوان مبتكراً وفقاً لما تشير إليه المادة (55) من القانون التجاري حينما أشارت إلى أنه يجوز أن يتضمن العنوان التجاري تسمية مبتكرة، أي أن تكون تسمية طريفة وملفتة للانتباه مثل (خطوة) أو (الحذاء الذهبي) لتمييز محلات الأحذية أو (النجوم المضيئة) لتمييز محلاً تجارياً لبيع الأدوات الكهربائية⁽¹⁰⁾ كما يجب ألا تكون تلك التسمية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وأن لا تؤدي إلى التضليل وفقاً لما تشترطه المادة (17/3، 4) من قانون الأسماء التجارية، ولا يجوز أيضاً استخدام أسماء المنظمات والمؤسسات الدولية ومختصراتها وكذا أسماء الرموز والشعارات التي يكون لها أكثر من دلالة، كعناوين

(9) د. محمد فريد العريني، د. هاني محمد دويدار، مبادئ القانون التجاري والبحري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص234.

(10) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة التاسعة، 2013، ص848.

(11) د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، الطبعة الأولى، 2003م، ص227.

(12) د. محسن شفيق، الوسيط في القانون التجاري "الجزء الأول"، مطبعة دار نشر الثقافة، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 1951م، ص270.

انحصر عدد الشركاء المتضامنين في شريك واحد فتحمل الشركة اسمه مع إضافة عبارة (وشريكه أو شركاؤه) وفقاً لمقتضى الحال (14) الأمر الذي أكدت عليه المادة (52) الفقرة (3) منها من قانون الشركات التجارية آنف الذكر.

في شركات التوصية بالأسهم فيتكون العنوان التجاري لها من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامنين ويجوز أن يضاف إلى اسم الشركة تسمية مبتكرة أو مشتقة من غرضها (15). هذا ويجب أن يذكر اسم الشركة في جميع عقودها وأوراقها مطبوعاً مع عبارة (شركة التوصية بالأسهم) ولا يجوز أن يذكر اسم الشريك المساهم في اسم شركة التوصية بالأسهم، فإذا ذكر اسمه مع عمله بذلك اعتبر شريكاً متضامناً بالنسبة إلى الغير حسن النية (16)

أما العنوان التجاري لشركة المساهمة فيكون مشتقاً من غرضها ولا يجوز أن يشمل اسم الشركة على اسم شخص طبيعي، إلا إذا كان موضوع الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة باسم هذا الشخص، أو إذا تملكت الشركة عند تأسيسها أو بعد ذلك مؤسسة تجارية واتخذت اسمها اسماً لها (17)، هذا وفي كل الأحوال يجب أن يضاف إلى اسم الشركة عبارة (شركة مساهمة) مكتوبة بالأحرف الكاملة (18).

أما الشركات ذات المسؤولية المحدودة فيكون عنوانها التجاري مشتقاً من غرضها أو مستمداً من اسم شخص طبيعي أو أكثر من المؤسسين أو غيرهم (19). هذا ويجب أن يتبع اسم الشركة عبارة (محدودة) كما يجب

مؤسسته تتصف بالإبداع مثل " لك ولطفلك" لتمييز محلات بيع الملابس النسائية وملابس الأطفال.

ثانياً: العنوان التجاري للشخص المعنوي (الشركات التجارية): .

أوضحت المادة (62) من القانون التجاري اليمني أن عنوان الشركات التجارية يكون وفقاً للأحكام القانونية الخاصة بها، وجاءت المادة (9) الفقرة (أ) من قانون الأسماء التجارية اليمني لتبين بأن الاسم التجاري لشركة التضامن يتكون من أسماء جميع الشركاء وألقابهم أو من ألقابهم فقط أو من أسماء وألقاب عدد منهم مع إضافة عبارة (وشركاه) أو شركاؤهم.

الأمر ذاته أشارت إليه المادة (15) من قانون الشركات اليمني رقم (22) لسنة 1997م وتعديلاته (13) وزادت على ذلك في الفقرة (2) منها أنه لا يجوز لشركات التضامن إدراج أي شخص غير شريك في اسم الشركة، إلا بعد موافقة الوزارة وصاحب الشأن كتابة، كما بينت الفقرة (3) من ذات المادة أنه يمكن إدخال اسماً مبتكراً إلى اسم الشركة، إذا فالعنوان الخاص بشركات التضامن لا يخرج عن كونه يحمل اسم أحد الشركاء أو لقبه أو اسم عدد منهم أو ألقابهم مع إضافة وشركاه أو وشركاؤهم، كما يمكن أن يتكون اسم شركات التضامن من اسم مبتكر.

أما بالنسبة لشركات التوصية البسيطة فيتكون العنوان التجاري لها من أسماء جميع الشركاء المتضامنين أو بعضهم دون ذكر أسماء الشركاء الموصين، حتى وإن

(13) كتيب خاص صادر عن وزارة الشؤون القانونية، الطبعة الثانية، أغسطس 2005.

(14) المادة (10) من قانون الأسماء التجارية اليمني رقم (20) لسنة 2003م.

(15) المادة (11) من قانون الأسماء التجارية اليمني رقم (20) لسنة 2003م.

(16) المادة (225) من قانون الشركات التجارية اليمني رقم (22) لسنة 1997م وتعديلاته

(17) المادة (13) من قانون الأسماء التجارية اليمني رقم (20) لسنة 2003م.

(18) المادة (60) من قانون الشركات اليمني.

(19) المادة (14) من قانون الأسماء التجارية اليمني.

عملائه، وذلك دون خلط فيما بينه وبين غيره من المحلات، ولتحقيق ذلك لابد من أن يكتب العنوان التجاري بشكل واضح على لافتة توضع على مدخل المحل التجاري، والحال ذاته ينطبق على فروع هذا المحل أن كان له فروع في أي مكان⁽²¹⁾.

ولا ينقضي الحق في استعمال العنوان التجاري، إلا بإغلاق التاجر لمحله التجاري وتخليه عن هذا العنوان واعتزاله التجارة⁽²²⁾، وقد جاءت المادة (22) من قانون الأسماء التجارية اليمني لتؤكد هذا الأمر بقولها (تعتبر مدة تسجيل الاسم التجاري سارية المفعول باستمرار المحل التجاري) إلى جانب أن العنوان يعمل على تمييز المتجر ويعمل كذلك على اجتذاب الزبائن، فإنه أيضاً يستخدم للتوقيع به على سائر المعاملات التجارية التي يقوم بها التاجر، كما قد يستعمل كعلامة تجارية عند توافر الشروط اللازمة للعلامات التجارية، وبخاصة إذا أخذ مظهره شكلاً مميزاً⁽²³⁾.

هذا ويعتبر العنوان التجاري مصدراً مهماً لسمعة التاجر، وبالتالي شهرته في المحيط الذي يربط التاجر بغيره من نظرائه، وذلك لما يخلقه العنوان التجاري من ثقة واطمئنان في التعامل، كما يعد العنوان التجاري وسيلة من وسائل قمع المنافسة غير المشروعة، باعتبار أن أحكام العنوان التجاري والنصوص الحاكمة له تهدف في الأساس إلى قمع المنافسة غير المشروعة وسائر التصرفات التي تخالف مبادئ النزاهة والممارسات الشريفة في مجال التجارة⁽²⁴⁾.

وحماية هذا العنوان تؤدي إلى عدم تكرار العناوين والأسماء المماثلة أو المتشابهة مع العناوين والأسماء

أن يذكر هذا العنوان ويشهر في جميع مطبوعات الشركة ونشراتها⁽²⁰⁾.

المطلب الثاني

أهمية العنوان التجاري وتمييزه عن غيره من التسميات المشابهة
تقسيم:

من خلال هذا المطلب نتطرق إلى أهمية العنوان التجاري، باعتباره عنصراً حاسماً في تمييز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت، من أجل أن يتعرف عليها عملاؤها بكل سهولة ويسر، ولا يكون هناك أي نوع من أنواع الخلط بينهما وبين غيرها، كما سنتطرق إلى تمييز العنوان التجاري عن غيره من التسميات المشابهة له.

وسنعمل على تناول هذا المطلب من خلال فرعين على النحو التالي:

الفرع الأول: أهمية العنوان التجاري.

الفرع الثاني: تمييز العنوان التجاري عن غيره من التسميات المشابهة.

الفرع الأول

أهمية العنوان التجاري: أصبح العنوان التجاري ضرورة تقتضيها طبيعة ممارسة النشاط التجاري، فالعنوان التجاري هو الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أم مؤسسة أم شركة لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات، أي أن أهمية العنوان التجاري تبرز بدرجة رئيسة في أنه يميز المحل أو المنشأة التجارية عن غيرها من المحلات أو المنشآت التجارية الأخرى أو المماثلة ليسهل التعرف والوصول إليه من قبل

(20) الفقرتان (ب)، (ج) من المادة (241) من قانون الشركات التجارية اليمني.

(21) د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 800.

(22) د. محمد حسام محمود لطفي، حقوق الملكية الفكرية (المفاهيم الأساسية)، النسر الذهبي للطباعة، القاهرة، 2004م، ص 23.

(23) القاضي/ إلياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، ج 1، عويدات للنشر والطباعة، بيروت/ لبنان، 1999م، ص 271، المادة (57) من القانون التجاري اليمني.

(24) صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 223.

والعلامة التجارية تأخذ كل شكل مميز قابل للإدراك بالنظر من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو إمضاءات أو رسوم أو رموز أو أختام أو صور أو نقوش بارزة أو تكوين مميزة من لون أو مجموعة ألوان أو أي مجموعة من هذه العناصر إذا كانت تستعمل أو يراد استعمالها في تمييز سلع أو خدمات منشأة تجارية أو زراعية أو حرفية أو خدمية (29).

هذا ويشترط في العلامة التجارية أن تكون مميزة أي لها خاصية ذاتية لها تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستعملة لسلع مماثلة، وأن تكون العلامة جديدة ويقصد بذلك ألا يكون قد سبق استعمال ذات العلامة على منتج أو من قبل تاجر على سلع مماثلة، كما يشترط في العلامة التجارية ولكي تتمتع بالحماية القانونية أن تكون مشروعة أي غير مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة (30).

أما العنوان التجاري فهو الاسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أو شركة لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية، وقد يكون العنوان التجاري تسمية مبتكرة يستخدمها التاجر أيضاً بهدف تمييز متجره عن غيره من المتاجر، وذلك بهدف اجتذاب العملاء، نظراً لما يترسخ في أذهانهم من شهرة وخبرة وسمعة حسنة تكسب المحل ثقة أولئك العملاء الأمر الذي يجعل من العنوان التجاري عنصراً مهماً من عناصر المتجر (31).

التجارية المسجلة من خلال الشروط والإجراءات اللازمة لذلك (25).

وبما أن العنوان التجاري يعتبر العنصر المميز للمحل التجاري، فإنه يعد أحد عناصر المتجر المعنوية لذلك فإن له قيمة مالية ويجوز التصرف فيه تبعاً للمحل التجاري وباعتباره عنصراً من عناصر الملكية الفكرية بشكل عام (26).

الفرع الثاني

تمييز العنوان التجاري عن غيره من التسميات المشابهة

سنعمل من خلال هذا الفرع على تمييز العنوان التجاري عن العلامات التجارية والاسم المدني، وذلك على النحو التالي:

أولاً: العنوان التجاري والعلامات التجارية:

يقصد بالعلامات التجارية كل إشارة أو دلالة يقوم التاجر أو الصانع بوضعها على المنتجات التي يقوم ببيعها أو إنتاجها، وذلك بغرض تمييز السلع التي يقوم ببيعها أو إنتاجها عن غيرها من السلع المماثلة (27). وتهدف العلامة التجارية أو الصناعية إلى سرعة وصول جمهور المستهلكين بسهولة للتعرف على رغباتهم في الحصول على السلع والمنتجات التي يفضلونها، كما أنها أي العلامة التجارية تساعد المنتج أو التاجر على إبراز الخصائص والمميزات لمنتجاته وما تتصف به من جودة لتمييزها عن غيرها من مثيلاتها من المنتجات الأخرى (28).

(29) المادة (3) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني رقم (23) لسنة 2010م، منشور في الجريدة الرسمية، العدد (22) لسنة 2010م.
(30) موريس صادق، مرجع سابق، ص725، 726، د. سميحة القليوبي، القانون التجاري، مرجع سابق، ص277، 280.
(31) القاضي/ إلياس ناصيف، مرجع سابق، ص283، حسن محمد أحمد السلمي، النظام القانوني للاسم التجاري في الجمهورية اليمنية" دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، مكتبة التفوق، صنعاء، الطبعة الأولى، 2014م، ص11.

(25) المادة (2 / 3) من قانون الأسماء التجارية اليمني.

(26) سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص813.

(27) موريس صادق، الموسوعة التجارية، معلقاً عليها بأحد أحكام محكمة النقض، دار الكتاب الذهبي، لم يذكر بلد النشر، 1999م، ص717.

(28) د. سميحة القليوبي، القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1981م، ص269.

الإنسان يتكون من اسم الشخص واسم أبيه واسم جده ولقبه أو من اسم الشخص واسم أبيه ولقبه⁽³⁶⁾.

للاسّم المدني عدة خصائص تكمن في أن الشخص لا يمكن له أن يمتلك حق التنازل عن اسمه المدني، كما لا يمكن له التصرف فيه بمقابل أو بدون مقابل، أيضاً هذا الاسم لا يسقط بالتقادم أي بعدم الاستعمال، كما لا يجوز للشخص أن يعدل أو يبديل في اسمه المدني بمحض إرادته، وإنما وفقاً لإجراءات محددة وطرق رسمها القانون⁽³⁷⁾.

بينما العنوان التجاري يعد حقاً من حقوق الملكية الفكرية وهي حقوق معنوية أي ترد على أشياء غير مادية، ويعد العنوان التجاري عنصراً من عناصر المتجر، ويمثل قيمة مالية يجوز لصاحبه التصرف به، ويرد عليه التقادم كونه من الحقوق المالية، فيكتسب بسبق التسجيل وتظل مدة التسجيل سارية المفعول باستمرار بقاء المحل التجاري أي أنه لا يسقط إلا إذا توقف التاجر عن مباشرة نشاطه التجاري⁽³⁸⁾

المبحث الثاني

العنوان التجاري ووسائل حمايته

تمهيد وتقسيم:

سبق وأن أوضحنا بأن العنوان التجاري على خلاف الاسم المدني لا يعد لصيقاً بالشخصية، إنما هو حق من الحقوق المعنوية الداخلة في تكوين المتجر، ولكي يحمى العنوان التجاري ويتمتع بالحماية المقررة قانوناً له لابد من قيده وتسجيله في السجل التجاري، وبعد ذلك لا يجوز لتاجر آخر استعمال هذا العنوان في

والعنوان التجاري يكسب التاجر ملكيته بأسبعية التسجيل لدى الإدارة العامة للسجل التجاري بوزارة الصناعة والتجارة⁽³²⁾.

ثانياً: العنوان التجاري والاسم المدني:

تشير المادة (45) من القانون المدني اليمني رقم (14) لسنة 2002م وتعديلاته⁽³³⁾. إلى أن الإنسان يعرف من خلال اسمه واسم أبيه واسم جده أو لقب يتميز به وينظم القانون كيفية تسجيل الأشخاص لأسمائهم وألقابهم ومن خلال نص المادة (45) مدني يمني أنفة الذكر يعرف الإنسان باسم يتخذ له ثم اسم أبيه وجده ولقب يتميز به، فحمل الاسم واجب يضعه القانون على عاتق الأفراد ويكون وفي ذات الوقت حقاً له يتميز به الإنسان في حياته العامة والخاصة، كما يدل على ما يتميز به الإنسان من مواهب أو مركز اجتماعي ويحمي القانون الحق في الاسم لكل إنسان فلو حصل أي اعتداء على الاسم كان لمن تم الاعتداء على اسمه أن يطلب من القضاء وقف هذا الاعتداء⁽³⁴⁾.

ويقصد باللقب اسم الأسرة التي ينتمي إليها الإنسان أو الشخص، حيث يشترك كل أفراد الأسرة في هذا اللقب، وذلك بعكس الاسم الشخصي للإنسان الذي يضاف إلى اللقب فهو خاص بشخص الإنسان لتمييزه عن غيره من أفراد الأسرة، وبناءً على ذلك فالاسم بمعناه الواسع علامة مميز للشخص في المجتمع بصفة عامة⁽³⁵⁾، وقد أوضح قانون الأسماء التجارية اليمني بأن الاسم المدني هو حق لصيق بشخصية

(35) د. رمضان أبو السعود، الوسيط في شرح مقدمة القانون المدني، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، لم يذكر تاريخ النشر، ص101.

(36) المادة (2) من قانون الأسماء التجارية اليمني.

(37) حسن محمد أحمد السلمي، مرجع سابق، ص81.

(38) المرجع السابق، ص83، المادة (22) من قانون الأسماء التجارية اليمني.

(32) المادة (25) من قانون الأسماء التجارية اليمني.

(33) منشور في الجريدة الرسمية العدد السابع (الجزء الأول)، الصادر في 2002/4/15م.

(34) أنور طلبية، التعليق على نصوص القانون المدني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الثانية، لم يذكر تاريخ النشر، ص39.

التي لا يجوز قبول تسجيلها ثم سنخرج لنبين كيفية التصرف بالعنوان التجاري، وسنعمل على تناول هذا المطلب في فرعين على النحو التالي: .
الفرع الأول: اكتساب ملكية العنوان التجاري
الفرع الثاني: التصرف بالعنوان التجاري
الفرع الأول:

اكتساب ملكية العنوان التجاري

تبين المادة (3 / 1) من قانون السجل التجاري⁽⁴¹⁾ أنه على التاجر الفرد أن يتقدم بطلب قيد اسمه في السجل التجاري خلال ستين يوماً من تاريخ مزاولة النشاط التجاري أو افتتاح المحل أو الفرع أو الوكالة، وجاءت الفقرة الثانية من ذات المادة لتلزم مدراء الشركات والمؤسسات في اليمن أو التي يقع مركزها الرئيسي فيها التقدم بطلب القيد في السجل التجاري خلال ستين يوماً من تاريخ مزاولة نشاطها، وكان القانون التجاري اليمني في المادة (56) منه قد أوضح بأن العنوان التجاري يقيد في السجل التجاري وفقاً لأحكام القانون، ولا يجوز بعد القيد لتاجر آخر استعمال هذا العنوان في نوع التجارة التي يزاولها، وإذا كان اسم التاجر ولقبه يشبهان العنوان التجاري المقيد في السجل وجب عليه أن يضيف إلى اسمه بياناً يميزه عن العنوان السابق قيده.

إن يكون الحق في اكتساب ملكية العنوان التجاري من خلال السبق في استعماله، وبشرط أن يكون هذا الاستعمال ظاهراً فعلياً بالتحقق من وضع الاسم على لافتة المحل⁽⁴²⁾. ثم تتعزز الملكية للعنوان التجاري

ذات نوع التجارة التي يزاولها سلفه الذي قيد العنوان باسم محله التجاري، ولا يجوز التصرف في العنوان التجاري بصورة مستقلة عن التصرف بالمتجر وفقاً لما تشير إليه المادة (58) من القانون التجاري اليمني، ومثال ذلك محلات هارودس الشهيرة في لندن عندما بيعت لرجل الاعمال المصري محمد الفايد وظل ذات العنوان مرتبطاً بالمحلات المباعة له، وذلك لما لهذا العنوان من شهرة كبيرة وشكلت جزءاً كبيراً من قيمة تلك المحلات⁽³⁹⁾.

ويلجأ القضاء عادة في سبيل تمييز العناوين التجارية المتشابهة، إلى إلزام أحدها بإضافة أي بيان أو بيانات تمييز بين المنشأتين المتنافستين وذلك مثلاً بإضافة لقب أو اسم الشهرة إلى العنوان التجاري المراد تسجيله لاحقاً أو كتابة العنوان بطريقة تختلف عن العنوان المشابه أو بتغيير لونه أو لون واجهة المتجر أو غير ذلك من البيانات التي يراها كافية لمنع اللبس أو الخلط⁽⁴⁰⁾.

وسنقوم بتناول هذا المبحث في مطلبين: .

المطلب الأول: ملكية العنوان التجاري.

المطلب الثاني: وسائل حماية العنوان التجاري.

المطلب الأول

ملكية العنوان التجاري

تقسيم:

سنبين من خلال هذا المطلب كيفية اكتساب ملكية العنوان التجاري، كما سنتطرق من خلاله إلى العناوين

(41) رقم (33) لسنة 1991 وتعديلاته، منشور في كتيب خاص صادر عن وزارة الشؤون القانونية. الطبعة الثانية، يوليو 2004م.

(42) د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دار الجامعية، لم يذكر بلد النشر، 1986، ص775، د. إلياس ناصيف، مرجع سابق، ص276.

(39) د. سعيد محمد هيثم، الموجز في القانون التجاري اليمني، دار جامعة عدن للطباعة والنشر، عدن، الطبعة الثانية، 2013، ص108.

(40) د. سمير عالية، الوجيز في القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1987م، ص234.

ومختصراتها أو العناوين التي توحى بخصوصية مذهبية أو عرقية أو مناطقية في تقديم خدماتها وأيضاً لا يجوز تسجيل الأسماء التي تتفق مدلولاتها صراحة مع أسماء الله الحسنى أو أسماء المواقع والشعائر الدينية وكذا مختصرات الأسماء بحروف متفردة وأسماء الرموز والشعارات التي يكون لها أكثر من دلالة.

وتحدد الحماية للعناوين التجارية من الناحية المكانية في اليمن على مستوى كامل محافظات الجمهورية لكثير من المجالات وفقاً لما ذهب إليه المادة (25) من قانون الأسماء التجارية اليمني التي ترتب الحماية القانونية على مستوى الجمهورية، وفيما عدا المجالات المشار إليها في المادة (25) فإن الحماية تكون على مستوى المحافظة التي سجل بها العنوان، أما بالنسبة للمشروع المصري ومن خلال القانون رقم (55) لسنة 1951م الخاص بالأسماء التجارية قصر الحماية على مستوى مكتب التسجيل الذي حصل فيه القيد، أي أن المشروع المصري قصر الحق في ملكية الاسم التجاري وحمايته من حيث المكان على القدر الضروري لدفع الخلط واللبس⁽⁴⁴⁾. ويحمد المشروع اليمني على مسلكه في هذه الجزئية بتوسيع نطاق الحماية على كامل تراب الجمهورية للكثير من المجالات المحددة في المادة (25) من قانون الأسماء التجارية. وليس على القدر الضروري منها، الأمر الذي يعطي المزيد من الطمأنينة للمستثمرين، ويعزز من سبل المنافسة المشروعة ويؤدي إلى قمع المنافسة غير المشروعة.

من خلال تسجيله وقيده لدى إدارة السجل التجاري بوزارة الصناعة والتجارة، وقد جاءت المادة (15) من قانون الأسماء التجارية اليمني لتؤكد على ذلك من خلال إلزام كل تاجر بالتقدم لطلب قيد وتسجيل اسمه التجاري أو تعديله إلى الإدارة المختصة وذلك خلال ستين يوماً من تاريخ مزاولة النشاط أو افتتاح المحل التجاري أو الفرع أو الوكالة وفي حال رفض طلب التسجيل لأي سبب كان يجوز لمن رفض طلبه التظلم من ذلك خلال (15) يوماً من تاريخ إبلاغه كتابياً برفض الطلب أمام لجنة تشكل بقرار من وزير الصناعة برئاسة وكيل الوزارة وعضوية أربعة آخرين. على أن الحق في ملكية العنوان التجاري هو حق نسبي مقصور على نوع التجارة التي يزاولها صاحب العنوان، ويجوز لتاجر آخر استعمال نفس الاسم في تجارة أخرى مختلفة وذلك لانقضاء الخلط واللبس والتضليل⁽⁴³⁾

وتبين المادة (17) من قانون الأسماء اليمني أنه لا يجوز قبول الأسماء التجارية المقدمة بحروف غير عربية - مع مراعاة قانون الاستثمار وقانون الوكالات وفروع الشركات الأجنبية - وكذا الأسماء المماثلة أو المشابهة لأسماء تجارية مسجلة، أو المخلة بالنظام العام والآداب العامة أو من شأن تلك العناوين أن تؤدي إلى غش الجمهور وتفسح المجال للمنافسة غير المشروعة أو تدل على غير المصدر الحقيقي للبضائع التي يتاجر بها، كما لا يجوز تسجيل الأسماء أو العناوين العربية والأجنبية لشركات مشهورة عربياً وعالمياً وكذا أسماء المنظمات والمؤسسات الدولية

(44) المادة (3) من قانون الأسماء التجارية المصري، مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص776.

(43) د. مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص776.

الفرع الثاني

التصرف بالعنوان التجاري

لا يجيز القانون اليمني التصرف بالعنوان التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المتجر، إلا أنه إذا تصرف صاحب المتجر في متجره لم يشمل ذلك التصرف العنوان التجاري ما لم ينص على ذلك صراحة أو ضمناً⁽⁴⁵⁾، بمعنى أن التصرف بالعنوان يكون مشمولاً بالمتجر بينما التصرف بالمتجر لا يشمل العنوان إلا إذا نص على ذلك في العقد.

والحكمة التي قصدها المشرع من ذلك، هي حماية الجمهور من المستهلكين من الاعتقاد بأن العنوان التجاري الذي انتقل مستقلاً عن المتجر إلى الغير يمثل ذات المنشأة الأولى أو أحد فروعها وفي ذلك حماية للمستهلك من اللبس أو التضليل وبحيث لا يتصور العملاء بأن المتجر الجديد الذي يحمل العنوان التجاري ذاته يتمتع بذات الميزات التي اعتادوها في المتجر الأول⁽⁴⁶⁾، وقد أوضحت المادة (29) من قانون الأسماء التجارية اليمني بأنه يجوز لمن انتقلت إليه ملكية المحل التجاري أن يستخدم اسم سلفه التجاري بشرط الحصول على موافقة المتنازل أو من آلت إليه حقوقه، وعلى أن يضيف إلى هذا الاسم بياناً يدل على انتقال الملكية كأن يضيف اسمه الشخصي إلى اسم سلفه التجاري أو أن يضيف إليه كلمة (خلف أو خلفاء) أو أي بيان آخر يدل على تغيير شخص مالك المحل التجاري.

والعنوان التجاري على عكس العلامة التجارية المسجلة التي يجوز نقل ملكيتها أو رهنها مع أو بدون

المحل التجاري أو المنشأة التي تستخدم العلامة في تمييز سلعتها أو خدماتها وبحيث لا ينتج عن ذلك إحداث تضليل أو لبس لدى الجمهور لا سيما حول طبيعة المنتجات أو الخدمات أو مصدرها⁽⁴⁷⁾.

وإذا كان المشرع اليمني لا يجيز التصرف بالعنوان مستقلاً عن التصرف بالمتجر، فإنه على العكس يجوز التصرف بالمحل التجاري بصورة مستقلة عن العنوان التجاري، أي يمكن للتاجر بيع محله التجاري مع احتفاظه بملكية العنوان على أنه من الضرورة بمكان أن ينص في العقد على عدم شمول بيع المتجر للعنوان التجاري، مما يترتب على ذلك أنه لا يجوز لمشتري المتجر في هذه الحالة أن يستعمل العنوان التجاري الخاص بسلفه البائع⁽⁴⁸⁾.

ويكون على من يملك عنواناً تجارياً تبعاً لمتجر يخلف سلفه في الالتزام والحقوق التي ترتبت تحت هذا العنوان ولا يسري أي اتفاق مخالف لذلك في حق الغير إلا إذا قيد في السجل التجاري أو أخبر به ذو الشأن، كما أن من انتقل إليه متجر دون عنوانه التجاري لا يكون مسؤولاً عن التزامات سلفه ما لم يكن هناك اتفاق مخالف مقيد في السجل التجاري⁽⁴⁹⁾.

كما أن احتفاظ بائع المتجر بعنوانه لا يجيز له إعادة استعماله في ذات التجارة، إذ يكون ملزماً بالامتناع عن إتيان أي عمل يترتب عليه إضعاف الفائدة التي تعود على المشتري خاصة إذا سعى البائع إلى اجتذاب العملاء الذين اعتادوا على التعامل معه من سابق، وقد أوضحت المادة (1/42) من القانون التجاري المصري أنه لا يجوز لمن تصرف في المتجر بنقل

(47) المادة (25) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية

رقم (23) لسنة 2010م، منشور في كتيب خاص صادر عن وزارة الشؤون القانونية، نوفمبر 2013م.

(48) المادتان (58، 59) تجاري يمني.

(49) المادتان (60، 61) تجاري يمني.

(45) المادة (58) من القانون التجاري اليمني.

(46) د. سميرة الفلبيوي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 824، مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص 777.

الفرع الثاني: الحماية الجنائية

الفرع الأول

الحماية المدنية

إن قيد العنوان التجاري في السجل التجاري يوفر له الحماية، وبالتالي لا يجوز بعد هذا القيد لأي تاجر آخر استعمال هذا العنوان في نوع التجارة التي يزاولها، وإذا حصل وقام أي تاجر آخر باستعمال هذا العنوان التجاري، فإنه يكون من حق من تم استعمال العنوان التجاري المملوك له، أن يطلب من القضاء منع استعماله وكذا له أن يطلب شطبه إذا كان هذا العنوان قد سجل في السجل التجاري كما يجوز له أن يطالب بالتعويض إذا كان قد لحق به ضرراً جراء استعمال عنوانه ذلك وفي هذا الصدد جاءت المادة (63) تجاري يمني لتوضيح بأنه إذا استعمل العنوان التجاري غير صاحبه أو استعمله صاحبه على صورة تخالف القانون جاز لذوي الشأن أن يطلبوا منع استعماله ولهم أن يطلبوا شطبه إذا كان مقيداً في السجل التجاري، ويجوز لهم الرجوع بالتعويض أن كان له محل. إذاً يتمتع العنوان التجاري بالحماية القانونية مثله مثل باقي عناصر الملكية الصناعية، والحماية المدنية للعنوان التجاري تتحقق له من خلال دعوى ترفع أمام القضاء المختص تكون على أساس المنافسة أو المزاحمة غير المشروعة، وتعد هذه الدعوى أوسع نطاقاً من الحماية الجنائية، ويجوز لصاحب العنوان التجاري رفع هذه الدعوى للمطالبة بالتعويض جراء ما لحق به من ضرر ناتج عن استعمال عنوانه التجاري دون وجه حق وذلك على أساس المسؤولية التقصيرية،

ملكته إلى الغير أن يزاول نشاطاً مماثلاً كنشاط المتجر بكيفية يترتب عليها ضرر لمن آلت إليه ملكية المتجر إلا إذا اتفق على خلاف ذلك، وكانت الفقرة (2) من المادة ذاتها قد أوضحت بأن هذا الحظر يسري لمدة عشر سنوات من تاريخ شهر التصرف ما لم يتفق على مدة أقل، ومثل هذا النص يفتقر إليه القانون التجاري اليمني⁽⁵⁰⁾.

المشرع المصري كان ومن خلال المادة (8) من قانون الأسماء التجارية قد حظر التصرف بالاسم التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المحل التجاري المخصص له، ويأتي هذا الحظر نابغاً من طبيعة الاسم أو العنوان التجاري من حيث اعتباره أداة لتمييز المنشأة التجارية، فالعنوان التجاري مجرداً عن المتجر لا يعني شيئاً، وهذا الحظر يعد قاعدة قانونية أمره لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، إذ يترتب على مخالفتها البطلان⁽⁵¹⁾.

المطلب الثاني

وسائل حماية العنوان التجاري

تقسيم:

نتناول من خلال هذا المطلب وسائل حماية العنوان التجاري، وذلك في ظل أن القانون التجاري اليمني لم يتضمن أية نصوص عقابية يمكن تطبيقها في حال الإخلال بالحماية المقررة للعنوان، فيما عدا ما جاء به قانون الأسماء التجارية اليمني من نص عقابي في المادة (30) منه تقرر عقوبات ما بين الغرامة والحبس الذي لا يقل عن شهر ولا تزيد مدته عن ستة أشهر. وسنقوم بتناول هذا المطلب في فرعين هما:

الفرع الأول: الحماية المدنية

للطباعة والنشر والتوزيع، صنعاء/اليمن، الطبعة الأولى، 2021، ص101.

(51) حسن محمد أحمد السلمي، مرجع سابق، ص210.

(50) د. عواد عبدالحفيظ جازم المزاحمة غير المشروعة ومنع الاحتكار في القانون اليمني، دراسة مقارنة، مكتبة ومركز الصادق

الحماية الجنائية

إلى جانب الحماية المقررة للعنوان التجاري من الناحية المدنية، ووفقاً لأحكام دعوى المنافسة غير المشروعة، فإنه يتمتع بحماية جنائية، إلا أن القانون التجاري اليمني قد خلا من أية نصوص عقابية تجرم الاعتداء على الحماية المقررة للعنوان التجاري، ولعله في هذا الصدد قد اكتفى بالنص العقابي الوارد في قانون الأسماء التجارية اليمني في المادة (30) منه والتي نصت على أنه "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في القوانين الأخرى النافذة يعاقب كل من استعمل عمداً اسماً تجارياً على خلاف أحكام هذا القانون واللائحة بغرامة لا تقل عن (5000) خمسة آلاف ريال ولا تزيد عن (50,000) خمسين ألف ريال وفي حالة تكرار المخالفة يعاقب المخالف بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر.

وإن كان النص قد وضع عقوبة جنائية، إلا أن ما يؤخذ على هذه العقوبة في الوقت الحاضر هو عدم كفايتها لتحقيق الردع والجزر باعتبار أن مبالغ الغرامات الواردة في النص تعد مبالغ زهيدة وغير مجدية في الوقت الحالي لردع كل من تسول له نفسه المساس بالحماية المقررة للعناوين التجارية وحبذا لو يعمل المشرع على تدارك هذا الأمر من خلال تعديل النص ورفع مبلغ الغرامات الواردة به لتتحقق صفة العقوبة الرادعة.

ويتحقق الاعتداء على العنوان التجاري إما بوضع ذلك العنوان وإظهاره بأي شكل كان سواءً على المنتجات أو الغلافات والشارات، أم بإدراجه في المنشورات أو الإعلانات أو الفواتير أو الرسائل أو ما شاكلها، ولا

وإذا ما توافرت شروط هذه الدعوى⁽⁵²⁾، وهي الخطأ المتمثل في ارتكاب عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة والمتمثل باستعمال العنوان التجاري المملوك لتاجر آخر والضرر الذي يكون ناتج جراء المنافسة غير المشروعة، وربطه السببية بين الخطأ والضرر، حيث تضع المادة (304) مدني يماني مبدأ عاماً يقضي بأن كل فعل أو ترك غير مشروع إذا سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض، أي أن نص المادة (304) يشير إلى رابطة السببية باعتبار أن الضرر الذي يعرض عنه يجب أن يكون مترتباً على الخطأ حتى يكون واجب التعويض⁽⁵³⁾، ولا عبء بتسجيل العنوان التجاري حتى يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، فيمكن لصاحب العنوان التجاري الذي بدأ فعلاً في استعماله ثم تم الاعتداء عليه بفعل يشكل منافسة غير مشروعة أن يرفع دعوى التعويض على المعتدي وللمحكمة التي رفعت الدعوى إليها دعوى المنافسة غير المشروعة أن تقضي بالتعويض كما يمكن لها أن تحكم بمنع استخدام العنوان التجاري أو إضافة بيان أو بيانات إليه من أجل أن ينتهي معه الخطأ أو اللبس هذا ولا تقرر الحماية للعنوان التجاري إذا ثبت عدم استعمال هذا العنوان وترك استخدامه.

وتشير المادة (33) من قانون الأسماء التجارية اليمني إلى أن المحكمة المختصة تتولى النظر في جميع المنازعات المتعلقة بأحكام هذا القانون وتكون لها صفة الاستعجال، والمحكمة المختصة التي يشير إليها النص هنا هي المحكمة التجارية⁽⁵⁴⁾

الفرع الثاني

(54) المادة (2) من قانون السجل التجاري اليمني.

(52) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 829.
(53) د. عواد عبدالحفيظ، مرجع سابق، ص 227.

بالنسبة للحبس وبغرامة لا تقل عن خمس جنهيات ولا تزيد على مائة جنيهه أو بإحدى هاتين العقوبتين لكل من استعمل عمداً اسماً تجارياً على خلاف أحكام القانون.

الخاتمة:

تظل نصوص القانون التجاري رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته المتعلقة بالعنوان التجاري وتحديداً المواد (55) وحتى (62)، بالإضافة إلى نصوص القانون رقم (20) لسنة 2003م المتعلقة بالأسماء التجارية، لا تضع فوارق واضحة ومحددة فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري، ولا تمايز بينهما بصورة دقيقة مما جعل الباحثين في حيرة شديدة وريب من مسلك المشرع اليمني هذا، الأمر الذي نحث معه المشرع اليمني وعند إصداره لأية تشريعات تتعلق بهذا الأمر إما أن يبين ويضع فوارق واضحة ومحددة تميز ما بين العنوان التجاري والاسم التجاري أو يتبنى فكرة أنهما بمعنى واحد. وعليه فقد خلص هذا البحث إلى عدد من النتائج والتوصيات فصلها على النحو التالي:

أولاً: النتائج:

- 1- لا يوجد - من وجهة نظري - تباين أو فروق واضحة في القانون اليمني ما بين العنوان التجاري والاسم التجاري.
- 2- على الرغم من أن قانون الأسماء التجارية اليمني قد وضع في المادة (2) منه أن الغرض من الاسم هو تمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات، إلا أن المادة (55)، (60)، (61)، (62) من القانون التجاري اليمني، تشير في مضامينها إلى نفس الفكرة وترتبط العنوان بالمتجر، دون أن يكون

يشترط لقيام جريمة التعدي على العنوان التجاري أن يكون العنوان مماثلاً للعنوان التجاري السابق، بل يتحقق التعدي ولو كان العنوان المغتصب محرراً ولو قليلاً ويحمل على الالتباس، وتمكن العبرة بالتشابه بين العنوانين تشابهاً إجمالياً من شأنه إحداث الخلط أو اللبس بين المنشآت المتماثلة أو المتشابهة⁽⁵⁵⁾.

ويخضع مدى تقدير التشابه أو التماثل بين العناوين إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، والعبرة دائماً بأوجه التشابه بين العنوانين وليس بأوجه الخلاف⁽⁵⁶⁾. ويشترط للحماية الجنائية للعنوان التجاري وفقاً للمادة (30) من قانون الأسماء التجارية اليمني، أن يكون العنوان قد تم تسجيله بالسجل التجاري، فلا تتمتع بهذه الحماية العناوين التجارية غير المقيدة في السجل التجاري، وإن كان ذلك لا يمنع صاحب العنوان التجاري من اللجوء إلى القضاء المدني وفقاً لدعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض. كما يشترط ووفقاً للمادة آنفه الذكر أن يكون المعتدي متعمداً مخالفة أحكام القانون.

وكنا نتمنى لو أن النص سالف الذكر قد تضمن في طيه عقوبات تكميلية مثل نشر الحكم أو ملخصه على نفقة المحكوم عليه في أحد الصحف اليومية ولعدد من المرات أو عقوبة سحب الترخيص أو غلق المنشأة لمدة لا تزيد عن ثلاثة أشهر وذلك نظراً لأن مثل هذه العقوبات التكميلية تتحقق فيها صفة الزجر والردع إلى جانب العقوبة الأصلية، والتي من المتوقع أن تم الأخذ بها قد تؤدي إلى الحد من الاعتداء على العناوين التجارية.

المشرع المصري كان قد وضع عقوبة جنائية في المادة (9) من قانون الأسماء التجارية لا تزيد عن سنة

(56) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص834.

(55) د. مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص778، 779.

- 3- نوصي المشرع اليمني بوضع عقوبات تكميلية سواءً في صلب القانون التجاري أو قانون الأسماء التجارية تقضي بوضع تلك العقوبات مثل الحكم بنشر الحكم أو ملخصه على نفقة المحكوم عليه في إحدى الصحف اليومية أو سحب الترخيص للمحل التجاري لمدة لا تزيد عن ثلاثة أشهر لما لمثل تلك العقوبات إلى جانب العقوبة الأصلية من صفة الردع والزجر لكل من تسول له نفسه المساس بالحماية المقررة للعنوان التجاري.
- 4- من المهم جداً أن يقوم المشرع اليمني بمراجعة مبالغ عقوبة الغرامة الواردة في المادة (30) من قانون الأسماء التجارية، لما من شأنه تحقيق صفة الزجر والردع إذ أصبحت مبالغ تلك العقوبة بالغرامة غير كافية لتحقيق ذلك نظراً لأن مبالغ الغرامة الواردة في النص أصبحت زهيدة جداً.
- 5- يوصي الباحث الجهات ذات العلاقة، بإقامة الندوات والدورات التدريبية، والتي يمكن لها أن تسهم في تعزيز نسبة الوعي بأهمية العنوان التجاري وإبراز دوره الحقيقي في حماية المستهلك، وقمع المنافسة غير المشروعة.
- 6- نرى أنه أصبح من المهم جداً أن تقوم كليات الحقوق ببحث أبنائها الطلاب على القيام بالأبحاث والدراسات المقارنة في مجال العناوين التجارية، مع الاهتمام بنتائج تلك الأبحاث والدراسات.

المراجع:

أولاً: الكتب والمراجع والأبحاث القانونية: .

- [1] القاضي، إلياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، ج1، عويدات للنشر والطباعة، بيروت/ لبنان، 1999م.

هناك أية فوارق أو تباينات فيما بين العنوان والاسم التجاري.

- 3- للعنوان التجاري أهمية تكمن في أنه يميز المتجر عن غيره من المتاجر المماثلة ويسهل عملية الوصول إليه من قبل عملائه، كما أنه له أهمية باعتباره وسيلة من وسائل قمع المنافسة غير المشروعة.
- 4- يعتبر العنوان التجاري مصدراً لسمعة التاجر وبالتالي شهرته في المحيط الذي يربط التاجر بغيره من نظرائه.
- 5- عملية تجديد قيد العنوان التجاري وشطبه في القانون اليمني مرتبطة بتجديد السجل التجاري للمتجر أو المنشأة التجارية.
- 6- التصرف بالعنوان التجاري يشمل التصرف بالمتجر، أما التصرف بالمتجر لا يشمل التصرف بالعنوان، إلا إذا نص على ذلك صراحةً أو ضمناً.
- 7- لا توجد نصوص عقابية في القانون التجاري اليمني تتعلق وترتبط بالإخلال بحماية العنوان التجاري.
- ثانياً: التوصيات:**

- 1- نوصي المشرع اليمني، عند إصداره لأية تشريعات أو تعديله للتشريعات الحالية أن يضع فروقا واضحة ودقيقة فيما بين العنوان التجاري والاسم التجاري أو أن يتبنى فكرة أنه لا فرق بينهم وأنهما بمعنى واحد.
- 2- من المهم أن يقوم المشرع اليمني بوضع نصوص عقابية تشمل العنوان والاسم التجاري في أن وحتى لا يكون هنا أي لبس عند تطبيق العقوبة المقررة في قانون الأسماء، عند الإخلال بالحماية المقررة للعنوان التجاري.

- [14] د. محمد فريد العرييني، د. هاني محمد دويدار، مبادئ القانون التجاري والبحري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003م.
- [15] د. محمد فريد العرييني، د. جلال وفاء محمدين، القانون التجاري (الجزء الأول)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1998م.
- [16] د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية، لم يذكر بلد النشر، 1986م.
- [17] موريس صادق، الموسوعة التجارية، معلقاً عليه بأحدث أحكام محكمة النقض، دار الكتاب الذهبي، لم يذكر بلد النشر، 1999م.

ثانياً: القوانين:

أ) الوطنية

- [1] القانون التجاري اليمني رقم (32) لسنة 1991م وتعديلاته.
- [2] قانون السجل التجاري رقم (33) لسنة 1991م وتعديلاته.
- [3] قانون الشركات التجارية رقم (22) لسنة 1997م وتعديلاته.
- [4] القانون المدني اليمني رقم (14) لسنة 2002م وتعديلاته.
- [5] قانون الأسماء التجارية رقم (20) لسنة 2003م.
- [6] قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني رقم (23) لسنة 2010م.

ب) العربية:

- [1] قانون الأسماء التجارية المصري رقم (55) لسنة 1951م.

ثالثاً: الاتفاقيات الدولية:

- [1] اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية المبرمة في 1883/3/20م والمعدلة في 1967/7/14م.
- [2] اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) 1994م.

- [2] أنور طلبه، التعليق على نصوص القانون المدني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الثانية، لم يذكر تاريخ النشر.
- [3] حسن محمد أحمد السلمي، النظام القانوني للاسم التجاري في الجمهورية اليمنية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، مكتبة التفوق، صنعاء، الطبعة الأولى، 2014م.
- [4] د. رمضان أبو السعود، الوسيط في شرح مقدمة القانون المدني، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، لم يذكر تاريخ النشر.
- [5] د. سعيد محمد هيثم، الموجز في القانون التجاري اليمني، دار جامعة عدن للطباعة والنشر، عدن، الطبعة الثانية، 2013م.
- [6] د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة التاسعة، 2013م.
- [7] د. سميحة القليوبي، القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1981م.
- [8] د. سمير عالية، الوجيز في القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1987م.
- [9] د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، الطبعة الأولى، 2003م.
- [10] د. عواد عبدالحفيظ جازم، المزاومة غير المشروعة ومنع الاحتكار في القانون اليمني دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، مكتبة ومركز الصادق للطباعة والنشر والتوزيع، صنعاء، اليمن، الطبعة الأولى، 2021م.
- [11] د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري (المجلد الأول)، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، الطبعة الأولى، 1997م.
- [12] د. محسن شفيق، الوسيط في القانون التجاري، الجزء الأول، مطبعة دار النشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 1951م.
- [13] د. محمد حسام محمود لطفي، حقوق الملكية الفكرية (المفاهيم الأساسية)، النسر الذهبي للطباعة، القاهرة، 2004م.