



Tikrit University Journal for Rights

Journal Homepage : <http://tujr.tu.edu.iq/index.php/t>

Legal Aspects of the Issue of Trade Title Transfer: A Comparative Study

Assistant .Dr. Omar Mu'ayyad Mahmoud

College of Law, Tikrit University, Salahaddin, Iraq

omar.mah@tu.edu.iq

Article info.

Article history:

- Received 22 March 2026
- Accepted 5 April 2026
- Available online 1 June 2026

Keywords:

Abstract: One of the most important means and fundamental pillars of commercial economic activity is intangible property, including the trade name. The trade name serves as a identifier for the merchant, and it may be used as a trademark indicating the type of goods produced or as a trade name. Some Arab laws conflate the terms trade name and trade name, despite the difference between them. While trade names in partnerships are derived from company names, the trade name is a crucial intangible element for the merchant and their business. It is the name the merchant uses to identify themselves and their commercial activity. Ownership of this title can be transferred either as an accessory or independently. As an accessory is obvious, meaning the trade name is transferred along with the ownership of the business premises or store. For example, ownership of the trade name may be transferred to the buyer, the store's heir, or a partner. Independent transfer refers to the

transfer of ownership of the trade name alone, without the store.

© 2023 TUJR, College of Law, Tikrit University

الجوانب القانونية لإشكالية انتقال العنوان التجاري دراسة مقارنة

م.د. عمر مؤيد محمود

كلية القانون، جامعة تكريت، صلاح الدين، العراق

omar.mah@tu.edu.iq

معلومات البحث :	الخلاصة: أن من أهم الوسائل والدعائم الأساسية للنشاط الاقتصادي التجاري الملكيات المعنوية ومنها العنوان التجاري، إذ يعد هذا الأخير دالة الغير على شخص التاجر فقد يستعمل كعلامة تجارية تدل على نوع البضائع التي ينتجها التاجر وقد يستعمل كاسم تجاري فهناك من القوانين العربية التي تخلط التسمية بين العنوان التجاري والاسم التجاري رغم الفارق بينهما وإن كان العنوان التجاري في شركات الأشخاص يأخذ من الأسماء فيعد العنوان التجاري عنصراً معنوياً مهماً للتاجر ومحلته التجاري، فهو الاسم الذي يستخدمه التاجر للتعريف بنفسه وبنشاطه التجاري. وتنتقل ملكية هذا العنوان أما بالتبعية أو بشكل مستقل، والتبعية هي واضحة من الوهلة الأولى بمعنى أن ينتقل العنوان التجاري بانتقال ملكية المحل التجاري أو المتجر مثاله انتقال ملكية العنوان التجاري المشتري المتجر أو الوريث أو الشريك في المتجر، أما الانتقال المستقل فيقصد به انتقال ملكية العنوان التجاري بمفرده دون المتجر.
تواريخ البحث:	
- الاستلام : ٢٢ / آذار / ٢٠٢٦	
- القبول : ٥ / نيسان / ٢٠٢٦	
- النشر المباشر: ١ / حزيران / ٢٠٢٦	
الكلمات المفتاحية :	
-	

© ٢٠٢٣، كلية القانون، جامعة تكريت

المقدمة : أولاً: التعريف بموضوع البحث

أن من أهم الوسائل والدعائم الأساسية للنشاط الاقتصادي التجاري الملكيات المعنوية ومنها العنوان التجاري، إذ يعد هذا الأخير دالة الغير على شخص التاجر فقد يستعمل كعلامة تجارية تدل على نوع البضائع التي ينتجها التاجر وقد يستعمل كاسم تجاري فهناك من القوانين العربية التي تخلط التسمية بين العنوان التجاري والاسم التجاري رغم الفارق بينهما وإن كان العنوان التجاري في شركات الأشخاص يأخذ من الأسماء فيعد العنوان التجاري عنصراً معنوياً مهماً للتاجر ومحلته التجاري، فهو الاسم الذي يستخدمه التاجر للتعريف بنفسه وبنشاطه التجاري. وتنتقل ملكية هذا العنوان أما بالتبعية أو بشكل مستقل، والتبعية هي واضحة من الوهلة الأولى بمعنى أن ينتقل العنوان التجاري بانتقال ملكية المحل التجاري أو المتجر مثاله انتقال ملكية العنوان التجاري المشتري المتجر أو الوريث أو الشريك في المتجر، أما الانتقال المستقل فيقصد به انتقال ملكية العنوان التجاري بمفرده دون المتجر ، وهذا يتطلب موافقة الجهات المختصة والتنازل عن حقوق الاستخدام وفي كل هذا قد تحدث إشكالية في حماية حقوق المالك الأصلي أو المالك الجديد أو قد تحدث إشكالية إذا كان القصد هو تضليل الجمهور في حالة إذا كان انتقال العنوان التجاري إلى نشاط تجاري مختلف ، أو قد تحدث إشكالية تجاه المالك الجديد إذا كانت هناك نزاعات أو دعاوى تخص العنوان التجاري ، لذلك نصت عدة قوانين على وجوب تسجيل العنوان التجاري في سجل مخصص كغيره من ملكيات التاجر المعنوية مثل الاسم التجاري والعلامة التجارية

وبراءة الاختراع مع تحديث أي تغيير يطرأ على هذه البيانات من نقل ملكية أو حق استعمال أو تغيير أو حذف منعاً لأي نزاع أو إشكالية أو حالاً لها ان وجدت .

ثانياً: أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في تعريف العنوان التجاري وأهميته للتاجر وشروطه وتمييزه عما يشته به من الملكيات المعنوية للتاجر مثل الاسم وهو الأقرب للعنوان والعلامة التجارية التي ممكن ان تتكون من العنوان وبيان أهمية العنوان التجاري للتاجر وكيفية إدارة هذا الملكية والإشكالية التي تحدث حول انتقال العنوان التجاري .

ثالثاً: إشكالية البحث :

تدور الإشكالية في تمييز العنوان التجاري عن غيره وبيان مدى تنظيم التشريع للعنوان التجاري من تنظيم تسجيل ونقل ملكية وحل للإشكالية التي من الممكن أن تحدث حول العنوان التجاري ونقل ملكيته.

أسئلة البحث :

١ - هل العنوان التجاري يمثل احد عناصر المتجر ؟

٢ - ماهية العنوان التجاري ؟ وهل يختلف عن الاسم التجاري ؟

رابعاً: أهداف البحث :

تهدف الدراسة إلى الإسهام في إثراء البحث في هذا المجال بتحديد جوانب القصور التشريعي لمعالجتها ، والتزود ببعض الحلول الجديدة ، ولا تهدف إلى تكرار ما قيل في هذا الجانب .

١ - تعريف وبيان مفهوم العنوان التجاري

٢ - تمييز العنوان التجاري عن غيره

٣ - كيفية نقل ملكية العنوان التجاري وأثار انتقال الملكية

٤ - الإشكالية التي قد تحدث بسبب انتقال العنوان التجاري

خامساً: أسباب اختيار البحث :

يكمن السبب في اختيار هذا الموضوع ان المشرع العراقي لم يتطرق إلى العنوان التجاري ولم يخصص له أحكام خاصة فيه ، بل اكتفى بالقواعد العامة للاسم التجاري بشكل عام ، وأيضاً لكثرة الخلط بين العلامة التجارية والاسم التجاري .

سادساً: منهج البحث:

نعتمد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي المقارن ببيان بعض النصوص القانونية الخاصة بالعنوان التجاري وشرحها على ضوء القانون الوضعي ، ومنها التشريع العراقي والتشريع المصري مع

بعض الإشارات إلى التشريعات العربية كالقانون الأردني والقانون البحريني وغيرهم التي اهتمت في هذا الموضوع .

المبحث الأول مفهوم العنوان التجاري

لم يضع المشرع العراقي تعريفا للعنوان التجاري في قانون التجارة ولم ينظم أحكامه في قانونه النافذ والغرض توضيح مفهوم العنوان التجاري والوصول إلى المعنى الحقيقي للعنوان التجاري نبحت أهم التعاريف الفقهية التي تخص العنوان التجاري والتشريعات التي اهتمت في هذا الموضوع وكيفية معالجتها لهذا الموضوع فمن القوانين لا تعتبر عنصرا من عناصر المحل التجاري وبعض القوانين تأخذ به وتعالجه في تشريعاتها التجارية، وهناك قوانين خلطت في التسمية أو في التعريف حين أضافت العناصر الاسم التجاري الاسم المدني أو اللقب فهي بهذه الحالة خلطت بين العنوان التجاري والاسم التجاري فيجب التمييز بين كل منهما وأن تشابها إلى حد كبير ومن ثم تمييز العنوان التجاري عن العلامة التجارية وأن امكن اتخاذ العنوان علامة تجارية، ولبيان أهم ما ذكر نقسم المبحث إلى مطلبين نأخذ تعريف العنوان التجاري في مطلب أول، ومن ثم نأخذ تمييز العنوان التجاري عن غيره في مطلب ثاني.

المطلب الأول : تعريف العنوان التجاري

المطلب الثاني : تمييز العنوان التجاري عن غيره

المطلب الأول

تعريف العنوان التجاري

للعنوان التجاري كغيره من المصطلحات التجارية تعريف يخصه ببيان ماهيته وعناصره التي يتكون منها على التاجر اتخاذها ليكون له عنوان تجاريا يوقع به معاملاته التجارية وشروط خاصة تحدد طبيعة العنوان التجاري وخصائص تميزه عن غيره ، ولهذا فقد عنت بعض القوانين في تنظيمه وبيان أهميته وان كان المشرع العراقي لم ينظمه في قانون التجارة النافذ إلا انه اسبغ عليه بعض التنظيم من تعريف واهميه تسجيل في قانون تجارته الملغي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ ، ولا نغفل أهم القوانين العربية التي اهتمت في تنظيمه ، ولبيان أهم ما ذكر نقسم المطلب إلى فرعين نأخذ تعريف العنوان التجاري في فرع أول ومن ثم نأخذ شروط وخصائص العنوان التجاري في فرع ثاني .

الفرع الأول

تعريف العنوان التجاري

ونفصله على عدة نقاط وهي كالآتي

أولا: تعريف العنوان في اللغة :

العنوان: (بضم العين وكسر ها) ما يستدل به على غيره، ومنه: عنوان الكتاب و عنوانا : كتب عنوانه^(١)

ثانيا: تعريف العنوان التجاري في الفقه القانوني :

العنوان التجاري هو الاسم الذي يتخذه الشخص التاجر الفرد من أجل إجراء معاملاته التجارية واستخدامه كتوقيع في الأوراق المتعلقة بالنشاط التجاري ، ويتكون العنوان التجاري من عدة عناصر بداية بالاسم المدني للشخص واسم أسرته ، ويجب أن يكون هذا الاسم التجاري مختلفا عن العناوين التجارية المسجلة قبلا ، فإذا كان هناك تشابه مع عنوان تجاري مسجل آخر فيجب أن يضاف إلى العنوان ما يميزه عن الآخر^(٢) .

وعرفه بعض الفقهاء بأنه يتألف من اسم التاجر ولقبه، أو من تسمية مبتكرة، أو من كليهما معا، يستخدمه التاجر لتمييزه عن غيره من التجار في ذات النوع من التجارة التي يمارسها، ذلك ان العنوان التجاري يرتبط بممارسة التجارة في نشاط تجاري معين، ويمتنع على أي تاجر آخر استخدام عنوان تجاري سبق تسجيله لممارسة ذات النوع من النشاط التجاري

ويعرف العنوان التجاري بأنه هو الاسم الذي يستخدمه التاجر عند ممارسته لنشاطه التجاري، وقد يستمد من أسم التاجر أو اسم أو أسماء الشركاء أو القابهم أو أية تسمية يطلقها التاجر على نفسه على نفسه وتلتصق به^(٣) .

العنوان التجاري عبارة عن عنصر ذاتي ينصرف إلى الشخص ليميزه عن غيره من الأشخاص لا يمكن التصرف به الغير وليست له قيمة مالية. فهو توقيع لصاحبه، او هو وما يصحابها من ذكر حسن أو سيء). العكاس شخصية المرء في ميدان التجارة بكل ما تنسم به تلك الشخصية من استقامة والتواء وما يصحابها من ذكر حسن أو سيء^(٤) .

ومن خلال التعريفات سابقة الذكر يمكننا تعريف العنوان التجاري بأنه (هو الاسم الذي يتخذه التاجر (فردًا أو شركة) لتمييز نشاطه وممارسة أعماله وتوقيع عقوده، ويتكون عادة من اسم التاجر ولقبه ، أو تسمية مبتكرة، يجب أن يكون العنوان صادقًا وغير مضلل، ومسجلًا في السجل التجاري لضمان الحماية القانونية وعدم التشابه مع عناوين أخرى) .

ثالثا: العنوان التجاري في التشريع العراقي والتشريعات محل المقارنة .

1- تعريف العنوان التجاري في التشريع العراقي

(١) أبراهيم أنيس عبد الحليم منتظر، عطية الصوالحي، محمد خلف الله احمد المعجم الوسيط ، مج : مجمع اللغة العربية مكتبة الشروق الدولية القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٦٣٣ .

(٢) د . باسم محمد صالح، القانون التجاري (النظرية العامة) المكتبة القانونية بغداد ، ص ١٣٩ .

(٣) عواد عبد الحفيظ جاسم ، العنوان التجاري في القانون اليمني ، بحث منشور، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية مجلد (٥)، العدد (٢)، السنة ٢٠٢٣، ص ٦ .

(٤) أحمد إبراهيم الباسم، مبادئ القانون التجاري ، الجزء الأول بغداد ١٩٦٢، ص ١٦٢ .

لم يتناول المشرع العراقي العنوان التجاري في قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ المعدل. كما فعل في التشريع رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ وجاء التشريع النافذ خاليا من أي تنظيم يخص العنوان التجاري ونظم أحكام للاسم التجاري من تعريف وتسجيل وشروط اتخاذ وتجدر الإشارة بأن المشرع خلط بين الاسم التجاري والعنوان التجاري حين نظم الاسم التجاري في المادة ٢٢ من قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ (١) ، حيث جعل بالإمكان أن يكون الاسم التجاري من الاسم الثلاثي واللقب، وهذا ما سوف يتم توضيحه في مطلب ثاني من تمييز بين العنوان التجاري والاسم التجاري.

ذلك ولأن المشرع لم ينظم العنوان التجاري في القانون النافذ يتحتم علينا ذكر المواد التي نظمته في القانون رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ ، وان كان التعريف في التشريع يضيف صفة الجمود لكن ما يهم هو معرفة العنوان التجاري وعناصره وكيفية تنظيمه لذلك نأتي في ذكر اهم. المواد بنائية في المادة (٣٤) على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري (٢)

كما نصت المادة (٣٦) من القانون التجاري العراقي بتفصيل عن عناصر العنوان التجاري بانه

- يشترط ان يكون العنوان التجاري مؤلفا من اسم التاجر الشخصي او من اسم أسرته ومختلفا بوضوح عن العناوين المسجلة قبلا والتجار أن يضيف ما شاء على عنوانه التجاري الا انه ليس له إضافة ما يحمل الأشخاص الثالث إلى ذهاب خاطئ بغير الحقيقة فيما يتعلق بهويته أو بأهمية تجارية وسمعتها أو بوضعه المالي أو بوجود شركة.
- اذا أراد تاجر أو شركة تجارية فتح فرع في غير المحل المسجل فيع عنوانه أو عنوانها التجاري وكان هناك تاجر أو شركة تجارية قد سجلت عين العنوان التجاري فعلى ذلك التاجر أو الشركة إضافة ما يميز عنوانه أو عنوانها من عنوان التاجر أو الشركة المسجلة في ذلك المحل (٣) .

٢ - تعريف العنوان التجاري في التشريعات المقارنة :

يعتبر كل من العنوان التجاري وسيلة لتمييز المتجر عن بقية المتاجر وهنا تختلف الأهمية باختلافات النشاطات التي يزاول فيها الأنشطة التجارية ، والعنوان التجاري هو التسمية التي يطلقها التاجر على متجره ليزاول نشاطه التجاري وهذا ما نصت عليه المادة (٤٥) من قانون التجارة السوري رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٧ " على كل تاجر ان يجري معاملاته ودفع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري وعليه ان يكتب عنوانه على مدخل المتجر " .

كما جاءت المادة (٤٦) من القانون نفسه فان العنوان التجاري يتألف من اسم التاجر أو لقبه وان الاسم واللقب من خصائص الحقوق الشخصية ولا يمكن حرمان صاحبها منها وورثته من بعده ، كما نصت

(١) ينظر المادة ٢٢ من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ ، المنشور في الوقائع العراقية ، العدد ٢٩٨٧، تاريخ العدد ١٩٨٤-١٢.

(٢) المادة ٣٤ من قانون التجارة العراقي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ ، المنشور في الوقائع العراقية ، العدد ٢١١٣ تاريخ العدد ٢٣-٨-١٩٤٣ ، الملغي بموجب قانون التجارة رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠.

(٣) المادة ٣٦ من قانون التجارة العراقي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي .

الفقرة الثانية من نفس المادة على وجوب اختلاف العنوان التجاري بوضوح عن العناوين المسجلة مسبقاً^(١).

أما بالنسبة لعنوان الشركات أو اسمها التجاري فقد أكدت المادة (٥٥) من قانون التجارة السوري على ان تكون وفق الأحكام القانونية الخاصة بكل نوع منها وهذا ما جاء في الفقرة الأولى من المادة (١١) من قانون الشركات السوري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٨^(٢).

نظم المشرع الأردني أحكام خاصة بالعنوان التجاري ، في قانون التجارة رقم (١٢) لسنة ١٩٦٦ في المواد (٤٠ / ٥٠) وقد اتسم هذا التنظيم بالشمولية فقد حدد المشرع المقصود بالعنوان التجاري ووظائفه وحمايته القانونية والحق فيه واثار التصرف به ، فالعنوان التجاري في التشريع الأردني هو " العنوان الذي يتألف من اسم التاجر ولقبه ويحق للتاجر ان يضيف ما يشاء إلى عنوانه التجاري بشرط ان لا تحمل الإضافة على فهم خاطئ أو لبس بهويته أو تجارته او سمعته " ^(٣) .

نلاحظ من خلال التعريف ان التنظيم التشريعي للعنوان التجاري تشابه إلى حد كبير مع التنظيم الخاص بالاسم التجاري في بعض القوانين العربية كالقانون المصري والإماراتي ، لعل هذا التشابه احد الأسباب التي دعت إلى الخلط بين العنوان التجاري والاسم التجاري .

وفي الأردن أحيل الأمر بالنسبة للخلاف هل العنوان التجاري هو الاسم التجاري ؟ صدر قرار تفسيري عن الديوان الخاص بتفسير القوانين بناء على كتاب رئيس الوزراء ^(٤) ، بقراره رقم ١٠ لسنة ١٩٧٠ ان العنوان التجاري يختلف عن الاسم التجاري فالأخير يخضع لأحكام قانون تسجيل الأسماء التجارية بينما العنوان التجاري ينظمه قانون التجارة والأنظمة الصادرة بموجبه ^(٥) .

أما في القانون التجارة البحريني رقم ٧ لسنة ١٩٨٧ ، عرف العنوان التجاري على انه " يتألف من اسم التاجر ولقبه ويجب ان يختلف بوضوح عن العناوين المقيدة قبلاً " ^(٦) ، وبهذا ان المشرع البحريني

(١) ينظر المواد (٤٥ / ٣٦) من قانون التجارة السوري

(٢) ففي شركات الأشخاص التضامن والتوصية البسيطة يجب ان يكون العنوان التجاري مؤلفاً من أسماء جميع الشركاء أو عدد منهم مع إضافة كلمة وشركائهم ، رامي رياض دقي ، العنوان التجاري والشعار ، رسالة ماجستير ، الجامعة السورية الافتراضية ، كلية إدارة الأعمال ، ٢٠٠٩ ، ص ٩ .

(٣) المادة (٤١) من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦ .

(٤) العنوان التجاري هو "العنوان الذي يتألف من الاسم الحقيقي او اللقب الحقيقي للتاجر مع أي إضافة لا تحمل الغير على الفهم الخاطئ فيما يتعلق بهويته التاجر ، أما الاسم التجاري فقد عرفه الديوان بانه الاسم الذي لا يشتمل على الاسم الحقيقي أو اللقب الحقيقي للفرد " قرار رقم ١٠ لسنة ١٩٧٠ منشور في الجريدة الرسمية الاردنية ، بتاريخ ١٩٧٠/٥/١ العدد ٢٢٣٩ ، ص ٧٢١ .

(٥) جمانة يحيى صالح ، النظام القانوني للعنوان التجاري في التشريع الاردني ، مجلة دراسات ، علوم الشريعة والقانون ، المجلد ٤٥ ، العدد ٤ ، الملحق ١ ، ٢٠١٨ ، ص ١٤٤ .

(٦) ينظر المادة (٥١ / الفقرة الأولى) من قانون التجارة البحريني رقم ٧ لسنة ١٩٨٧ ، تقابلها المادة (٤٧) من القانون التجاري الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ .

تبنى مفهوم العنوان التجاري مع القانون الأردني والسوري ، واختلف بانه نظم أحكام الاسم التجاري بقانون خاص هو القانون رقم ١٨ لسنة ٢٠١٢ بشأن الأسماء التجارية .

بالنسبة للتشريع اليمني فقد بين أحكام العنوان التجاري في الفصل الثاني من قانون التجارة اليمني رقم ٣٢ لسنة ١٩٩١ ، ونظمه في المواد (٥٥ / ٦٢) ، حيث أكدت المادة (٥٥) على ان " يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه ويجب ان يختلف في وضوح عن العناوين المقيدة قبلا ويجوز ان يتضمن العنوان التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصصة لها ... " (١) ، ويقيد العنوان التجاري 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 (٢).

من خلال ما تم ذكره ندعو المشرع العراقي اسوه بباقي التشريعات العربية ، إلى تنظيم أحكام خاصة بالعنوان التجاري في قانون التجارة العراقي ، من تعريف العنوان التجاري ونوع التجارة المخصصة لها ومن الالتزامات والحقوق التي تترتب تحت هذا العنوان.

الفرع الثاني

خصائص العنوان التجاري وأهميته

أولاً: خصائص العنوان التجاري

١ - العنوان التجاري هو الاسم الحقيقي للتاجر

وبالرجوع إلى نص المادة ٣٦ من القانون رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ والتعاريف التي تناولت العنوان التجاري نجد انه يتكون من اسم التاجر ولقبه ، أي أن المقصود بالعنوان التجاري هو الاسم المدني للشخص المسجل في السجل المدني للدولة مع ضرورة إضافة ما يميز هذا العنوان أو الاسم في حالة تشابهه مع عنوان تجاري اخر مسجل وهذا ما أكدته المادة ٣٥ من القانون سالف الذكر (٣) ، هذا في ما يخص الفرد والشركة يضاف لها ما يميزها عن غيرها وبالرجوع إلى القوانين المقارنة نجد المشرع المصري جاء على غرار ذلك حين نظم الاسم التجاري في قانون الأسماء التجارية ، وكذلك المشرع البحريني هو الأقرب للتنظيم للعنوان التجاري نصت المادة (٥١) (٤) .

(١) عواد عبد الحفيظ جاسم ، العنوان التجاري في القانون اليمني ، مصدر سابق، ص ٧ .

(٢) المادة (٥٦) من قانون التجارة اليمني رقم ٣٢ لسنة ١٩٩١ .

(٣) المواد (٣٥ / ٣٦) من قانون التجارة العراقي رقم ١٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي .

(٤) د . سامر محمد الزعبي خصوصية التفرقة بين العنوان التجاري والاسم التجاري في التشريع البحريني ، دراسة مقارنة بحث منشور ، مجلة الدراسات القانونية ، جامعة أسيوط كلية الحقوق، المجلد (٤٦)، العدد (٢)، السنة ٢٠١٩، ص ٢٥٥ .

٢ - العنوان التجاري يكتب في مكان بارز في واجه المتجر^(١)

الزمت المادة ٣٥ من قانون التجارة العراقي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي في الفقرة رقم ١ في شقها الأخير على وجوب وضع العنوان التجاري في واجهة المتجر اذ نصت على انه يوضع العنوان التجاري المسجل على هذا الوجه في محل بارز من محل التاجر^(٢) ، والمقصود في مدخل المتجر ليس اللوحة التي تعلق على باب المدخل الخارجي للمحل والتي توضع في الأعلى، ألما تكون داخل العقار وعادة ما توضع خلف المحاسب، وهذا أيضا مذهب التشريع البحريني في هذا الأمر^(٣)

٣ - يبرم التاجر معاملاته التجارية بهذا الاسم

من الخصائص الرئيسية لفكرة العنوان التجارية حين تنظيمه في قيام التاجر بابرام معاملاته ونشاطاته في هذا العنوان أن نصت المادة ٣٤ من القانون رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي على . انه على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري^(٤) وهذا يؤيد ما ذكر في ما يخص العنوان التجاري - وتقابل هذا المادة في التشريعات المقارنة المادة ٥٣ من القانون التجاري البحريني والمادة ٥٧ من القانون التجاري اليمني والمادة ١٩ من القانون التجاري الكويتي

ثانياً: أهمية القانونية للعنوان التجاري .

١ - أهمية العنوان التجاري للفرد والشركة

وتتمثل أهمية العنوان التجاري من خلال وظائفه التي يؤديها من تمييز للتاجر عن غيره من التجار وهو مصدر السمعة للتاجر وشهرته والاستدلال به، وفي بعض الأحيان من الممكن استخدامه كعلامة تجارية لتمييز السلع أو المنتجات أو الخدمات التي يقدمها^(٥) .

(١) المتجر مفهوم حديث نسبياً توصل التجار الى هذا المصطلح في اواخر القرن الثامن عشر وبشكل تدريجي ، هو اداة التاجر لمباشرة نشاطه التجاري يستوجب ان يكون للتاجر مركز يزاول فيه نشاطه ويلتقي بملئى السلع والخدمات ، ويدخل في تكوين المتجر مجموعة عناصر ضرورية لاستغلاله التجاري وهذه العناصر بعضها مادي كالعدد والاثاث والبضائع وبعضها معنوي كالاتصال بالزبائن والاسم والشعار والعلامات الفارقة وغيرها .

(٢) الفقرة ١ من المادة ٣٥ من قانون التجارة رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي .

(٣) د سامر فيه الزعبي، مصدر سابق ، ص٥٧

(٤) المادة ٣٤ من قانون التجارة العراقي رقم ١٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي .

(٥) ماسة سامر شبيب ، الاسم التجاري والعنوان التجاري ، بحث منشور على الرابط التالي

<https://wadaq.info/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A>

٢ - أهمية العنوان التجاري في كونه أحد الملكيات المعنوية للتاجر

يعتبر العنوان التجاري من العناصر المهمة للمحل التجاري فإنه يعد أحد العناصر المتجر المعنوية فإن له قيمة مالية وفق قانون التجارة العراقي الملغي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣^(١) ، ووفق وفق القوانين التي اهتمت بتنظيمه فيعد وفق هذه التشريعات ملكية فردية كالعلامة التجارية وبراءة الاختراع وهو على حياد مع الاسم التجاري في التشريعات اهتمت بالعنوان التجاري للفرد والشركة^(٢).

المطلب الثاني

تمييز العنوان التجاري عن المعاني المتشابهة

الملكيات الفكرية أو الملكيات المعنوية هي الأهم للتاجر والأكثر تأثيراً على تجارته ، ومنها الاسم التجاري والعنوان التجاري في بعض القوانين التي أخذت به والعلامة التجارية فهي تؤثر في جذب الجمهور لتحقيق الغاية من التجارة ، فهي تروج للبضائع وتساهم في تسهيل جني الأرباح من خلال لفت انتباه المستهلك ولكل واحد من هذه الملكيات ما يميزه عن ما يشابهها من خصائص أو عناصر .

ومن خلال ما سبق يمكن تقسيم المطلب إلى فرعين نبين في الأول تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري ، ونأخذ تمييز العنوان التجاري عن الاسم التجاري في فرع ثاني .

الفرع الأول - تمييز العنوان التجاري عن العلامة التجارية.

الفرع الثاني - تمييز العنوان التجاري عن الاسم التجاري .

الفرع الأول

تمييز العنوان التجاري عن العلامة التجارية

أولاً - تعريف العلامة التجارية :

العلامة التجارية : هي الوسيلة التي يتمكن مالك المشروع من خلالها أو المنتج من تمييز منتجاته وخدماته عن تلك التي يقدمها الغير ، وضمان عدم اختلاطها بغيرها من المنتجات أو الخدمات^(٣) .

وقد عرفها القانون التجاري والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل ، في مادته الأولى ان العلامة التجارية هي " أي إشارة أو مجموعة شارات يمكن ان تشكل علامة تجارية يمكن

(١) المواد (٣٥ / ٣٦) من القانون التجارة العراقي رقم ٦٠ لسنة ١٩٣٤ الملغي .

(٢) عواد عبد الحفيظ ، المصدر السابق ، ص ١١ .

(٣) د . فاروق إبراهيم جاسم، مقدمة في القانون التجاري والبيانات الأولى، مطبعة الكتاب، بغداد ٢٠٢٤، ص ٤١ .

من خلالها التمييز بين سلع مشروع ما عن سلع مشاريع أخرى ، مثل الإشارات وبخاصة الكلمات وبضمنها الأسماء الشخصية والحروف والأرقام والأشكال الرمزية ... " (١) .

ثانياً _ الأشكال التي تتخذها العلامة التجارية

الأسماء التي تتخذ شكلاً مميزاً إذ يجوز أن يستخدم مالك المشروع اسمه كعلامة تجارية ولكن يجب أن يكون شكلاً مميزاً، ويمكن أن تكون من الحروف والأرقام وفق لما قرره قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل ، بشرط أن تتخذ هذه الأحرف والأرقام شكلاً مميزاً ، ومن الممكن أن تكون العلامة التجارية من رسوم أو رموز أو صور تأخذ شكلاً مميزاً (٢) .

ثالثاً _ أوجه الاختلاف والشبه بين العلامة التجارية والعنوان التجاري.

في القانون التجاري، يختلط الأمر على الكثيرين بين العنوان التجاري والعلامة التجارية، رغم أن لكل منهما وظيفة قانونية واقتصادية مختلفة تماماً إليك التمييز بينهما بشكل مبسط ودقيق :

١ - العنوان التجاري (Trade Name)

هو الاسم الذي يستخدمه التاجر لتمييز منشأته التجارية (المحل أو الشركة) عن غيرها من المنشآت. *الوظيفة: يحدد ذاتية المتجر وعنوانه القانوني الذي يتعامل به مع الموردين، البنوك، والجهات الحكومية.

*التكوين: يتألف عادة من اسم التاجر ولقبه، أو تسمية مبتكرة تعبر عن نشاط المنشأة.

*الحماية: يحمى بمجرد القيد في السجل التجاري، ويمنع الغير من استخدامه في نفس المنطقة الجغرافية أو النشاط لمنع اللبس مثال: "شركة النور للمقاولات" أو "مخبز البركة".

٢ - العلامة التجارية (Trademark)

هي الشارة أو الرمز الذي يُوضع على المنتجات أو الخدمات لتمييزها عن منتجات وخدمات المنافسين الوظيفة: تمييز "السلعة" وليس "المحل". هي أداة تسويقية تضمن للمستهلك جودة معينة وتربط بين المنتج ومصدره.

*التكوين: قد تكون كلمات، حروفاً، أرقاماً، رسوماً، صوراً، أو حتى مزيجاً من الألوان أو النغمات الصوتية.

*الحماية: تتطلب تسجيلاً خاصاً في سجل العلامات التجارية (بخلاف السجل التجاري العام)، وتوفر حماية قانونية واسعة تصل إلى حد الملاحقة الجنائية للمقلدين مثال: شعار "التفاحة" لشركة أبل، أو علامة "نايكي"

(١) ينظر المادة (١) من القانون التجاري والبيانات التجارية العراقية رقم ٢١، ١٩٥٧ المعدل في الوقائع العراقية العدد ٣٩٨٣، تاريخ العدد ٢٠٠٧ ، تقابلها المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ٢٠٢٣ وأيضاً المادة (٢) قانون العلامات التجارية البحريني رقم ٦ لسنة ٢٠١٤ ، المادة (٢) من القانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥ بشأن نظام العلامات التجارية الكويتي .

(٢) د. فاروق إبراهيم جاسم ، مصدر سابق ، ص ٤٢ .

جدول المقارنة :

العلامة التجارية	العنوان التجاري
يميزه المنتج أو الخدمة	يميز المنشأة والمح
جذب الزبائن وبناء السمعة التسويقية	تعريف التاجر والتعاملات القانونية
يرتبط بالسلعة المتداولة في السوق	يرتبط بالمكان والكيان القانوني
يسجل في العلامات التجارية	يسجل في السجل التجاري

ملاحظة في بعض الأحيان قد يتطابق العنوان التجاري مع العلامة التجارية فمثلا "ماكدونالدز" هو العنوان التجاري للشركة ، وفي نفس الوقت هو العلامة التجارية الموضوعة على وجباتهم ، لكن من الناحية القانونية ، تبقى إجراءات حماية كل منهما منفصلة.

الفرع الثاني

تمييز العنوان التجاري عن الاسم التجاري

قد يتشابه العنوان التجاري مع بعض الأنظمة في العديد من الأشياء ، ألا أنها تختلف عنها في أشياء أخرى ، لذلك نبين عدة معايير نميز العنوان التجاري ، وهذا ما سنتطرق اليه في الفقرات اللاحقة .

أولا _ تعريف الاسم التجاري^(١) :

يقصد بالاسم التجاري كل تسمية يزاول النشاط التجاري بموجبها شخص طبيعي أو معنوي يتألف اسم التجاري من كل مصطلح مبتكر يعني بالنسبة للجمهور أية منشأة تجارية يديرها شخص طبيعي أو شركة يمكن التأثير به واستقطابه ، ومثاله (محلات الأزياء الحديثة)^(٢) .

ويعرف أيضا الاسم التجاري بانه شارة مميزه يضيفها التاجر فردا كان او شركة على مشروعه التجاري او الصناعي لتمييزه عن غيرها من المشروعات المماثلة ، وذلك كي يكون للعملاء التعرف عليه وتمييزه عن باقي المشروعات التجارية^(٣) .

ثانيا _ خصائص الاسم التجاري :

(١) ينظر المواد (١) من قانون الأسماء التجارية البحريني رقم ١٨ لسنة ٢٠١٢ ، المادة (٢) من قانون الأسماء التجارية

رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ مصري ، المادة (٢) اردني .

(٢) د . باسم محمد صالح ، المصدر السابق ، ص ١٣٥ .

(٣) طلال ثامر مقباس المطيري ، الحماية القانونية للاسم التجاري ، بحث منشور مجلة كلية الشريعة والقانون ، الجامعة الإسلامية المدينة النورة ، ج ٢ ، ع ٢٣ ، سنة ٢٠٢١ ، ص ١٨١ .

١ - الزامية الاسم التجاري للتاجر :

التجار ملزمين باتخاذ الاسم التجاري وفق المادة (٢١) من قانون التجارة العراقي ، كما جاء في فقرتها الأولى بانه على كل تاجر شخصا طبيعيا أو معنويا ان يتخذ اسما تجاريا لتمييز نشاطه عن غيره (١) ، وهذا على غرار ما جاء في المادة الأولى من قانون الأسماء التجارية المصري (٢) .

٢ - الاسم الشخصي للتاجر عنصر رئيسياً في الاسم التجاري :

الاسم التجاري في القانون العراقي هو التسمية المميزة التي يستخدمها التاجر (فرداً أو شركة) لتعريف محله أو نشاطه التجاري، وهو عنصر معنوي مالي يتم تسجيله في السجل التجاري لحمايته من المنافسة غير المشروعة والتقليد، حيث يلتزم التاجر باتخاذها وتثبيته على واجهة المحل .

وقد يكون الاسم التجاري هو اسم التاجر نفسه او لقبه، كما في نص المادة (٢٢) من قانون التجارة العراقي النافذ على ان " يجوز للتاجر الفرد ان يتخذ من اسمه الثلاثي او لقبه او اية تسمية أخرى اسما تجاريا" فيندمج الاسم مع العنوان التجاري للمحل، وهذا امرأ يدعو للإرباك والخلط وكان الأجدر بالمشروع تلافيه. فالاسم التجاري هو وسيلة تمييز النشاط التجاري للتاجر او المشروع التجاري او المنشأة التجارية (٣) .

ولا يجوز للتاجر ان يتخذ اسمه التجاري من الأسماء غير العربية او غير العراقية، كما يجب ان لا يكون مخالفا للنظام العام او يسبب الشك والتضليل لجمهور المستهلكين. والسؤال الذي يطرح نفسه هنا، هو إذا كان التاجر قانونا لا يحق له اتخاذ اسما غير عراقي او غير عربي، فكيف إذا كان ذلك الاسم يعود لفرع او نشاط أو منشأة اجنبية

أجاز المشرع العراقي كتابة الاسم غير العربي لفرع شركة لتاجر أجنبي مجاز في العراق بشرط ان يضاف الى هذا الاسم مصطلح (فرع العراق). وذلك واضحا في نص المادة (٢١) الفقرة ٣ من قانون التجارة العراقي النافذ.

نرى ان الاسم التجاري يعطي معنى وتفسيراً لشيء مقبول ومتوافق مع الثقافة السائدة في المجتمع، وضرورة تجنّب الأسماء غير المقبولة الهدف منها لفت الانتباه فقط، ومن الضروري ان يكون الاسم التجاري يمتاز بالبساطة مما يساهم في سهولة حفظه وتذكره عند الناس، ومن المهم أن يُشير إلى المنتج أو الخدمة المُقدّمة إلى العملاء حتّى يسهل عليهم معرفة طبيعة المجال المهنيّ للنشاط التجاري.

يجب أن يُكتَب الاسم التجاري بطريقة تساعد على قراءته، مع ضرورة تجنّب استخدام الأشكال والرموز والأحجام التي لا تتناسب مع جمهور الناس.

(١) ينظر المادة (٢١) ٨ من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ .

(٢) ينظر المادة (١) من قانون الأسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ المعدل .

(٣) تقابلها المادة (١) من القانون الأسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ .

٣ - أن يكون الاسم التجاري جديدا :

فهذه من أهم خصائص الاسم التجاري فلا يمكن أن يسجل اسم تجاري قد تم تسجيله لدى مسجل الأسماء التجارية، فقد منع المشرع من استخدام اسم تجاري قد سبق تسجيله في سجل الأسماء التجارية ، الا اذا تم إضافة ما يميزه عن الآخر (١) .

ثالثا: أوجه الشبه والاختلاف بين الاسم التجاري والعنوان التجاري

يعد كل منهما من الملكيات المعنوية للتاجر كما بينا من تفصيل في ما سبق ذكره من تعاريف ولكل منهما خصائص يتميز بها عن الآخر وان تشابها في بعضها، فيستخدم العنوان التجاري لأجراء المعاملات والتوقيع به على أوراق تخص النشاط التجاري ، بينما يستخدم الاسم التجاري لتمييز المنشأة التجارية أو المتجر عن غيره فهو عنصر موضوعي يتعلق أساسا بالمنشأة التجارية ، ويستخدم للاستدلال به وجذب العملاء ويتألف من اسم مستعار او مبتكر يدل على نوع التجارة التي يختص بها المحل التجاري ومثاله مطعم كان يا ما كان أما العنوان التجاري يكون به اسم التاجر ولقبه ومثاله (مؤسسة خالد العبدلي) اذن معيار التمييز هو أن الاسم التجاري يتخذ التمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات التجارية ، أما العنوان التجاري فهو يميز التاجر عن غيره من التجار (٢) .

ونحن مع الرأي القائل بأن المشرع خلط بين العنوان التجاري والاسم التجاري حين نظم الاسم التجاري وجعل بالإمكان أن يكون الاسم التجاري من أسم التاجر ولقبه (٣) ، ذلك ولأنه لا يوجد في التشريع التجاري النافذ ما يخص العنوان التجاري سوف نسلط الضوء على المواد التي عالجت الاسم التجاري في قانون التجارة من حيث ملكيته وآلية التصرف فيه ذلك لما فيه من تشابه في ما جاء في قانون التجارة الملغي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ والقانون رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ النافذ .

(١) سارة على حسين، حماية الاسم التجاري وفق أحكام القانون المصري، بحث منشور ، المجلة العلمية للملكية الفكرية وأداره الابتكار ، جامعة حلوان، القاهرة ، العدد ٤ ، السنة ٢٠٢١ ، ص٧٣ .

(٢) ماسة سامر شبيب ، المصدر السابق ، ص٢ .

(٣) د . باسم محمد صالح ، المصدر السابق ، ١٤٢ .

المبحث الثاني

آلية انتقال العنوان التجاري وآثاره

لا يقتصر دور العنوان التجاري فقط على المنفعة المعنوية التي يعود بها على الشخص الطبيعي والاعتباري كالدلالة على منتجات وخدمات تاجر معين من خلال علامته التجارية وتمييز بصادعه عن غيرها من السلع المشابهة، الأمر الذي من شأنه أن يحول دون التقليد ومحاربة المنافسة غير المشروعة، بل إن العنوان التجاري يشكل حفا مادياً لصاحبه، أي أنه مال منقول يمكن تداوله كغيره من المنقولات بالإضافة إلى أنه يتمتع بأهمية واسعة وحماية قانونية تمنع استغلاله واستعماله من قبل شخص آخر، وبذلك تظهر أهمية معرفة كيفية التصرف بالعنوان التجاري من حيث انتقاله وآثاره .

وستتناول في هذا البحث

المطلب الأول: آلية انتقال العنوان التجاري

المطلب الثاني: آثار انتقال العنوان التجاري

المطلب الأول

آلية انتقال العنوان التجاري

يعتبر العنوان التجاري ضمن المنقولات المعنوية وعنصراً من عناصر المسؤولية، لذلك من الممكن التصرف به مع المحال التجاري لأنه يعتبر من مقومات المحل المعنوية، ولا يجوز التصرف في العنوان التجاري إلا مع المحل التجاري وليس بشكل مستقل عنه، والحقيقة أنه لا يمكن تصور أن يكون العنوان التجاري منفصلاً عن المتجر، ولم يجيز المشرع التصرف في العنوان التجاري بشكل مستقل عن المحل التجاري حماية للجمهور ومنع وقوعه في الأذى ودرء للضرر عنه، وهذا ما نص عليه القانون التجاري العراقي النافذ: "لا يجوز التصرف في الاسم التجاري مستقلاً عن المحل التجاري، ألا ان لمن تنتقل اليه ملكية محل تجاري أن يستعمل سلفه إذا أذن له المتنازل أو من آلت اليه حقوقه في ذلك على إن يضاف إلى الاسم بيان يدل على انتقال الملكية ويقيد في السجل التجاري (١) .

ولو جاز التصرف في العنوان التجاري بشكل منفصل عن المتجر لظل الجمهور يعتقد بأن المحل التجاري الذي انتقل اليه العنوان التجاري هو نفس المحل الأول، وأوجب القانون أن للنقل ملكية المتجر بين المتعاقدين أو بالنسبة للغير قيد التصرف المذكور في سجل خاص ونشر ملخص التصرف في صحيفة يومية، إلا أن قيد التصرف في المتجر في السجل المذكور والإعلان عنه لا يغني عن القيام بما يوجبه القانون وهو ضرورة التسجيل وإعلان التصرف في العناصر الواردة فيه بما في ذلك الاسم التجاري (٢)

(١) ينظر المادة (٢٤) ثانياً من قانون التجارة العراقي النافذ .

(٢) د. نوري طالباي، القانون التجاري العراقي ، دار الطبع والنشر الأهلية، بغداد، ط ١ ، ج ١ ، د.ت، ص ٢٩٠.

ولا يمكن معارضة هذه الإضافة إلى العنوان التجاري، فمن خلالها سيعرف الجمهور أن مستحب المتجر قد تغير وتحول إلى مجرد (عنوان تجاري) لأنه لا يمكن أن يكون بعد ذلك اسماً للتوقيع المعاملات التجارية للمالك الجديد، أما وجوب الإضافة على العنوان التجاري خاصة إذا لم يكن هو نفسه العنوان التجاري فلا يوجد سبب له لأنه يتعلق فقط بالمحل التجاري بغض النظر عن صاحبه مثل شعار التجاري، ويمكن تأييد هذا الرأي ما جاء في قرار ديوان التدوين القانوني المرقم ١٦١/١٩٧٢ والمؤرخ في ١٩٧٢-٦-٢١ حيث بين أن المحل التجاري الذي استوفى عنه الرسم من قبل شخص معين ثم انتقل إلى شخص آخر دون تبديل في عنوان المحل فإنه لا يخضع لرسم جديد وإن تغير موقع المحل من مكان إلى آخر (١)

أما بالنسبة لقوانين الدول الأخرى فهناك توافق في قوانين التجارة التي استخدمت مصطلح العنوان التجاري على شكل ثلاث قواعد تحكم التنازل عن العنوان التجاري وهي (٢).

١ - يحظر التنازل عن العنوان التجاري مستقلاً عن المتجر: تعطر جميع قوانين التجارة العربية التنازل عن العنوان التجاري مستقلاً عن المتجر، وهي قاعدة أمرة تجد تبريرها في أن العنوان التجاري للتاجر الفرد يشكل أحد حقوق الإنسان المحمية، فهو يتألف من اسم التاجر المدني، ويعتبر بهذا الوصف واحداً من الحقوق اللصيقة بالشخص، كالحق في الحياة والحق في حرية القول وحرية العقيدة، ومن ثم فإنه حق غير قابل للتعامل ويحميه القانون (٣).

٢ - التنازل عن المتجر لا يشمل العنوان التجاري : أن القانون التجارة الأردني لم يضع. العنوان التجاري من العناصر المعنوية للمتجر، فمن الطبيعي، أن يكون الأصل في التنازل عن المتجر أنه لا يشمل العنوان التجاري (٤)، ومن المستغرب أن القاعدة نفسها، وردت في القانون القطري والبحريني والكويتي (٥)، وذلك على الرغم من أنها اعتبرت العنوان التجاري أحد عناصر المتجر، وبتعبير أوضح، فإن نقل ملكية الشيء التضمن نقل عناصره المكونة له وملحقاته وما أعد الاستعمال بصفة دائمة، وكل ما جرى العرف على أنه من توابع الشيء ولو لم تذكر في العقد (٦).

(١) د طالب حسن موسى مبادئ القانون التجاري، دار الحرية ط ١، ١٩٧٤، ص ١٨٢

(٢) المادة (٥٠) من قانون التجارة الكويتي، والمادة (٥٥) من قانون التجارة البحرين، والمادة (٦٣) من قانون التجارة القطري.

(٣) مصلح الطراونة، الأحكام القانونية للعنوان والاسم التجاري في القانون الأردني، مجلة مودة للبحوث والدراسات جامعة مونة، المجلد ١٧، العدد ٤، سنة ٢٠٠٢، ص ٢٠٦.

(٤) نظر تمييز حقوق اردني رقم ٨٥ / ٢٢، ص ٨٧٨ : " إن الاسم التجاري عنصر من عناصر المحل التجاري يجوز بيعه ويجوز لمن اشترى المحل استعمال هذا الاسم .

(٥) قانون التجارة الكويتي (المادتان ٥١، ٥٠)، والبحريني المادة (٥٤)، والقطري المادة (٦٣)، الأصل أن العنوان التجاري لا ينتقل تبعاً للمتجر، في حين أن هذه القوانين تعتبر كأصل عام أن رهن المتجر يشمل العنوان التجاري انظر المادة (٤٠) من القانون التجارة الكويتي، والمادة (٤٣) من قانون التجارة البحرين، والمادة (٥٢) من قانون التجارة القطري.

(٦) المادة (٤٢٠) من القانون المدني القطري رقم ٢٢ لسنة ٢٠٠٤، والمادة (٣٨١) من القانون المدني البحرين رقم لسنة ٢٠٠١، والمادة (٤٥٥) من القانون المدني الكويتي رقم ٦٧ لسنة ١٩٨٠

٣ - يجوز التنازل عن العنوان التجاري تبعاً للمتجر: هنالك القوانين تجيز التنازل عن العنوان التجاري بالنسبة للمتجر باتفاق صريح بذلك هو بلا شك اكتساب اسم التاجر شهرة تجارية

تنعكس إيجاباً في مصلحة الطرفين، فمن جهة، يرغب بائع المتجر بأن يحصل أعلى سعر ومن جهة أخرى، ارتباط العنوان التجاري بالعنصر الجوهري للمتجر، وهو التواصل بين العملاء، تعطي فرصة للمالك الجديد الاحتفاظ بهم^(١).

المطلب الثاني

آثار انتقال العنوان التجاري

أن قوانين التجارة التي استخدمت مصطلح عنوان التجاري ، كالقانون بحريني والكويتي والقطري، أوجبت على الشخص الذي تملك عنواناً تجارياً أن يضيف إليه ما يدل على استخلاف، أي على انتقال ملكية المتجر، وهذا واجب قانوني مفروض على عاتق الخلف تحت طائلة المسؤولية المدنية^(٢).

وفي الوقت نفسه يجوز الاتفاق على خلاف ذلك، أي أن لا يضيف الخلف ما يثبت نقل ملكية المتجر وموافقة السلف الذي يصبح مسؤولاً عن الالتزامات التي تعهد بها الخلف في العنوان المذكور، ومع ذلك، وحتى تكون مسؤولية المالك السابق قائمة، لا يجوز للدائنين استيفاء حقوقهم من الخلف عند تنفيذ الحكم صدر ضده خلافاً لمسؤولية المالك اللاحق عن ديون السلف التي سبق بيانها^(٣).

وبالتالي، إذا استمر الخلف في استخدام عنوان سلفه ، تنشأ مسؤولية متبادلة عن الالتزامات المتعلقة بالمخزن التي يتعهد بها كل منهما، ومن الجدير بالذكر أن قوانين التجارة لم تحدد إطاراً زمنياً لمسؤولية السلف، وهذا إن دل على شيء يدل على أن اللقب التجاري يرتبط دائماً بشخص التاجر وليس بالمتجر، إذا تم نقل العنوان التجاري إلى المالك الجديد، لماذا يبقى المالك السابق ضامناً للالتزامات المبرمة بنفس العنوان؟ وفي المقابل، إذا ذكر مشتري المتجر شيئاً يدل على خلافته، فهذا يعني حقا، مجرد اشتراط ذكر الخلافة يستلزم حتما تغيير العنوان التجاري، ما دام سيتبين للعملاء أن ملكيته قد انتقلت إلى شخص آخر، ويضيف: "إن الطبيعة القانونية للعنوان التجاري تتغير بمجرد انتقاله من يد صاحبه وفق الشروط التي حددها القانون"، وبهذا التحول يتحول من عنوان تجاري ، إلى مجرد علامة أو اسم تجاري يستخدمه المالك الجديد لتنشيط العملاء وربطهم بالمتجر التجاري^(٤).

^(١) وهو ما تقرره المادة (٢/٤٣) من قانون التجارة الأردني، والمادة (٥٠) من قانون التجارة الكويتي، والمادة (٥٤) من قانون التجارة البحريني، والمادة (٦٣) من قانون التجارة القطري.

^(٢) ينظر المادة (٤٩) من قانون التجارة الأردني، "حيث تجيز لذوي الشأن منع استعمال العنوان المذكور إضافة إلى التعويض عما لحق بهم من ضرر سواء أكان استعمال العنوان عن قصد أم عن تقصير .

^(٣) المادة (١/٤٦) من قانون التجارة الأردني، والمادة (٥٥) من قانون التجارة البحريني، والمادة (٥١) من قانون التجارة الكويتي ، والمادة (٤٦) من قانون التجارة القطري .

^(٤) احمد إبراهيم البسام ، مصدر سابق ، ص ١٦٩ - ١٧٠ .

وقد قصد المشرع من نقل العنوان التجاري إلى المتجر هو إبقاء هذا العنوان مكتوباً عند مدخل المتجر ضماناً لراحة العملاء، وحتى في هذه الحالة يجب على المشتري أن يذكر الدليل على خلافته، أما إجراء المعاملات القانونية، وهي أهم وظيفة للعنوان التجاري، يجب أن تتم بالعنوان التجاري، أي بالاسم المدني المالك الجديد ونتيجة لذلك فإن المشرع الأردني لم يخطئ في عدم ذكر العنوان التجاري ضمن العناصر غير الملموسة للمحل وما يزيدنا يقيناً أن العنوان التجاري لا ينتقل مع الحفاظ على طبيعته بل كاسم تجاري، هو أنه ليس من المعقول أن يقوم الملك الجديد تسجيل اسم تجاري مختلف عن العنوان التجاري الذي تملكه كشركة تابعة من المحزن .

وبعبارات أكثر وضوحاً، بامتلاك العنوان التجاري المتجر، لا يطمح التاجر إلى استخدام عنوان شخص آخر، بل يريد تأمين العملاء من خلال الاحتفاظ بعنوان سلفه لاستخدامه كاسم تجاري وبذلك فإن الاسم المدني للتاجر السابق لم يعد عنواناً تجارياً يدل على شخصه، بل انفصل عنه ليصبح اسماً تجارياً يدل على المحل (١) .

بالإضافة إلى الملك، يبقى المالك الجديد ملتزماً باتخاذ عنوان تجاري ليكمل به معاملاته ويوقع به أوراق الرسمية ويسجل به في سجل التجارة أما القوانين التي اتخذت مصطلح الاسم التجاري، كسعودي والإماراتي والعماني وجاء نصت المادة (١٣) من قانون المعاملات التجارية الإماراتي على أنه " لا يجوز لمن تنتقل إليه ملكية المحل التجاري أن يستخدم الاسم التجاري لسلفه إلا إذا كان إليه هذا الاسم أو أذن له سلفه على أن يضيف إلى الاسم بياناً يفيد انتقال الملكية ، وهي تقابل المادة (٤٣) من قانون التجارة العماني والمادة الثامنة من نظام الأسماء التجارية السعودي (٢) .

(١) فؤاد شهاب شيايب ، العنوان التجاري والاسم التجاري في قوانين دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية،

مجلد ٨ ، العدد ٤ ، ٢٠٢٠ ، ص ٤٨١ .

(٢) المصدر نفسه ، ص ٤٨٢ .

المبحث الثالث

إشكالية انتقال العنوان التجاري

يعد العنوان التجاري أحد أهم الأصول غير الملموسة التي تمتلكها الشركات والمؤسسات التجارية. العنوان التجاري المعروف أيضا بالاسم التجاري أو الشهرة التجارية، لا يمثل فقط مجرد مسمى تميز المؤسسة عن غيرها في السوق، بل يعد ركيزة أساسية تعكس الهوية التجارية والسمعة والقيمة السوقية للمؤسسة، ان العنوان الذي يجمع بين العلامات التجارية الشعارات والأسماء التجارية، يلعب دورا حاسما في بناء الثقة والولاء بين العملاء والمؤسسة التجارية، مما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة مع ذلك البرز إشكالية معقدة عند الحديث عن انتقال العنوان التجاري من كيان قانوني إلى آخر، سواء كان ذلك عن طريق البيع الاندماج التوارث، أو أي شكل آخر من أشكال التحويل هذه الإشكالية لا تنبع فقط من التحديات القانونية والإدارية المتعلقة بنقل الحقوق والمسؤوليات المرتبطة بالعنوان التجاري بل تتعداها إلى الأثر الذي يمكن أن يحدثه هذا الانتقال على قيمة العلامة التجارية وإدراك العملاء والمنافسين في السوق (١).

تكمّن أهمية هذه الإشكالية في أنها تطرح تساؤلات جوهرية حول كيفية حماية الحقوق المرتبطة بالعنوان التجاري وضمان استمرارية قيمته وفعاليته كأداة تسويقية بعد الانتقال. إن التحديات المتعلقة بانتقال العنوان التجاري تؤثر ليس فقط على المالكين والمشتريين المحتملين ولكن أيضا على العملاء الموردين، وحتى المنافسين، مما يجعل من الضروري تطوير إطار قانوني وتجاري فعال يمكن من خلاله معالجة هذه الإشكاليات وضمان انتقال أساس للعنوان التجاري (٢).

أما في إطار القانون العراقي، تتخذ إشكالية انتقال العنوان التجاري بعدا خاصا نظرا للتحديات الفريدة والإجراءات القانونية المحددة التي تحكم هذه العملية القانون التجاري العراقي، الذي يضع الأطر العامة للممارسات التجارية، يتضمن أحكاما خاصة تتعلق بالعلامات التجارية والأسماء التجارية، لكن التعامل مع انتقال العنوان التجاري يتطلب فهما دقيقا للإجراءات القانونية المرتبطة به هذا يشمل ليس فقط النقل القانوني للحقوق المتعلقة بالعنوان التجاري بل أيضا الأبعاد المتعلقة بحماية العلامة التجارية والملكية الفكرية ضمن سياق القوانين العراقية.

ومن التحديات الرئيسية في القانون العراقي مسألة ضمان استمرارية حقوق الملكية الفكرية والتزامات العنوان التجاري بعد انتقاله يتطلب الأمر تنسيقا دقيقا بين الأطراف المعنية والسلطات القانونية لتأكيد الانتقال وتسجيله بشكل يضمن حماية الحقوق والالتزامات المرتبطة بالعنوان التجاري، كما يواجه المشترون والبائعون في العراق الحاجة إلى التأكد من أن جميع الإجراءات تتوافق مع اللوائح المحلية المتعلقة بالتجارة والملكية الفكرية، ما يتطلب دراية بالإجراءات القانونية والتنظيمية السارية (٣).

(١) جمانة يحيى صالح زاهدة، النظام القانوني للعنوان التجاري في التشريع الأردني، مصدر سابق، ص ١٩.

(٢) بسام حمد الطراونة، شرح قانون التجارة الأردني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط ٤، ٢٠١٧، ص ١٥١.

(٣) د. نوري طالباني، القانون التجاري العراقي، ص ٢٠٠.

إضافة إلى ذلك، يبرز تحدي تحديد القيمة الفعلية للعنوان التجاري في ضوء القوانين العراقية وهو أمر ضروري لضمان إجراء عمليات النقل بشكل عادل ومنصف بعد تقييم العنوان التجاري وفقاً للمعايير القانونية العراقية خطوة حاسمة تؤثر على الجوانب المالية لعملية الانتقال، وتتطلب خبرة في تقييم الأصول غير الملموسة. لذلك، يتضح أن التعامل مع إشكالية انتقال العنوان التجاري في العراق يتطلب نهجاً شاملاً يأخذ بعين الاعتبار الأحكام القانونية المحددة والتحديات العملية يجب على الأطراف المعنية استشارة خبراء قانونيين متخصصين لضمان تنفيذ الانتقال بطريقة تحافظ على الحقوق وتعزز القيمة التجارية للعنوان التجاري في السوق العراقي (١).

المطلب الأول

الإشكالية انتقال العنوان التجاري بالنسبة للمالك

عند الحديث عن انتقال العنوان التجاري، يواجه المالك عدة إشكاليات قد تؤثر سلباً على قيمة العمل التجاري واستمراره. هذه الإشكاليات تشمل جوانب قانونية مالية، وتشغيلية متنوعة تتطلب من المالك التخطيط الدقيق والتفاوض الفعال لضمان سهولة انتقال العنوان التجاري.

تبرز الإشكالية القانونية عند الرغبة في نقل ملكية هذا العنوان، حيث يثور التساؤل حول مدى إمكانية فصل العنوان عن المحل التجاري، ومصير الحقوق والالتزامات المرتبطة به.

فيما يلي توضيح الأبرز هذه الإشكاليات:

أولاً: طبيعة الحق في العنوان التجاري .

العنوان التجاري حق مالي ومعنوي في آن واحد:

* الجانب المالي : كونه عنصراً من عناصر المتجر يمكن تقويمه بالمال وبيعه أو التنازل عنه

- تقييم العنوان التجاري بتحديد القيمة المالية للعنوان التجاري يمكن أن يكون معقداً خاصة عندما يتضمن أصولاً غير ملموسة مثل السمعة والعلامة التجارية يجب على المالك ضمان تقييم عادل يعكس القيمة الحقيقية للعمل.

- الآثار الضريبية انتقال العنوان التجاري قد يكون له تأثيرات ضريبية مهمة يجب النظر فيها يجب لتحديد الالتزامات الضريبية.

علاوة على ذلك، يجب على المالكين الانتباه إلى الآثار الضريبية لانتقال العنوان التجاري في العراق قد ينطوي الانتقال على التزامات ضريبية محددة يجب معالجتها بشكل صحيح لتجنب أي مشاكل قانونية هذا يشمل تقييم العنوان التجاري بشكل عادل وضمان أن جميع الضرائب المتعلقة بالانتقال قد تم تحديدها ونقلها وفقاً للتشريعات الضريبية العراقية .

* الجانب المعنوي : ارتباطه الوثيق بشخصية التاجر وسمعته المهنية والأمانة التجارية.

* الجوانب التشغيلية

(١) د. نوري طاباني، المصدر نفسه ، ص ٢٠٢ .

- الانتقال العملي للعمليات يجب ضمان أن جميع العمليات التجارية من الإنتاج إلى التسويق والمبيعات، يمكن أن تستمر دون انقطاع خلال وبعد عملية الانتقال، هذا يتطلب تخطيطاً مسبقاً وربما تدريباً للمالك الجديد.
 - الحفاظ على العلاقات مع العملاء والموردين من الضروري ضمان أن انتقال العنوان التجاري لا يؤثر سلباً على العلاقات المبنية مع العملاء والموردين، والتي قد تكون حيوية لنجاح العمل
- في ضوء هذه الإشكاليات يتضح أن المالك بحاجة إلى تبني نهج شامل ومدرّس يأخذ بعين الاعتبار الجوانب القانونية المالية ، والتشغيلية لضمان انتقال فعال ومفيد للعنوان التجاري ، الطلب هذا التعاون الوثيق مع مستشارين قانونيين ، وخبراء في الإدارة لتحقيق انتقال ناجح يحمي مصالح جميع الأطراف المعنية.

ثانياً : ضوابط انتقال العنوان التجاري .

تختلف القوانين التجارية في حدة القيود المفروضة على انتقال العنوان، ولكنها تتفق إجمالاً على المبادئ التالية:

١ - قاعدة التبعية الارتباط بالمحل التجاري :

في كثير من الأنظمة القانونية، لا يجوز التصرف في العنوان التجاري مستقلاً عن المحل التجاري الذي خُصص له ، السبب منع تضليل الجمهور؛ فالعنوان يوحي بوجود ذات السلع والخدمات والجودة التي كان يقدمها المالك السابق لكن الاستثناء يجوز في حالات خاصة إذا كان العنوان يتضمن أسماءً مبتكرة لا تشير بالضرورة إلى شخص المالك.

٢ - الموافقة الصريحة :

إذا كان العنوان التجاري مستمداً من اسم المالك الشخصي ، فإن انتقاله إلى شخص آخر يتطلب موافقة كتابية صريحة، لأن الشخص لا يمكن إجباره على رؤية اسمه يُتداول في التجارة من قبل الغير دون رضاه.

ثالثاً : الآثار القانونية المترتبة على الانتقال .

الأبعاد القانونية الحقوق والواجبات الناشئة عن العنوان التجاري يمثل جزءاً حيوياً من الهوية القانونية والتجارية للمؤسسة حيث يشمل الحقوق المتعلقة بالعلامة التجارية، الأسماء التجارية، والشعارات من الناحية القانونية، يصبح للملك حقوق حصرية لاستخدام العنوان التجاري في الأسواق التي يعمل بها، مما يمنع الآخرين من استخدام علامات مماثلة بطرق قد تسبب الإرباك مع انتقال العنوان التجاري، ينتقل هذا الحق إلى المالك الجديد، مما يتطلب إجراءات قانونية دقيقة لضمان نقل جميع الحقوق والمسؤوليات المتعلقة به بشكل صحيح.

انتقال العنوان التجاري يتم ضمن إطار قانوني محكم يضمن النقل الفعال والقانوني للحقوق والمسؤوليات من المالك الحالي إلى المالك الجديد هذا الإطار يشمل مجموعة من التشريعات التي تنظم الملكية الفكرية العلامات التجارية والتجارة بوجه عام، وتحدد الطريقة التي يجب بها إجراء النقل الأطراف المعنية، والحقوق المرتبطة بالعنوان التجاري على المستوى المحلي، كل دولة تمتلك تشريعاتها الخاصة التي تحكم انتقال العنوان التجاري. هذه التشريعات تتطلب مادة التسجيل في سجلات العلامات

التجارية الوطنية والحصول على موافقات من الهيئات التنظيمية المحلية كما يطلب إبلاغ الأطراف المتأثرة بالانتقال الضمان استمرارية العمليات التجارية دون انقطاع على المستوى الدولي، توجد اتفاقيات مثل اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية^(١) ، واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات^(٢) ، والتي تسهل الحماية الدولية للعلامات التجارية وتوفر إطاراً للتعاون بين الدول في مسائل الملكية الفكرية، والضمان حقوق المالك خلال عملية انتقال العنوان التجاري ، من الضروري إعداد وثائق الانتقال بدقة للتوضيح تفاصيل الانتقال، بما في ذلك الشروط الحقوق المنقولة، والمسؤوليات. يجب تسجيل هذا الانتقال لدى الهيئات التنظيمية المحلية أو الدولية المعنية لضمان الاعتراف القانوني بالمالك الجديد كما يعتبر إبلاغ الأطراف الثالثة خطوة ضرورية لضمان استمرارية العمليات التجارية وحماية العلاقات المبنية مع العملاء والموردين.

في سياق القانون العراقي الانتقال العنوان التجاري يعتبر عملية معقدة تحتاج إلى مراعاة دقيقة الأطر القانونية المحلية التي تعلم هذه العمليات الإطار القانوني في العراق، بما في ذلك القوانين المنطقة بالملكية الفكرية والعلامات التجارية يوفر الأساس الضمان أقل ساس وقانوني الحقوق والمسؤوليات المتعلقة بالعنوان التجاري من المالك الحالي إلى المالك الجديد القوانين المطبقة في العراق تطلب من المالكين الراغبين في نقل العنوان التجاري الخضوع إلى إجراءات الضمان الشرعية القانونية للانتقال هذا يشمل على سبيل المثال، التسجيل الدقيق العنوان التجاري وأي علامات تجارية مرتبطة به في السجلات الرسمية العراقية، كما يجب الحصول على الموافقات اللازمة من الهيئات التنظيمية المعنية، وهو ما قد يتطلب تقديم وثائق تثبت الحق في العنوان التجاري وتفاصيل الانتقال .

إضافة إلى ذلك من المهم إبلاغ جميع الأطراف الثالثة المتأثرة بانتقال العنوان التجاري ، بما في تلك الصلة بالموردين والشركاء التجاريين هذا يضمن استمرارية العلاقات التجارية ويحمي سمعة العنوان التجاري خلال فترة الانتقال وبعدها من الضروري أيضاً مراجعة جميع العقود والاتفاقيات القائمة الضمان أن انتقال العنوان التجاري لا يخرق أي شروط قائمة وأي تعديلات قد تكون ضرورية لضمان الامتثال للقوانين العراقية يتطلب هذا التعاون مع مستشارين قانونيين متخصصين في القانون التجاري العراقي لضمان أن جميع الإجراءات.

في النهاية يعكس الإطار القانوني المحلي في العراق الانتقال العنوان التجاري التزام الدولة، لحماية الحقوق الملكية الفكرية والتشجيع إلى بيئة تجارية شفافة من خلال الالتزام بالإجراءات القانونية المطلوبة والتعاون مع الخبراء القانونيين ، يمكن للمالكين تحقيق انتقال على العنوان التجاري ، مع الحفاظ على قيمته وضمان استمرارية العمل .

رابعاً : الإشكاليات العملية والنزاعات القضائية (٣)

(١) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخ ٢٠ مارس ١٨٨٣ .

www.gccpo.org/Doc/PdfOffice/paris.pdf

(٢) اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الصادر في ١٤ ابريل ١٨٩١ .

www.wipo.int/ar/web/treaties/registration/madrid/summary_madrid_marks

(٣) إن الاعتداء على الاسم التجاري المقيد أصولياً باستعماله من الغير دون علم صاحبه وموافقه، ثم ثبوت ذلك بحكم جزائي بات بالإدانة، يجعل واقعة الاستعمال غير المشروع محسومة أمام القضاء المدني، ويُرتَّب حقاً بالتعويض عن الأضرار التجارية وما يتبعها

يتجه القضاء إلى أن الإدانة الجزائية الباتة عن استعمال الاسم التجاري دون مسوغ تُعد واقعة فاصلة يرتبط بها القضاء المدني في حدودها القانونية، بما يمنع إعادة الخصومة في ثبوت الاعتداء، ويُركّز النزاع على الضرر ومقداره كما يتجه إلى اعتماد الخبرة الفنية متى جاءت معللة ومسببة في تقدير التعويض، بوصفها الأداة الأوثق لقياس الخسائر والانخفاض في الإيرادات الناتج عن الاستعمال غير المشروع.

- **الالتباس والتدليس:** تظهر الإشكالية عندما يستخدم المشتري الجديد العنوان بطريقة توهم المستهلكين بأن المالك القديم لا يزال هو المسؤول، خاصة في المهن التي تعتمد على الثقة الشخصية.

- **التزام بين الاسم التجاري والعلامة التجارية:** أحياناً يكون العنوان التجاري مسجلاً كعلامة تجارية، مما يخلق تداخلاً في جهات الاختصاص والقوانين الواجبة التطبيق عند النزاع.

- **إفلاس المالك:** هل يدخل العنوان التجاري ضمن تقييصة التاجر ويُباع جبرياً؟ نعم، طالما أنه يباع كجزء من المحل التجاري (الأصل التجاري).

الاسم التجاري قيمة اقتصادية وسمعة قبل أن يكون مجرد تسمية، والاعتداء عليه ينعكس مباشرة على حركة الزبائن والثقة والطلب، فإذا ثبت الاعتداء بحكم جزائي بات، فإن العدالة المدنية تميل إلى جبر الضرر على أساس أن حماية النشاط المشروع لا تكتمل إلا بالتعويض الذي يعيد التوازن ويمنع تحويل المخالفة إلى ميزة للمعتدي والفقهاء يميلون إلى أن تقدير التعويض في هذه المنازعات ينبغي أن يكون مرتبطاً بالواقع المالي والفرائض الفنية، لا بالمبالغ، حتى يظل التعويض جابراً لا مُثرياً.

ومن جانبنا نرى انه عند القيام بعملية انتقال العنوان التجاري، يجب مراعاة التوثيق الدقيق في صياغة عقد واضح يحدد النطاق الزمني والمكاني لاستخدام العنوان، الفيد في السجل التجاري وضرورة التأشير بانتقال الملكية في السجل التجاري ليكون حجة على الغير وشرط عدم المنافسة تضمنين العقد شرطاً يمنع المالك السابق من فتح نشاط مماثل تحت اسم قريب في نفس المنطقة الجغرافية لفترة محددة.

لان انتقال العنوان التجاري ليس مجرد إجراء شكلي، بل هو عملية قانونية معقدة تهدف إلى التوفيق بين مصلحة المالك في جني ثمار جهده (ثمن العنوان) ومصلحة الخلف في استغلال السمعة التجارية، ومصلحة الجمهور في عدم التعرض للتضليل.

المطلب الثاني

الإشكالية لمن تؤول إليه الملكية

عند انتقال العنوان التجاري ينشأ تساؤل جوهري حول ملكية العنوان وكيفية حماية العلامات التجارية والملكية الفكرية ذات الصلة هذه العملية لا تنطوي فقط على النقل الفعلي للأصول، بل تشمل أيضاً تحويل الحقوق القانونية والمسؤوليات المرتبطة بتلك الأصول القانون يلعب دوراً حاسماً في تحديد من يملك الحق في استخدام العنوان التجاري بعد الانتقال، مؤكداً على أهمية الالتزام بالإجراءات القانونية المناسبة لضمان انتقال سلس ومشروع بعد الانتقال المالك الجديد يكتسب الحقوق الحصرية الاستخدام العنوان

التجاري، بما في ذلك العلامات التجارية وأي ملكية فكرية أخرى مرتبطة بالعمل هذا يعني أن المالك الجديد يتحمل مسؤولية إدارة هذه الأصول وحمايتها من أي استخدام غير مشروع أو انتهاك العملية تتطلب التسجيل الدقيق العنوان التجاري والملكية الفكرية ذات الصلة لدى الهيئات القانونية المختصة، الضمان الاعتراف بها وحمايتها بموجب القانون^(١).

لضمان حماية فعالة للعلامات التجارية والملكية الفكرية، يجب على المالك الجديد القيام بعدة الخطوات أولاً، يتطلب الأمر مراقبة مستمرة للسوق للتعرف على أي انتهاكات أو استخدام غير مشروع العنوان التجاري، ثانياً ينبغي على المالك الجديد تحديد التسجيلات والحقوق بشكل دوري لضمان استمرار الحماية القانونية، وأخيراً، في حالة وجود أي انتهاكات، يجب اتخاذ إجراءات قانونية مناسبة للدفاع عن حقوق الملكية والحفاظ على قيمة العلامة التجارية، فالإدارة الفعالة للعلامات التجارية والملكية الفكرية بعد الانتقال تتطلب فهماً عميقاً للأطر القانونية المعمول بها والتزاماً بتطبيق استراتيجيات حماية متقدمة من خلال تنفيذ هذه الخطوات، يمكن للمالك الجديدة ضمان الحفاظ على قيمة وسمعة العنوان التجاري، مما يعزز مكانته في السوق ويحميه من المنافسة غير العادلة^(٢).

نقل ملكية العنوان التجاري يمكن أن يتم بعدة طرق، بما في ذلك البيع، الهبة، أو الإرث، في حالة البيع أو الهبة، يصبح النقل لهذا في حق الغير بمجرد تسجيله في السجل التجاري، مما يضمن شفافية وقانونية العملية وفي حالة الإرث ينتقل الحق في استخدام العنوان التجاري إلى الورثة بموجب أحكام القانون المدني، إلا إذا تم الاتفاق على خلاف ذلك ولحماية ملكية العنوان التجاري، ينصح المالكين بتسجيل العنوان في السجل التجاري واتخاذ الإجراءات القانونية ضد أي شخص ينتهك حقوقهم هذا يشمل الدفاع عن العنوان ضد الاستخدام غير المصرح به أو التقليد، مما يحافظ على قيمته وفردته في السوق. يعالج القانون العراقي أيضاً التشابه بين العناوين التجارية، حيث لا يجوز تسجيل عنوان تجاري مشابه الآخر مسجلاً سابقاً. المالك الأصلي للعنوان التجاري له الحق في رفع دعوى ضد أي شخص يقوم بتسجيل عنوان مشابه مما يحسن الحماية ضد التضييق أو الاستغلال أما فيما يتعلق بالاستعمال المستمر العنوان التجاري بعد انتهاء العلاقة التجارية، يشترط القانون أن يتم تسجيل أي اتفاق بشأن هذا الاستمرار في السجل التجاري في حال عدم وجود مثل هذا الاتفاق، يجب على الشخص الذي كان يستخدم العنوان التوقف عن استخدامه، مما يحافظ على حقوق الملكية ويمنع الاستخدام غير الآمن^(٣).

في الختام القانون العراقي يوفر الإطار اللازم الحماية ملكية العنوان التجاري والعلامات التجارية بعد الانتقال، لكن يقع على عاتق المالك الجديد مسؤولية تفعيل هذه الحماية من خلال التسجيل القانوني المراقبة المستمرة، والاستعداد للدفاع عن حقوقه عند الحاجة بالتالي، بعد التعاون مع مستشارين قانونيين متخصصين في الملكية الفكرية والتجارة خطوة ضرورية لضمان حماية شاملة للعنوان التجاري والأصول المرتبطة به في العراق.

(١) احمد زهير عبدالله، أحكام المحل التجاري، جامعة المستقبل، كلية القانون، ٢٠٢٤، ص ٢١.

(٢) بشاير سعيد عبدالله الوالي، التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة، رسالة

ماجستير القانون الخاص، كلية القانون، جامعة الشارقة، ٢٠٢٣، ص ٣٨.

(٣) د. محمود حلمي، القرار التجاري، دار الاتحاد العربي للطباعة، ط ١، القاهرة، ١٩٧٠، ص ٣٢٧.

الخاتمة

وفي ختام هذا البحث تم استعراض وتحليل الجوانب المتعددة المتعلقة بإشكالية انتقال العنوان التجاري وتأثيره ، على مختلف الأطراف المعنية من خلال النظر في الأبعاد القانونية والمالية، بالإضافة إلى التأثير على العملاء الموردين، والمنافسين ، وتضمنت أهم الاستنتاجات والتوصيات.

الاستنتاجات

- ١ - لم ينضم المشرع العراقي العنوان التجاري في قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ النافذ .
- ٢ - لقد تبنى المشرع الأردني والكويتي معيارا واضحا للفرقة بين " العنوان التجاري " و " الاسم التجاري " بحيث لم يعد هناك أي مبرر لجدل فقهي حول هذه المسألة إذ ان الديوان الخاص بتفسير القوانين قد بين المقصود بالعنوان التجاري هو اسم التاجر ولقبه الحقيقيين أو عنوان الشركة في حين ان المقصود بالاسم التجاري هو الاسم الذي يتخذه التاجر غير اسمه الحقيقي ، أما المشرع العراقي خلط بين الاسم التجاري والعنوان التجاري حين جعل بالإمكان أن يكون الاسم التجاري من الاسم المدني للشخص .
- ٣ - يظهر هذا البحث أهمية فهم ومعالجة القضايا المرتبطة بانتقال العنوان التجاري الضمان استمرارية وسلامة العمليات التجارية وحماية حقوق جميع الأطراف المعنية .
- ٤ - ان المشرع خلط بين العنوان التجاري والاسم التجاري حين نظم الاسم التجاري وجعل بالإمكان أن يكون الاسم التجاري من أسم التاجر ولقبه ذلك ولأنه لا يوجد في التشريع التجاري النافذ ما يخص العنوان التجاري .

التوصيات

- ١ - نوصي المشرع العراقي ان يتم تنظيم كل من العنوان التجاري والاسم التجاري حتى يتجنب الخلط بينهما والنظام الذي يخضع له العنوان التجاري هو قانون التجارة وما يتفرع عنه من أنظمة وتعليمات .
- ٢ - نقترح على المشرع العراقي ان يعطي أهمية ، اذ لم يشير بوضوح إلى عناصر العنوان التجاري ولا تعريفه وخصائصه وشروطه وان ينظم له مواد خاصة اسوه ببقية التشريعات العربية .
- ٣ - كان من الأولى لو ترك المشرع تنظيم العنوان التجاري في قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ كما فعل في قانونه الملغي رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ .

قائمة المصادر

أولاً - الكتب

- (١) إبراهيم أنيس عبد الحليم منتظر، عطية الصوالحي، محمد خلف الله احمد المعجم الوسيط ، مج : مجمع اللغة العربية مكتبة الشروق الدولية القاهرة، ٢٠٠٤.
- (٢) أحمد إبراهيم الباسم، مبادئ القانون التجاري ، الجزء الأول بغداد ١٩٦٢.
- (٣) باسم محمد صالح، القانون التجاري (النظرية العامة) المكتبة القانونية بغداد.
- (٤) بسام حمد الطراونة ، شرح قانون التجارة الأردني ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط ٤ ، ٢٠١٧.
- (٥) طالب حسن موسى مبادئ القانون التجاري ، دار الحرية ط ١ ، ١٩٧٤.
- (٦) فاروق إبراهيم جاسم، مقدمة في القانون التجاري والبيانات الأولى، مطبعة الكتاب، بغداد ٢٠٢٤ .
- (٧) محمود حلمي ، القرار التجاري ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، ط ١ ، القاهرة ، ١٩٧٠.
- (٨) نوري طالباني، القانون التجاري العراقي ، دار الطبع والنشر الأهلية، بغداد، ط ١ ، ج ١.

ثانياً – الرسائل والاطاريح

- (١) احمد زهير عبدالله ، أحكام المحل التجاري ،رسالة ماجستير ، جامعة المستقبل ، كلية القانون ، ٢٠٢٤.
- (٢) بشاير سعيد عبدالله الوالي ، التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة ، رسالة ماجستير القانون الخاص ، كلية القانون ، جامعة الشارقة ، ٢٠٢٣ .
- (٣) رامي رياض دقي ، العنوان التجاري والشعار ، رسالة ماجستير ، الجامعة السورية الافتراضية ، كلية إدارة الأعمال ، ٢٠٠٩.

ثالثاً – المجالات والبحوث

- (١) عواد عبد الحفيظ جاسم ، العنوان التجاري في القانون اليمني ، بحث منشور، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية مجلد (٥)، العدد (٢)، السنة ٢٠٢٣ .
- (٢) جمانة يحيى صالح ، النظام القانوني للعنوان التجاري في التشريع الأردني ، مجلة دراسات ، علوم الشريعة والقانون ، المجلد ٤٥ ، العدد ٤ ، الملحق ١ ، ٢٠١٨.
- (٣) سامر محمد الزعبي خصوصية التفرقة بين العنوان التجاري والاسم التجاري في التشريع البحريني ، دراسة مقارنة بحث منشور ، مجلة الدراسات القانونية ، جامعة أسيوط كلية الحقوق، المجلد (٤٦)، العدد (٢)، السنة ٢٠١٩.
- (٤) ماسة سامر شيب ، الاسم التجاري والعنوان التجاري ، بحث منشور على الأنترنت
- (٥) طلال ثامر مقباس المطيري ، الحماية القانونية للاسم التجاري ، ، بحث منشور مجلة كلية الشريعة والقانون ، الجامعة الإسلامية المدينة النورة ، ج ٢ ، ع ٢٣ ، سنة ٢٠٢١.
- (٦) سارة على حسين، حماية الاسم التجاري وفق أحكام القانون المصري، بحث منشور ، المجلة العلمية للملكية الفكرية وأداره الابتكار ، جامعة حلوان، القاهرة ، العدد ٤ ، السنة ٢٠٢١ .

- ٧) مصلح الطراونة ، الأحكام القانونية للعنوان والاسم التجاري في القانون الأردني ، مجلة مونة للبحوث والدراسات جامعة مونة ، المجلد ١٧ ، العدد ٤ ، سنة ٢٠٠٢ .
- ٨) فؤاد شهاب شيايب ، العنوان التجاري والاسم التجاري في قوانين دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، مجلد ٨ ، العدد ٤ ، ٢٠٢٠ .

رابعاً – القوانين

- قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤
- قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦ .
- قانون التجارة البحريني رقم ٧ لسنة ١٩٨٧
- القانون التجاري الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ .
- قانون التجارة اليمني رقم ٣٢ لسنة ١٩٩١ .
- قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ٢٠٢٣
- قانون العلامات التجارية البحريني رقم ٦ لسنة ٢٠١٤
- القانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥ بشأن نظام العلامات التجارية الكويتي .
- قانون الأسماء التجارية البحريني رقم ١٨ لسنة ٢٠١٢
- قانون الأسماء التجارية رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ مصري
- القانون المدني القطري رقم ٢٢ لسنة ٢٠٠٤
- القانون المدني البحريني رقم لسنة ٢٠٠١
- القانون المدني الكويتي رقم ٦٧ لسنة ١٩٨٠

خامساً – مواقع إلكترونية

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخ ٢٠ مارس ١٨٨٣ .
- www.gccpo.org/Doc/PdfOffice/paris.pdf
- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الصادر في ١٤ ابريل ١٨٩١ .
- www.wipo.int/ar/web/treaties/registration/madrid/summary_madrid_mar
[ks](http://www.wipo.int/ar/web/treaties/registration/madrid/summary_madrid_mar)