

جامعة مولود معمري-تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون - نظام ل.م.د.

النظام القانوني لعقد التوزيع

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون
تخصص: قانون الأعمال

تحت إشراف :

د. إرزيل الكاهنة

إعداد الطالبتين:

- جلوط زكية

- زعنون حكيمة

لجنة المناقشة:

د/ نعار فتيحة، أستاذة محاضرة "ب"، جامعة مولود معمري، تيزي وزورئيسا

د/ إرزيل الكاهنة، أستاذة محاضرة "أ" جامعة مولود معمري، تيزي وزومشرفا ومقررا

أ/ عمورة عيسى، أستاذ مساعد "أ"، جامعة مولود معمري، تيزي وزوممتحنا

تاريخ المناقشة 2014/09/ 17

كلمة شكر

نشكر الله عز وجل الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع
نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة "إرزيل الكاهنة"
التي أشرفت على إنجاز هذا العمل ولها منا كل الامتنان والتقدير.
كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل سواء من
قريب أو من بعيد

إهداء

إلى من كانت لي الدعم الدائم
إلى التي هي أغلى مخلوق في الوجود
ومهما عملت لن أرد لها خيرها
مدى الحياة

إلى أُمي العزيزة والغالية أطل الله في عمرها إن شاء الله
إلى أبي وإخوتي وأخواتي الأعزاء
وإلى كل العائلة.

إلى جميع الأصدقاء والزملاء
إلى من تقاسمت معها هذا العمل زعنون حكيمة
إليكم جميعاً أهدي ثمرة جهدي المتواضع

✍️ جلوه زكية

إهداء

أهدي تحياتي الصادقة إلى التي أكن لها
الحب والاحترام والتقدير... "إلى أمي الحبيبة الغالية"

إلى أبي الذي أكن له النصيب من الحب والود أيضا أطال الله في عمره،
إلى أخي وكل أخواني الأعزاء.
إلى خطيبي وكل عائلته
إلى من تقاسمت معها هذا العمل "جلوط زكية"

✍️ **نعنون حكيمة**

قائمة أهم المختصرات

أولا- باللغة العربية

- ج.ر : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- ص : صفحة.
- ط : الطبعة.
- ت. م. ج : التقنين المدني الجزائري.
- ت. ت. ج : التقنين التجاري الجزائري.
- ص.ص.: من صفحة إلى صفحة.

ثانيا - باللغة الفرنسية

Op.cit : ouvrage précédemment cité.

p. : page

Ibid : au même endroit

L.G.D.J : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence.

Litec : Librairie technique.

مقدمة

يعتبر عقد التوزيع من العقود الهامة والمستحدثة الذي شاع استعماله في العديد من البلدان، لما يمثله هذا العقد من وسيلة ناجعة لنقل البضائع من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها النهائي، بأسلوب يحقق أهداف المتعاقدين بحيث يوفر للممون فرصة ممتازة للانتشار السريع والوصول إلى الأسواق بسرعة. كما يوفر أيضاً للموزع سهولة توزيع المنتجات والخدمات ذات علامة الممون لكونها لها سمعة في السوق، فهذا يخفف على الموزع عبء البحث عن الزبائن لكي يقوم ببيع تلك المنتجات.

يرجع أصل وجود عقد التوزيع إلى ازدهار البيئة التجارية، فهو عقد مبتكر ابتدعته حاجات التجارة، وكذا يرجع وجوده أيضاً إلى تعقد وظائف التسويق الذي ظهرت معه مشكلة جديدة والتي تتمثل في ضرورة اختيار الموزعين وشبكات التوزيع والتي لم تظهر أهميتها إلا في الفترات الأخيرة، وعندما كانت مشكلة رجال الأعمال في السابق هي المشكلة الإنتاجية أو الفنية دون سواها، فلم يلق اختيار الموزعين ولا شبكات التوزيع اهتمام يذكر من جانب رجال الأعمال، ولكن بسبب التغير المستمر في منشآت التسويق وكذا التغير في حجم الأسواق وفي السياسات التسويقية، ظهرت مشكلة تحقيق التوازن بين العرض والطلب وكانت هذه المشكلة قد ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية عندما زادت الطاقة الإنتاجية للمصانع، لمقابلة الطلب المتزايد، مما نتج عنه فائض في الإنتاج عن الاستهلاك، وبالتالي ظهرت مجموعات حديثة وشبكات توزيع جديدة يمكن الاعتماد عليها في تسويق المنتجات⁽¹⁾.

كما أنّ الطموح الأكبر لمنشأ شبكات التوزيع هو رؤية منتجاته في أيادي المستهلكين النهائيين وأن تصل إليهم بالشكل الذي يرضوه ويرغبه، لأن ذلك يعني في جوهره أنّه قد حقق الجزء الأكبر من استراتيجياته التسويقية في مواجهة المنافسين والحصول على الحصة

1- هاني حامد الضمور، طرق التوزيع، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص19.

السوقية المناسبة، ولذلك فإن تحقيق استراتيجية التوزيع بالشكل المخطط له والصحيح يعني تحقيق أهداف المنشأ. وهذا يعني بأن استراتيجية التوزيع تعني تحقيق التكامل مع بقية النظام الكامل للشبكة لارتباطها الوثيق مع عمليات الإنتاج وتفاعلها مع السوق ومتغيراته المختلفة⁽¹⁾.

يلجأ المنتج في عقود التوزيع إلى الاستعانة بعدد معتبر من الأشخاص لمساعدته في مباشرة إنتاجه أو تجارته، من هؤلاء من تربطهم علاقة عمل وتبعية ومنهم من يعمل لحسابه دون أن يكون تابعا له. ورغم أهمية هذه الوساطة التجارية إلا أن المنتج لا يستطيع عن طريق مثل هذه العقود إلزام أي من موزعيه بمتابعة تقديم الخدمات ومتابعة إصلاح المنتجات أو البضائع التي يقومون بإعادة بيعها أو يتوسطون في بيعها، لذلك يلجأ المنتجون إلى اختيار أنواع العقود التي تحقق لهم رغباتهم للوصول إلى أكبر رقم من المبيعات لتحقيق أكبر قدر من الربح وهذه الصور تتمثل في كل من التوزيع الانتقائي، التوزيع الحصري...الخ.

وهي عقود يتنازل فيها المنتج للموزع بحق قصر البيع في منطقة محددة مع التزامه بمتابعة وتمويل العملاء بالمنتجات المباعة محل عقد البيع، وتنتشر هذه العقود في بيع الأدوات الكهربائية والإلكترونية، كذلك الشأن بالنسبة للمنتجات ذات المستوى الرفيع (Produit de luxe) مثل العطور ذات العلامة العالمية، فيفضل الممون إبرام عقود التوزيع مع شرط القصر حتى يتفادى بيع هذه المنتجات ذات المستوى الرفيع في منافذ البيع العادية والتي لا تتفق وسمعته التجارية والصناعية، كذلك تنتشر مثل هذه العقود في بيع المنتجات التي لها طابع فني كالأجهزة الإلكترونية الدقيقة والتي يتطلب توزيعها دراية فنية متخصصة حتى يساعد هؤلاء الموزعين الزبائن على أفضل استخدام أو إصلاح لها.

1- ثامر ياسر البكري، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص337.

تتلخص عملية التوزيع إذن في أن يتعاهد شخص طبيعي أو معنوي يسمى الممون أو المنتج بأن يضع مشروعه التجاري لمدة معينة في خدمة شخص آخر يدعى الموزع وذلك بهدف توزيع منتجات الممون أو خدماته داخل دائرة جغرافية محددة في مقابل مالي محدد. ويعد الموزع الطرف الضعيف في هذا العقد أما الممون فهو الطرف القوي، حيث يلتزم الموزع بأن يتقيد بالتعليمات التي يفرضها عليه الممون، بحيث لا يجوز له أداء عمله إلا بالشكل والمواصفات والأسلوب الذي يحدده له، كما يلتزم أيضا بقصر نشاطه على المنتجات الخاصة بالممون دون غيرها من المنتجات المماثلة داخل دائرة جغرافية محددة، مع ضرورة تحقيق حد أدنى من المبيعات وفق للبرنامج الذي يحدده ويعتمده الممون، كما يلتزم أيضا بأن ينفذ العقد بحسن النية، وكذلك بأن يبذل أقصى جهده في العمل على الترويج والمحافظة على سمعة المنتجات أو الخدمات، كما يقع على عاتقه أيضا الالتزام بإزالة العلامة التجارية لمنتجات وخدمات الممون بمجرد انتهاء العقد.

في ضوء هذه المعطيات يثير عقد التوزيع تساؤلات تتمحور حول طبيعة القواعد القانونية التي يخضع له باعتباره عقد متميزا في السوق لفائدة مستعمليه؟

لدراسة موضوع البحث نتطرق إلى تحديد الطبيعة القانونية لعقود التوزيع (الفصل الأول) ثم تحديد الأحكام المنظمة له (الفصل الثاني).

الفصل الأول

الطبعة القانونية لعقود التوزيع

نظرا لأهمية التوزيع في نشاط التسويق تعدد تعاريف والمفاهيم التي أطلقت على مصطلح التوزيع لدى رجال الاقتصاد والباحثين، ولكي تتكامل وظيفة توزيع مع باقي وظائف التسويق ويكون نشاط التوزيع نشاطا فعالا لا بد على الممّون أن يكون على دراية لبدائل الاستراتيجية لتوزيع حتى يستطيع أن يختار الاستراتيجية التوزيعية الملائمة في الوقت والمكان المناسب، كما أن هذه الأهمية دفعت بهؤلاء إلى إيجاد إطار ملائما له جعله يتميز عن غيره من العقود المشابهة له (مبحث أول)، وعقد توزيع عقد حديث نشأة وجاء نتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي الذي يشهده العالم، لذا فإنه لم تخصص له نظم قانونية خاصة به في معظم الدول بما فيها الجزائر، وهذا ما يفسر دخول هذا العقد في عداد العقود غير المسماة التي تخضع للقواعد العامة، وكذا خضوعه لعدة قوانين (مبحث ثان).

المبحث الأول

مفهوم عقد التوزيع

لقد فرض الواقع الاقتصادي المتقدم والمتطور ظهور أنواع مختلفة من العقود التجارية المهمة لم تشهدها الساحة الاقتصادية من قبل والتي لها دور مهم في نشاطها مثل عقود التوزيع، والذي حظي باهتمام كبير من قبل رجال الاقتصاد والقانون، لذا أعطيت له عدة تعاريف، (المطلب الأول)، كما قام هؤلاء القانونيين والاقتصاديين بوضع إطار ملائم له لجعله يتميز عن بعض العقود المشابهة له لتنظيم التعامل الذي يتم بين الأطراف المتعاقدة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التعريف بعقد التوزيع

يمثل عقد التوزيع إحدى النماذج الكبرى لعقود الأعمال بالنظر إلى أهميتها لذا فقد تعددت التعاريف التي وصفته (الفرع الأول) كما لعقد التوزيع صور نذكرها (الفرع الثاني)

الفرع الأول

تعريف عقد التوزيع

لا يوجد تعريف جامع ومانع لعقد التوزيع حيث اختلف الفقهاء في وصفه، يمكن حصرها في التعريف الفقهي (أولا) وفي التعريف القانوني (ثانيا).

أولاً- التعريف اللغوي لعقد التوزيع

نجد أنّ القاموس العربي (القاموس الكامل)، قد أعطى تعريف لتوزيع يختلف عن التعريف المقدم في القاموس الفرنسي (Dictionnaire encyclopédique de la langue française, le) (MAXIDICO الذي يعرفه كما يلي: «يعتبر التوزيع المتفق عليه أو المنظم عملية لتوزيع

المنتجات، ومجموعة من العمليات المتخذة لجعل الأموال أو الخدمات تحت تصرف الزبائن.

كما يتضمن مصطلح التوزيع مظهرين هما:

- مستوى الخدمة: أي وضع السلع تحت تصرف المستهلك.
- إدارة الموارد الخاصة برأس المال المرصود وتكلفة النقل»، بينما نجد القاموس العربي يعرفها على نحو التالي: «عملية تقسيم وتفریق وتخصيص الخيرات»⁽¹⁾.

ثانيا: التعريف الفقهي لعقد التوزيع

لقد اختلفت وجهات النظر الفقهاء والدارسين لتقنية التوزيع لتحديد وإعطاء تعريف واحد لعقد التوزيع، فنجد الأستاذ Blaise Jean Bernard عرفه على أنه: «مجموعة من العمليات التي تسمح بنقل المنتجات إلى المستعمل أو المستهلك واستجابة العرض لطلب في أحسن الظروف الفعالية الاقتصادية»⁽²⁾.

بينما الأستاذ Vigny قد أعطى تعريف أشمل لعقد التوزيع يركز على التكامل الموجود بين الإنتاج والتوزيع كما يلي: «التوزيع هو مجموع العمليات المادية، التجارية الإدارية والقانون المحققة في مراحل متتابعة وضرورية لكي تصبح المنتجات تحت تصرف المستهلكين في ظروف محدّدة من المكان، الزمان، التشكيلية، الكمية والخدمة عند مستوى معين من السعر»⁽³⁾.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص30.

2- « La distribution peut être aujourd'hui définie comme l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer les produits du fabricant à l'utilisateur ou consommateur et d'adapter l'offre à la demande, dans les meilleurs conditions d'efficacité économique, elle est la forme moderne et complexe de l'achat pour revendre » Voir : Jean Bernard BLAISE, Droit des affaires « Commerçants, concurrence, distribution », 3^{ème} édition, LGDJ, Paris, 2002, p.491.

3- نقلا عن: غلاب نعيمة، قنوات التوزيع " لطلبة العلوم التجارية وعلوم التسيير"، دار الهدى، عين ميلة، الجزائر، 2013، ص19.

كما عرّف التوزيع على أنّه: «هو تلك العملية التي تعني تصرف أو نقل المنتج من مصادر إنتاجه إلى أماكن استهلاكه، وذلك في المكان الذي يريده المستهلك وفي الوقت الذي يرغب فيه قصد تحقيق المنفعة وإتباع رغبة المستهلكين»⁽¹⁾.

وقد عرّفه LEGAIS Dominique كما يلي: «التوزيع هي المرحلة الاقتصادية الموضوعية بين مرحلتين الإنتاج والتوزيع. هي مجموعة من العمليات التي من خلالها الشيء بعد مرحلة إنتاجه أو تقديم خدمة، بعد مرحلة إنتاجه أو تقديم خدمة، بعد مرحلة تدركها (Conception)، تباع إلى المشتري أو إلى المستعمل النهائي»⁽²⁾.

ثالثاً- التعريف القانوني لعقد التوزيع

وردت هذه التعاريف من قبل:

1-تعريف الغرفة التجارية الدولية : حيث أعطت التعريف التالي لعقد التوزيع، سنة 1949 بأنّه: «مرحلة التي تلي مرحلة إنتاج السلع والخدمات ابتداء من لحظة وضعها في السوق إلى غاية تسلمها من قبل المستهلك النهائي، ويشمل ذلك مختلف النشاطات والأعمال التي تؤمن للمشتريين توفير البضائع والخدمات سواء كان هؤلاء المشتريين محولين أو مستهلكين لها بتسهيل الاختيار، الاستهلاك والاستعمال لهذه البضائع والخدمات»⁽³⁾.

2- تعريف القانون الأوروبي للمنافسة: عرف القانون الأوروبي عقد التوزيع على أنّه: «كل عقد يبرم بين المنتج للسلع أو المقدم الخدمات باعتباره كيان اقتصادي وحيد مع

1- نقلا عن: توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص276.

2-« La distribution est l'étape économique située entre la production et la consommation. C'est l'ensemble des opérations par lesquelles un bien après le stade de la sa production, ou une prestation de service après le stade de sa conception est vendu ou fourni à l'acquéreur ou à l'utilisateur final». Voir m Dominique LEGAIS, Droit commercial et des affaires, 19ème édition, Dalloz, Paris, 2011, p. 467.

3- نقلا عن: بورقية قويدر، استخدام الأساليب الكمية في ترشيد سياسات التوزيع والتخزين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية، جامعة يحي فارس، المدية، 2010، ص3.

موزع سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، يتمتع بشخصية قانونية تمنح له الاستقلالية التامة في اتخاذ القرار واستقلالية مالية حقيقية ذات أهمية تجعل منه الكيان الاقتصادي الوحيد»⁽¹⁾.

3-موقف المشرع الجزائري: بالرجوع إلى المادة 1/02 من ت.ت.ج التي تنص على: «يعد عملا تجاريا بحسب موضوعه كل شراء للمنقولات لإعادة بيعها بعينها أو بعد تحويلها وشغلها...»⁽²⁾. فنجد أنّ هذه المادة عرفت التوزيع بطريقة غير مباشرة باستعمال مصطلح آخر غير التوزيع وهو مصطلح "البيع والشراء"، والذي يدخل ضمن هذا الأخير عقد التوزيع الذي يعتبر عقد بيع وشراء طويلة المدى وكما كيفيها على أنّه عملا تجاريا. فمن خلال المادة 10 من الأمر 03/03 والتي عدلت بموجب المادة 6 من القانون 08-12 المتعلقة بالمنافسة والمادة 2 من نفس القانون 05-10 من نفس القانون على أنّه تعبير واضح على اعتبار نشاط التوزيع يخضع لقواعد المنصوص عليها في القانون المنافسة لاعتباره من النشاطات الاقتصادية التجارية، وهذا ما أكدت عليه المادة 02 من القانون 04-02 الذي يتضمن قواعد الممارسات التجارية⁽³⁾، فكون أنّ عملية إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها تخضع كلها إلى قواعد المنافسة فمن الصعب التمييز فيما بينها⁽⁴⁾.

بما أنّ التعاريف المشار إليها سابقا يشوبها نقص من حيث أنّ عملية نقل المنتجات من المنتج إلى المستهلك لا تتم فقط عن طريق عقد التوزيع، بل بعقود كثيرة ومتنوعة تختلف من الواحد إلى الآخر، فهناك من حاول إعطاء تعريف له من بينهم

1 - Règlement N° 330-2010 du 20 avril 2010.

2-المادة 1/02 من أمر 59-75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، الأمانة العامة للحكومة، www.juradp.dz

3- أمر 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 43 المعدل والمتمم بقانون 08-12 المعدل والمتمم بقانون 05-10 المتعلق بالمنافسة.

4- قايد ياسين، قانون المنافسة والأشخاص العمومية في الجزائر، رسالة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2000، ص33.

الأستاذة نادية يعقوبي التي ترى أنّ: «عقد يبرم بين طرفين، هما المنتج صاحب السلعة الذي يعرف في هذا العقد بالمنتج أو الممون والقائم بالتوزيع الذي يعرف بالموزع، حيث يستمر هذا الأخير على تسويق السلع والخدمات باسمه ولحسابه الخاص مستفيدا من علامات ومنافذ وخبرة المنتج أو الممون، وذلك في إقليم معين تحت رقابته وفقا لشروط وأحكام العقد»⁽¹⁾.

وعلى العموم من خلال هذه التعاريف نستنتج أنّ التوزيع هو عملية قائمة على نشاطات متفاعلة ومتسلسلة فيما بينها، كالشحن والتخزين غير أنّ هاتين العمليتين تتطلبان مجهودات كبيرة مع احتياجات من شأنها إثارة نفسية المستهلك وتحفيزه على الإقبال لاقتناء تلك السلعة أو الخدمة وإقناعه بجودتها وقدرتها على التجاوب مع احتياجاته وميولته وسيكولوجية التركيبيّة.

كما أنّ التوزيع يسعى إلى إمداد المستهلك بإشباعات ومنافذ مختلفة لتمكينه من الحصول على السلعة في المكان والوقت المناسبين، إذن إن السلعة لا تحظ بالإقبال الوافر من طرف المستهلك، ولو كانت ذات جودة ومتميّزة وحديثة معلنا عنها وتباع بسعر معقول إلاّ إذا كانت منحت له عندما يريدّها في المكان والزمان الذي يكون بحاجة ماسة إليها فالمنفعة المكانية تتيح للمستهلك الحصول على السلعة في المكان الملائم، حيث يختار أنسب الأماكن التي يتوقع أن يجد فيها طلبه، غير أنّ المنفعة المكانية لوحدها غير كافية لتحديد الدور الاستراتيجي للتوزيع فهناك المنفعة الزمانية حيث يعمل المنتجين والوسطاء على تخزين سلعة وتوفيرها في الوقت المناسب. فبالتالي يمكن تحديد دور التوزيع في كونه:

1- يعقوبي نادية، النظام القانون لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص35.

- نقل السلع مباشرة بعد اكتمالها من عملية الإنتاج إلى المخزن ثم توجيهه إلى المستهلك المباشر أو الوسيط.
- كما يمكن القول أن التوزيع هو تلك الوظيفة الاقتصادية الوسيطة بين مرحلتين الإنتاج والاستهلاك ويساهم من خلال القائمين به على ضمان سريان المنتج من لحظة خروجه من مرحلة الإنتاج إلى غاية اقتنائه من طرف المستهلك النهائي.
- كما أنّ عملية التوزيع تضع المنتج تحت تصرف المستهلك في الإطار المكاني والزمني الملائم له والذي يكون المستهلك بصدد طلبه.
- فالتوزيع يعمل على تلبية رغبات المستهلك بالصفات المطلوبة وفي الأماكن والأزمنة المرغوبة بصفة مستمرة ومنتظمة على مدار السنة⁽¹⁾.

الفرع الثاني

صور عقود التوزيع

لعقد التوزيع عدة صور أبرزها عقد الامتياز التجاري الحصري (أولا) وعقد التوزيع الانتقائي (ثانيا).

أولا- عقد الامتياز التجاري الحصري

ظهر هذا العقد في ميدان بيع السيارات ويستعمل كثيرا في وقتنا الحاضر في توزيع المنتجات بالجملة حيث يسمح للمنتجين بتسويق سلعهم في أحسن الظروف وبمراقبة عملية توزيعها داخل الشبكة⁽²⁾.

1- حوشين كمال، بعداش عبد الكريم، إستراتيجية التوزيع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (PME)، الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر، يومي 20-21 أبريل 2004، ص 9-10.

2- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 36.

ويعرف عقد الامتياز التجاري الحصري على أنه: «هو ذلك العقد الذي يتعاقد فيه الممون أو صاحب العلامة في إقليم معين أن لا يبيع إلا للمتعاقد معه، والذي من جهته يلتزم بتوزيع السلع الممونة فقط من قبل هذا الأخير مع احترام السياسة التجارية المحددة في العقد»⁽¹⁾.

يتضمن هذا العقد على شروط حصرية ومزدوجة وتتمثل في:

1- شرط حصرية الشراء: وفيها يتعاقد الموزع للمنتج بعدم شراء السلعة إلا من عنده كما يلزم نفسه في نفس الوقت بعدم توزيع السلع من نفس المنتج المعروضة من منتجين آخرين وبمقتضى قانون 14 أكتوبر 1943 الفرنسي المتعلق بشرط الحصرية فإن مدة هذا الشرط لا يجب أن تتجاوز 10 سنوات.

2- شرط حصرية البيع: فيها يتعاقد الممون للموزع بأن لا يقوم بتموين المنتجات المتفق عليها إلى موزعين آخرين في نفس الإقليم.

فالموزع يتمتع بالسيطرة الكاملة على عملية التوزيع لعلامة معينة في ذلك الإقليم ولكن هذا لا يمنع الموزعين الآخرين بخلق نوع من المنافسة له في نفس الإقليم بتوزيع علامات أخرى لنفس المنتج فالحماية التي يمارسها الممون ليست مطلقة⁽²⁾.

بصفة عامة فإن هذه العقود ليس لها تنظيم خاص بها، فإن قواعد مستمدة من المعاملات التجارية وهذا ما يفسر خضوعها للقواعد العامة فقانون 31 ديسمبر 1989 والمسمى بقانون دويان نص على ضرورة تقديم المعلومات المتعلقة بالعقد. وقانون 22 ديسمبر 1999 للمجموعة الأوروبية يطبق على كل الاتفاقات العمودية الذي أتى بإعفاءات

1-«Le Contrat de Concession Commerciale est celui par lequel le titulaire d'une marque, ou concédant s'engage sur un territoire donné à ne vendre qu'à son contractant, ou concessionnaire, qui s'oblige, en contrepartie, à distribuer les biens procédés et uniquement ces biens en respectant la politique commerciale définie par son partenaire », voir : Collart Dutilleul François, Delebeque Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, 3^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1996, p. 815

2- Collart Dutilleul François, Delebeque Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, op.cit. , p. 816-847

التي لها علاقة بقانون المنافسة، كما أن قانون 31 جويلية 2002 الفرنسي يعرض شكل بسيط لعلاقات التوزيع المتعلقة بالسيارات.

الاجتهاد القضائي الفرنسي حكم بتطبيق المبادئ العامة التي تحكم العقود أو قواعد التي تحكم المنافسة⁽¹⁾.

ثانيا - عقد التوزيع الانتقائي

تقوم سياسة التوزيع الانتقائي على انتقاء الموزعين لما لهم من سمعة وثيقة ودراية فنية عالية، والانتقاء يتم من طرف الممون ويستعمل هذا النوع من العقود في مجال المنتجات والخدمات ذات الطابع الكمالي.

وقد عرفت كل من اللجنة الأوربية بموجب القانون رقم 1999/2790 صادر في 22 ديسمبر 1999 المتعلق بالتقييدات العمودية للمنافسة والقانون رقم 02-1400 المتعلق بتوزيع السيارات عقد التوزيع الانتقائي كما يلي: «نظام التوزيع الذي يتعاقد من خلاله الممون ببيع السلع والخدمات المتعاقد عليها بصفة مباشرة وغير مباشرة إلا للموزعين المنتقين على أساس معايير محددة والذين بدورهم يتعهدون بعدم بيع هذه السلع والخدمات إلى الموزعين غير المنظمين إلى الشبكة»⁽²⁾.

وعرف أيضا على انه تعني طريقة التوزيع الانتقائية أن يقوم الصانع ببيع سلعته خلال عدد محدد من الموزعين والوسطاء الأكفاء في مناطق بيعه⁽³⁾.

1- Hess-Fallon Brigitte, Simon Anne-Marie, **Droit des affaires**, 17^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2007, p.287.

2-« *Un système de distribution dans lequel le fournisseur s'engage à vendre les biens ou les services contractuels, directement ou indirectement, uniquement à des distributeurs sélectionnés sur la base de critères définis et dans lesquelles ces distributeurs s'engagent à ne pas vendre ses biens ou services à des non agréés* » Didier FERRIER, **Droit de la distribution**, 5ème édition, Litec, Paris, 2008, p.265.

3- محمد سعيد عبد الفتاح، مداخل التسويق، دار المعارف، الإسكندرية، 1970، ص110.

إن الممون يقوم باختيار موزعين إما على أساس معيار نوعي أي على أساس الكفاءة والسمعة الطيبة والثقة، أو على أساس معيار كمي وهو الذي يتعلق بتحديد عدد التجار والوسطاء الذين ينظمون إلى الشبكة، كما يجب أن يكون هذا الانتقاء على أساس معايير موضوعية ودون أي تمييز بين الموزعين⁽¹⁾، وفي هذا النوع من العقود لا يستفيد الموزع من شرط الحصرية الإقليمية⁽²⁾.

عقد التوزيع الانتقائي يتضمن دائما على الشرط الذي يمكن اعتباره ضروريا وأساسيا في هذا النوع من العقود ويتمثل في تعهد الموزع بأن لا يبيع المنتجات المتعاقد عليها إلى بائعين خارجين عن الشبكة، الهدف من هذا الشرط هو الحفاظ والإبقاء على وحدة الشبكة وتطبيق سياسة تجارية متناسقة⁽³⁾ وكذلك السعي للحفاظ على صورة علامة المنتج⁽⁴⁾.

كما أن المنتج لا يمكنه أن يفرض مبلغ معين أو يفرض أيضا الحصرية وإلا كان على عاتق المنتج في حالة وجود خلاف عبء الإثبات بأن شبكته مشروعة⁽⁵⁾.

ولضمان السير الحسن لنظام التوزيع الانتقائي على الموزع احترام إرشادات الممون من أجل توزيع المنتجات في شروط حسنة كالتزامه أن يكون له في مخزونه كمية معتبرة من المنتجات، احترام الشروط المفروضة على أماكن البيع، وضع ثمن مناسب لإعطاء الأولوية للعلامة... إلخ، فعدم احترام هذه الالتزامات يؤدي إلى فسخ العقد⁽⁶⁾.

1- FERRIER Didier, **Droit de la distribution**, op.cit., p. 271

2- MANGUY Daniel, **Contrats spéciaux**, 7ème édition, Dalloz, Paris, 2010, p. 459

3- BLAISE Jean-Bernard, **Droit des affaires**, 3ème édition, op.cit., p. 563.

4- COLLART Dutilleul François, DELEBECQUE Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, op.cit., p.842.

5- HESS-FALLON Brigitte, SIMON Anne-Mary, **Droit des affaires**, op.cit., p. 292

6- COLLART Dutilleul François, DELEBECQUE Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, op.cit., p. 844

المطلب الثاني

التكييف القانوني لعقد التوزيع

تبرز أهمية البحث عن الطبيعة القانونية لعقد التوزيع لغاية استخلاص نظام معين يطبق عليه باعتباره من العقود الحديثة النشأة، بحيث من الصعب تحديد لها إطار قانوني خاص بها (الفرع الأول) الأمر الذي جعلها تتميز عن بعض العقود المشابهة بها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

خصائص عقد التوزيع

باعتبار عقود التوزيع من العقود حديثة النشأة فمن الصعب تحديد لها إطارا قانونيا خاصا بها، لذا فهو يتميز بعدة خصوصيات يمكن إظهارها في:

أولا- عقد التوزيع عقد مدني

عقود التوزيع هي عقود غير منظمة في التقنين المدني، فبالتالي هي عقود غير مسماة لكون تنظيمها لا يظهر بوضوح في هذا التقنين كعقد البيع مثلا الذي هو من العقود المسماة الذي نظمه المشرع الجزائري في القانون المدني ويظهر ذلك من خلال المادة 351 والتي تنص على أنه: «البيع عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي»

بما أن عقود التوزيع لا تظهر في هذا التقنين أي لا يوجد نص أشار إليها، إذن عقد التوزيع ليس بعقد مدني، ولكن يترتب على اعتباره عقد غير مسمى، خضوعه للقواعد العامة

التي تحكم العقود⁽¹⁾، معناه خضوعه للقواعد التي تضمنتها النظرية العامة للعقد والنظرية العامة للالتزامات بصفة عامة⁽²⁾.

ثانيا- عقد التوزيع عقد تجاري

نظرا لكون صفة الموزع أو الممّون تتوافق مع المستلزمات المطلوبة لصفة التاجر كقيامه بصورة مستمرة في سبيل الربح وأيضا أن عقود التوزيع لا يمكنها أن تكون ضد التجار فهي عقود حسية الوضعية (Contrats de situation) والتي تعني تنظيم الالتزام من أجل إنشاء علاقات دائمة كما أنها تتضمن التزامات تجارية مماثلة لذا فهي تخضع إلى كل القواعد القانون التجاري المتعلق بفكرة الوفاء، الفوائد، الإثبات بكافة الطرق⁽³⁾. وما يؤكد بأن عقد التوزيع هو عقد تجاري هو ما أتى في المادة 2 من ت.ت.ج.: «يعد عملا تجاريا بحسب موضوعه:

- كل شراء لمنقولات لإعادة بيعها بعينها أو بعد تحويلها وشغلها...»

ثالثا- عقد التوزيع من عقود الإذعان

هو ذلك العقد الذي لا يتم الاتفاق على شروطه والمساومة بين المتعاقدين، حيث يكون أحد المتعاقدين قويا من الناحية الاقتصادية، فيسعى فرض إرادته على المتعاقد الآخر، كما يفرض عليه شروط لا يمكن مناقشتها ما عليه إلا أن يتقبلها أو يرفضها⁽⁴⁾ فمثلا في عقود الامتياز التجاري الحصري يبرم هذا العقد غالبا باستعمال نموذج موضوع بطريقة محكمة من

1- دوار جميلة، المبادئ العامة لعقد الفرانشيز في التشريعات الوضعية، الملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودرها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 16-17 ماي 2012، ص100.

2- مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 519.

3- COLLART François, DELEBECQUE Philippe, *Contrats civils et commerciaux*, op.cit., p.811.

4- زعموم فتيحة، خصوصية عقد الفرانشيز في السوق، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص57.

طرف الممون أو المنتج، وبذلك فصاحب الامتياز (الموزع) لا يستطيع مناقشة هذا الأخير، ولتخفيف من هذا الإخلال نجد بأن قانون دويان في مادته 1 وضع على عاتق الممون التزام لضرورة تقديم معلومات للموز تتعلق بمؤسسته وكذلك بالمعلومات التي تتعلق بالتزامات الأطراف وذلك في ظرف 20 يوم قبل مشروع العقد⁽¹⁾ وبالتالي عقد التوزيع من عقود الإذعان، وذلك لأن الممون يقوم بفرض شروطه ويفرض مقابل ثابت جزافي عند إبرام العقد دون أن يكون للموزع الحق في مناقشة الممون في هذا الشرط.

رابعاً- عقد التوزيع من عقود الأعمال

من أبرز خصوصيات عقود الأعمال أنها عقود غير مقننة وهذا ما يسمح لنا بالقول بأن عقود التوزيع هي أيضاً من العقود الأعمال لكونها لا نجد نصاً عليها بموجب نصوص خاصة بها، وهي المسألة التي تجعلها في كل مرة تعود إلى تلك القواعد العامة المعروفة بشكل عام سواء من حيث الإبرام أو التنفيذ، والسبب يعود إلى أن معظم تلك العقود هي وليدة الأعراف والعادات التجارية التي جعلت عون الاقتصادي يرفض في عدة مناسبات تدخل التشريعات لتقنينها لأن ذلك بالنسبة له حاجزاً أو عقبة في أداء نشاطه الاقتصادي.

خامساً- عقد التوزيع يقوم على الاعتبار الشخصي

يقصد بالعقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، بأنها تلك العقود التي تكون فيها شخصية المتعاقد على مستوى انعقاد العقد وتنفيذه، فالعقد يعتمد في قيامه وتنفيذه على شخصية المتعاقد.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني للعقد والتوزيع الدولي، مرجع سابق، ص 39.

وفي عقد التوزيع يكون لهذه الفكرة مضمونها الخاص، ذلك المفهوم الذي يؤكد حقيقة المراكز الواقعية للأطراف، ومدى اختلاف الاستناد عليها بين الممون والموزع.⁽¹⁾

فتكون شخصية الموزع محل اعتبار خاصة في عقد التوزيع الانتقائي، أين الممون يقوم باختيار الموزعين على أساس معايير محددة وصارمة كقدراتهم المالية مثلاً ونشاطاتهم ونوعية خدماتهم وسمعتهم في السوق لكون أن طبيعة المنتج وخصوصياته تتطلب ذلك وكذا سعي الممون للحفاظ على صورة العلامة وجودة المنتج، ففي حالة انتفاء هذه الشروط في الموزع فالممون لا يقوم بإبرام العقد معه.

تكون شخصية الممون محل اعتبار من قبل الموزع، ويظهر ذلك عند إبرام عقد التوزيع فمعيار الشخصية الطرف المنتج الذي سيتدخل لتقديم المنتجات وعلامات ومنافذ وخبرات مسألة جوهرية، كما يجب أن تكون شبكة الممون مبنية على أساس قواعد مشروعة وذات سمعة في السوق، فلا يبرم عقد التوزيع مع شخص لا يمتلك سلعة وعلامات وخبرات لأن القاعدة غير موجودة، كما تزيد هذه الخاصية للاعتبار الشخصي عند الوصول إلى انتهاء العقد، ضمن الأسباب غير العادية لانقضاء عقد التوزيع هو انتهاء الاعتبار الشخصي للطرف المتعاقد معه.

باعتبار أن التكيف القانوني لعقود التوزيع غير مؤكد فيه (Incertain) فمن الصعب ربط نظامه إلى أي إطار قانوني معين، فبتالي عندما يتعلق الأمر بحل الخلافات بين الطرفين التي لم يتفقوا عليها صراحة في العقد، فالقضاء يعود حسب الوضعيات إلى القواعد المتعلقة بالوكالة أو القواعد المتعلقة بالبيع.⁽²⁾

1- بكر البشتاوي دعاء طارق، عقد الفرانشايز وآثاره، أطروحة الحصول على شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008، ص 35.

2- نادية يعقوبي، النظام القانوني للعقد والتوزيع الدولي، مرجع سابق، ص 32

وعقود التوزيع المنجزة من أجل إنشاء شبكة لها، ميزة عامة مشتركة فيما بينها وهي نابعة من الممارسات العقدية ويخضعون إلى قانون واحد ومشارك وهو قانون الاتفاقيات، إلا أنه نجده يخضع إلى بعض القواعد الخاصة، والأساس الذي يحد من حرية هذه العقود هي القواعد المنصوص عليها في قانون المنافسة.⁽¹⁾

نجد المشرع الجزائري كيف نشاطات التوزيع ضمن النشاطات التي يمارسها العون الاقتصادي فبتالي إخضاع عملية التوزيع لنفس الأحكام التي تخضع لها النشاطات الاقتصادية أي لقانون المنافسة ويظهر ذلك من خلال المادة 2 من قانون المنافسة⁽²⁾.

الفرع الثاني

تمييز عقد التوزيع عن بعض العقود للمماثلة له

نخصص هذا الفرع لتمييز عقد التوزيع عن العقود الأخرى التي قد تختلط وتتشابه معه، ويتعلق الأمر بتمييزه عن عقد البيع (أولا) وعن عقد الوكالة التجارية (ثانيا) وعقد الفرانشيز (ثالثا) وعن عقد الترخيص (رابعا).

أولا- تمييز عقد التوزيع عن عقد البيع

لقد أعطى المشرع الجزائري تعريفا لعقد البيع في المادة 351 من القانون المدني (ق.م) كما يلي: «البيع عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية الشيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي»⁽³⁾.

ما نستخلص من هذه المادة أنها عرفت البيع بالآثار المترتبة عليه بدلا من إظهار عناصره والذي كان من المفروض على المشرع أن يركز في تعريفه على عناصر العقد بدلا

1-Dominique Legeais, droit commercial et des affaires, 19^{ème} édition, op.cit, p. 473.

2- المرجع نفسه، ص32.

3-أمر رقم 58-75، مرجع سابق.

من الارتكاز على آثاره، لأنّ في الحقيقة العقد هو شريعة المتعاقدين فالتراضي بين الطرفين هو الذي يسمح بإبراز هذه الآثار.

كما أن في عقد البيع فبمجرد أن ينقل البائع الملكية للمشتري وتسليمه الثمن ينقضي الالتزام بين الطرفين فوراً⁽¹⁾.

إلاّ أنّه يبقى على البائع الالتزام بالضمان والتعرض والاستحقاق بينما في عقد التوزيع العلاقة بين البائع والمشتري لا تنتهي عند هذا الأمر لأن الممون أو المنتج يلتزم بتموين وتقديم المساعدة الفنية والتقنية للاستفادة الجيدة من خبرة هؤلاء خلال فترة العقد⁽²⁾.

ثانياً - تمييز عقد التوزيع عن عقد الوكالة التجارية

يعرف المشرع الجزائري الوكالة في المادة 571 من ت.م على أنها: «الوكالة أو الإنابة هو عقد بمقتضاه يفرض شخص شخصاً للقيام بعمل شيء لحساب الموكل وباسمه»⁽³⁾، وعرفها أيضاً في المادة 34 من ت.ت.ج: «يعتبر عقد الوكالة التجارية اتفاقية يلتزم بواسطتها الشخص عادة باعداً أو إبرام البيوع أو الشراءات وبوجه عام جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر، والقيام عند الاقتضاء بعمليات تجارية لحسابه الخاص ولكن دون أن يكون مرتبطاً بعقد إجارة الخدمات. إذا كان عقد الوكالة التجارية غير محدد بالمدة المعنية فلا يجوز لكلا الطرفين فسخه دون إخبار مسبق ومطابق للأعراف إلاّ في حالة صدور خطأ من أحد الطرفين»⁽⁴⁾.

إنّ فالوكالة عبارة عن عقد يفوض للموكل بمقتضاه شخصاً آخر مقام نفسه في تصرف حائز ومعلوم⁽⁵⁾.

1- حسنين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص81.

2- يعقوبي نادية، النظام القانون لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص35.

3- المادة 571 من الأمر رقم 75-58، المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق.

4- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري معدل ومتمم، الأمانة العامة للحكومة،

www.joradp.dz.

5- العبودي عباس، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني، البيع والإيجار، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،

2009، ص 45

ولاعتبار الوكالة التجارية هو أن يكون محل نشاط الوكيل القيام بالأعمال التجارية لحساب الغير أي لحساب الموكل أيا كانت الطريقة التي يتبعها في هذا الشأن⁽¹⁾.

ولإظهار التباين الموجود بين هذين العقدين نجد أن الموزع في عقد التوزيع يقوم بشراء البضاعة لإعادة بيعها باسمه ولحسابه الخاص، بينما الوكيل في عقد الوكالة يتعاقد باسم الموكل ولحسابه.

تنتقل الحيازة بمجرد شراء المشتري (الموزع) للبضاعة إلا أنه في الوكالة الحيازة لا تنتقل إلى الوكيل.

ويظهر الاختلاف أيضا بين هذين العقدين من حيث أن الموزع يكون مجبر وملزم بالقيام بالخدمة ما بعد البيع، بينما الموكل في عقد الوكالة يستطيع القيام بالخدمة ما بعد البيع إذا تحصل على المساعدة من طرف الموكل⁽²⁾.

يعد الوكيل مجرد وسيط فقط وبالتالي لا يتحمل أي أخطار مالية فيما يخص العلاقة التي يدخل فيها. بينما المتلقي (الموزع) الذي يشتري سلعا لإعادة بيعها يتحمل كافة الأخطار التي قد تنجم عن إدارته للنشاط بالإضافة إلى الأخطار المتعلقة بظروف السوق الذي يعمل فيه⁽³⁾.

كما نجد أنّ الموزع طرف في العقد في حين أن الوكيل في عقد الوكالة لا يجب أن يجعل من نفسه طرف ثاني في الصفقة التي يبرمها.

ثالثا- تميز عقد التوزيع عن عقد الفرانشيز

صحيح أن عقد الفرانشيز هو نوع وتقنية مستعملة في عقد التوزيع إلا أنه يمكن إظهار بعض الفروق بينهما:

- 1- طه مصطفى كمال، العقود التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 95
- 2- يعقوبي نادية، النظام القانون لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 35
- 3- ياسير سيد الحديدي، عقد الفرانشايز التجاري في ضوء تشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص 58

عقد الفرانشيز يتضمن عنصرين أساسيين هما:

- ترخيص العلامة التجارية، وتقديم المعرفة الفنية للممنوح له بينما عقد التوزيع لا يتضمن سوى التزامات المتعلقة بالبيع والشراء، معناه أن في عقد التوزيع المنتج لا يلتزم بنقل المعرفة الفنية إلى الموزع عكس عقد الفرانشيز الذي يكون فيه ملزم بذلك⁽¹⁾.

الممنوح له في عقد الفرانشيز يكتسب خبرة وتجربة في السوق من خلال تبعيته الشديدة للمانح في حين لا يمكن للموزع أن يكتسب سوقا وإنما يبقى مجرد موزع يمارس نشاطه بكل استقلالية لذا يوصف عقد الفرانشيز بأنه عقد لاكتساب الشهرة التجارية في السوق⁽²⁾.

- عقد الفرانشيز يسمح ممنوح له لاحقا بإنتاج وتوزيع البضائع من خلال المعارف والتقنيات التي تحصل عليها من المانح بينما الموزع في عقد التوزيع لا يتحصل على هذه الامتيازات على أساس أنه لا يمكن له بأي حال من الأحوال إنتاج سلعة أو خدمة بل مهمته تنحصر في التوزيع فقط⁽³⁾.

- عقد التوزيع يمكن أن ينصب على شرط الحصرية:

فهذا الشرط يفرد به الموزع لإعادة البيع في منطقة جغرافية معينة فيمكن اعتبارها حالة ظرفية مؤقتة يمكن للمنتج دفع الموزعين بانتهاء آخرين كلما دعت الضرورة إلى ذلك بينما في عقد الفرانشيز يعتبر فيه هذا الشرط غير الزاميا أي أنه اختياري يكمن أن يتضمنه أو لا.

1- بكر البشتاري دعاء طارق، عقد الفرانشايز وأثاره، مرجع سابق، ص47.

2- زعموم فتيحة، خصوصية عقد الفرانشيز في السوق، مرجع سابق، ص79.

3- سعد الله عمر، قانون التجارة الدولية "النظرية المعاصرة"، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص203.

وتوصف عقود الفرانشيز بطول مدتها تسمح للممنوح له بالتواجد والحصول على مركز في السوق وهو ما لا يمكن للموزع تحقيقه⁽¹⁾.

رابعا- تمييز عقد التوزيع عن عقد الترخيص

هناك زمرة من العقود التي يبرمها المنتج مع أشخاص آخرين من أجل أن يوزعوا له منتوجاته، وهذه العقود تأخذ أشكالا مختلفة كأن تكون بمثابة عقد ترخيص بمعنى أن يخول صاحب العلامة لغيره استعمالها خلال مدة معينة في مقابل أجر معلوم.

ويقصد بعقد الترخيص، إذا كان صناعيا اتفاق يتيح بموجبه المرخص للمرخص له استغلال المعرفة الفنية وما يشمل من حقوق الملكية الفكرية خلال مدة معينة وفقا لشروط وقيود معينة مقابل مبلغ دوري ويظل المرخص خلال مدة العقد محتفظا بملكية البراءة أو العلامة أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية. أما إذا كان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فيقصد به اتفاق بمقتضاه يخول صاحب العلامة لغيره استعمالها خلال مدة معينة فيضع العلامة على سلع من صنعه وذلك في مقابل أجر معلوم مع بقاء المرخص محتفظا بملكية العلامة. وإذا كان متعلقا باختراع فهو اتفاق يسمح لأحد الأطراف باستعمال الاختراعات المتفق عليها فقط وليس هناك دعم فني أو نقل معارف، أو ترخيص باستخدام علامة تجارية أو بيع تقنيات أخرى⁽²⁾.

فعقد التوزيع يختلف عن عقد الترخيص من حيث أن: في عقد الترخيص المرخص لا يقوم بنقل ملكية البراءة فكل ما يخوله للمرخص له هو التمتع بحق استغلال العلامة التجارية

1- زعموم فتيحة، خصوصية عقد الفرانشيز في السوق، مرجع سابق، ص 79-80.

2- سعد الله عمر، قانون التجارة الدولية "النظرية المعاصرة"، مرجع سابق، ص 200.

دون أي التزام بنقل المعرفة الفنية⁽¹⁾، بينما في عقد التوزيع الموزع يكون مالك للبضاعة ويقوم ببيعها باسمه ولحسابه الخاص.

إن الموزع الذي يوزع المنتجات التي صنعت بموجب براءة اختراع أو تحمل نموذج صناعي أو تحمل علامة تجارية، لا يكون له الحق باستعمال الحق المذكور بشكل منفصل عن المنتجات التي يوزعها فالموزع لا يحق له أن ينتج منتجات بنفسه على أساس براءة اختراع التي صنع المنتج بموجبها أو يضع عليها هذه العلامة التجارية الموضوعة على هذه المنتجات، بينما في عقد الترخيص الممنوح له يمكنه القيام بإنتاج هذه المنتجات بنفسه باستعمال علامة المنتج وذلك بعد حصوله على ترخيص من المانع ويقوم بذلك خلال مدة زمنية مقابل مال محدد⁽²⁾.

1- وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا "الالتزامات المتبادلة والشروط التقليدية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 63.

2- كنعان الأحمر، الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامة التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، الندوة الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، دمشق، يومي 11-12 مايو 2004، ص 04.

المبحث الثاني تنظيم عقود التوزيع

وفيما يخص تنظيم عقد التوزيع في حد ذاته يخضع لقواعد قانونية خاصة ومتفرقة في أغلب التشريعات، مع غياب هذا النوع من الأحكام في التشريعات الجزائرية باستثناء ما ورد في المرسوم المتعلق بشروط وكيفية ممارسة نشاط تسويق السيارات (المطلب الأول) وهذا ما يفسر خضوع بعض معطيات عمليات التوزيع لعدة قوانين (المطلب الثاني).

المطلب الأول غياب نصوص خاصة لتنظيم عقود التوزيع

رغم أهمية عقود التوزيع في تحقيق التنمية الاقتصادية، إلا أن معظم الدول وبما فيها الجزائر لم تخصص لها نظام قانوني خاص بها (فرع أول) وهذا ما جعلها تخضع لعدة قوانين (فرع ثان).

الفرع الأول تنظيم المشرع الجزائري لعقود التوزيع

بالرجوع إلى المادة 02 من قانون المنافسة المعدلة والمتممة تنص أنه «... تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها...»⁽¹⁾.

1- قانون رقم 05-10 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالمنافسة، ج. ر. عدد 46.

نجد أن المشرع الجزائري ومن خلال كل التعديلات التي جرت على هذه المادة فإنه يؤكد على أنه يتم تطبيق أحكام وقواعد المنافسة على عقود التوزيع، فعلى الرغم من عدم ذكر الأشكال المختلفة لهذه العقود، إلا أنه نص على أحد أخطر صور عقود التوزيع في السوق وهو عقد الشراء الاستثنائي وذلك من خلال المادة 10 من قانون المنافسة، والذي يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق، غير أنه تم تغيير نص هذه المادة بموجب المادة 06 من القانون رقم 12-08 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 والمتعلق بالمنافسة فتتص على أنه: «يعتبر عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها ويحظر كل عمل و/أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة باستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر»⁽¹⁾.

فمن خلال هذا التعديل، لم يقتصر المشرع الجزائري على حظر الإستئثار في مجال عقد الشراء، بل يطبق هذا الحظر في مجال البيع، ومجال الإنتاج ومجال التوزيع، كلما كان ذلك التصرف أو ذلك العقد يؤدي إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها وتطرق المشرع الجزائري إلى حماية المنافسة من الآثار السلبية المترتبة على عقود التوزيع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 07-390، المؤرخ في 12 ديسمبر 2007 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، فنجد المادة 06 منه تنص على أن: «يجب أن يكون عقد الامتياز الذي يربط الوكيل بالموكل مطابقا لأحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما لاسيما المادة 10 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه وأحكام هذا المرسوم»⁽²⁾.

فباستثناء هذه الأحكام لم ينص المشرع الجزائري على عقد التوزيع، سواء تعلق الأمر بأشكاله أو بأركان العقد أو بشروط صحته، عكس التشريعات المختلفة خاصة الأوروبية التي

1- قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يوليو 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج.ر. عدد 36.
2- مرسوم تنفيذي رقم 07-390، مؤرخ في 12 ديسمبر 2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، ج.ر.، عدد 78 الصادر بتاريخ 2007/12/12

تشتت تحت طائلة البطلان أن يتضمن العقد بعض الشروط كشرط الإعلام أو شرط تحديد مدة العقد وغير ذلك من الشروط⁽¹⁾.

وقد يرجع قلة النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع إلى تأخر الجزائر في مجال التوزيع الواسع، إذ أنه عمليا عرفت الجزائر تجربتها الأولى في مجال التوزيع المتوسط بشراكة مع (Carrefour) الثاني عالميا في مجال التوزيع مع شركة (Ardis) الجزائرية سنة 2006، إلا أن هذه التجربة كتب عليها بالفشل وذلك يعود إلى ضعف إقبال المستهلكين نتيجة ارتفاع الأسعار مقارنة مع التجارة المجاورة، مما أدى برحيل ممثل (Carrefour) كما عرفت الجزائر أول مساحة كبرى للتوزيع الواسع مع إنشاء المساحة الكبرى (Uno) من الشركة الجزائرية (Numidis) والتي هي فرع لمجمع (Cevital) والمتخصص في التوزيع الواسع. غير أن الأسعار لا تزال مرتفعة مقارنة مع التجارة الجوارية، كما أن الجزائر مازالت تعاني من التأخر فيما يخص تنوع المنتجات، فلذا للتكلم عن عقود التوزيع وعن المنافسة الفعلية يجب أن يكون هناك عدد كبير من المنتجين ومقدمي الخدمات والتنافس فيما بينهم كما أن العديد من المجالات مازالت خالية من المنافسة، وإن وجدت تبقى المنافسة فيها ضعيفة جدا⁽²⁾.

فيما يخص تنظيم عقد التوزيع في حد ذاته، فهو يخضع لقواعد قانونية خاصة ومتفرقة في أغلب التشريعات مع غياب هذا النوع من الأحكام في التشريعات الجزائرية باستثناء ما ورد في المرسوم التنفيذي رقم 07-390 المتعلق بشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة.

فعقود التوزيع المختلفة تفرغ في شكل عقود إطار، فهناك بنود يتضمنها العقد ملزمة وإلا كان العقد باطلا، ومن أهم هذه البنود "شرط الإعلام" الذي يجب أن يسبق عملية إبرام

1- مختور دلييلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 517.

2- المرجع نفسه، ص 534-535.

عقد التوزيع، بالإضافة إلى هذا الشرط هناك شروط تتعلق بشكل العقد، مدة السريان وشروط أخرى تختلف من عقد لآخر كشرط القصر بالنسبة للتوزيع الحصري أو شرط التعاون والمساعدة وكذا ترقية العلامة التجارية في عقد الإعفاء التجاري (الفرانشيز)، أما فيما يخص العملية النهائية من عقد التوزيع، أي العقد المبرم بين الموزع والمستهلك فهو يخضع لقانون الاستهلاك عندما يتم الشراء من طرف المستهلك أو من طرف شخص غير محترف⁽¹⁾.

الفرع الثاني

تنظيم التشريع الفرنسي والأوروبي لعقود التوزيع

لقد أولى كل من القانون الفرنسي والقانون الأوروبي اهتماما كبيرا بمجال التوزيع لما لها من تأثير على المنافسة وعلى المستهلكين. وركزنا على القانون الفرنسي لكون المشرع الجزائري يتأثر به (أولا)، كما أنّ التشريع الأوروبي اهتم هو الآخر بعقد التوزيع لابد من الإشارة إليه (ثانيا).

أولا- تنظيم المشرع الفرنسي لعقد التوزيع

لذا نجد المشرع الفرنسي حاليا يضاعف ويزيد في إصدار نصوص قانونية التي تعمل على ضبط العلاقات العمودية التي تجمع بين كل من الممون والموزع، فلو رجعنا الأمر الصادر في 30 جوان 1945 الذي يتعلق بالأسعار نجده منع القيام بمجموعة من الأعمال العمودية التي تؤدي إلى عرقلة التوزيع كمنع البيع دون سبب، فرض شروط تمييزية أو فرض الأسعار التي يجب إعادة البيع بها والتي أطلق عليها تسمية الأعمال الفردية، ففي سنة 1986 واضعو هذا الأمر لم يريدوا التنازل عن فكرة حظر الأعمال الفردية التي أتى بها الأمر 1945، على رغم من وجود أفكار معارضة، إلا أنّهم أبقوا على فكرة الحظر لكن بإجراء بعض التعديلات الطفيفة التي تم وضعها بطريقة أوسع تشمل كل من الشفافية

1- قانون 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. عدد 15

والأعمال المقيدة للمنافسة وبالتالي تم دمجها في العنوان (IV) من هذا الأمر ومع العنوة التي جرت في 18 ديسمبر 2000 فإن العنوان (IV) أصبح عنوان (IV) من الكتاب (IV) من التقنين التجاري الفرنسي، والذي تم نقله كذلك إلى تقنين الاستهلاك من أجل توفير ضمان وحماية للمستهلك.

ولعل ما يفسر الأخذ بهذا الحظر هو اعتبار أن هذه الأعمال الفردية خطيرة تخلق نوع من الإخلال بالمنافسة وتؤدي أيضا إلى عدم المساواة بين المتعاملين.

كما يمكن الإشارة إلى أن الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986 أخذ بثلاثة موانع من بين الموانع التي تضمنها الأمر الصادر في 30 جوان 1945 هي منع إعادة البيع بأسعار مفروضة، كذلك منع إعادة البيع بالخسارة، البيع بالمكافأة⁽¹⁾.

فما تضمنه الأمر 01 ديسمبر 1986 أصبح حاليا منصوص عليه في المادتين L 442-1 و L 442-5 من التقنين التجاري.

فالحظر الذي جاء في نص المادة L 442-5 يطبق بصفة عامة على كل من إعادة البيع لكل منتج أو تقديم الخدمة.

هذه المادة تمنع فقط إعادة البيع بسعر أدنى وبالتالي فإنها تجيز تعيين سعر أقصى الذي بموجبه يسمح للبائع بتحديد الثمن الحقيقي الذي يجب أن يكون تحت ذلك السعر أو يساويه. بما أن هذه المادة تمنع فقط إلزام الموزع بإعادة البيع بثمن معين فنستنتج أن النصح بأخذ سعر معين لإعادة البيع يكون قانوني ولكن يجب الإشارة إلى أنه يمكن أن يكون غير قانوني إذا كان هناك اتفاق على ذلك أو أن تكون مؤسسة محتكرة في ذلك.

1- Blaise Jean-Bernard, **Droit des affaires**, 3^{ème} édition, op.cit., p. 493-494-496.

كما أنّ المادة L 442-2 من نفس التقنين تنص على منع إعادة البيع بالخسارة معناه حظر إعادة بيع منتج بسعر أدنى من سعر تكلفته، فلكي يتحقق الحظر يجب أن تتوفر فيه أربعة شروط وهي:

1- يجب أن يكون العمل صادر من تاجر، وإعادة البيع يجب أن تكون ممارسة في إطار الاحترافية، فهذا الحظر لا يطبق على إعادة البيع للمنتجات الغذائية في المتجر الذي تكون مساحته أقل من 300م²، ولا على إعادة البيع للمنتجات غير الغذائية في المتجر الذي تكون مساحته أقل من 1000م².

2- كما أن إعادة البيع هو المحظور، فالمنتج الذي يقوم ببيع المنتجات بأقل من سعر الفائدة تكون غير محصورة.

3- كما أن إعادة البيع للمنتج على الحالة التي اقتنى به هو المحظور وليس إعادة البيع للمنتج بعد تحويله هذا يعني عدم خضوعه إلى نص المادة L 442-2 وإنما خضوع للمادة L 420-5 من نفس التقنين في حالة اتخاذه أسعار بيع منخفضة تعسفية⁽¹⁾.

إلا أنّ المادة L 442-4-I استثنت بعض المنتجات من الحظر وتتمثل في المنتجات الفصلية إذا توفرت فيها شروط معينة كالمنتجات التي يكون صيرها غير مطابق (Produits démodés).

4- يجب أن يكون هناك خسارة أي إعادة البيع بسعر أدنى من سعر التكلفة.

أما المادة L 121-35 al-1 et 2 من تقنين الاستهلاك تنص على حظر البيع بمكافأة فمضمون هذه المادة تم نقله إلى المادة L 442-1 من التقنين التجاري، لذا نجد بأن البيع المتعلق على شرط المكافأة يجد تنظيمًا له في كل من قانون التوزيع وقانون الاستهلاك.

لا تتحقق جريمة البيع بالمكافأة إلا إذا تحقق بعض الشروط وهي:

1- BLAISE Jean-Bernard, **Droit des affaires**, 3^{ème} édition, op.cit., p. 497-500.

- أن يكون هناك عملية تتعلق أساس بالبيع أو تقديم الخدمة للمستهلك فهذا الحظر لا نجد له تطبيق في العلاقة التي تجمع بين المحترفين، وكذلك لا نجد له تطبيق على الهدايا التي تقدمها المؤسسة أو الهدايا التي تقدم للمستهلك دون أن يكون التزام من جانبه بالشراء، فتعتبر بأنها عملية مشروعة، لذلك يسمح للتاجر بتقديم أشياء أو خدمات بالمجان للزبائن عندما تكون تلك الأشياء والخدمات مجانية وغير مرتبطة بعقد بيع أو خدمات مبرمة بين الطرفين.

- يجب أن يتضمن البيع التصريح يتعلق بشرط المكافأة.

- كما يشترط في المكافأة أن تكون مختلفة عن الشيء أو الخدمة محل العقد الأصلي لكن لهذا الحظر استثناء عندما يتعلق الأمر بالأشياء أو الخدمات ذات قيمة زهيدة فالقيمة الأقصى لهذه المكافأة المسموح بها يتم تعيينها حسب ما ورد في المادة R.121-8 من تقنين الاستهلاك⁽¹⁾.

أما المادة L 442-6-1 من التقنين التجاري منعت كل الممارسات التي بإمكانها أن تؤدي إلى التمييز، فهذا الحظر ليس بجديد لأن أصله يرجع إلى المراسم التي صدرت في 1953 و1958 والذي أيضا تم نقله في سنة 1973 إلى القانون المتعلق بتوحيد التجارة والصناعة التقليدية والذي تم نقله أيضا ولكن بشكل أوسع في المادة 36 من الأمر الصادر في 1986 والذي تم نقله إلى المادة L 442-6-1, 1 من التقنين التجاري الحالي.

- فالتمييز يمكن أن يمس شروط البيع أو الشراء، فعملية التمييز يكمن غالبا في إنقاص أو تخفيض الأسعار أو أجل الدفع لبعض الزبائن والأعوان دون البعض الآخر دون سبب موضوعي، لذا نجد المادة L 441-6 من نفس التقنين تلزم الممون بالإعلام بتمن البيع والشروط المتعلقة به.

1- BLAISE Jean-Bernard, **Droit des affaires**, 3^{ème} édition, op.cit., p. 500-503.

- فالتمييز إذن هو الاختلاف في معاملة شخص عن شخص آخر، كما أنه منع استعمال التعسف خاصة إذا تعلق الأمر بمدة طويلة لدفع الثمن البضاعة التي يفرضها الموزع على ممونه، والتعسف الذي قصدته المادة 2-420 L هي الممارسة المنافسة للمنافسة والتي لا تكون ممنوعة إلا إذا كانت مخالفة ومنافية لقواعد السوق معناه أن الممارسات التعسفية الناتجة عن الحالة التبعية الاقتصادية لا تكون ممنوعة إلا إذا كان غرضها يؤدي إلى عرقلة المنافسة وتقيدتها.

- فالأمر الصادر في 1986 منع التبعية الاقتصادية من أجل غلق بعض المنافذ أمام التوزيع الكبير، إلا أن طموحات هذا الأمر لم تحظ بنجاح⁽¹⁾.

- ففي معظم الأحيان فإن القانون بتنظيمه للعلاقات العمودية بين الممون، الموزع والمستهلك هو في الحقيقة يصبو أهداف أخرى غير تحسين المنافسة فقط فتنطوي أهدافه إلى حماية التجارة التقليدية، حماية المستهلك أو الدفاع عن المومنين أمام القوة الاقتصادية في مجال التوزيع الواسع⁽²⁾.

ثانيا-تنظيم التشريع الأوروبي لعقد التوزيع

أما بالنسبة للتشريع الأوروبي فنجدته بدوره قام بإصدار عدة قوانين تتعلق بحظر بعض الأعمال كما أتى ببعض الإعفاءات التي تستفيد منها بعض الممارسات ونذكر منها:

- قانون رقم 83/1983 لـ 22 جوان 1983 والذي تضمن الاتفاقات التي تتعاهد فيها طرف لآخر أن لا يقوم بتموين بعض المنتجات، إلا للشخص الذي تعاهد معه بهدف إعادة البيع في منطقة معينة في السوق المشتركة وهكذا نجد أن هذا القانون أشار إلى عقود التوزيع الحصري وتم تمديد العمل بهذا القانون إلى غاية 31 ديسمبر 1999 بدلا من 31 ديسمبر 1997 وذلك بموجب القانون رقم 97/1582 الصادر في 30 جويلية.

1- BLAISE Jean-Bernard, **Droit des affaires**, 3^{ème} édition, op.cit., p. 506-507-512-522.

2-Ibid, p. 494.

- قانون رقم 83/1984 لـ 22 جوان 1983 تتعلق بالاتفاقات التي تتعاهد فيها مؤسسة معينة للممون بعدم شراء منتجات معينة بهدف إعادة بيعها إلا من عنده أو من مؤسسة تابعة له أو من مؤسسة أخرى كلفها بتوزيع منتجاته، فهذا القانون إذن ينص عن الاتفاقات المتعلقة بحصرية الشراء، فتم تمديد العمل بهذا القانون الذي من المفروض أن تنتهي صلاحياته في 31 ديسمبر 1997 إلى تاريخ 31 ديسمبر 1999 بقانون رقم 97/1582 لـ 30 جويلية 1997. فهذين القانونين 83/1983 و 83/1984 عدلا وتما القانون 67/67 لـ 22 مارس 1967 الذي رسم اتفاقات حصرية الشراء أو التموين⁽¹⁾.

- القانون رقم 88/4087 الصادر في 30 نوفمبر 1988 سمح بإعفاءات حسب الصنف لبعض الاتفاقات الفرانشييز والتوزيع وتقديم الخدمة في نفس الوقت، فهذا القانون لا يطبق على الفرانشييز الصناعي، وعين هذا القانون مباشرة بعد (l'arrêt pronuptia de la cour de justice) في 28 جانفي 1986 التي صرحت بأن الشروط ضرورية للمانح من أجل الوصول إلى الهدف القانوني للفرانشييز يعفى من الحظر الذي جاء في نص المادة 85 من اتفاقية روما وتقييدات أخرى للمنافسة يمكنها في الحالة العكسية الاستفادة من إحدى الإعفاءات.

- القانون رقم 95/1475 الصادر في 28 جوان 1995 تتعلق بتطبيق المادة 85 من التنظيم المتعلق بتصنيفات اتفاقيات التوزيع المتعلقة بإعادة البيع أو بيع السيارات، والذي عدل القانون رقم 85/123 لـ 12 ديسمبر 1984 والذي تم تعديله بموجب القانون رقم 2002/1400 لـ 30 جويلية 2002⁽²⁾.

- القانون رقم 96/240 الصادر في 31 جانفي 1996 الذي تعلق باتفاقات نقل التكنولوجيا الذي عدل القانونين القانون رقم 84/2349 لـ 23 جويلية 1984 المتعلق باتفاقات الشهادات العالية (Brevet) والقانون 89/556 لـ 30 نوفمبر 1988 المتعلق

1- BEHAR-TOUCHAIS Martine, VIRASSAMY George, **les contrats de distribution**, Delta, Paris, 1999, p545.

2- MANGUY Daniel, **Contrats spéciaux**, op.cit, p467.

باتفاقات الترخيص بالمعرفة الفنية والذين تم تعديلها بموجب القانون 93/151 لـ 23 ديسمبر 1992⁽¹⁾.

وحاليا هذه التنظيمات باستثناء ذلك التنظيم المتعلق بتوزيع السيارات، تم تعديلها وتنظيمها بموجب قانون 99/2790 لـ 22 ديسمبر 1999 والغرض منه هو فرض تقنيات من أجل تجنب اللجنة الأوروبية من التعرض إلى اكتظاظ طلبات للإعفاءات الفردية كما أن الهدف منه أيضا هو من أجل عرض إعفاءات جماعية وكذلك القضاء على كل الشروط التي بإمكانها أن تؤدي إلى تقييد المنافسة.

يطبق هذا القانون بصفة عامة على كل الاتفاقيات العمودية* كما تضمن هذا القانون عقود التوزيع الانتقائي عكس القوانين السابقة وتتضمن أيضا عقود الفرانشيز وعقود التوزيع الحصري...الخ⁽²⁾، هذا القانون لا يطبق إلا على العقود التي تشكل مخالفة لما جاء في نص المادة 81 من اتفاقية روما (المادة 85 سابقا)، كما أنه لا يمكن أن يطبق عندما يكون للمنتج حصة أقل من 10% في السوق لافتراض أنه لا يتضمن تقييد للمنافسة ولا مخالفة لما جاء في المادة 81 من اتفاقية روما⁽³⁾.

فالمادة 2 منه تنص على أن المادة 81 من اتفاقية روما لا تطبق على الاتفاقيات العمودية عندما تكون حصة السوق المحتكرة من طرف الممون لا تتجاوز 30% من السلع والخدمات المتبادلة. في حين إذا تجاوزت حصة المنتج 30% فإن المادة 81 السالفة الذكر تطبق عليه، فهنا من الضروري إذن أن يتم البحث عما إذا كان الاتفاق يهدف إلى عرقلة

1- Behar-Touchais Martine, Virassamy George, **les contrats de distribution**, op.cit, p. 545, 546.

*الاتفاقيات العمودية تعني تلك الاتفاقات التي تجمع بين شخصين أو أكثر يقف كل منهما على مستوى مختلف من العملية الاقتصادية كالاتفاقات التي تتم بين منتج لإحدى السلع من جهة وموزع السلعة التي ينتجها الأول من جهة أخرى. مختور دليلة، "الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة" المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 2، 2013، ص 513.

2- BLAISE Jean Bernard, **Droit des affaires**, 3^{ème} édition, op.cit. p. 577.

3- HUET Jérôme, **Les principaux contrats spéciaux**, 2^{ème} édition, LGDJ, Paris, 2001, p. 533.

حرية المنافسة والحد منها أو الإخلال بها، أو إذا كان له تأثير على التجارة بين الدول الأعضاء، ولكنها يمكن أن تستفيد من الإعفاءات الفردية⁽¹⁾، الاستثناءات التي جاء بها:

أ- الامتناع:

فالشروط المقيدة للمنافسة التي يمكن أن تتضمنها بعض الاتفاقات حكم عليها بأنها تأتي بخطر للمنافسة وعلى وحدة السوق المشتركة، فتم منع هذه الشروط بموجب المادتين 4 و 5 منه، فالمادة 4 أشارت إلى أنماط التوزيع (Modalité) كما نص على الشروط التي يجب احترامها كعدم تقييد الموزع من وضع بكل حرية للمبلغ الذي يتم به إعادة بيع منتوجاته إلا أنه يجوز للممون أن يفرض على الموزع إعادة البيع بسعر أقصى أو توصيته (Recommander) في مبلغ معين لا يجب أن يتجاوزه، وعدم وضع شروط حماية الحصرية الإقليمية المطلقة.

بينما المادة 5 منه أيضا تنص بأن الاتفاقات التي تتضمن شروط مقيدة للمنافسة كفرض إعادة بيع بسعر أدنى أو فرض الحماية الحصرية الإقليمية... إلخ، مستبعدة كليا من الاستفادة من الإعفاءات الجماعية لأنها لا تساعد في تطوير عملية التوزيع⁽²⁾.

ب- فقدان الاستفادة من الإعفاءات:

خول للجنة الأوروبية بموجب المادة 06 إمكانية سحب الإعفاء عندما يكون الاتفاق لا يتطابق مع مضمون المادة 81 السالفة الذكر. فعندما يحتوي السوق على عدد كبير من التجمعات للشبكات التوزيعية المتوازية، يكون لها تأثير على الدخول إلى السوق أو المنافسة فيه لكونها يمكن أن تؤدي إلى تقييد المنافسة حتى ولو كانت كل شبكة لوحدها لا تتجاوز حصتها 30%، فبتالي حسب نظرة المنافسة إذ كان 5 بائعين (Revendeurs) وكل واحد منهم له حصة 15% في السوق فإنهم يؤدون إلى إنشاء نظام مقيد للمنافسة يكون له خطورة

1- BLAISE Jean-Bernard, **Droit des affaires**, Delta, Paris, 1999, p.557-578.

2- Huet Jérôme, **Les principaux contrats spéciaux**, op.cit., p. 534.

أكبر من التي يمكن أن يخلقها البائع الذي يملك حصة تتمثل في 35% في السوق والذي بدوره يشكل تقييد للمنافسة.

- لا يمكن سحب الإعفاء من أية شبكة توزيع، إلا إذا كانت هذه الأخيرة تؤدي إلى خلق تكتلات مقيدة للمنافسة⁽¹⁾.

- إلا أن القانون رقم 1999/2790 تم تعديله بموجب القانون رقم 2010/330 والذي دخل حيز التنفيذ في أول جوان 2010 فهذا القانون الجديد جاء تقريبا بنفس الشروط التي تضمنها القانون رقم 1999/2790 فهو يتعلق بالعقود المبرمة بين المؤسسات (الغير المنافسة) والتي يكون هدفها البيع أو الشراء من أجل إعادة بيع المنتجات أو الخدمات المتفق عليها، أما فيما يتعلق بعقود التوزيع للسيارات فاللجنة الأوروبية فضلت عدم إعادة تنظيم القانون رقم 1400/2002 المتعلق بتوزيع السيارات. كما أن هذا القانون الجديد أتى بنفس الحماية القانونية التي جاء بها القانون رقم 1999/2790 إلى الاتفاقات لا تحمل تقييدات خطيرة للمنافسة خاصة عندما تكون الحصة المحتكرة من طرف الممون لا تتجاوز 30% من سلع والخدمات المتبادلة في السوق، كما أيضا وضع حد لكل الممارسات التي من شأنها تقييد المنافسة⁽²⁾.

المطلب الثاني

تعدد النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع

هناك عدة قوانين لها علاقة مباشرة بعقود التوزيع لأن هذه القوانين تجد في عقود التوزيع تطبيقا له ومنها قانون المنافسة (فرع أول) وقانوني الاستهلاك والممارسات التجارية (فرع ثان).

1- REIBEN Laurent, *la validité des contrats de distribution sélective et exclusive en droit communautaire américain et suisse de la concurrence*, thèse de doctorat, faculté de droit, université de Lausanne, 2000, p. 90-91.

2 - MAINGUY D., *Les contrats de distribution*, Montpellier, 2013, sur le site : <http://ddata.over-blog.com> consulté le 21 aout 2014 à 10 :00.

الفرع الأول

تطبيق قانون المنافسة على عقود التوزيع

عقود التوزيع لها علاقة مباشرة بقانون المنافسة لأن هذا الأخير يجد في عقود التوزيع تطبيقاً له، فهذا يعني خضوع نشاط التوزيع للأحكام والمبادئ المنصوص عليها في قانون المنافسة وهذا ما جاء في نص المادة الثانية 02 من قانون المناقشة التي تنص على أنه: «... تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

-نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة ونشاطات الخدمات...»⁽¹⁾.

- عقود التوزيع التي تتم من خلال شبكة توزيع قد أطلق عليها تسمية "عقود التبعية" لكن علاقة التبعية في هذه العقود ليست علاقة تبعية قانونية، بل علاقة تبعية اقتصادية لأن الموزع يقوم بعملية الشراء لإعادة البيع لحسابه الخاص، فهو تاجر مستقل، وهذا ما يميزه عن الوسيط. فالأطراف في الاتفاق العمودي باختلاف ما هو موجود في الاتفاق الأفقي يكون دائماً في حالة تبعية باعتبار أن هذه الاتفاقات تبرم بين أطراف غير متواجدين في نفس الدرجة. لكن علاقة التبعية لا تعني دائماً وجود حالة تعسف وبالتالي الإخلال بالمنافسة⁽²⁾.

وعقد التوزيع ليس بالضرورة عقد ذو طبيعة تجعله يؤثر على الاقتصاد لدرجة أن يكون له تأثير على سير السوق، ولكن مجموع العقود المبرمة في نفس الشبكة التي تشكل الهيكل القانوني لهذه الأخيرة هي التي يمكنها أن تؤثر سلباً على المنافسة، وذلك بخلق نوع من التقييد أو العرقلة عن طريق الموزعين الذين أبرموا الاتفاقات في هذه الشبكة⁽³⁾.

1- القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010، المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

2- مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 525.

3 - BLAISE Jean-Bernard, *Droit des affaires*, op.cit., p.568

عقود التوزيع تؤدي إلى خلق تقييد للمنافسة، عندما يتعلق الأمر ببند يلتزم فيه البائع بعدم توزيع منتجات أخرى غير المنتجات المتعاقد عليها⁽¹⁾، فعندما يكون عدد معتبر من الموزعين مرتبطين بهذا الشرط، فظهور منتج آخر لا يمكنه الدخول إلى السوق بسبب صعوبة إيجاد بائعين ليقوموا بتوزيع منتجاته، لأن كل الموزعين الموجودين في السوق مرتبطين بممنونهم⁽²⁾.

ويكون هناك تقييد للمنافسة أيضا عندما يتعلق الأمر بحصر عدد البائعين لمنتج معين وأحسن مثال على ذلك هو شرط الحصرية التي تقوم على إزالة جميع المنافسات المباشرة بين البائعين لأنه يتم تموين بائع واحد في منطقة محددة فقط⁽³⁾.

من أجل حظر الاتفاقات وحظر التعسف في وضعية الهيمنة نجد كل من المشرع الفرنسي وقانون المجموعة الأوروبية، وحتى المشرع الجزائري وضعوا إطارا للحد منها.

1- الاتفاقات المحظورة:

حظر الاتفاقات المنافية للمنافسة بموجب المادة 06 من قانون المنافسة الجزائري والتي تنص على ما يلي: «تُحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى...»، وأيضا بموجب المادة 1-420 من القانون التجاري الفرنسي والمادة 81 من قانون المجموعة الأوروبية. فالحظر الذي جاءت به المادة 06 من قانون المنافسة الجزائري ينطبق على الاتفاقات العمودية، لكن شريطة أن يتم إثبات وجود اتفاق صريح أو ضمني، مهما كان شكله (اتفاقية، عمل...)، أي يجب أن يكون

1- RIEBEN Laurent, *la validité des contrats de distribution sélective et exclusive en droit communautaire américain et suisse de la concurrence*, op.cit, p50.

2 - Blaise Jean-Bernard, *Droit des affaires*, 3^{ème} edition, op.cit., p.568-569

3- RIEBEN Laurent, *la validité des contrats de distribution sélective et exclusive en droit communautaire américain et suisse de la concurrence*, op.cit, p49.

هناك تبادل إرادي كل من الموزع والمموم لأن التصرف المحظور صادر عن الإرادة المنفردة ينفي التكييف القانوني للاتفاق.

فالاتفاق يقتضي تعدد الأطراف (Acteurs) والانضمام إلى أية شبكة توزيع لا اعتبار هذا الاتفاق منافي للمنافسة إذا ما تحققت شروطه. ولكن ما يثير الإشكال في عقود التوزيع هو المرحلة السابقة لإبرام العقد في حالة ما اشترط المموم على الموزع تنفيذ التزامات منافية للمنافسة، فهل يعتبر الموزعين قد اتفقوا مسبقاً على تنفيذ هذه الممارسات المنافية للمنافسة بمجرد انضمامهم إلى هذه الشبكة⁽¹⁾ أو يمكن اعتبار الموزعين أنهم قبلوا الاتفاق بمجرد حضورهم الاجتماع؟

لقد أجاب كل من القضاء الفرنسي وقضاء المجموعة الأوروبية على هذه التساؤلات بالتأكد من وجود عنصرين هما:

أ- التأكد من الوجود الفعلي لعرض مغل بالمنافسة موجه إلى الموزع من طرف المموم وفي هذا الصدد نجد أنه في قضية (Bayer) اعتبرت محكمة المجموعة الأوروبية أن رفض شركة (Bayer) تموين بائعي الجملة المتواجدين في فرنسا وإسبانيا لا يمكن اعتباره اتفاق بين متعاملين اقتصاديين لأن رفض شركة (Bayer) لا يعتبر دعوة واضحة لهؤلاء البائعين لأجل تنفيذ ممارسة منافية للمنافسة.

ب- التأكد من صدور قبول من طرف الموزع ولو كان هذا القبول ضمنياً⁽²⁾ فلا يمكن القول بوجود اتفاق منافي للمنافسة بمجرد اتخاذ المموم إجراء معين قد يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة، لكن يمكن إثبات وجود هذا الاتفاق إذا ما كان الموزع يلتزم كل سنة على احترام السياسة الاقتصادية للمموم، فيجد كل سنة موافقته على تنفيذ

1- مختور دلييلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص 527.

2- Malaurie-Vignal Marie, **Droit de la distribution**, Dalloz, Paris, 2006, p. 39.

الاتفاق، ويتم أيضا إثبات وجود الاتفاق في حالة تنفيذ الموزع السياسة المنافسة للمنافسة التي سطرها الممون⁽¹⁾.

الاستثناءات الواردة على الاتفاقات المحظورة في القوانين الداخلية وقانون المجموعة الأوروبية:

- ففي القوانين الداخلية نجد بأن جميع الاتفاقات التي من شأنها ضمان التطوير الاقتصادي أو التقني لا تكون محظورة، وهذه الفكرة جاء بها القضاء الأمريكي أولا وتم تسميتها "بقاعدة العقل" (la règle de raison) فطبقت في الولايات المتحدة الأمريكية كوسيلة لتحديد حصيلة النشاط التنافسي وذلك لتصديق الاتفاقات المخالفة للمنافسة والتي تتضمن نتائج وأثار إيجابية على هذه الأخيرة، فإذا كانت الحصيلة إيجابية فلا يحظر الاتفاق، فهذه الطريقة تم الأخذ بها كمبدأ في القانون الفرنسي التي عبرت على شرعية شبكات التوزيع الانتقائي واعتبرت أنها غير مخالفة للمنافسة، بما أنها احترمت واستوفت الشروط المنصوص عليها للقيام بعملية الانتقاء، كما صادق القانون الفرنسي على أساس قاعدة العقل مشروعية اتفاقات التوزيع الحصري، حيث نص مجلس المنافسة على أنه: «متى ضمان هذه الاتفاقات قليلة من المنافسة في الأسواق، فإن طرق التوزيع الحصري أو الانتقائي تكون مخالفة للمادة 07 من الأمر 01 ديسمبر 1986»، فقاعدة العقل في القانون الفرنسي عرفت تطورا ملحوظا وأشار الأستاذ Blaise Jean Bernard على أن هذه القاعدة لم تستعمل كعملية تصحيحية، بل استعملت للتعمق في شروط المنافسة.

- ونجد المشرع الجزائري كذلك أخذ بهذه القاعدة ونص على ذلك في المادة 02/09 من الأمر 03-03 : «... يرخّص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي

1- مختور دليّة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص528.

إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسي التشغيل...»، والتي تكون ناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي ومرخص بها من مجلس المنافسة⁽¹⁾.

- أما عن الاستثناءات الواردة على الاتفاقات المحظورة في قانون المجموعة الأوروبية نجد انه صدر 06 تنظيمات في هذا المجال بالإضافة إلى التنظيمين الأخيرين هما: 1999/2790 و 2010/330 واللذان تم دراستهما بالتفصيل في الفرع الثاني من المطلب الأول من المبحث الثاني، فالإعفاءات التي جاء بها القانون رقم 1999/2790 هو إذا كانت حصة السوق المحتكرة من طرف الممون عن طريق الاتفاقات التي يقوم بها لا تتجاوز 30% من السلع والخدمات المتبادلة تستفيد من الإعفاءات الجماعية، أما إذا تجاوزت حصته في السوق 30% لا يستفيد من الاستثناءات الجماعية التي أتى بها هذا القانون وإنما يستفيد من الإعفاءات الفردية⁽²⁾. كما نص أيضا على أن الاتفاقات تتضمن شروط مقيدة للمنافسة كفرض إعادة البيع بسعر أدنى مستبعدة كليا من الاستفادة من الإعفاءات الجماعية، لأنها تؤدي إلى عرقلة تطوير عملية التوزيع⁽³⁾ وهذا ما جاء به تقريبا في قانون 2010/330 الذي عدل وتم القانون 1999/2790⁽⁴⁾.

2- حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية:

وقد عرفت المادة 3 من قانون المنافسة التبعية الاقتصادية على أنها: «هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض تعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا»⁽⁵⁾.

فالتبعية الاقتصادية هي وضعية قانونية يخضع لها كل من الموزع والممون ولتحديد درجة التبعية الاقتصادية يمكن الاستناد إلى معايير تختلف إذا ما كنا بصدد تبعية الموزع

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 13-14.

2- Blaise Jean-Bernard, *Droit des affaires*, 3^{ème} édition, op.cit., p. 577.

3- Huet Jérôme, *Les principaux contrats spéciaux*, op.cit., p. 534.

4- MAINGUY D., *Les contrats de distribution*, op.cit.

5- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر، عدد 43.

تجاه الممون أو تبعية الممون اتجاه الموزع وقد استقر الاجتهاد القضائي على أربعة شروط لأخذ بالتبعية الموزع اتجاه الممون والمتمثلة في شهرة العلامة، حصة السوق التي يحوزها الممون، حصة الممون في رقم أعمال الموزع، غياب الحل البديل⁽¹⁾.

أما فيما يخص تبعية الممون اتجاه الموزع، إن التبعية الاقتصادية لا تخص فقط تبعية الموزع اتجاه الممون بل تخص أيضا تبعية الممون اتجاه الموزع، وتحدث هذه الحالة حينما تكون العلاقة التعاقدية بين الممون ومختلة لصالح هذا الأخير، وذلك نظرا لقوة الشراء التي يتمتع بها من خلال القدرات الواسعة التي يملكها في التفاوض وفرض شروطه على الطرف الآخر. ولا تختلف كثيرا معايير تقدير التبعية الاقتصادية للممون اتجاه الموزع عن حالة تبعية الموزع للممون، ويمكن أن تنتج تبعية الممون أي مؤسسة صناعية اتجاه مؤسسة توزيع ضخمة نتيجة لعدة معايير وهي: حصة رقم الأعمال المحققة من طرف الممون، أهمية الموزع في مجال التسويق المواد المعنية، العوامل المؤدية إلى تركيز بيع منتجات الممون لدى الموزع، غياب الحل البديل.

وفي الحقيقة مختلف التشريعات بما فيها التشريع الجزائري لا تمنع التبعية الاقتصادية في حد ذاتها، بل أن التصرف المحظور والمعاقب عليه هو التعسف الناتج عن هذه الوضعية وهذا ما نصت عليه المادة 11 من قانون المنافسة الجزائري، إذ تنص على: «يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعيتها التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبون أو ممون إذا كان يخل بقواعد المنافسة...».

فكرة التبعية الاقتصادية- إن منع الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية لا يعتبر أمر جديد بالنسبة للقانون الجزائري فحسب بل أن قانون المنافسة الفرنسي نفسه، لم

1- مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص528.

ينص على منعه إلا في الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بالمنافسة والأسعار وذلك نتيجة للتحويلات التي تستهدفها الحياة الاقتصادية في فرنسا إلى غاية 1980⁽¹⁾.

لذلك يعتبر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية مخالفة حديثة بمقارنتها مع غيرها من المخالفات المنصوص عليها بموجب قوانين المنافسة، فالمشرع الجزائري لم ينص على هذه المخالفة في الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة، بالرغم من أن المرسوم التنفيذي رقم 314-2000، قد نص على تواجد العون الاقتصادي في حالة تبعية اقتصادية لأخر كمقاييس للأعمال الموصوفة على التعسف في وضعية الهيمنة. فنجد المشرع الجزائري نص صراحة على التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية كمخالفة مستقلة بحد ذاتها بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة. وتعود نشأة هذه المخالفات للتطورات الاقتصادية التي عرفتھا الدول خاصة نشأة ما يسمى "مراكز الشراء" المشكلة لمجموعة من المحلات والتي تختار ممونها وتفرض عليهم شروط صارمة باعتبارها متمتعة بقوة اقتصادية مهمة. فكانت تفرض على المنتجين منحها امتيازات عديدة خاصة فيما يخص الأسعار وأجال الدفع⁽²⁾.

والتعسف في وضعية التبعية الاقتصادية اعتبرت مخالفة وذلك بهدف حماية الطرف الضعيف سواء كان الطرف ممون أو موزع، وهذا ما قصدته المادة 07 من قانون المنافسة.

إلا أنّ أساس نشأة هذه المخالفة وحظرها هو حماية الممومين من تعسف الموزعين حيث انه بعد أن كان المشتري (الموزع) تحت رحمة المنتج عموماً، وذلك لما لهذا الأخير من قوة ونفوذ عليه، انقلبت الآية وأصبح الموزع هو الذي يفرض شروطه على المنتج وهذا حدث بفضل التمرکز في مجال التوزيع، حيث ظهرت مراكز الشراء (Centrales d'achat) القوية، وانقلبت بذلك موازين القوى بين الصناعة والتجارة لصالح التوزيع المتجمع La

1- كتر محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 51-52.

2- مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص 530-531.

(grande distribution) وأصبح في مقدوره ممارسة ضغوطات متنوعة على المنتجين وفرض شروطه عليهم⁽¹⁾.

الفرع الثاني

تطبيق كل من قانوني الاستهلاك والممارسات التجارية على عقود التوزيع

ونظرا للعلاقة التي تربط المستهلك بالمنتج والموزع، ففانون الاستهلاك يجد تطبيقا له في عقود التوزيع.

عقود التوزيع تربط الممون بالموزع وهدفهما توصيل المنتوجات إلى المستهلكين بينما عقود الاستهلاك تربط الموزع بالمستهلك والهدف منه هو إشباع رغبة المستهلك.

المستهلك هو العامل الرئيسي في عملية التوزيع، لكون عملية الإنتاج والتوزيع هدفهما هو جذب الزبائن للشراء، كما تكمن أهمية وجود المستهلك في عقود التوزيع في كونه يجمع بين الموزع والمنتج على الرغم من انه لا يعتبر طرفا في العقد الذي يبرم بين الموزع والممون فالشروط العقدية المتفق عليها بين المنتج والموزع في عقود التوزيع، والعقد الذي يجمع بين المستهلك والموزع، يخضعون إلى القواعد الآمرة الموجه لحماية المستهلك⁽²⁾.

ولذ نجد المشرع الجزائري من خلال المادة 02 من قانون الاستهلاك وقمع الغش ينص على أنه: «تطبق أحكام هذا الأمر على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بالمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك»⁽³⁾. كما نجد أيضا أن المادة 02 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على ما

1- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، مرجع سابق، ص51.

2- MALAURIE-VIGNAL Marie, *Droit de la distribution*, Op.cit, p.20-21, 58.

3- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. عدد 15.

يلي: «يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية»⁽¹⁾.

فالموزع من المفروض انه يعلم بدقة كل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة ويفترض أيضا معرفته بمعلومات حول المنتج حتى وإذا قام بإعادة بيع منتجات غير متخصص فيه في حين أن المستهلك ليس له الدراية ومعرفة في هذا المجال⁽²⁾. فمن أجل حماية هذا الأخير تدخل المشرع الجزائري وركز على إلزامية تلقي المستهلك معلومات واضحة لا تتحمل التذبذب وتكون معلومات بسيطة وسهلة للفهم، والتي يتلقاها من طرف الموزع، فهذا الإعلام يجعل المستهلك على دراية بكل ما يتعلق بطبيعة ومميزات المنتج أو الخدمة. وكذلك اطلعه بشروط متعلقة بالبيع وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة، ويجب أن يكون هذا الإعلام قبل إبرام عملية البيع بأية وسيلة كانت، وذلك من أجل جعل رضى المستهلك منيرا (واضحا) عندما يقوم بالتعاقد وهذا ما جاء في نص المادة 8 من قانون 02-04 سالف الذكر⁽³⁾.

فالالتزام بإعلام المستهلك هو التزام يرمي إلى توفير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة عن إرادة حرة وسليمة، كما أنّ هذا الالتزام يجد مصدره أيضا في القانون المدني وذلك من خلال المادة 01/352 أين ألزم المشرع البائع بإعطاء تصريح واضح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجاهلة، كما تضيف المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على إلزامية إعلام المستهلك والتي نصت على أنه: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامة او بأية وسيلة أخرى مناسبة...».

1- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. عدد 41.
2- FERRIER Didier, **Droit de la distribution**, op.cit, p. 192.
3- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

فعلية فقد شدد المشرع على الموزع (المتدخل) بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج ويفهم منها أن كل معلومة سواء تعلقت بكيفية استخدامها أو مميزاتها أو مواصفاتها القانونية... وإذا لم يقم الموزع (المتدخل) بواجبه في الإعلام يكون قد قام بإخلال بالتزامه، كما أن العديد من الفقهاء يعتبرون إن الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو الالتزام بتحقيق نتيجة، فلا يكفي أن يثبت الموزع أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية، ويجب تنفيذه وفقا لما جاء في القانون فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي إخلاله بالتزامه بالإعلام ويترتب عليه حق المستهلك في التعويض⁽¹⁾.

ووضع المشرع عدة طرق لإعطاء هذه المعلومات التي يمكن أن تكون إما بوضع العلامة، أو طريقة الاستعمال، أو دليل الاستعمال أو شروط الضمان وهذا ما جاء في نص المادة 18 ومن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ولكن تبقى طريقة الأكثر استعمالا هي الوسم والتي عرفتها المادة 04/03 من نفس القانون.

فالقانون يحمي رضى المستهلك كمتعاقد ولا يعتبر رضاه صحيحا إلا إذا كان خاليا من العيوب، فكل من الغلط، التدليس، الإكراه والاستغلال يجعل العقد باطلا، وهذا ما تم الإشارة إليه في القانون 02/04 السالف الذكر كما أن المشرع جعل العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز لمن يتعاقد مع المستهلك ولا لهذا الأخير نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقرها القانون ويجب تنفيذه طبقا لما اشتمل عليه وبحسن النية. كما منح المشرع صلاحيات واسعة للقاضي للتدخل لوضع حد للتعسف الذي يمكن أن يرتكبه الموزع لكونه هو الذي يملئ شروط العقد وهذا ما جاء في نص المادة 110 من ت.م على النحو التالي: «إذا تم العقد بطريقة إذعان، وكان قد تضمن شروط تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك

1- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 117-121.

وفقا لما تقتضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك»، كما أنه منع إدراج الشروط التعسفية الواردة في المادة 29 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

فيجب أن تحرر العقود بعيدة عن أية ضغوط خارجية التي تدفعه إلى التعاقد دون الرغبة حقيقية في ذلك ونذكر مثلا الإعلانات التجارية وما لها من وسائل قوية في إقناع وأساليب تزيد من الإغراء خاصة في بعض أنواع البيوع والتي أصبح فيها الموزع (المتدخل) هو الذي يلجا إلى المستهلك وفي بيته وهو ما يطلق عليه البيع بالمنزل، فأمام هذا الوضع الذي يتطور يوم بعد يوم نتيجة لتعقيد الحياة وتشعب المعاملات الاقتصادية بين المستهلك والموزع أدى بالمشرع إلى وضع قواعد قانونية سواء في التقنين المدني أو في قوانين خاصة تهدف إلى حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك سواء عند تكوين العقد أو أثناء تنفيذ العقد⁽¹⁾.

القانون يحمي المستهلك من كل رفض لبيع سلعة أو تقديم خدمة دون مبرر شرعي متى كانت معروضة للبيع والتي مفادها أن كل سلعة معروضة للجمهور معروضة للبيع باستثناء تلك الأدوات التي تستعمل لتزين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة تنظيم المعارض والمظاهرات. فكل امتناع عن بيع يعد مخالفة بنزاهة الممارسات التجارية ويكون معاقب عليها بغرامة مالية من 100.000 دج إلى 300.000 دج كما أنه يمنع أي بيع أو أداء خدمة متعلق على شرط المكافأة أو على شرط الشراء كمية المنتج أو خدمة أخرى وهذا ما نصت عليه المادتين 16 و 17 من قانون 04-02 السالف الذكر، وفي حالة الإتيان بها يشكل جنحة معاقب عليها طبقا لنص المادة 35 من نفس القانون بغرامة 100.000 دج إلى 300.000 دج، كما منع المشرع الجزائري من خلال المادة 14 من قانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

1- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 32-33.

- مزاولة النشاط التجاري دون اكتساب صفة التاجر، لأن معرفة صفة التاجر الذي يتعامل معه المستهلك ذات أهمية كبيرة إذ يمكن له الرجوع عليه⁽¹⁾.

كما أن المشرع أيضا أشار إلى أن كل إشهار يؤدي إلى تدليس أو من شأنه أن يؤدي إلى الغلط يكون إشهار غير قانوني، معنى ذلك أن كل إشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات بإمكانه أن تؤدي إلى التظليل بالمنتج أو الخدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته، أو الإشهار الذي يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطاته، أو الإشهار الذي يتعلق بعرض معين للسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع، أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بمقارنة مع ضخامة الإشهار. فلذا اعتبر هذا الإشهار إشهار غير شرعي وهذا ما نصت عليه المادة 28 من قانون 02-04 السالف الذكر⁽²⁾.

وما نلاحظه هو أن المشرع الجزائري أعطى حماية للمستهلك وحماية أخرى للأعوان الاقتصاديين.

ومن باب إعلام المستهلك أيضا إعلامه بالأسعار والتعريفات وشروط البيع فكل بائع للمنتجات أو مقدم الخدمات ملزم بإعلام المستهلك بالثمن⁽³⁾، فالإعلام بثمن الخدمة أو المنتج الهدف منه هو جعل البائع يحترم الثمن الذي أعلن عنه، وتبقى الفاتورة هي الوثيقة الوحيدة التي تبين الثمن الحقيقي للمنتج أو الخدمة المتحصل عليها⁽⁴⁾.

فبتالي على كل بائع الالتزام بإعطاء الفاتورة للمشتري، وعلى هذا الأخير أن يطلبها من البائع وهذا ما جاء في نص المادة 10 من قانون 02-04 السالف الذكر.

1- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 71-74.

2- كتر محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، مرجع سابق، ص 120.

3- FERRIER Didier, **Droit de la distribution**, op.cit, p. 196

4- AUGUET Yvan, DORANDEU Nicolas, GOMY Marc, Robine Sébastien, VALETE-ERCOLE Vanessa, **Droit de consommation**, Ellipses, Paris, 2008, p. 141

الموزع حر في تعيين السعر، الذي سيتم به إعادة البيع لمنتجاته التي اشتراها إلا أنه مقيد باحترام القواعد العامة، ونذكر أنه يمنع على الموزع البيع بالخسارة أو إعادة البيع بأسعار منخفضة تعسفاً⁽¹⁾. وعليه فحماية للمصالح الاقتصادية للمستهلك جرم المشرع كل فعل سواء تعلق الأمر برفع أو خفض الأسعار المقننة للقيام بتصريحات كاذبة مزيفة أو كان بمثابة مناورة تهدد المصالح المادية للمستهلك وهذا ما نصت عليه المادتين 22 و 23 من قانون 04-02 السالف الذكر⁽²⁾.

فتعيين السعر يتم بصفة عامة قبل أو أثناء إبرام العقد، وما على المستهلك إلا قبول السعر المعين من طرف الموزع، إلا أنه استثناء يمكن أن يحدد السعر بعد انعقاد العقد وذلك حماية للمستهلك من الهيمنة والاحتكار التي قد يمارسها الموزع لكونه هو الواضع للسعر بمفرده⁽³⁾.

على كل موزع أن يلتزم باحترام المطابقة للمنتجات التي يقوم بإعادة بيعها فيمكن أن نعتبر بأن مصطلح المطابقة له مفهومان، مفهوم ضيق، وهو بمعنى المطابقة للقوانين والتنظيمات السارية المفعول، ومفهوم موسع يرجع للغرض المنتظر من هذه المطابقة وهو الاستجابة للرغبات المشروعة والمنتظرة من قبل المستهلك، والمطابقة تعني مطابقة المقاييس للمتطلبات الصحية البيئية للمنتج أو الخدمة، وعليه فكل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك يجب أن تتوفر فيه المقاييس والموصفات القانونية وهذا ما نصت عليه المادة 1/10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. فتعبر المواصفات القانونية عن الخصائص والمميزات المطلوبة في كل منتج سواء تعلق الأمر بسلعة أو خدمة، قصد تحقيق غرض معين، فاحترام هذه المواصفات يشكل حماية للمستهلك⁽⁴⁾.

1- MALAURIE-VIGNAL Marie, **Droit de la distribution**, Op.cit, p.60

2- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 79.

3- AUGUET Yvan, DORANDEU Nicolas, GOMY Marc, ROBINE Sébastien, VALETE-ERCOLE Vanessa, **Droit de consommation**, Op.cit. p. 144

4- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع نفسه، ص 135-137

الموزع يتحمل المسؤولية إذا تسبب بالضرر للمستهلك بسبب إخلاله بإحدى التزاماته بالإعلام، كما أنه لا يمكنه الدفع بعدم المسؤولية بادعاء أن الخطأ يعود إلى المنتج. أما إذا قام الموزع بواجبه بالإعلام إلا أنه هناك ضرر لحق بالمستهلك ففي هذه الحالة يمكن للموزع الرجوع على المنتج⁽¹⁾.

وعلى الموزع أيضا أن يلتزم بتقديم الضمان وخدمة ما بعد البيع، فالضمان حق من حقوق المستهلك يرد على الخدمات وبعض أنواع السلع، كالأجهزة والأدوات أو الآلات أو العتاد أو مركبات أو أي مادة تجهيزية أخرى يستفيد منه المستهلك آليا أي بقوة القانون ودون أي أعباء أخرى إضافية وكل شرط مخالف لذلك يعد باطلا. والضمان يجب أن يرد في وثيقة مرفقة بالمنتج وهو محدد المدة فخلال هذه الفترة يلتزم الموزع (المتدخل) في حالة ظهور عيب في المنتج أو الخدمة القيام باستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته وهذا ما جاء في نص المادتين 13 و 14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

مع العلم أن القانون حماية المستهلك وقمع الغش يميز بين نوعين من الضمان: الضمان القانوني وهو الذي يستفيد منه المستهلك بقوة القانون وهو مجاني، وهناك الضمان الاتفاقي الذي يقدمه الموزع (المحترف) للمستهلك بالمقابل أو مجانا لكنه إضافي أي أنه لا يلغي الضمان القانوني وهذا ما جاء في النص المادة 01/14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، كما أن المشرع يميز أيضا بين مفهومين، مفهوم الضمان وهو حق تجربة المنتج المقتنى وهو حق معترف به للمستهلك ولكنه ليس منظم ويختلف عن حق الضمان وهذا ما جاء في نص المادة 15 من نفس القانون، ويقع أيضا على عاتق الموزع (المحترف) القيام بخدمة ما بعد البيع وهذا الالتزام يقع في حالتين وهما:

- بعد انقضاء التزام الضمان المحدد عن طريق التنظيم.

1- Malaurie-Vignal Marie, **Droit de la distribution**, Op.cit, p.59-60

- في كل الحالات التي لا يمكن فيها الضمان.

ومفاد هذا الالتزام هو أن يقوم الموزع (المحترف) بصيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق وهذا ما جاء في نص المادة 16 من نفس القانون⁽¹⁾.
وقد يقع على عاتق الموزع تقديم التامين والضمان إلى زبونه وإلى كل الزبائن الذين اقتتوا سلعة أو خدمة من موزع ينتمي إلى نفس الشبكة، كما انه قد يلتزم بتقديم هذا الضمان إلى كل المستهلكين⁽²⁾.

1- قانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2- MALAURIE-VIGNAL Marie, **droit de la distribution**, Op.cit, p.58.

خاتمة الفصل

ومن خلال ما سبق، نستنتج أن عقد التوزيع عقد حديث النشأة جاء نتيجة للتطورات التي يشهدها العالم والذي يتسارع مع تطور المجتمعات، لذا تعددت التعاريف والمفاهيم المقدمة له من قبل رجال الاقتصاد والقانونيين، وذلك من أجل وضع له طار ملائم وأيضا من أجل تحديد مجالاته لتنظيم التعامل الذي يتم بين الأطراف، إلا أنه نجد بأن عقد التوزيع تنظيمه يختلف من دولة لأخرى، فنجد مثلا المشرع الجزائري أخضعه للقواعد التي تحكم الأعوان الاقتصاديين ويظهر ذلك من خلال المادة 2 من قانون المنافسة ولصعوبة تحديد الطبيعة القانونية له، نجد بأنه يخضع للقواعد العامة التي تحكم العقود بالإضافة الى خضوعه في بعض معطياته إلى عدة قوانين.

الفصل الثاني

الأحكام القانونية لعقد التوزيع

باعتبار عقد التوزيع ظهر نتيجة التطور الاقتصادي فإنه جاء لمزايدة رأس مال والفائض الكبير للإنتاج، فإبرام هذا النوع من العقد يسمح لصاحبه بتحقيق نجاح اقتصادي من خلال المنتجات والخدمات التي يقدمها.

فلانعقاد العقد صحيحا يجب توفر أركانه العامة المتمثلة في التراضي، المحل والسبب حتى يترتب أثره القانوني، إلا أن عقد التوزيع يستوجب لانعقاده صحيحا أن يستوفي جميع أركانه العامة والخاصة حتى لا يكون معرض للإبطال.

وعقد التوزيع كغيره من العقود التجارية الأخرى يقوم على نفس الطريقة والمنطق في التعاقد فعلى كل راغب لإبرام هذا النوع من العقود اللجوء إلى طلب عروض واللجوء إلى التراضي حتى يتمكن من اختيار المتعاقد والدخول معه في التفاوض حول بنود العقد لإفراغه فيما بعد في قالب قانوني، ليصبح قابلا للتنفيذ، كما أن طبيعة هذه العقود تفرض على المتعاقدين الاتفاق على بعض الشروط التي يجب أن يتضمنها العقد كلغة العقد مثلا (مبحث أول).

فبمجرد انعقاد العقد ينشأ التزامات على عاتق الأطراف منها ما تقع على عاتق الممون ومنها ما تقع على عاتق الموزع فهذه العقود تتطلب تحديد حقوق وواجبات كل طرف وذلك مع مراعاة العوامل والأهداف الاقتصادية والاجتماعية والمالية لكلا الطرفين ولكن قد يقوم احد الأطراف المتعاقدة إلى الإخلال بإحدى التزاماته التعاقدية فهذا يؤدي إلى قيام المسؤولية على عاتق الطرف المخل إلا إذا اثبت أن الضرر الذي لحق بالمضرور خارج عن إرادته.

كما أن المسؤولية تقع على من اخل بإحدى التزاماته التعاقدية مما يؤدي إلى إنهاء العلاقة بطرق ووسائل مختلفة تم نص عليها في العقد (مبحث ثاني).

المبحث الأول إبرام عقد التوزيع

ولانعقاد عقد التوزيع صحيحا لابد أن يستوفي جميع الأركان العامة والخاصة حتى يترتب أثره القانوني حتى لا يكون قابلا للإبطال (المطلب الأول)، كما أنه على كل راغب في إبرام عقد التوزيع أن يلتزم باللجوء أولا إلى طلب العروض ثم إلى التراضي حتى يتمكن من انتقاء المتعاقد معه ويدخل معه في التفاوض حول بنود العقد، كما أن العقد يفرض على الأطراف المتعاقدة الاتفاق على بعض الشروط الضرورية التي يجب أن يتضمنها العقد حتى ينعقد صحيحا (المطلب الثاني).

المطلب الأول أركان عقد التوزيع

عقد التوزيع كغيره من العقود الأخرى يستدعي توفر أركان لصحته، فدراسة عملية إبرامه يتطلب علينا أولا التطرق إلى دراسة أطرافه التي تتدخل في عملية إبرام العقود (الفرع الأول) ودراسة أركانه التي يركز عليها بوجه عام، وإظهار كذلك أركانه الخاصة التي يتضمنها هذا النوع من العقود التي تميزه عن باقي العقود الأخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول أطراف عقد التوزيع

لعقد التوزيع طرفين رئيسيين هما الممون (أولا) والموزع (ثانيا)، إضافة إلى المستهلك الذي يعتبر عنصرا جوهريا في العقد دون أن يكون طرفا فيه (ثالثا).

أولا-الممون

الممون هو الطرف الذي يوفر السلع والخدمات إلى الطرف الثاني أي الموزع⁽¹⁾ وقد كیفه المشرع ضمن الأعوان الاقتصادية ويظهر ذلك من خلال المادة 01/03 من قانون 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما يلي: «1-عون اقتصادي، كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم الخدمات أيا كانت صفته القانونية بمارس نشاطه في إطار المهني، أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها»⁽²⁾، كما اعتبره أيضا بأنه شخص محترف وذلك من خلال المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، كما يلي: «المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنة، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك...»⁽³⁾.

وقد يكون الممون شخصا طبيعيا أو معنويا وهذا ما جاء في نص المادة 02/03 من قانون 08-12 المتعلق بالمنافسة على النحو التالي: «المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاط الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد...»⁽⁴⁾ وهذا ما أكدت عليه أيضا المادة 07/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك»⁽⁵⁾.

وعليه، قد يتأسس الممون في شكل الشركة طبقا للقواعد القانونية والتنظيمية في بلد ما⁽⁶⁾، كما قد يطلق على الممون كذلك مصطلح المهني الذي نستنتج مفهومه من خلال

1 -Didier FERRIE, **Droit de la distribution**, Op.cit, p5.

2- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

3- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1999، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر، عدد 40، صادر في 1990.

4- قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يوليو 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

5- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

6- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص48.

المادة الأولى من القانون 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، التي تبين مراحل عملية عرض المنتج وهي تشمل جميع المراحل من الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي للاستهلاك قبل الاقتناء من قبل المستهلك، فكل متدخل في أية مرحلة من هذه العملية يعتبر مهنيا. ⁽¹⁾

كما قد يكون الممون المنتج ذاته وقد يكون غير ذلك فقط يجب أن ينحصر دوره في تموين وتزويد الموزع ببضائع معينة.

فقد يتولى الممون بذاته إبرام عقود مع الموزعين في إقليم آخر، وقد يكتفي بإبرام عقد البيع مع شخص وعندما يصبح هذا الأخير مالكا للبضاعة يتولى إبرام عقود مع موزعين آخرين، لذا فمعظم الفقهاء ينتقدون القائلين أن الممون هو المنتج ⁽²⁾.

ثانيا - الموزع

هو الطرف الثاني في عقد التوزيع، وهو الذي يتولى مهمة توزيع البضائع والخدمات التي اشتراها من الممون لإعادة بيعها أو توزيعها باسمه ولحسابه الخاص في إقليم محدد للعقد أو ما يسمى بالسوق المرجعية والتي عرفها المشرع الجزائري بموجب المادة 03 من قانون المنافسة على أنها: «...»

- السوق: كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسة مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال التي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية...» وقد يكون الموزع شخصا مستقلا، أو قد يكون تابعا لتعاونيات تجار تجزئة، أو تاجر ينشط لصالح علامة تجارة معينة أو أنه طرف في شبكة من شبكات التوزيع ⁽³⁾.

1- بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي "في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي"، دار هوميه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 14.

2 - FERRIER Didier, *Droit de la distribution*, Op. cit, p 05,400.

3- مختور دلييلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص 515.

كما أن الموزع يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا وهذا ما جاء في نص المادة 07/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك»⁽¹⁾.

وعادة ما يكون الطرف المعني بعملية التوزيع شركة، وذلك ما نلاحظه من خلال العقد المبرم بين الشركة الألمانية Roche القائم بالتوزيع هي شركة المساهمة المسماة (ALDAPH) الكائن مقرها بحيدرة، الجزائر العاصمة.

أما العقد المبرم بين الشركة الفرنسية (GSN Semences)، فالقائم بالتوزيع هي الشركة ذات المسؤولية المحدودة (SARL LOGRAINAL) الكائن مقرها بشارع فكتورا بقو بالجزائر العاصمة.

وهكذا نجد بأن المشرع الجزائري منح للمؤسسة العمومية والخاصة صفة تاجر ويظهر ذلك من خلال المادة 2 من الأمر 04-01 المؤرخ في 20 أوت 2001، المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية⁽²⁾.

ومن خلال التعارف التي أتى بها المشرع الجزائري والتي تم الإشارة إليها سابقا نلاحظ بأن المشرع لم يميز بين المنتج والموزع واعتبرهما متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك فمصطلح المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش يعتبر مصطلحا عاما يدخل في مفهومه كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وصول المنتج للاستهلاك⁽³⁾.

1- قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2 - أنظر المادة 2 من الأمر 04-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية، ج.ر. عدد 47، الصادرة في 22 أوت 2001.

3- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 48.

ثالثاً - المستهلك

هو شخص صاحب الطلب في السوق، فهو بالمفهوم الاقتصادي الشخص الذي يستعمل السلعة أو الخدمة موضوع العقد، فالمستهلك هو العنصر الأساسي في عقد التوزيع رغم أنه خارج عن العقد، فهو العنصر الجوهري فيه، إذ أن هدف كل من الموزع والمموم هو "إغراء المستهلك" وهذا الهدف هو الذي يجمع بين طرفي العقد⁽¹⁾.

يمكن القول بأن أغلب التشريعات المقارنة لم تتعرض إلى مفهوم دقيق للمستهلك ولكن أشارت إلى ذلك في مختلف النصوص القانونية بصفة عرضية، ففي القانون الفرنسي نذكر على سبيل المثال المادة 2 من القانون رقم 22-78 المتعلق بحماية المستهلك في مجال بعض عمليات الائتمان على أنه: «يطبق القانون الحالي على كل عمليات الائتمان التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي تكون مخصصة لتمويل النشاط المهني...» فنلاحظ أن المشرع الفرنسي تناول تعريف المستهلك بصفة عرضية واعتمد في تحديد ذلك على معايير الغاية وهو الاستعمال الشخصي للمنتج دون أن يكون لذلك ارتباط بالنشاط المهني للمستهلك.

والقانون الفنلندي المتعلق بحماية المستهلك الصادر سنة 1978 فقد تطرق هو كذلك كغيره من التشريعات إلى تبيان أطراف العلاقة الاقتصادية (البائع والمستهلك)، إذ نص على أنه يطبق هذا القانون فقط على العلاقات التي تتم بين البائع المحترف والمشتري غير البائع وعليه فالمشرع الفنلندي كغيره لقي عدة إشكالات في تحديد مفهوم المستهلك الذي يعتبر كشخص عادي الذي يشتري سلعة أو يحصل على خدمة لتلبية رغباته الشخصية أو من هم تحت ولايته.

وعرفت اتفاقية بروكسيل لعام 1968 المستهلك في المادة 13 منها على أنه: «الشخص الذي يتصرف في إطار نشاط يعد غريباً عن نشاطه المهني»⁽²⁾.

1- مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بقانون المنافسة، مرجع سابق، ص 515.

2- نقلا عن: زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص. 38.

وعليه فأغلب التعاريف المقدمة تتفق في تعريف المستهلك على انه ذلك الشخص الذي يتعاقد قصد الحصول على السلع والخدمات تلبية لحاجياته أو حاجيات عائلته، وذلك خارج نشاطه المعتاد.⁽¹⁾

ونجد المشرع الجزائري يعرف المستهلك في المادة 2/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجان، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به»⁽²⁾.

كما عرفه أيضا من خلال المادة 03/03 من قانون 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على انه: «المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلع قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني»³

الفرع الثاني

أركان العقد

لعقد التوزيع أركان عامة (أولا) وأركان خاصة (ثانيا)

أولا- الأركان العامة لعقد التوزيع:

أركان العقد ثلاثة وتتمثل في:

1- التراضي: يكون التراضي عندما يعبر شخصين عن إرادتهما في إحداث أثر قانوني

معين، وان تلتقي الإرادة مع إرادة أخرى مطابقة لها.⁽⁴⁾

1- زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص. 35-36.

2- القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

3- قانون 02-04، المتعلق بتحديد قواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

4- أبو السعود رمضان، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 38.

وطبقا لنص المادة 59 من تقنين المدني الجزائري: «يتم التراضي بإيجاب وقبول متطابقين يتجهان إلى إحداث أثر قانوني» معناه إنشاء التزامات متقابلة للطرفين على أساس اتفاقهما والقواعد العامة التي تحكم العقود.⁽¹⁾

كما نصت المادة 60 من نفس التقنين على عدة أشكال للتعبير عن الإرادة كما يلي: «التعبير عن الإرادة يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالة على مقصود صاحبه. ويجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمنيا، إذا لم ينص القانون أو يتفق الأطراف أن يكون صريحا».⁽²⁾

ولكي يكون الرضى صحيحا يجب أن يكون صادرا من ذي أهلية وخاليا من عيوب الإرادة⁽³⁾، فالأهلية مناطها التمييز، والإرادة لا تصدر إلا عن التمييز ومن كان كامل التمييز كان كامل الأهلية، ومن نقص تمييزه، نقصت أهليته، ومن كان عديم التمييز، كان عديم الأهلية.

- كما أنه هناك أهلية الأداء وأهلية التصرف، فأهلية الأداء هي القدرة على التعبير عن الإرادة تعبيرا صحيحا منتجا لأثاره القانونية في ذمة الشخص الصادر عنه هذا التعبير⁽⁴⁾ في حين أن أهلية التصرف فهي واجبة لدى كل من الموزع والمموم، لأن التوزيع من التصرفات الدائرة بين النفع والضرر.

وحتى ينعقد العقد صحيحا يجب أن يكون كل من الموزع والمموم أهلا للتصرف الذي يقومون به والذي يتمثل في البيع والشراء من أجل إعادة البيع.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 51.

2- المادة 60 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

3- السلطان أنور، العقود المسماة شرح عقدي البيع والمقايضة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 66.

4- سي يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل، الجزائر، 2008، ص 53.

إلا أنه استثناء قد ينعقد العقد صحيحا ولو لم يتمتع الشخص بالتميز الكامل أي (القاصر المرشد) بالأهلية الكاملة، وهذا ما جاء في نص المادة 5 من التقنين التجاري.

كما يشترط لكي يكون الرضى سليما وصحيحا ان يكون خاليا من عيوب الإرادة، فعيوب الرضى في عقود التوزيع هي نفس العيوب التي يمكن أن تشوب أي عقد آخر فيعيب إرادة الموزع أو المموم، كأن تكون مشوبة بالغلط أو التدليس أو الإكراه أو الاستغلال. فإذا شاب إرادة شخص عيب من هذه العيوب كان ذلك التصرف قابلا للإبطال لمصلحته.⁽¹⁾

2- المحل: فمحل الالتزام في عقود التوزيع هو شراء السلع والخدمات وتوزيعها.⁽²⁾

كما يجب أن يكون المحل معينا أو قابلا للتعين، موجود أو وجوده ممكنا، وان يكون مشروعاً وقابلاً للتعامل فيه⁽³⁾ وهذا ما تطرق إليه المشرع الجزائري في المواد من 92 إلى 95 من التقنين المدني الجزائري.

فمحل التزام المموم هو تسليم البضاعة أو تقديم الخدمة، في حين ان محل التزام الموزع يتمثل في دفع الثمن، فعدم الاتفاق على الثمن دليل على عدم انعقاد العقد، ولكن هذا لا يعني بالضرورة أن يرد الثمن في العقد الأولي، فهذا العقد غالبا ما يكون الاطار العام للاتفاق، تليه ملاحق أو عقود تكميلية تذكر فيها أدق التفاصيل.⁽⁴⁾

كما أن رفض الموزع دفع الثمن يؤدي إلى بطلان العقد.⁽⁵⁾

3- السبب: السبب المطلوب في العقد هو الباعث أو الدافع الذي يدفع بالمتعاقدين إلى إبرام العقد، ويشترط فيه شرط واحد هو أن يكون مشروعاً، فإذا ظهر الباعث والدافع لأحد

1- سي يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، مرجع سابق، ص 54.

2- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 52.

3- أبو السعود رمضان، مصادر الالتزام، مرجع سابق، ص 144.

4- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، المرجع نفسه، ص 53.

5- السلطان أنور، العقود المسماة شرح عقدي البيع والمقايضة، مرجع سابق، ص 161.

المتعاقدين أنه غير مشروع، يشترط بطلان العقد⁽¹⁾ وهذا ما نصت عليه المادة 97 من التقنين المدني الجزائري كما يلي: «إذا التزم المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام أو للآداب، كان العقد باطلا».

كما تنص المادة 98 من نفس التقنين على أن: «كل التزام مفترض أن له سببا مشروعاً ما لم يقدّم الدليل على غير ذلك...»⁽²⁾.

فسبب تعاقد الممّون هو استثمار أمواله وتوزيع بضائعه وخدماته في سوق جديدة، بينما سبب تعاقد الموزع هو الحصول على رخصة لاستعمال علامة الممّون لأن منتوجاته وخدماته تكون معروفة وتباع للجمهور مباشرة، لأن ذلك يجعل الموزع لا ينشغل بإيجاد الزبائن لتسويق منتوجاته أو خدماته، بل يستعين فقط بسمعة علامة الممّون، فهذا يشكل تعاون اقتصادي بين الموزع والممّون.⁽³⁾

ثانيا - الأركان الخاصة لعقد التوزيع

الأصل في النظرية العامة للالتزامات يكفي لانعقاد العقد صحيحاً أن تتوفر فيه الأركان العامة لكي لا يكون معرضاً للبطلان، إلا أن الأمر يختلف في عقود التوزيع حيث يشترط فيه إضافة إلى الأركان العامة توفر الأركان الخاصة التي تميزه عن باقي العقود الأخرى المشابهة له والتي تتمثل في:

1- تضمين العقد شرط الحصرية الإقليمية والتموين والبيع الحصري

- الموزع الحصري هو من يقوم باسمه ولحسابه الخاص ببيع ما يشتريه، بشرط أن العقد الذي يربطه بممّون البضائع يعطي له صفة الموزع الوحيد بشرط الحصر.

1- علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 75.

2- المادة 98 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

3- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 54-56.

- وبهذا الشرط يلزم الممون بعدم تكليف شخص آخر في النطاق الجغرافي المحدد للموزع، بتسويق البضائع والخدمات محل العقد، ويلتزم امتناعه شخصيا عن كل عملية بيع أو أداء خدمة داخل النطاق الإقليمي لأي من الموزعين المنظمين للشبكة.⁽¹⁾

وهكذا نجد أن الحصرية تنصب على تحديد الإقليم أولا ثم تنصب على طبيعة التعامل بين الطرفين مما يؤدي إلى انقسامها إلى قسمين، حصرية الشراء من جهة، أين يلتزم فيها الموزع التموين بالبضائع والخدمات إلا من طرف الممون المتعاقد معه، ومن جهة أخرى حصرية البيع أين يلتزم فيها الموزع بتوزيع إلا السلع المقتناة من الممون فقط.²

2- احتواء العقد على تراخيص

تتضمن غالبية عقود التوزيع على تراخيص خاصة باستعمال علامة الممون وهي العلاقة التي تجمع بين أعضاء الشبكة الذين ينشطون تحت نفس العلامة، فكل الاتفاقات المتعلقة بالتوزيع تتطلب دائما رخصة لاستعمال علامة الممون، لذى فالمنتج أو الخدمة يكون معروفا وبياع مسبقا للجمهور، وهذه من بين اهتمامات الموزع لأنه بذلك لا ينشغل بإيجاد الزبائن لتسويق منتجاته أو خدماته بل يستعين فقط بسمعة العلامة، والممون بدوره يستفيد من هذه العملية لأن علامته تتطور بفضل نشاط الموزع، وهذا كله يعود بالفائدة على شبكة التوزيع.

3- تضمين العقد شروط الرقابة

ومن مهام ووظائف شبكة التوزيع مراقبة الموزع ونقاط بيعه لأنه غالبا ما تحتوى هذه العقود شروط تفرض على الموزع الخضوع للرقابة في التسيير من قبل الممون، مما يجعله يكشف عن دفاتره وحساباته ويقبل زيارة الممون لمراجعة هذه الملفات الحسابية والتجارية.³

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 54-55.

2- Collart Dutilleul François, Delebecque Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, op. cit, p. 816-817.

3- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 56.

4- تضمين العقد شروط التعاون والمساعدة

تشمل عقود التوزيع على شروط المساعدة والتعاون بين الموزع والممون والتي تتمثل في تنظيم حملات إشهارية وطنية وفيها يتعهد الموزع على التعاون داخل الإقليم في هذه العمليات التنموية والحملات الإشهارية.

يقدم الممون في أغلب الأحيان يد المساعدة الفنية والمالية للموزع، كما يؤمن له الاستقرار وذلك عن طريق منحه قروض مالية لإنشاء محله التجاري، كما يضمن له تمويل بالبضائع والخدمات المتعاقد عليها بالإضافة إلى وضع الممون تحت تصرف الموزع لوازم إشهارية (صفائح، إعلان، لافتة، ...) خلال فترة سريان العقد.

كما يوفر له مساعدات في المحاسبة والتسيير والمساعدات القانونية والتقنية، فكل هذه المساعدات والتعاونيات تعد وتعتبر مشروعة وقانونية ما لم تؤثر على المنافسة.⁽¹⁾

المطلب الثاني

مبادئ عامة حول صياغة عقود التوزيع

عقد التوزيع كغيره من العقود الأخرى يتبع نفس المنطق والمنهجية في التعاقد، فنظرا لأهميته الاقتصادية من حيث أنه يعتبر من بين الوسائل الأساسية لتموين الأسواق بالبضائع والخدمات المتنوعة والمختلفة ونظرا كذلك لتكريس مبالغ الهامة التي تتطلبها هذه العقود لذا نجد أن التشريعات المختلفة تفرض وتشتترط على المؤسسات الراغبة في إبرام هذا النوع من العقود أن تلجأ إلى طلب العروض واللجوء إلى التراضي لكي تتمكن من اختيار المتعاقد معها بكل شفافية والمنافسة مشروعة للدخول معه في التفاوض حول شروط العقد لإعطائه فيما بعد قالب قانوني ليصبح قابلا للتنفيذ.

1- Blaise Jean-Bernard, **Droit des affaires**, op.cit, p.494.

الفرع الأول

طرق إبرام عقد التوزيع

بما أن الممون هو الذي يتحكم في البضاعة والخدمة لكونه هو المالك الرئيسي لها فاختياره لأي نوع من عقود التوزيع الذي يرغب في إبرامه تتعين معه طريقة الإبرام⁽¹⁾ وتتمثل في:

1- الدعوة للمنافسة

للجوء إلى طلب العروض يجب إتباع إجراء رسمي وان يتضمن طلب تلقي واختيار عروض منافسة للعارضين بوسيلة تمكن من إبرام العقد مع الممون الذي قدم العرض الأكثر أهمية.⁽²⁾

وعرفها المشرع الجزائري في المادة 26 من المرسوم الرئاسي رقم 10-236 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية على أنه «... هي إجراء يستهدف الحصول على عروض من عدة متعهدين متنافسين مع تخصيص الصفقة للعارض الذي يقدم أفضل عرض»⁽³⁾.

وفي عقود التوزيع تكون الدعوة للمنافسة خاصة في عقود الامتياز وعقود الفرانشيز أين يكون الممون في مركز عرض يبحث عن من يقدم أفضل الأسعار والخدمات دون أن يكون لصفة الموزع أو لشخصيته أي اعتبار.

أما فيما يتعلق بإجراءات القيام بدعوة للمنافسة فهي تقوم كإجراءات المنافسة في أي مشروع اقتصادي تجاري مثلا الإعلان عن طلب العروض، ثم تقديم العروض، مرحلة فتح العروض،... للوصول في الأخير إلى اختيار المتعاقد معه الذي يجب أن تتوفر فيه بعض

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 57-58.

2- جديد رباد، التزامات البائع في عقد البيع الدولي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2001-2002، ص 14.

3- مرسوم رئاسي رقم 10-236 مؤرخ في 7 أكتوبر 2010، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية، ج. ر.، عدد 58.

الشروط¹ من بينها ما جاء في المادة 56 من المرسوم الرئاسي 10-236 ونذكر منها الضمانات التقنية والمالية السعر والنوعية، شروط دعم المنتجات والخدمات (الخدمة ما بعد والصيانة والتكوين،...).

2- التعاقد عن طريق التراضي

وتتمثل في تطابق الإيجاب والقبول:

فالإيجاب هو العرض الذي يقدمه شخص أو عدة أشخاص لشخص أو عدة أشخاص من أجل إبرام عقد البيع فيشترط فيه أن يكون محدد وبات تتضح إرادة مصدره في إبرام العقد ويسري أثره عندما يصل إلى المرسل إليه في حين أن المشرع الجزائري اشترط العلم وليس التسليم⁽²⁾.

أما القبول: هو الرد الإيجابي على العرض الذي قدمه الموجب الذي غالبا ما يكون صريحا ويمكن أن يكون ضمنيا ويعتبر العقد مبرما بمجرد تسليم الموجب قبول الطرف الثاني على أن يتم في الأجل المحدد له لكن إذا قبله الموجب رغم التأخير فينعقد العقد كذلك حالة سكوت الأصل لا يعد قبولا لكن إذا تبين من خلال الظروف أن السكوت يعبر عن إرادة صاحبه فيقتدي به كوجود تعامل سابق، فإن السكوت دليل على القبول.

حالة العرض المضاد: الأصل أن كل تعديل للإيجاب مضاد أي إيجاب جديد لكن حسب المادة 02/19 من اتفاقية فينا تميز بين التعديل الجوهرى والثانوى، فالأول يعد رفضا والثاني قبولا بتحفظ وللموجب الحق في الاعتراض فهو غير ملزم بإبرام عقد دون رضاه الكلى بخصوص التكيف الجوهرى أو الثانوى للقبول جاءت المادة 03/19 من الاتفاقية بما يعد جوهريا والباقي ثانوى لكن ما يلاحظ أن معظم البنود جوهرية.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق ص58-59.

2- حمدان عطار، التجارة الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2001-2002، ص33.

- بالنسبة للمشرع الجزائري فإنه يعتبر أي تعديل مهما كان إيجاباً جديداً.⁽¹⁾
فالتعاقد عن طريق التراضي عرفه المشرع الجزائري في المادة 27 من المرسوم الرئاسي رقم 10-236 كما يلي: «التراضي هو إجراء تخصيص صفقة لمتعامل متعاقد واحد دون الدعوة الشكلية إلى المنافسة»⁽²⁾.

فهذا الإجراء يستعمل كثيرا لإبرام عقد التوزيع الانتقائي، أين تكون شخصية الموزع محل اعتبار من قبل الممون لكون أن طبيعة وخصوصيات المنتج تتطلب ذلك معناه أنه لا يوزع المنتج أو الخدمة إلا من قبل الموزعين الأكفاء والمنتقون، وذلك من أجل الحفاظ على صورة العلامة وجودة المنتج.⁽³⁾

3- المفاوضات

التفاوض عملية رئيسية تحدد اتجاه الإيرادات لإحداث الأثر القانوني، فهو وسيلة لتحقيق التوافق الإرادي والغرض منه هو توضيح الأعمال محل التعاقد لإيجاد أرضية مشتركة للتفاهم.⁽⁴⁾

والتفاوض أيضا هو مناقشة مشتركة لعناصر عقد مقترح تهدف إلى الوصول إلى صيغة أو تصور مشترك مقبول من الطرفين.

وتعد هذه المرحلة أول وأهم مرحلة يقبل عليها الأطراف وذلك قصد تحديد محل ونوع السلع والخدمات التي يتم التعاقد عليها، ونظرا لتعقيدها فإنها تتطلب اتصالات واختبارات هامة لمعرفة مقاصد ونوايا كل طرف، ولكي تكون فعالة عليها أن تجرى من طرف فرقة متعددة التخصصات ومتناسقة ومتكونة من التقنيين ومتخصصين في ميدان

1- أنظر المادة 66 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني ، مرجع سابق.

2- مرسوم رئاسي رقم 10-236 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية، مرجع سابق.

3- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 59.

4- طالب حسن موسى، قانون التجارة الدولية، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص 114-115.

التوزيع. كما أنها تسعى إلى إظهار أهداف كل طرف، فالممون هدفه هو المحافظة على سمعة العلامة ومعارفه، في حين أن الموزع غرضه يتمثل في حصوله على سمعة علامة الممون ليتمكن بسهولة من تسويق منتجاته أو خدماته دون أية صعوبة في ذلك، كما أنه يهدف أيضا إلى تنويع المنتجات التي يقوم بإعادة بيعها.

والأصل في هذه المرحلة أنها لا تنقضي إلا عند تكوين العقد، إلا أن الواقع أثبت بأن هناك حالات أين تنقضي فيها المفاوضات قبل إبرام العقد، كأن ينسحب احد الأطراف لحدوث اختلاف حول شروط العقد.⁽¹⁾

الفرع الثاني

شروط إبرام عقد التوزيع

يجب أن تتضمن عقود التوزيع بعض الشروط ونذكر منها:

1- لغة العقد

إن اختيار لغة العقد أمر ضروري لأنه في كثير من العقود بعض التعبيرات والكلمات المعقدة تؤدي إلى ظهور تفسيرات مختلفة ومتعددة، كما أنه قد تكون هناك كلمات عامة متعارف عليها في لغة واحدة ولا توجد في لغة أخرى، مما قد يؤدي إلى أن ما كان مفهوما من قبل الأطراف وقت التعاقد والتوقيع على العقد قد يصبح عقبة عند تنفيذه.

لذلك يجب الاحتياط عند صياغة العقد بصفة عامة، ولابد من ترجمة العقد إلى اللغة التي يتفق الأطراف المتعاقدة عليها بأنها اللغة المعتمدة والحاكمة للعقد، لأن هذا يجعل تفسيره سهلا في حالة حدوث نزاع حول تنفيذ العقد⁽²⁾، فمثلا العقد المبرم بين الشركة الألمانية Roche والشركة الجزائرية Aldaph حرر باللغة الإنجليزية، أما العقد المبرم بين

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 59-60.

2- طالب حسن موسى، الموجز في قانون التجارة الدولية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 171-172.

الشركة الدانمركية Novonordisk والشركة الجزائرية Aldaph تم صياغته باللغة الإنجليزية مباشرة⁽¹⁾.

2- صياغة العقد

الصياغة والتفاوض شيان متلازمان، فالصياغة هي ترجمة للأفكار التي اتفق عليها الطرفين في شكل نص مكتوب ومنظم وموزع على فقرات والتي تعبر كل منها إحدى عناصر العقد المتفق عليها.

فمعظم العقود التي قامت بعض الشركات بإبرامها في مجال التوزيع، تكون فقرتها الأولى في أغلب الأحيان مخصصة للتعريف بالأطراف (الموزع، الممون) على حد سواء وبعده تضم فقرات مختلفة وترتيبها يختلف باختلاف نوع العقود، تبدأ بتحديد محل العقد، بعدها التزامات الأطراف، مسؤوليتهم...

فكل هذه الشروط هي لكي يتم توقيع العقد الذي يعتبر كأخر مرحلة من إعداد العقد، فبعد صياغته وتلاوته على الأطراف وإظهار موافقتهم عليه دون إبداء التحفظات لتترجم بعدها هذه الموافقة بصفة رسمية على شكل توقيعات تقوم بها السلطات والأطراف المتخصصة قانونا سواء من جهة الممون أو من جهة الموزع⁽²⁾.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 61.

2- المرجع نفسه، ص 62.

المبحث الثاني

تنفيذ عقد التوزيع

ان إبرام أي عقد يعتبر بمثابة شهادة ميلاد له، حيث يبدأ في ترتيب إشارة انطلاق من إبرامه والتي تتمثل في تنفيذ الالتزامات التي تقع على عاتق الأطراف المتعاقدة وعليه فانعقاد العقد يضع على عاتق الأطراف التزامات متنوعة منها ما يقع على عاتق الموزع وأخرى تقع على عاتق الممون، إلا انه قد يحدث أن يلجأ احد الأطراف إلى الإخلال بالتزاماته مما يستوجب قيام المسؤولية عليه إلا اذا اثبت أن عدم التنفيذ ناتج عن سبب اجنبي خارج عن إرادته (المطلب الأول).

فإخلال احد الأطراف بالتزاماته يؤدي إلى قيام المسؤولية على الطرف المخل وعادة ما يطلب المضرور إنهاء العقد وذلك حسب الشرط المتفق عليه في العقد (المطلب الثاني)

المطلب الأول

أثار عقد التوزيع

إبرام أي عقد يعتبر كمرحلة انطلاق لتنفيذ الالتزامات المتفق عليها والتي تقع على عاتق الأطراف المتعاقدة. ففي عقد التوزيع نجد بعض الالتزامات تقع على مقدم الخدمة، أو القائم بالتزويد والتموين بالمنتجات المعروف بالمومون، ومنها ما يقع على عاتق الموزع الطالب بالحصول على هذه الخدمة أو التموين من طرف الممون (فرع أول).

كما قد يحدث رفض أحد الأطراف المتعاقدة التنفيذ ما اتفق عليه في العقد، فهذا التصرف يستوجب مسؤولية تقع على مرتكبها (فرع ثاني).

الفرع الأول

التزامات أطراف العقد

عقد التوزيع كباقي العقود الأخرى يفرض على عائق أطرافه التزامات مختلفة وعلى كل منهما احترامها وتنفيذها وفقا لما تم الاتفاق عليه:

أولا- التزامات الممون

يكون على عائق الممون التزامات عامة، بالإضافة إلى التزامات خاصة ناتجة عن طبيعة العقد ونذكر منها:

1- الالتزام بالإعلام

لقد ألزم القانون رقم 89-1008 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المعروف بقانون دوبان (والذي نقل إلى المادة 330-3 من القانون التجاري الفرنسي) الممون باطلاع وتقديم ملف يتضمن كافة المعلومات الضرورية وواضحة لفائدة الموزع تتعلق بالمشروع باعتباره عارضا لسلعة أو الخدمة⁽¹⁾، كأن يقوم بإعطائه معلومات تتعلق بمقره الاجتماعي رقم هاتفه، اللقب واسمه، هوية الشركة، رقم تسجيله، طبيعة نشاطه...⁽²⁾ وكذلك إعطائه معلومات حول الشبكة التي سوف ينتمي إليها وذلك بعرض عليه تاريخ إنشائها، قائمة المؤسسات المنظمة إليها، إعلامه بعدم وجود موزع آخر ينتمي إلى الشبكة الذي يريد ممارسة نشاط في المنطقة المخصصة له... وكذلك إعطائه معلومات خاصة بالعقد المراد إبرامه كأن يحدد شروط وكيفيات إلغائه أو فسخه أو تجديده، تحديد مدة سريان العقد...⁽³⁾

وفي حالة عدم التزام الممون بواجبه في الإعلام يسمح للموزع بطلب إبطال العقد⁽⁴⁾.

1- Huet Jérôme, **Les principaux contrats spéciaux**, op.cit., p. 538-539.

2- Blaise Jean-Bernard, **Droit des affaires**, op.cit, p.496.

3- Legeais Dominique, **Droit commercial et des affaires**, 18^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2009, p. 467

4- Huet Jérôme, **Les principaux contrats spéciaux**, op.cit., p. 539.

كما أنه هناك عقوبات على الإخلال بهذا الالتزام وتختلف عقوباتها من دولة إلى أخرى فنجد المشرع الجزائري نص على أن:

كل من يخدع أو يحاول خداع المتعاقد سواء في طبيعة أو الصفات الجوهرية أو في تركيب أو نسبة المقومات اللازمة لكل السلع سواء في نوعها أو مصدرها وفي كمية الأشياء المسلمة في هويتها يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط وفي جميع الحالات على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي تحصل عليها دون حق.

2- الالتزام بالتموين

يعتبر هذا الالتزام مضمون العقد بحد ذاته يترتب على عاتق الممون، فمن حق الموزع استلام البضائع والخدمات المتفق عليها والتي تعاهد الممون بتموينها له حسب الكيفيات المنصوص عليها في العقد لتفادي حدوث النزاعات وضمان استمرار المشروع⁽¹⁾ فنجد المشرع الجزائري قضى به من خلال نص المادة 361 من التقنين المدني الجزائري على أنه: « يلتزم البائع أن يقوم بما هو لازم لنقل الحق المبيع إلى المشتري... »⁽²⁾.

فطبيعة هذا الالتزام يختلف من عقد لآخر فمثلا في عقود الامتياز التجاري وعقود الفرانشيز الممون وحده الذي يلتزم بالتموين لصاحب الامتياز والمعفى له اللذان يتمتعان بحصرية الشراء والبيع، كما أنه لا يمنع عليه فقط التعاقد مع الغير وتمويله بالبضائع في إقليمهم وإنما يمنع عليه كذلك أن يقوم ببيعها مباشرة للجمهور.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 67-68.

2- المادة 361 من الأمر 75-58، مرجع سابق.

عكس عقود التوزيع الانتقائي، أين يلتزم فيها جميع الممومنين الذين تعاقد معهم الموزع بتموينه بالبضائع والسلع المتفق عليها، دون أن يمنع عليهم من توزيع نفس السلع لموزعين آخرين في نفس المنطقة⁽¹⁾.

3- الالتزام باحترام الحصرية الإقليمية

ولضمان التوازن التعاقدي على الممون احترام الحصرية الإقليمية التي منحها للموزع كونها العنصر المهم والرئيسي في العقد المبرم بينهما فمثلا في عقد الامتياز الحصري La concession exclusive على الممون احترام حق الحصرية التي منحها للموزع ونفس الوضع بالنسبة لعقد الفرانشيز إذا تضمن شرط الحصرية، لذا أقر مجلس النقض الفرنسي في الحكم الصادر في 19 ديسمبر 1995 بعدم تبديل أو تغيير الممون للمنطقة الحصرية الممنوحة للموزع، فإذن تصرف الممون الذي سمح لصاحب الامتياز Concessionnaire المنافس بنقل محله إلى منطقة الحصرية للموزع الأول لخلق منافسة فعالة فيما بينهم.

فتقديا لتطبيق الحماية الإقليمية المطلقة المحصورة، يسمح للممون بالقيام بالبيع أو بتموين موزع واحد فقط غير موزعه بغرض إعطائه مساعدة أو إنقاذه من الوضعية الحرجة التي يمر بها، ففي هذه الحالة لا يمكن لأي أحد إدانته، إلا إذا كان في حالة مخالفة دائمة ومستمرة⁽²⁾.

4- الالتزام بالضمان

وهذا الالتزام يدخل فيه كل من الالتزام بضمان العيوب الخفية، ضمان التعرض والاستحقاق وضمان المطابقة.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 69.

2- المرجع نفسه، ص 69

أ- الالتزام بضمان العيوب الخفية

العيوب الخفية هي تلك العيوب التي تنقص من قيمة الشيء أو الانتفاع به وأن يكون غير ظاهر، وأن يكون في المبيع عيباً لا يمكن للمشتري أن يعلم به وقت البيع، أو قام البائع بإخفائه غشاً، فالعيب الموجب للضمان هو أفة عارضة يخلو عنها الشيء المبيع في أصله⁽¹⁾.

كأن يتسلم الموزع سيارات صالحة لجميع الأغراض ولكنها بها عيب خفي في مقاعدها أو يتسلم الموزع آلات ميكانيكية بها عيب خفي يجعلها غير صالحة لتحقيق بعض الأغراض، فيتعين على الموزع بمجرد معرفته بالعيب الذي يرجع سببه إلى البائع وجب عليه إخباره بذلك في أجل مقبول وإلا اعتبر سكوته رضاء منه ونزولا عن حقه في الرجوع بالضمان. وهذا ما جاء في نص المادة 380 من التقنين المدني الجزائري.

ونظرا لطبيعة الخاصة لعقود التوزيع، على الموزع حتى يضمن مركزه ويحقق هدفه من العقد الذي أتى على إبرامه، أن يعمل على تحقيق شروط تطبيق العيوب الخفية، وبالتالي يكون له إذا لحقه أي ضرر أن يطلب التعويض إذا لم يقدّم الممون بتصحيح ذلك العيب خلال فترة محددة قانوناً وهذا ما جاء في نص المادة 386 من التقنين المدني الجزائري⁽²⁾.

ب- الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق

لا يكفي أن ينقل البائع ملكية المبيع إلى المشتري وأن يقوم بتسليمه له، بل يلتزم فضلا عن ذلك أن يضمن للبائع عدم المنازعة فيه أي يضمن له الحياة الهادئة، فيكون البائع ملزم بنقل الملكية للمشتري تكون خالية من أي حق يدعيه الغير عليه، كما على البائع إثبات حق المشتري على المبيع، إذا انتهى التعرض بعدم قدرة البائع في دفعه استحقاق المشتري المبيع كليا أو جزئيا، وكان البائع ملزما بتعويض المشتري عما أصابه من ضرر بسبب هذا

1- خواص جويده، الضمان القانوني للعيوب الخفية وتخلّف الصفة في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود والمسؤولية، معهد الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 1986، ص 38.

2- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 71-72.

الاستحقاق، فنجد معظم التشريعات تنص على هذا المبدأ أي على الضمان منها الجزائر في المادة 371 من التقنين المدني الجزائري⁽¹⁾.

التعرض في عقود التوزيع، قد يصدر من الممون وذلك لعدم احترامه لالتزامه بشرط الحصرية الإقليمية مثلا التي منحها للموزع مما يؤدي إلى عرقلة نشاطه وحرمانه من الانتفاع بالمبيع، كما قد يصدر التعرض من الغير كقيام شخص غير منظم لشبكة التوزيع ببيع أو توزيع نفس المنتجات الموزع المنظم للشبكة المستفاد من الحصرية الإقليمية، بطريقة غير مشروعة، تؤدي إلى زعزعة استقراره ونشاطه وخلق اللبس في ذهن المستهلك.

ومن الوسائل التي يمكن للممون أن يحمي بها الموزع من تعرض الغير إقامة دعوى ضدهم من أجل الحصول على حكم يحمي حق الموزع، بحيث إذا نجح في هذه الدعوى أو هذا التدخل اعتبر موفيا لالتزامه وترى محكمة النقض الفرنسية على أنه بإمكان الممون إثارة ثلاثة طرق لمواجهةهم وهي دعوى المنافسة غير المشروعة التي يقوم فيها الغير ببيع منتجات تحمل شرط حصرية البيع للموزع المنظم للشبكة، دعوى الإشهار الكاذب وتقدم على أساس أن الغير قام بتوزيع منتجات تحمل بيانات على أغلفة التعبئة تدل على أنها لا تباع إلا من طرف موزع منظم للشبكة، وأخيرا قيام برفع الدعوى على أساس أن الغير قام بمتاجرة غير مشروعة في منتج ذو علامة لم يحصل على رخصة لاستعمالها وإذا لم ينجح الممون في ذلك يعتبر مخلا لالتزامه، مما يعطي الحق للموزع بالمطالبة بفسخ العقد أو ضمان الاستحقاق إذا لم يرغب في فسخ العقد⁽²⁾.

ج- ضمان المطابقة

نجد أن المادة 01/35 من اتفاقية فينا المتعلقة بالبيع الدولي للبضائع لسنة 1980 نصت على ضرورة هذا الالتزام كما يلي: « يلتزم البائع أن يسلم بضائع تكون من حيث كميتها وأوصافها،

1- سي يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، مرجع سابق، ص 173-174.

2- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 74.

وكيفية تغليفها أو تعبئتها مطابقة لما يشترطه العقد»⁽¹⁾.

كما تعرض المشرع الجزائري إلى هذا الالتزام في قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك في المادة 01/10 منه على أنه: « يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه، صيانتته،... »⁽²⁾.

وعليه فمن حق الموزع الاحتجاج عن عيب في المطابقة وذلك في فترة معقولة من الوقت الذي اكتشف فيه العيب وهذا ما تطرقت إليه المادة 39 من اتفاقية فيينا أين نصت على أنه: « إذا مضت مدة سنتان من تاريخ التسلم ولم يقيم المشتري بتوجيه الإخطار، سقط حقه في التمسك بعدم المطابقة »⁽³⁾.

ثانيا - التزامات الموزع

للموزع أيضا التزامات عامة اتجاه الممون بالإضافة إلى التزامات خاصة تفرضها طبيعة العقد ونذكر منها:

1-الالتزام بدفع الثمن

هذا الالتزام أشارت إليه المادة 53 من اتفاقية فيينا على النحو التالي: «يجب على المشتري بموجب شروط العقد وهذه الاتفاقية، أن يدفع ثمن البضائع وتسليمها»⁽⁴⁾.

كما أن المشرع الجزائري نص على هذا الالتزام في المادة 388 من التقنين المدني الجزائري على أنه: «يكون ثمن المبيع مستحقا في الوقت الذي يقع فيه تسليم المبيع...»⁽⁵⁾.

1- نقلا عن جديد رباد، التزامات البائع في عقد البيع الدولي، مرجع سابق، ص 51.

2- قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

3 - طالب حسن موسى، الموجز في قانون التجارة الدولية، مرجع سابق، ص 279.

4- نفس المرجع، ص 284.

5- المادة 388 من الأمر 58-75. مرجع سابق.

فهذا يعني أن المشتري ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد أو الذي تم تحديده فيما بعد لكون العقد شريعة المتعاقدين⁽¹⁾. وتحديد الثمن في عقود التوزيع متوقف على عدة عوامل منها درجة توازي قوى الطرفين، طبيعة البضائع المراد نقلها...⁽²⁾

فيمكن لأطراف العقد الاتفاق على أن يتم دفع الثمن قبل تسليم المبيع أو أن يتم تسليم قبل دفع الثمن كما قد يتفقوا على أن يتم الدفع على شكل أقساط أو على أن يتم الدفع في جملة واحدة⁽³⁾. فمثلا يدفع بعضها عند إبرام العقد على أن يتم تسديد الباقي في مواعيد لاحقة نظرا للخدمة والتحسينات المطبقة خاصة في عقود الفرانشيز التي تركز على المعرفة والتكنولوجيا، ويتم دفع جملة واحدة في حالة نقل جميع الحقوق كعقود الامتياز وعقود التوزيع الإنتقائي حيث يحدد فيها الثمن إما مباشرة عند التعاقد وبالتالي يكون ظاهر في العقد الأول مع إمكانية تعديله تبعا للظروف الاقتصادية والسياسة وغير المحيطة بعملية التنفيذ هذا يعني أن طرف تحديد الثمن ودفعه يختلف باختلاف أنواع عقود التوزيع.

2- الالتزام بعدم التعاقد من الباطن دون موافقة الممون

كقاعدة عامة إن التنازل عن الحقوق في عقد معين أو تحويل الالتزامات إلى شخص آخر لتنفيذها وفق ما تم الاتفاق عليه بين طرفين غير جائز إلا باتفاق الأطراف المتعاقدة وعليه يجب أن تبقى العلاقة ثنائية وإذا رأى الموزع ضرورة تنازل عن تنفيذ العقد لطرف ثالث وجب عليه إخبار الممون للحصول على موافقته أما إذا قام به بالباطن يكون قد خل بالحفاظ بالتزاماته، فإذا حصل الموزع على موافقة من الممون فبإمكانه إنشاء شبكة توزيع فرعية إقليمية تكون تابعة له داخل إقليمه، ويكون هؤلاء الموزعين مالكين للحصرية داخل أقاليمهم بصفتهم وكلاء أو موظفين للموزع الرئيسي⁽⁴⁾.

1- سي يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، مرجع سابق، ص 272.

2- Behar-Touchais Martine, Virassamy George, **les contrats de distribution**, op.cit, p.121.

3- سي يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، نفس المرجع، ص 274.

4- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 79-80-81.

3- الالتزام ببذل العناية

على الموزع السهر على حسن الأداء أي القيام بكل ما من شأنه تحسين عملية التوزيع وترقيتها حفاظا في ذلك على سمعة العلامة والخدمة، وعليه أيضا السهر على حسن عملية تخزين المواد، والدقة في استعمال والمعرفة للوصول إلى نتائجها، وصيانة الأجهزة وعليه أيضا بذل العناية لضمان نوعية جيدة لخدمات ما بعد البيع المقدمة للمستهلك بهدف جذب عدد أكبر من الزبائن.

4- الالتزام بالمحافظة على السرية

الممون في عقود التوزيع يضع على عاتق الموزع الالتزام بالمحافظة على الأسرار التي يطلع عليها سواء كان في مرحلة المفاوضات أو بعدها حتى وإن لم يتم إبرام العقد، فالقفزة النوعية التي يحققها الممون دون منافسة من طرف ممونين آخرين لا ترجع فقط لاكتسابه الدقة والإتقان في تجديد معارفه وإنما يرجع أيضا إلى عدم انتقال الأسرار والمحافظة على ذلك التجديد⁽¹⁾. وهكذا أصبح هذا الشرط يدرج في كل العقود التي تتعلق خاصة بنقل التكنولوجيا متى يقع على عاتق الموزع الالتزام بالمحافظة على الأسرار التي يطلع عليها وأن يستعملها وفقا لما اتفق عليه ومحدد في العقد فقط⁽²⁾.

5- تضمين العقد شرط عدم المنافسة

فإدراج هذا الشرط في العقد يمنع الموزع من القيام بمنافسة الممون وذلك بعدم قيامه ببيع منتجات المتعاقد عليها خارج الإقليم المحدد⁽³⁾.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 82-83-84.

2- Behar-Touchais Martine, Virassamy George, **les contrats de distribution**, op.cit, p.65.

3- Hess-Fallon Brigitte, Simon Anne-Marie, **Droit des affaires**, op.cit., p. 287

وهذا الشرط يعطي حماية لشرط الحصرية خلال فترة العقد من جهة ومن جهة أخرى التزام الموزع بعدم صنع أو توزيع السلع والخدمات محل العقد بعد نفاذه، وإلا دخل هذا التصرف في إطار المنافسة الغير المشروعة⁽¹⁾. وهذا الشرط يخرج الموزع من دائرة المنافسة، ورغم تقييده لحرية التجارة يكتسب مشروعية متزايدة، وأباحت اللائحة الأوربية لعقد الإغفاء رقم 88/4087 الاتفاق على هذا الشرط في عقود التوزيع شريطة أن يكون محدد المدة، ويجب أن يهدف كذلك إلى تحقيق مصلحة مشروعة⁽²⁾.

الفرع الثاني

مسؤولية أطراف العقد

عقد التوزيع يضع كغيره من العقود التزامات مختلفة ومتنوعة، على عاتق الأطراف المتعاقدة، فإذا خل أحدهما بإحدى التزاماته بالتنفيذ وقع عليه تحمل المسؤولية بسبب الضرر الذي ألحقه بالطرف الآخر. باعتبار أن الممون هو المالك للبضائع والخدمات فالقانون وضع عليه عدة التزامات ومن بينها التزامه بالإعلام الذي يعتبر أهم التزام يقع عليه في المرحلة السابقة للتعاقد، فإذا اخل بهذا الالتزام ينتج على عاتقه المسؤولية وفي هذا الإطار نجد بأن كل من مجلس النقض الفرنسي والألماني يعتبران بأن طبيعة المسؤولية التي تقع على عاتق الممون بسبب إخلاله بالتزامه بالإعلام في الفترة السابقة للتعاقد مسؤولية مدنية تقصيرية، ويتضح ذلك من خلال القرار الصادر في 11 جانفي 1984 من محكمة النقض الفرنسية في القضية المعروضة عليه بخصوص المعلومات التي أدت إلى تضليل هذا الأخير.

1- حميش يمينه، عقد الفرانشيز، الملتقى الوطني حول عقود الأموال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الركمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص 115.

2- Behar-Touchais Martine, Virassamy George, **les contrats de distribution**, op.cit, p.607.

غير أن مجلس الاستئناف يرى بان هذا الإخلال والأضرار التي تنتج خلال فترة المفاوضات تضع على عاتق مرتكبها مسؤولية على أساس تعاقدية. ألا أن هذا القرار لقي رفضاً من طرف محكمة النقض الفرنسية التي قضت بان المطالبة بالتعويض عن الأضرار لا يكون على أساس المسؤولية التعاقدية وإنما تكون على أساس المسؤولية التقصيرية.⁽¹⁾

أما إذا رجعنا إلى إخلال الموزع بإحدى التزاماته كإخلاله بالتزامه للسرية، فهذا يضع على عاتقه مسؤولية لكون هذا الإخلال يلحق بالممون ضرراً كبيراً لانتهيار تقنياته وانتشار أسرار له منافسه، فبالتالي ألزمت معظم القوانين الموزع على تعويض الممون عما أصابه من ضرر بسبب ذلك، ولكن لتحديد مسؤوليته ينبغي التمييز بين حالتين:

- إذا حصل الإخلال في مرحلة التفاوض فهناك أيضاً يجب التمييز فيما إذا كان الممون قد تحصل على تعهد مكتوب من طرف الموزع أم لا. فإذا حصل على ذلك التعهد المكتوب، فيمكن القول بأن أساس المسؤولية هنا هي مسؤولية تعاقدية تعود إلى الإخلال بتعهد المكتوب باعتباره هو الذي يثير قيام المسؤولية.

أما إذا لم يحصل الممون على التعهد المكتوب فمسؤولية الموزع تكون على أساس المسؤولية التقصيرية.

- يمكن للموزع أن يدفع عنه المسؤولية في حالة غياب التعهد المكتوب باستناده إلى عنصر الثقة الذي ينشأ بين الطرفين خلال المفاوضات والذي على أساسها قام الممون بإعلام الموزع بالمعلومات التي يملكها، فالإخلال بهذه الثقة هو الذي يترتب المسؤولية.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 86.

- إذا كانت تتعلق بالحالة التي يتم فيها الإفشاء بعد إبرام العقد ولا شك أن الموزع يكون هنا مسؤولاً على أساس الإخلال بعقد ذاته، وعليه فالمسؤولية هنا تكون على أساس المسؤولية التعاقدية⁽¹⁾.

وعليه فمسؤولية الأطراف يمكن أن تكون على أساس المسؤولية التقصيرية في الفترة ما قبل التعاقد، نتيجة إخلال بالتزام قانوني، أو أن تكون مسؤولية الأطراف مسؤولية تعاقدية تعود إلى عدم التزام أحد الأطراف المتعاقدة بالالتزام المتفق عليه عند تنفيذ العقد.

يشترط لقيام مسؤولية الأطراف توفر 03 أركان وتتمثل في كل من الخطأ الذي يصدر من أحد الأطراف والذي يؤدي إلى تقصير أو عدم الوفاء بالالتزام. أو الضرر الذي يصيب الطرف الآخر بسبب المماس بحق من حقوقه أو بمصلحته المشروعة. وأخيراً يتمثل في العلاقة السببية بين كل من الخطأ والضرر.⁽²⁾

بالرجوع إلى مضمون عقود التوزيع نجد بأنها تحتوي على عدة التزامات مختلفة ومتنوعة تقع على عاتق الأطراف فإذا تم الإخلال بها اعتبر مرتكبها مخلاً بالتزاماته وتحمل المسؤولية في أن واحد، ومثال ذلك أن يقوم الممون بنقل الشيء المبيع دون أن يكون مطابقاً للمواصفات التي تم الاتفاق عليها في العقد، كما يعتبر الموزع أيضاً مخلاً بالتزاماته إذا لم يتم بتنفيذ التزاماته كلياً أو جزئياً كأن يمتنع عن دفع الثمن المتفق عليه.

ويحق للطرف الذي لحقه الضرر مطالبة المخل بإحدى التزاماته بالتعويض عن الضرر الذي لحقته⁽³⁾ وهذا ما تطرقت إليه المادة 124 من التقنين المدني الجزائري: «كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير، يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض»⁽⁴⁾.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 87.

2- محمد حسين منصور، مصادر الالتزام، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000، ص 25.

3- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 88.

4- المادة 124 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

قد يرجع سبب عدم تنفيذ الالتزام لسبب خارج عن إرادة الطرف المخل، ولا يمكن توقعه كأن يصبح التنفيذ بالنسبة له مرهقا ولنفاذي فسخ العقد يرد الالتزام إلى حد معقول ومن ثم إعادة ملائمة العقد وإيجاد توازنه الاقتصادي من جديد⁽¹⁾، وهذا ما نصت عليه المادة 107/03 من التقنين المدني الجزائري: «...غير أنه إذا طرأت حوادث استثنائية عامة لم يكن في الوسع توقعها وترتب على حدوثها أن تنفيذ الالتزام التعاقدى، وإن لم يصبح مستحيلا، صار مرهقا للمدين بحيث يهدده بخسارة فادحة، جاز للقاضي تبعا للظروف وبعد مراعاة لمصلحة الطرفين أن يرد الالتزام المرهق إلى حد معقول، ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك».⁽²⁾

ولكن يجب الإشارة إلى أنه هناك أنظمة لم تأخذ بهذه النظرية وعلى رأسها فرنسا وبلجيكا التي ترفض مبدئيا إعادة توازن العقد وفق تغير الظروف وذلك على أساس مبدأ ثبات العقود الذي يترجم مبدأ العقد شريعة المتعاقدين.

كما قد يكون تنفيذ الالتزام الواقع على عاتق أحد الأطراف مستحيلا وعليه يعفى من تحمل المسؤولية، ويرجع ذلك لوجود قوة قاهرة أو حادث فجائي والتي تتطلب تحقيقها توفر بعض الشروط وتتمثل في:

- أن يكون غير ممكن التوقع، فإذا أمكن توقع الحادث ولو استحاله دفعه لا يمكن اعتباره قوة قاهرة أو حادث فجائي وعليه يجب أن يكون عدم توقع مطلقا لا نسبيا، وفي هذا الصدد نجد المادة 79/01 من اتفاقية فيينا اشترطت: «أن يكون العائق لم يكن من المتوقع بصورة معقولة، أن يأخذ العائق في الاعتبار وقت انعقاد العقد...».

- أن يكون غير ممكن الدفع، فإذا أمكن دفع الحادث حتى ولو استحاله توقعه لم يعد من القوة القاهرة وهو ما نصت عليه أيضا المادة 79 من نفس الاتفاقية بأنه: «...أن لا يكون بإمكانه تجنبه أو تجنب عواقبه أو التغلب عليه أو على عواقبه...»

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، نفس المرجع، ص 89-90.

2- المادة 107 من الأمر 58-75، نفس المرجع.

- أن يكون الحادث خارج عن إرادة المدين وهو ما نصت عليه المادة 01/79 من نفس الاتفاقية التي تشترط أن يكون العائق يعود إلى ظروف خارجة عن إرادة المدين، ولا يكون كذلك إذا كان المدين قد ارتكب خطأ من جانبه مثل عدم قيامه بطلب التراخيص اللازمة في بلده لتنفيذه التزامه مثل ترخيص الاستيراد والتصدير.⁽¹⁾

- يجب أن يترتب على الحادث استحالة تنفيذ الالتزام ليس للمضرور بالذات بل بالنسبة لأي شخص عادي يكون في موقف الضرر. ولا يكفي أن يكون من شأن الحادث أن يجعل تنفيذ الالتزام مرهقا أو صعبا أو مستحيلا، فكلما توفرت هذه الشروط نكون بصدد القوة القاهرة أو الحادث الفجائي التي تسمح بالطرف المستند عليها بالتدخل من المسؤولية ويعفى بذلك من التعويض طول فترة إمتداد الحادث⁽²⁾.

وتظهر آثار القوة القاهرة في انتفاء مسؤولية المضرور في حالة الاستحالة المطلقة لتنفيذ ورغبته في إنهاء العقد من جهة ومن جهة أخرى الأثر الأساسي يتمثل في النتائج السلبية التي يلحقها عدم تنفيذه المشروع، سواء بالنسبة للموزع الذي كرس إمكانيات ضخمة وكذلك بالنسبة للممون الذي يرى عرقلة مشاريعه.

ولعل ما يتبادر إلى الذهن من صور الخطأ الذي ينفي المسؤولية السببية هي مخالفة الموزع مثلا لتعليمات الممون، أو عدم قيامه بالإشعارات اللازمة، أو تخلف الممون بتسليم البضاعة بسبب عدم تمكنه من صنعها في الوقت المحدد...، وعليه فإذا كان فعل المضرور هو السبب الوحيد في إحداث الضرر فلا مسؤولية على أحد ولا مجال للبحث آنذاك عما إذا كان فعل المضرور خطأ أم لا، إذ يفرض إن فعل خطأ فإنه هو الذي ألحق الضرر بنفسه فلا تتحقق عندئذ مسؤوليته، ففي هذه الحالة يعفى المدين من تنفيذ الالتزام في كل ما يقابله من حقوق للطرف الآخر، فلا يجوز للطرف المضرور المطالبة بالتنفيذ العيني أو إعلان

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 92.

2- المرجع نفسه، ص 93.

الفسخ أو التعويض بل العكس يكون من حق الطرف الآخر المطالبة بالتعويض بسبب الامتناع عن تنفيذ الالتزامات المشار إليها، وفي هذا الصدد أو المعنى نصت المادة 80 من اتفاقية فيينا على أنه: «لا يجوز لأحد الطرفين أن يتمسك بعدم تنفيذ الطرف الآخر لالتزامه، في حدود ما يكون عدم التنفيذ بسبب فعل أو إهمال من جانب الطرف الأول»⁽¹⁾.

المطلب الثاني

انتهاء عقد التوزيع

هناك حالات أين ينقضي العقد قبل تنفيذه أو بعده، فقد ينتهي العقد لأسباب طبيعية بناء على إرادة الأطراف (فرع أول) وقد ينتهي بطريقة غير عادية إما بسبب إخلال أحد الأطراف لالتزامه أو بسبب خارج عن إرادته (فرع ثان).

الفرع الأول

الانقضاء الاتفاقي

ينتهي العقد بوصول الأجل المتفق عليه ويختلف إذا كان العقد محدد المدة أو غير محدد المدة (أولاً)، وقد ينتهي بسبب وفاة أحد أطراف العقد (ثانياً).

أولاً- الانقضاء بحلول الآجال

هنا يجب التمييز بين العقود المحددة المدة وغير المحددة المدة.

1- العقود المحددة المدة

لم يتضمن التشريع الفرنسي نصاً يحدد مدة العقود ومبدئياً تركوا تحديدها وتجديدها إلى حرية الأطراف المتعاقدة باعتبار أن العقد شريعة المتعاقدين، غير أنه لا يجوز لطرف إلغائه إلا بعد إخطار الطرف الآخر عن ذلك وعدم التعسف كذلك في استعمال هذا الحق.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 94.

ومن أجل وضع حد لبعض تصرفات المومنين الأمريكيين الذين يفرضون على الموزعين الفرنسيين المنظمين إلى شبكتهم القيام بتعهدات لهم بحصرية الشراء معناه أن يعاهدوهم بعدم الشراء إلا من عندهم وارتباطهم بهذا الشرط لمدة طويلة، فعمل التشريع الفرنسي بقانون 14 أكتوبر 1943 والذي تم نقله إلى المادة 1-330 L من التقنين التجاري الفرنسي الذي ينص على أن لا تتجاوز 10 سنوات العقود المتضمنة الشرط بالتموين الحصري، أما القانون الأوربي فيحاول في كل مرة تنظيم مدة العقد من أجل ضمان التوازن بين الأطراف المتعاقدة، فنجد مثلاً في ميدان التوزيع السيارات المدة الأقصى التي حددتها هي 5 سنوات في العقود المحددة المدة، فقانون 22 ديسمبر 1999 المتعلق بالإعفاءات العمودية لا يتضمن مدة أدنى، كما أنه نص على أنه إذا كان هناك تجديد للعقد والتي تتعدى 5 سنوات اعتبر العقد كأنه أبرم لمدة غير محددة⁽¹⁾.

لا يملك الموزع في هذه العقود حق تجديد العقد، إذا كان غير منصوص عليه مسبقاً وهكذا فالالتزام بالتجديد التلقائي يتأسس على اتفاق الأطراف، الذي يقيم نوعاً من التوازن بين مصلحة الموزع والممون، إذ يضمن هذا الأخير استمرار استغلال معارفه وتوزيع بضائعه في إقليم، مما يؤمن استمرار تدفق الأرباح بينما يضمن الموزع استمرار وجوده ونجاحه التجاري، وفي العقود المحددة المدة الذي نص فيها الطرفان على إمكانية تجديد يلتزم فيها الأطراف وغالباً ما يقوم الموزع بإرسال إشعار مسبق ب 3 أشهر للطرف الآخر لإبداء رغبته في التجديد وفي هذه الحالة لا يملك الممون حق الرفض، كما يمكن أن تتواصل العلاقة التعاقدية بين الطرفين، رغم عدم إدراج النص في العقد على شرط تجديد، وهكذا فالعقد المحدد المدة يجدد ثانية بنفس الشروط.

1- Malaurie-Vignal Marie, **droit de la distribution**, op.cit., p.104-107.

ولكن في حالة غياب هذا الشرط في العقد، فإن الممون مسموح له بفسخ العقد دون أن يكون مجبر باحترام إرسال إشعار مسبق، بما أن العقد منطقيا محدد المدة ولم يدرج فيه نص على التجديد.

استقر القضاء الفرنسي على إعطاء الممون حقا مطلقا في رفض بقاء الموزع ضمن شبكة وفقا لرؤية الممون ومصلحته مما يبرز من تراجع مصلحة الموزع لا لصالح المصلحة العامة للشبكة وإنما للمصلحة المنفردة للممون⁽¹⁾.

ففي حالة عدم قبول التجديد من طرف الممون ما هو مصير البضاعة المتبقية في حوزة الموزع في حالة عدم إدراج شرط باستعادتها من طرف الممون؟ مبدئيا الموزع هو الذي يتصرف في تلك البضاعة لكونه هو المالك لها غير أنه عند نهاية العقد يفقد الموزع حقه في استعمال اللافتة وعلامة الممون.

فإذا لم يدرج في العقد نص يحل الإشكال، فإن تقدير ذلك يرجع إلى القاضي. ترى المحاكم الفرنسية أن الممون غير مجبر على استعادة البضاعة، كما يمنع على الموزع توزيعها والا اعتبر مرتكبا لمنافسة غير مشروعة لمخالفته لبنود العقد. ولهذا كان من المستحسن أن يقوم الممون باسترجاع البضاعة التي تجعل الموزع في وضعية حرجة لصعوبة قيامه بتوزيعها خلال الفترة التي تمنح له بعد انقضاء العقد والمقدرة عموما ب 3 أشهر، فمن الصعب إيجاد حل يرضي الطرفين في حالة عدم إدراج نص لحل المشكل في العقد، كما أن القضاء لا يمكنه إجبار الممون على استعادة المخزون المتبقي لعدم وجود مبدأ أو سند يعتمد عليه⁽²⁾.ذ.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 110-111.

2- Collart Dutilleul François, Delebecque Philippe, **Contrats civils et commerciaux**, op. cit, p. 825-826.

2- العقود غير المحددة المدة

مبدئياً العقود غير المحددة المدة قابلة للفسخ في أي وقت بإرادة حرة لأحد الأطراف، إلا أن على أطراف الراغب في وضع حد للعلاقة التعاقدية الالتزام بإخطار الطرف الآخر برغبته في إنهاء العقد، وذلك بإرسال له إشعار مسبق مع احترام الأجل والطرق المخصصة لذلك.

ففي حالة إنهاء العقد من أحد الأطراف دون إخطاره مسبقاً فهذا الفعل أو السلوك يستوجب التعويض فإذا حدث ذلك من طرف الممون وجب عليه إصلاح الضرر الذي ألحقه بالموزع سواء تعلق الأمر بالجانب التجاري أو المادي أو المعنوي، لكونه مالك للبضاعة والمعرفة وعلى الموزع إثبات أن سبب تضرره يعود إلى الممون لكي يتحقق التعويض من طرف هذا الأخير.

أما إذا حصل ذلك من طرف الموزع فبإمكان الممون طلب تعويضات عما أصابه من ضرر بعد تقديم أدلة تدين الموزع، التي تثبت بأن الضرر الذي لحقه كان من فعل الموزع الذي يقوم بعرض وتوزيع منتوجاته وخدماته وتمثيله في المنطقة المعينة سابقاً، والإحاطة من قيمة العلامة والمنتوج والخدمة...⁽¹⁾

ثانياً - الوفاة والتصفية

ومن الأسباب التي تؤدي إلى انتهاء العقد هي الوفاة فإذا كان المتعاقد شخصاً طبيعياً فوفاته له تأثير سلبي على حسن سير العقد لكون أن العقد أبرم بالنظر إلى شخصيته فمن المنطقي بأن وفاته يؤدي إلى انقضاء العقد، لأن ذلك يؤثر على الاعتبار الشخصي الذي تقوم عليه عقود التوزيع.

غالباً ما يكون المتعاقد في عقود التوزيع شخصاً معنوياً، فوفاة أحد الشركاء أو الحجز عليه أو إعساره أو إفلاسه هذا يؤدي إلى عرقلة سريان العقد وذلك نتيجة التغير الذي يقع

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 112-113.

على التسيير والرقابة⁽¹⁾، وهذا يؤدي إلى انقضاء الشركة وانتهائها وفي هذا الصدد نجد المشرع الجزائري من خلال المادة 439 من التقنين المدني الجزائري ينص على أنه: «تنتهي الشركة بموت أحد الشركاء أو الحجز عليه أو إعساره أو إفلاسه. إلا أنه يجوز الاتفاق في حالة ما إذا مات أحد الشركاء أن تستمر الشركة مع ورثته ولو كانوا قصرا». (2)

أما قانون المجموعة الأوربية رفض انقضاء العقد لمجرد وفاة أحد الأطراف المتعاقدة حيث نص على أنه: «عقد التوزيع لا ينقضي إلا في حالة ما إذا لم يستطع خلف الموزع مواصلة النشاط أو غير مؤهلين لذلك»

وهذا يعني أن العقد في عقود التوزيع لا ينقضي إلا إذا صدر رفض من خلف الموزع الذي توفي بمواصلة النشاط أو عدم أهليتهم، فوفاة أحد الشركاء لا يؤدي إلى انقضاء العقد. وعليه فرض هؤلاء مواصلة النشاط يؤدي إلى إنهاء الشركة عن طريق تصفية لإنهاء العلاقة التعاقدية⁽³⁾.

الفرع الثاني

الانقضاء القانوني

إن إخلال أحد أطراف العقد بالتزاماته بإرادته دون إخطار الطرف الآخر يحق للغير أن يطالب بتنفيذ أو إنهاء العلاقة التعاقدية كعقاب لعدم احترامه لالتزاماته التعاقدية (أولا) أو قد ينقضي العقد لاستحالة تنفيذه لسبب أجنبي لا يد فيه للطرف المتعاقد أي أنه خارج عن إرادته (ثانيا).

1- Behar-Touchais Martine, Virassamy George, **les contrats de distribution**, op.cit, p.327.

2- المادة 439 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

3- Ferrier Didier, **Droit de la distribution**, op. cit, p. 104.

أولاً- الانقضاء عن طريق القضاء

في الحالة التي يخل أحد المتعاقدين بالتزاماته التعاقدية، يحق للمتعاقد الآخر الذي لحقه الضرر أن يرفع دعوى ضده بعد إعداره أمام القضاء للحكم إما بتنفيذ العقد أو فسخه وهذا ما أكدت عليه المادة 01/119 من النقتين المدني الجزائري على أنه: «في العقود الملزمة للجانبين.

إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه، جاز للمتعاقد الآخر بعد إعداره المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك...»⁽¹⁾.

أما بالنسبة لاتفاقية فينا للبيع الدولي للبضائع لعام 1980 يمكن للأطراف التصريح أو اللجوء إلى فسخ العقد سواء من جهة الممون أو الموزع، عندما يظهر أن عدم تنفيذ يشكل مخالفة أو خطأ أساسيا بالنسبة للعقد.

فانقضاء العقد قبل أجله يعتبر أمر خطيرا بحيث يمس العقد مباشرة كما يمس مصلحة أطرافه، خاصة الموزع طالب السلع والمعارف التي لا يملكها والذي يكون قد هيا أو أنفق أموالا ضخمة في هذا المشروع لاستقباله في محيطه الإنتاجي، ولتجنب أي خلاف يتعين على الأطراف عند التفاوض على بنود العقد، أن يكون فيه تحديد طرق وكيفيات الانقضاء بدقة ووضوح⁽²⁾.

ثانيا - الانقضاء بسبب القوة القاهرة

القوة القاهرة هي كل حادث خارج عن إرادة المتعاقد والحاصل دون توقعه وليس بإمكانه إدراكها أو إيقافها.

ينحل العقد وينقضي في كل الحالات التي لا يمكن فيها التنفيذ لسبب أجنبي لا يد للمدين فيه، معناه أن يكون تنفيذه مستحيلا فلا يمكن توقعه ولا مقاومته مما يؤدي إلى

1- المادة 119 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

2 - يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 113-114.

انقضاء العقد، وهذا ما أشارت إليه المادة 307 من التقنين المدني الجزائري على أنه: «ينقضي الالتزام إذا أثبت المدين أن الوفاء به أصبح مستحيلا عليه لسبب أجنبي عن إرادته»⁽¹⁾.

وأصبح النص على هذا الشرط (القوة القاهرة) في عقود التوزيع أمرا ضروريا، ضمانا من التغيرات والتقلبات الطبيعية (زلازل، فيضانات) وهي السياسة التي تعفى الملتزم من تنفيذ التزامه التعاقدي في حالة حدوثها وبالتالي انقضاء وانحلال العقد⁽²⁾.

فعلى من يقع تحمل تبعية هذا الانقضاء في حالة حدوث القوة القاهرة؟ يترتب على الاعتبار القانونية والتي تقوم عليها معظم العقود الملزمة لجانبين، أن الطرف الذي يستحيل عليه تنفيذ التزامه، نتيجة تدخل قوة قاهرة هو نفسه الذي يتحمل الخسارة الناجمة عن ذلك ما لم يكن نص في العقد يقضي بغير ذلك.

كما أن الطرف الذي استحال عليه التنفيذ لم يستطع القيام بما عليه من التزامات في مواجهة الطرف الآخر فإنه يكون من الناحية القانونية في مركز المدين والمتعاقد الآخر يكون في مركز الدائن، ومن ثم فالمنطق يقضي بأن تحمل تبعية الاستحالة وانقضاء العقد تبعا لها يقع على عاتق المدين لا الدائن فيكون هذا الأخير إذا لم يكن قد قدم الأداء الذي التزم به أن يحجم عن تقديمه وأن يعتبر نفسه في حل من العقد الذي كان يربطه بالمتعاقد الآخر، أما إذا كان قد قدم الأداء تنفيذا للالتزام الذي رتبته العقد المنحل فإنه يستطيع أن يطالب باسترداده إذا كان ممكنا.

وهكذا فانحلال العقد بسبب القوة القاهرة الذي تضمنته النظرية العامة والعقد خاصة الهدف منه هو حماية المتعاقد الدائن من الالتزامات التي تقع على عاتقه في مواجهة المدين.

1- المادة 307 من الأمر 75-58. مرجع سابق.

2- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 115-116.

كما انه ينبغي إبراز الفروق الموجودة في حالة انقضاء العقد عن طريق القضاء وانقضائه بسبب القوة القاهرة من حيث:

- أن الحكم يبين لنا أن لا حاجة إلى الحكم لإيقاع الانقضاء عندما يستحيل التنفيذ على أحد الأطراف بسبب تدخل القوة القاهرة، لأن انحلال العقد في مثل هذه الحالة يقع بحكم القانون، وإذا حدث أن قام نزاع بين طرفين، وأصدر القاضي حكماً يقضي بالانحلال فذلك ما هو إلا حكم كاشف للانقضاء الذي قد وضع من قبل، أما الانقضاء عن طريق القضاء فلا بد من إيقاع الحكم بحل الرابطة التعاقدية بعد إبداء أحد الأطراف رغبته في ذلك.
- الإعذار لا محل في مجال انقضاء العقد عن طريق القوة القاهرة إلى قيام الطرف المتضرر باتخاذ إجراءات الإعذار.
- طبقاً لنص المادتين 119 و 120 من التقنين المدني الجزائري يعود إعفاء الطرف المتضرر من الأعذار في حالة حدوث قوى القاهرة إلى أن التنفيذ لم يعد ممكناً، وبالتالي تنتهي الحكمة من مطالبة الطرف الآخر به.
- التعويض قد يتضرر أحد الأطراف في مجال الانقضاء من استحالة التنفيذ ومع ذلك فليس له الحق في المطالبة بالتعويض لأن السبب الذي أدى إلى عدم التنفيذ لا يرجع إلى تقصير الطرف الآخر⁽¹⁾.

1- يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مرجع سابق، ص 117.

خاتمة الفصل

نستنتج مما سبق بأنه لانعقاد عقد التوزيع صحيحا يتطلب أن تتوفر فيه أركانه العامة بالإضافة إلى أركانه الخاصة حتى يترتب آثاره القانوني ولا يكون قابلا للإبطال، وهذا ما يجعله يتميز عن غيره من العقود المشابهة له، بالإضافة انه يضع على عاتق كل من الموزع والمموم التزامات متنوعة ومختلفة وإخلال أحد الأطراف بها يستوجب قيام المسؤولية على الطرف المخل بها، وهذا ما يؤدي بالطرف المضرور إلى إنهاء العقد. إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ ناتج عن سبب اجنبي خارج عن إرادته.

كما أن عقد التوزيع يستوجب لانعقاده نفس الشروط المطلوبة في العقود التجارية الأخرى، ولإبرام هذا النوع من العقود يتم اللجوء إلى طلب عروض حتى يتمكن من اختيار المتعاقد معه والدخول للتفاوض معه حول بنود العقد.

كما أن طبيعة هذه العقود تفرض على المتعاقدين الاتفاق على بعض الشروط التي يجب أن يتضمنها العقد.

خاتمة

ومن خلال دراستنا لعقد التوزيع نستنتج بأنه عقد حديث النشأة وله عدة أنواع، جاء نتيجة لتطور العلمي والتكنولوجي، فهذا يسمح لنا بالقول بأنه عقد التوزيع قائم بذاته وذو طبيعة خاصة ويتمتع بخصائص تميزه عن غيره من العقود المشابهة له فيستوجب الاعتراف به كعقد قائم بذاته له أحكام خاصة به.

وعلى الرغم من أهمية الدور الذي تلعبه عقود التوزيع في تطوير الاقتصاد إلا أن المشرع الجزائري لم يعط أهمية كبيرة لهذا العقد، إلا أنه ذكر نوع واحد من أنواع هذه العقود وذلك بموجب المادة 10 من قانون المنافسة، وهو عقد الشراء الاستثنائي، ثم بعد التعديل الذي جرى للنص في سنة 2008 حظر كل عمل أو عقد يسمح للمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال قانون المنافسة، كما أنه نص على تطبيق قانون المنافسة على عقود التوزيع، وما عدا هذه الأحكام والأحكام المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 07-390 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة فلا وجود لأي أحكام قانونية خاصة ينظم فيها المشرع عقود التوزيع.

كما يعتبر عقد التوزيع من الناحية النظرية، عقد يحدد حقوق وواجبات كلا المتعاقدين وذلك من حيث أن الممون يلتزم بتموين الموزع بالمنتجات المتفق عليها وكذلك ضمان له الحصرية الإقليمية وذلك بعدم التموين موزعين آخرين بالمنتجات المتفق عليها في نفس الإقليم وكذلك امتناعه عن بيع المنتجات المتعاقد عليها مباشرة إلى الجمهور، ومن باب التزامات الموزع التزامه بدفع الثمن مقابل تسلمه للمنتجات والخدمات المتفق عليها، واحترامه للحصرية الإقليمية الممنوحة له، فهذه الالتزامات جعلت عقود التوزيع تتميز عن غيره من العقود المشابهة لها، كما أن إخلال أحد الأطراف بإحدى التزاماته التعاقدية ينتج المسؤولية على عاتق المخل بها، إلا إذا اثبت بأن الضرر الذي لحقه يعود لسبب أجنبي خارج عن إرادته، كما قد يؤدي أيضا إخلال أحد الأطراف بإحدى التزاماته إلى وضع حد للعقد.

في هذه العقود ينشأ الممون شبكة التوزيع تجمع بين موزعين مستقلين تهدف إلى تحقيق ثلاثة أغراض وهي :

1. تغطية اكبر حجم من السوق والوصول إلى استقطاب الزبائن الاحتمالين.
2. الحفاظ على مستوي معين في تحديد الأسعار من اجل ضمان نسبة ربح كافية.
3. فرض نوع معين من الخدمات أثناء البيع، للمحافظة على شهرة العلامة وجودة الخدمة والمنتوج.

كما يعتبر الممون مصدرا جيدا للحصول علي المعلومات التسويقية والمعارف والتقنيات والمنتجات المتطورة، والتدريب وتقديم المساعدات المالية ... التي تحتاج إليها بعض الدول وخاصة منها الدول النامية.

الموزع يساعد الممون في التغلب علي كثير من المشاكل التسويقية المرتبطة خاصة بالنواحي الثقافية والاجتماعية، وتزداد أهميته خاصة عندما تحتاج المنتجات التي يتم توزيعها أو بيعها إلى خدمات ما بعد البيع والصيانة ... هذا يعني أن الموزع يعتبر من اكثر منافذ التوزيع ملائمة في حالة السلع والخدمات ذات الجودة العالية والعلامة الرفيعة.

كما تهدف هذه العقود إلى تحقيق مصلحة وفوائد للمستهلكين، وهذه المصلحة لا تقاس بالنظر إلى الأسعار فقط التي يدفعها المستهلك، بل تقاس في مجال النوعية المضمونة، والنصائح الفعالة التي يقدمها المختصون أثناء عملية البيع، وفي خدمات ما بعد البيع والضمانات...

كما أن عملية تحديد ودفع الثمن، ومدة العقد وتجديده، وكيفية فسخه وإنهائه لا يطرح بنفس الطريقة في هذه العقود لكون الممون هو الذي يضبطها وينظمها دائما وعليه وان كان عقد التوزيع في اصله يسعى إلى تحقيق مصلحة طرفيه إلا أن شروطه تميل إلى تحقيق

مصلحة الممون علي حساب مصلحة الموزع، وذلك يرجع إلى نقص تأطير وضبط دقيق لعلاقتهم.

رغم أن العقد يخضع لإرادة المتعاقدين، فمن واجب المشرع الجزائري التدخل لسن قانون خاص بعقد التوزيع وجعل كل عقود الأعمال في قانون واحد، كما يستوجب عليه أيضا وضع نظام قانوني لعقد التوزيع خاصة من حيث الانعقاد والإنهاء لتفادي المشاكل العديدة التي قد تنشأ بين الأطراف وتخفيف العبء على القضاء من عدم الرجوع إلى القواعد العامة التي تحكم العقود كرجوعه إلى القانون التجاري أو القانون المدني.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية.

1- الكتب:

- 1- أبو السعود رمضان، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 2- بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي "في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي"، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- 3- توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية، دار المعارف، الإسكندرية، 1970.
- 4- ثامر ياسر البكري، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 5- حسنين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 6- سعد الله عمر، قانون التجارة الدولية "النظرة المعاصرة"، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 7- سلطان أنور، العقود المسماة "شرح عقدي لبيع والمقايضة"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 8- سى يوسف زاهية حرية، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

- 9- طالب حسن موسى، الموجز في قانون التجارة الدولية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
- 10- _____، قانون التجارة الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010 .
- 11- طه مصطفى كمال، العقود التجارية، دار الفكر الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 12- عباس العبودي، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني " البيع والإيجار"، الإسكندرية، 2005.
- 13- علي علي سليمان، النظرية العامة الالتزام، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
- 14- غلاب نعيمة، قنوات التوزيع "طلبة العلوم التجارية وعلوم التسيير"، دار الهدى، الجزائر، 2013.
- 15- كثر محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغداد، 2010.
- 16- محمد حسين منصور، مصادر الالتزام، الدار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000.
- 17- محمد سعيد عبد الفتاح، مداخل التسويق، دار المعارف، الإسكندرية، 1970.
- 18- هاني حامد الضمور، طرق التوزيع، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
- 19- وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا، "الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

20-ياسر سيد الحديدي، عقد الفرنشايز التجاري في ضوء التشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.

2- المذكرات الجامعية

أ-مذكرات الماجستير

21-بكر البشتاوي دعاء طارق، عقد الفرنشايز وأثاره، أطروحة الحصول على شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008.

22-بورقية قويدر، استخدام أساليب الكمية في ترشيد سياسات التوزيع والتخزين في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية، جامعة يحي فارس، لمدية، 2010.

23-جديد رباد، التزامات البائع في عقد التوزيع الدولي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2001.2002.

24-خواص جويده، الضمان القانوني للعيب الخفي وتخلف الصفة في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود والمسؤولية، معهد الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 1986.

- 25- زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.
- 26- عطار حمدان، التجارة الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2001-2002.
- 27- قايد ياسين، قانون المنافسة والأشخاص العمومية في الجزائر، رسالة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2000.
- 28- يعقوبى نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.

ب- مذكرة الماستر

- 29- زعموم فتيحة، خصوصية الفرانشيز في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

3-المقال

- 30- مختور دليلة، "الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 2، 2013، ص ص 510-535.

4. المداخلات

31. حميش يمينة، عقد الفرانكيز، الملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 16 و17 ماي 2012، ص115.

32. حوشين كمال، بغداش عبد الكريم، استراتيجية التوزيع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (PME) ، الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر يومي 20 و21 افريل 2004، ص9-10.

33. دوار جميلة، المبادئ العامة لعقد الفرانكيز في التشريعات الوضعية، الملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و17 ماي 2012، ص 100.

34. كنعان الأحمر، الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامة التجارية لأغراض عقود الترخيص، الندوة الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطور تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، دمشق، 11 و12 ماي، 2004، ص 04.

5. النصوص القانونية

ا. النصوص التشريعية

- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم،

الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz

- أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون التجاري، معدل ومتمم،

الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz

- أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر. عدد 09 لسنة 1995.

- أمر رقم 01-04 مؤرخ في 20 أوت 2001، المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية،

ج.ر. عدد 47 الصادر في 22 أوت 2001.

- أمر 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر. عدد 43 المعدل والمتمم بقانون 08-12 المعدل والمتمم بقانون 10-05 المتعلق بالمنافسة.

- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. عدد 41، معدل ومتمم بموجب 10-06.

- قانون 09-03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. عدد 15.

ب. النصوص التنظيمية

- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15/09/1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج. ر. عدد 40، الصادر سنة 1990.

- مرسوم تنفيذي رقم 390-07، مؤرخ في 12 ديسمبر 2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، ج. ر. عدد 78 صادر بتاريخ 12/12/2007
- مرسوم رئاسي رقم 236-10، مؤرخ في 7 أكتوبر 2010، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية، ج. ر. عدد 58 لسنة 2013.
- مرسوم تنفيذي رقم 314-200 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000 يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة، وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، ج. ر. عدد 61 لسنة 2000.

ثانيا بالغة الفرنسية

A. Ouvrages :

1. AUGUET Yvan, DORANDU Nicola, GOMY marc, ROBINE Sébastien, VALETTE ERCOLE Vanessa, **Droit de la consommation**, Ellipse, Paris, 2008.
2. BEHAR-TOUCHAIS martine, VIRASSAMY George, **Les contrat de la distribution**, DELTA, Paris, 1999.
3. BLAISE jean Bernard, **Droit des affaires « commerçants, concurrence, distribution »**, DELTA, Paris, 1999.
4. _____, **Droit des affaires « commerçant, concurrence, distribution »**, 3^{ème} édition, LGDJ, Paris, 2002.
5. COLART DUTILLEUL François, DELEBECQUE Philippe, **Contrats civiles et commerciaux**, 3^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1996.

6. FERRIER Didier, **Droit de la distribution**, 5^{ème} édition, LITEC, Paris, 2008.
7. HESS-FALLON Brigitte, Simon Anne-Marie, **Droit des affaires**, 17^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2007.
8. HUET Jérôme, **les principaux contrats spéciaux**, 2^{ème} édition, LGDJ, Paris, 2001.
9. LEGAISE Dominique, **Droit commercial et des affaires**, 18^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2009
10. _____, **Droit commercial et des affaires**, 19^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2011.
11. MALAURIE-VIGNAL marie, **Droit de la distribution**, Dalloz, Paris, 2006.
12. MANGUY Daniel, **Contrat spéciaux**, 7^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2010.

B. Thèse

- RIEBEN Laurent, **la validité des contrat de distribution sélective et exclusive en droit communautaires, américain et suisse de la concurrence**, thèse de doctorat, faculté de droit, l'université de Lausanne, 2000.

Règlements :

Règlement N°330-2010 du 20 avril 2010.

Site internet

- D. MAINGUY, **Les contrats de distribution**, Montpellier, 2013, sur le site : <http://ddata.over-blog.com>

فهرس المواضيع

1مقدمة

الفصل الأول

الطبيعة القانونية لعقود التوزيع

7المبحث الأول: مفهوم عقد التوزيع

7المطلب الأول: التعريف بعقد التوزيع

7الفرع الأول: تعريف عقد التوزيع

7أولاً- التعريف اللغوي لعقد التوزيع

8ثانياً: التعريف الفقهي لعقد التوزيع

9ثالثاً- التعريف القانوني لعقد التوزيع

12الفرع الثاني: 12 صور عقود التوزيع

12أولاً- عقد الامتياز التجاري الحصري

14ثانياً- عقد التوزيع الانتقائي

16المطلب الثاني: التكيف القانوني لعقد التوزيع

16الفرع الأول: خصائص عقد التوزيع

16أولاً- عقد التوزيع عقد مدني

17ثانياً- عقد التوزيع عقد تجاري

17ثالثاً- عقد التوزيع من عقود الإذعان

18رابعاً- عقد التوزيع من عقود الأعمال

18خامساً- عقد التوزيع يقوم على الاعتبار الشخصي

20الفرع الثاني: تمييز عقد التوزيع عن بعض العقود للمثابة له

أولاً- تمييز عقد التوزيع عن عقد البيع.....	20
ثانياً- تمييز عقد التوزيع عن عقد الوكالة التجارية.....	21
ثالثاً- تمييز عقد التوزيع عن عقد الفرانشيز.....	22
رابعاً- تمييز عقد التوزيع عن عقد الترخيص.....	24
المبحث الثاني: تنظيم عقود التوزيع.....	26
المطلب الأول: غياب نصوص خاصة لتنظيم عقود التوزيع.....	26
الفرع الأول: تنظيم المشرع الجزائري لعقود التوزيع.....	26
الفرع الثاني: تنظيم التشريع الفرنسي والأوروبي لعقود التوزيع.....	29
أولاً- تنظيم المشرع الفرنسي لعقد التوزيع.....	29
ثانياً- تنظيم التشريع الأوروبي لعقد التوزيع.....	33
المطلب الثاني: تعدد النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع.....	37
الفرع الأول: تطبيق قانون المنافسة على عقود التوزيع.....	38
الفرع الثاني: تطبيق كل من قانوني الاستهلاك والممارسات التجارية على عقود التوزيع.....	45

الفصل الثاني

الأحكام القانونية لعقد التوزيع

المبحث الأول: إبرام عقد التوزيع.....	56
المطلب الأول: أركان عقد التوزيع.....	56
الفرع الأول: أطراف عقد التوزيع.....	56
أولاً- الممون.....	57
ثانياً- الموزع.....	58
ثالثاً- المستهلك.....	60

61	الفرع الثاني: أركان العقد
61	أولاً- الأركان العامة لعقد التوزيع:
64	ثانياً- الأركان الخاصة لعقد التوزيع
66	المطلب الثاني: مبادئ عامة حول صياغة عقود التوزيع
67	الفرع الأول: طرق إبرام عقد التوزيع
70	الفرع الثاني: شروط إبرام عقد التوزيع
72	المبحث الثاني: تنفيذ عقد التوزيع
72	المطلب الأول: آثار عقد التوزيع
73	الفرع الأول: التزامات أطراف العقد
81	الفرع الثاني: مسؤولية أطراف العقد
86	المطلب الثاني: انتهاء عقد التوزيع
86	الفرع الأول: الانقضاء الاتفاقي
86	أولاً- الانقضاء بحلول الآجال
89	ثانياً- الوفاة والتصفية
90	الفرع الثاني: الإنقضاء القانوني
91	أولاً- الانقضاء عن طريق القضاء
91	ثانياً- الانقضاء بسبب القوة القاهرة
95	خاتمة
99	قائمة المراجع
108	فهرس المواضيع