



جامعة آكلي محند اولحاج- البويرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

النظام القانوني لعقود التوزيع في الجزائر

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق
تخصص: قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:
د/آيت بن اعمر صونيا

إعداد الطالب:
-حدوش أنيس

لجنة المناقشة:

د. رحمانى حسيبة.....رئيسا
د.آيت بن اعمر صونيا.....مشرفا و مقرا
د. نهي محمد.....ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرّفان

أحمد الله تعالى الذي وفقني لإنجاز هذه المذكرة وهداني سبل التوفيق لإتمام هذا العمل المتواضع، فهو الذي يجعل علمنا خالصا لوجهه الكريم لقوله تعالى

" ولئن شكرتم لأزيدنكم "

كل الشكر والعرّفان موصول للأستاذة د/أيت بن أعمار صونية التي أرشدتني

ووجهتني لإخراج هذا العمل

كما يسرنا أن نرسل أسمى عبارات الشكر والإمتنان لأعضاء لجنة المناقشة

الذين قبلوا مناقشة هذا العمل

والشكر موصول أيضا إلى خالتي نبيلة التي ساعدتني وسهرت على نجاحي

طوال مساري الجامعي.

أنيس

إهداء

إلى منبع الحنان الذي لا ينضب، إلى التي حملتني وهن على وهن وإلى التي

سهرت الليالي لطيب نومي، إلى التي قامت من أجلي، إلى "أمي الغالية"

حفظها الله، إليك أهدي ثمرة جهدي

إلى سندي في الحياة، وإلى التي تقاسمت معها الحياة، إلى أختي الوحيدة "لميس"

إلى رمز الحب والوفاء "جدي وجدتي" حفظهما الله وأطال في عمرهما

إلى أخي الذي لم تله أمي "محمد"

إلى كل أحوالي وخالاتي كل بإسمه وإلى كل أبنائهم صغيرا وكبيرا

إلى أعز الأصدقاء وكل الزملاء

إلى أبناء حيي الذي كبرت وترعرعت فيه "140 الجديدة"

إليكم جميعا أهدي هذا العمل

أنيس

مقدمة

شهدت الجزائر في الفترة الراهنة تغيرات إقتصادية جذرية أدت إلى التوجه نحو اعتماد نظام إقتصاد السوق، وتماشيا مع هذه التحولات التي شهدتها الجزائر ظهر ما يسمى بعقود الأعمال، حيث تحتل هذه العقود في وقتنا الراهن موقعا مهما في النشاط الإقتصادي للجزائر، كونها وسيلة أساسية لتبادل الثروات والخدمات، وهذه العقود متعددة من بينها عقود التوزيع.

ظهرت عملية التوزيع بشكل عام منذ سنة 1850 أين تطورت وظيفة التوزيع تماشيا مع ما يسمى بالثورة الصناعية، والتي ظهرت بعدها مباشرة خلال القرن 19 و20،¹ وقد شهدت عملية التوزيع تطورا مباشرا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث ظهرت أول محلات لحرية الخدمة خلال سنة 1948، كما تضاعفت المؤسسات في التواجد ونتج عن ذلك التقدم الحقيقي في المجال الاقتصادي بإزدياد الطاقة الإنتاجية فأصبح هناك فائض في السلع.²

تعتبر عقود التوزيع عقود حديثة في عالم الأعمال، وهذا نظرا للمكانة التي تحتلها هذه العقود في إستعمال التكنولوجيا الحديثة من أجل المساهمة في التنمية الاقتصادية للجزائر، كما يعد وسيلة لتطوير اليد العاملة الوطنية، مما يساهم في رفع كفاءة القوى البشرية.

تقوم فكرة عقود التوزيع على التطور والنمو من أجل أن تتواجد في الأسواق، حيث تعد عصب تنشيط الحياة الاقتصادية، وهذا نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في تلبية إحتياجات المستهلكين من توفير السلع والخدمات في الأوقات والأماكن المناسبة.

تحظى عقود التوزيع بأهمية بالغة في السوق حيث تعد الركيزة الأساسية للسوق الجزائرية، وتعمل على تسويق السلع والخدمات وإيصالها إلى المنتفعين منها بطريقة عصرية، كما تهدف

¹ _خواص نصيرة، خصوصية عقد التوزيع، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر_1_، 2017، ص 2.

² _بن زيدان زويينة، عقود التوزيع في إطار قانون المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر_1_، 2017، ص 1.

إلى توفير فرص عمل عديدة تحقيقا للربح، كما يعمل عقد التوزيع على إرضاء المستهلك بإعتباره يلبي حاجياته ويقوم على إيصال السلعة إليه في أحسن الظروف وبأقل تكلفة.

يعد عقد التوزيع وسيلة من الوسائل الناجحة لنقل السلع والمنتجات بأسلوب يحقق أهداف المستهلكين مما يعود بالنفع على أطرافه، فعقد التوزيع من العقود المستحدثة، لذلك يخص إهتمام القانون المعاصر نظرا لموقعه الاقتصادي، كما يعتبر أسلوب للتعاقد، وهذا رغم سكوت المشرع الجزائري عن تبيان أحكامه.

تتم عملية التوزيع بالإعتماد على وسيط من أجل إتمامها، ويتمثل هذا الوسيط في الموزع، وطموحه الأساسي من وراء هذا العقد هو إيصال المنتج إلى أيادي المستهلكين بالشكل الذي يرغبون فيه، فالمنتج المعروض للإستهلاك لا بد أن يلبي الرغبات المشروعة للمستهلك الشخصية، لهذا يتطلب في العقد أن تكون السلعة مشروعة وغير مغشوشة.

ولعل الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار هذا الموضوع تكمن في:

_أسباب شخصية:

_ الميول إلى البحث والدراسة في مجال القانون الجزائري

_ الميول إلى الدراسة والبحث في مجال عقود الأعمال بصفة عامة وعقود التوزيع بصفة خاصة

_ الرغبة في التعرف على موضوع عقد التوزيع بإعتباره عقد حديث يفرض نفسه في الوقت الراهن

_ الرغبة في تحقيق التميز في مجال البحث العلمي

_ الرغبة في تطوير الخبرة في المهارة في مجال التوزيع

أسباب موضوعية:

_ محاولة تقديم نظرة قانونية لهذا العقد المعاصر ليستفيد منها رجال القانون

_ تميز موضوع عقد التوزيع بالديناميكية

_ موضوع عقد التوزيع يعتبر كبوابة للسوق لذلك إرتأينا إلى دراسته

تعد الجزائر من البلدان التي إهتمت بفكرة عقود التوزيع ولكن في الجانب العملي دون الجانب القانوني، وهذا ما دفعنا إلى البحث عن: **مدى فعالية التأطير القانوني لعقود التوزيع؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية المطروحة تم الإعتماد في دراسة هذا الموضوع على المنهج الإستقرائي للنصوص القانونية المتعلقة بمجال البحث والتعليق عليها، وقصد الإلمام والإحاطة بكافة جوانب هذا الموضوع، إرتأينا إلى التطرق في البداية إلى الإطار المفاهيمي لعقد التوزيع بغرض تبيان أهم المفاهيم التي يحيط بها هذا النوع من العقود (الفصل الأول)، ثم تكتمل الدراسة بالتطرق إلى الإطار التنظيمي لعقود التوزيع (الفصل الثاني).

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لعقود التوزيع

لقد بات مفهوم عقد التوزيع من بين المفاهيم الأكثر تداولاً في الجزائر تجارياً وإقتصادياً، وهو ما يرجح رغبة الدولة في التوجه نحو ترقية هذا النوع من العقود، حيث أصبح مصطلح التوزيع الأكثر شيوعاً في السنوات الأخيرة، وهو مصطلح متوافق مع التغيير الإقتصادي والعولمة، ولكن لا يزال هناك نوعاً من الغموض حول مفهومه بإعتبار أنه لا يحتوي على مفهوم موحد وجامع له، بالرغم من هذا إعتدت الجزائر كغيرها من الدول العربية على هذا العقد كنتيجة حتمية للنظام الإقتصادي الحر، بإعتباره من التنظيمات الحديثة التي تعاضمت نطاق الأعمال.

وعليه فإن الخوض في دراسة وتحليل المفاهيم المتعلقة بعقد التوزيع، من تعريفاته وتقسيماته، يستدعي منا بداية التحديد الكافي لمفهوم هذا العقد، وتحديد المفاهيم التي تنطوي عليه كمنطلق أساسي ونظري، من أجل التعمق فيما بعد في دراسة الموضوع من الناحية القانونية، وذلك بالتطرق إلى مفهوم عقد التوزيع (المبحث الأول).

كما أن هذا العقد يتفرع إلى عدة أنواع منها ما يشكل أصناف عقد التوزيع، ومنها ما يشكل قنوات التوزيع التي تعد من العناصر التي تساعد على إتمام عملية التوزيع بإتاحة المنتج للإستهلاك وتوفيره على أكمل وجه، لذلك ينبغي علينا التعرض إلى أنواع عقد التوزيع (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم عقد التوزيع

يعتبر عقد التوزيع آلية عملية ميدانية تعمل على إيصال السلع والخدمات المنقولة للمستهلكين في مختلف الأماكن والنقاط، ونظرا للدور الفعال الذي يلعبه عقد التوزيع في السوق أصبح بمثابة حلقة وصل بين المنتج والمستهلك، كما يعد عقد التوزيع من بين النماذج البارزة في عقود الأعمال لذلك من البديهي البحث عن تعريفه سواء من الناحية الفقهية أو من الناحية القانونية(المطلب الأول)، إلى جانب هذا يتعين علينا إبراز الخصائص التي يتمتع بها عقد التوزيع سواء تلك التي يشترك فيها مع كافة العقود الإقتصادية أو تلك التي تميزه عن غيره من العقود الإقتصادية الأخرى (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التعريف بعقد التوزيع

لقد أصبح الإهتمام بعقد التوزيع أمرا ضروريا لما له من أهمية كبيرة في تطوير الإقتصاد الوطني الجزائري، حيث يساهم في تحقيق التنمية الإقتصادية وهذا نظرا لمساهمة في الدخل الوطني وخلق القيمة المضافة، إلى جانب الدور الذي تلعبه عقود التوزيع في حماية الأسواق وتجديدها، وقد أثار عقد التوزيع إهتمام رجال الإقتصاد والقانون لذا تباينت التعاريف الفقهية بشأنه (الفرع الأول)، كما حاول هؤلاء القانونيين إيجاد إطار قانوني ملائم لعقد التوزيع في مختلف التشريعات الجزائرية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي لعقد التوزيع

عقد التوزيع هو عقد الوساطة التجارية التي تجمع بين المنتج والمستهلك في الدورة التجارية، وقد تباينت المفاهيم الفقهية التي تحيط بهذا العقد، لهذا تعذر الفقهاء للوصول إلى تعريف جامع له.

يمكن وصف عقد التوزيع على أنه: "تجمع للأفراد أو المؤسسات من أجل إيصال السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى مصادر إستهلاكها"، كما يعرف على أنه: "الطريق الذي تسلكه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي".¹

عقد التوزيع هو عقد إطار أي أنه عقد يتعهد بموجبه شخص يسمى المنتج مع شخص آخر يسمى الموزع من أجل تزويد هذا الأخير بالمنتجات المتفق عليها في الإقليم المتفق عليه بغرض تسويق السلع وزيادة حجم المبيعات، كما أن الموزع يسهر على تسويق السلع والخدمات مستفيداً بذلك من خبرة الممون وذلك تحت رقابته.²

ويمكن أيضاً تعريف عقد التوزيع على أنه: "الإتفاق الذي يتم بين طرفين يسمى أحدهما المورد أو المنتج والذي يقوم بمنح الطرف الثاني وهو الموزع الحق في توزيع منتجاته من سلع وخدمات داخل منطقة جغرافية معينة".³

أما البعض الآخر فقد عرفه على أنه: "ذلك الإتفاق الذي يقوم بمقتضاه تاجر يطلق عليه اسم الموزع بوضع شركته المتخصصة في خدمة تاجر أو صانع يطلق عليه اسم المنتج أو

1 - على فلاح الزغبى، إدارة التوزيع، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 22ص23.

2 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص13ص14.

3 - المرجع نفسه، ص13.

المورد، وذلك لكي يتولى خلال مدة معينة وتحت رقابة المنتج أو المورد تحويل منتجاته التي تم تخويله الحق في إعادة بيعها".¹

بصفة عامة فعقد التوزيع هو عملية نقل السلع مباشرة بعد إكمالها من عملية الإنتاج إلى المخزن ثم توجيهها إلى المستهلك المباشر أو الوسيط، وقيل أيضا أنه وظيفة إقتصادية وسيطة بين مرحلتي الإنتاج والإستهلاك تعمل على وضع المنتج تحت تصرف المستهلك خلال فترة زمنية ومكانية ملائمة لطلبه.²

إن التعريف الشائع لعقد التوزيع هو ذلك التعريف الذي وضعه "كوتلر kotler" والذي يتضمن مفهوما تقليديا لعقد التوزيع، يقوم على أساس أن التوزيع هو نشاط إنساني يستهدف تسهيل عملية التبادل سواء لصفقة واحدة أو من أجل إجراء عمليات تبادل مختلفة، أي أنه يختلف عن الأنشطة الأخرى المتمثلة في كل من الإنتاج والإستهلاك، ويشمل هذا التبادل كل من السلع والخدمات، كما أن المبادرة في عملية التبادل قد تصدر من البائع عندما ينزل إلى الأسواق باحثا عن مشتريين للسلعة أو من المشتري الذي ينزل إلى السوق بحثا عن السلعة.³ وبما أنه يوجد تعريف تقليدي لعقد التوزيع فمن البديهي أن يشمل أيضا على تعريف حديث أطلقه عليه "كوتلر kotler"، فالتوزيع هو: "العمل الإداري الخاص بالتخطيط الإستراتيجي لجهود الشركة وتوجيهها والرقابة على إستخدامها في برامج تستهدف الربح للمنظمة وإشباع حاجات المستهلكين ذلك العمل الذي يتضمن توحيد كل أنشطة المنظمة في نظام عمل موحد".⁴

¹ - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 13.

² - بعداش عبد الكريم، حوشين كمال، "إستراتيجية التوزيع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسات التسويقية، المنعقد بكلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر، يومي 20-21 أبريل 2004، ص 9ص10.

³ - علي فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص 24.

⁴ - علي فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص 25.

يعتبر عقد التوزيع في نظر الأستاذ " BLAIS (jean Bernard) " بأنه عملية أو وسيلة تعمل على نقل المنتجات إلى المستهلك النهائي بغرض إستجابة العرض للطلب في أحسن ظروف الفعالية الاقتصادية.¹

كما قدم له الأستاذ " VIGNY " تعريفا شاملا حيث: إعتبر عقد التوزيع كعملية مادية أو تجارية أو قانونية، تتحقق بإتباع مراحل معينة من أجل إيصال المنتجات إلى أيادي المستهلكين في الأوقات والأماكن والتشكيلة والكمية والخدمة المناسبة.²

كما عرفه "فيليب كوتلر" بأنه: منبع خارجي يدخل المؤسسة بواسطة المدخلات الأخرى كالتصنيع والبحث، ويتغير هذا المورد بطريقة غير بسيطة كما يستغرق بناءه عدة سنوات هذا من جهة، ومن جهة أخرى يحظى هذا النظام بأهمية بالغة حيث يصنف مع الموارد الداخلية الأساسية في المرافق الهندسية والإنتاجية التي تشمل على مجموعة من السياسات التي تؤلف النظام الأساسي الذي يتم عليه بناء مجموعة واسعة من العلاقات طويلة الأجل.³

الفرع الثاني

التعريف القانوني لعقد التوزيع

لقد أغفلت قوانين عدة دول من أفراد عقد التوزيع بأحكام مستقلة، من بين هذه القوانين القانون الجزائري، حيث نجد أن المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا مباشرا لهذا العقد لكنه نص عليه بموجب عدة نصوص قانونية منها القانون التجاري (أولا)، قانون المنافسة(ثانيا)، القانون المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش(ثالثا)، القانون المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش(رابعا).

¹ - جلوب زكية، زنون حكيمة، النظام القانوني لعقد التوزيع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 8.

² - المرجع نفسه، ص8.

³ - بولحبال محمد الأمين، دور التوزيع في تنافسية المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر_3_، 2009، ص3ص4.

أولاً- عقد التوزيع في منظور القانون التجاري:

لقد إعتبر المشرع الجزائري عقد التوزيع في منظور القانون التجاري عملا تجاريا بحسب الموضوع، وطبقا للمادة 2 منه يعد كل شراء للمنقولات لإعادة بيعها أو بعد تحويلها وشغلها عملا تجاريا بحسب الموضوع.¹

لقد إستعمل المشرع الجزائري في هذه المادة مصطلح "البيع والشراء" للتعبير على عقد التوزيع، فالمشرع في هذه المادة قد عرف عقد التوزيع بطريقة غير مباشرة أين كيف عقد التوزيع على أنه عقد بيع وشراء طويل المدى.²

ثانياً- عقد التوزيع في منظور قانون المنافسة:

طبقا للمادة 2 من قانون المنافسة يطبق هذا الأخير على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يقوم بها الأشخاص العموميون عندما لا تندرج في إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة وأداء المرفق العام.³

يفهم من خلال هذه المادة أن عملية التوزيع هي عملية تتوسط الإنتاج والاستهلاك النهائي، ولقد إعتبر المشرع الجزائري بموجب قانون المنافسة عقود التوزيع من الإتفاقيات المحظورة بإعتبارها تشكل عائقا على المنافسة الحرة وتعرقل حركة الأعوان الإقتصادييين المتنافسين في السوق.⁴

¹ - المادة 2 من الأمر رقم 75_59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، ج.ر.ج. عدد 101 الصادر بتاريخ 19 ديسمبر 1975 (معدل ومتمم)، التي تنص على أنه: "يعد عملا تجاريا بحسب الموضوع كل شراء للمنقولات لإعادة بيعها بعد تحويلها وشغلها...".

² - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 10.

³ - المادة 2 من الأمر رقم 03_03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 49 الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003 (معدل ومتمم).

⁴ - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015، ص8.

والسبب الرئيسي الذي أدى إلى إعتبار عقود التوزيع من الممارسات المخلة بالمنافسة، هو طبيعة العلاقة التي تربط بين متعاملها الإقتصاديين والتي تجمع بين أعوان إقتصاديين من مستويين مختلفين يشمل الأول مستوى الإنتاج والآخر مستوى التوزيع، وهذا ما أدى الى اعتبارهم تجار غير متنافسين مما أدى إلى إبعاد فئة كبيرة من منافع المنافسة وهذا ما يتعارض مع المنافسة الحرة والنزيهة، التي تقوم على أساس تموين كل موزع تقدم الى الممون بطلب الشراء، بالرغم من هذا سمحت مختلف القوانين بإبرام عقود التوزيع بالرغم من كونها مخلة بقوانين المنافسة.¹

ثالثا_ عقد التوزيع في منظور القانون المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش:

إعتبرت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش أن المنتج هو عبارة عن شيء مادي قد يكون موضوع لمعاملات تجارية.²

نلاحظ من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري ربط نشاط التوزيع بالإنتاج، حيث حصر مفهوم المنتج في المنقولات دون العقارات كون هذه الأخيرة ثابتة ومستقرة.

رابعا_ عقد التوزيع في منظور قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

كيفت المادة 3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009 التوزيع على أنه عملية وضع المنتج، وهو مجموع مراحل الإنتاج والإستيراد والتخزين والنقل والتوزيع.³

1 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 8.

2 - مرسوم تنفيذي رقم 99_39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج عدد 5 الصادر بتاريخ 30 جانفي 1990 (معدل ومتمم).

3 - المادة 2 من القانون رقم 09_03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج عدد 15 صادر بتاريخ 25 فيفري 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18_09 مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج عدد 35، الصادر بتاريخ 13 يونيو 2018 التي تنص على أنه: "عملية وضع المنتج للإستهلاك: مجموع مراحل الإنتاج والإستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة".

نستخلص من مضمون هذه المادة أن المشرع الجزائري قد عبر عن عملية التوزيع بعبارة وضع المنتج للإستهلاك.

المطلب الثاني

مميزات عقد التوزيع

يتمتع عقد التوزيع مثله مثل سائر العقود الأخرى بعدة خصائص، منها ما يشترك فيها مع باقي العقود المشابهة له والتي يمكن إعتبارها مميزات عامة يتمتع بها عقد التوزيع بحد ذاته، كما تتمتع بها بقية العقود الأخرى (الفرع الأول)، ومن جهة أخرى قد يتمتع عقد التوزيع بمميزات ينفرد بها عن غيره من العقود المشابهة له مما يجعله عقد من طبيعة خاصة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المميزات العامة لعقد التوزيع

يمكن إعتبارها خصائص عامة تمتلكها معظم العقود الإقتصادية، بمعنى آخر هذه المميزات يشترك فيها عقد التوزيع مع سائر العقود الأخرى، حيث يتمتع هذا العقد بخاصية الرضائية (أولاً)، كما يمكن أن يكون عقد زمني (ثانياً)، وأيضاً عقد معاوضة (ثالثاً).

أولاً_ عقد التوزيع عقد رضائي:

يمكن القول بأن عقد التوزيع عقد رضائي بالنظر إلى طريقة إنعقاده، حيث ينعقد بمجرد تطابق الإيجاب والقبول لطرفيه بمعنى أنه لا يمكن البدء في عملية التوزيع إلا بعد الحصول على

موافقة الطرفين، إذن فهذا العقد يبرم بين طرفيه حال توافق إرادة الأطراف دون الحاجة إلى أي إجراء شكلي أو عيني آخر.¹

وتجدر الإشارة أن الصفة الرضائية لعقد التوزيع لن تنتفي في حالة ما إذا كان الإتفاق بين الطرفين قد انصب بشكل مكتوب في صيغة معينة.²

ثانياً_ عقد التوزيع عقد زمني:

العقد الزمني أو ما يسمى بالعقود المستمرة، هي تلك العقود التي يعتبر عنصر الزمن فيها من العناصر الجوهرية، وهذه الصفة هي التي تضي طابع الإستمرارية على هذا العقد، فعقد التوزيع يتنافى مع وصف العقد فوري التنفيذ، حيث يبرم العقد بين المنتج والموزع وتتراخى آثار تنفيذه إلى فترة معينة سواء كانت طويلة أم قصيرة أين يلتزم المنتج بتزويد الموزع بمنتجاته ليقوم هذا الأخير بتسويقها وتوزيعها في السوق.³

ثالثاً_ عقد التوزيع عقد معاوضة:

عقود المعاوضة هي تلك العقود التي يأخذ فيها كل المتعاقدين مقابلاً لما أعطاه، مثل عقد البيع حيث يأخذ البائع مقابلاً لما يعطيه، أما المشتري فيأخذ الشيء المبيع.⁴

1 - سلام منعم مشعل، "عقد توزيع المنتجات"، مجلة كلية الحقوق جامعة النهرين"، المجلد 14، العدد4، 2012، ص 8.

2 - سلام منعم مشعل، مرجع سابق، ص 8.

3 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مكانة عقود التوزيع في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2023، ص 10.

4 - لونيس حنان، خميسي كنزة، عقد الفرشيز كآلية للاستثمار، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022، ص 21.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى عقد العوض بموجب المادة 58 من التقنين المدني الجزائري أين إعتبره بمثابة إلتزام متبادل بين الطرفين، أين يلتزم كل واحد منهما بإعطاء أو فعل شيء ما للطرف الآخر.¹

وهذا واقع الحال في عقد التوزيع بإعتبار أن المنتج يحصل على مقابل ما ينقله إلى الموزع بشرط إلتزام هذا الأخير بدفع إلتزاماته المالية ثمنا للسلع التي تحصل عليها والتي سوف يقوم بإعادة بيعها.²

الفرع الثاني

المميزات الخاصة لعقد التوزيع

يتمتع عقد التوزيع بعدة خصائص تميزه عن غيره من العقود الإقتصادية الأخرى، وما يجعله عقد من طبيعة خاصة هو كونه عقد من عقود الأعمال، وهذه الخاصية هي الخاصية الأساسية التي ينفرد بها عقد التوزيع، كما أنه عقد يقوم على الإعتبار الشخصي (أولا)، وهو أيضا عقد إطار (ثانيا)، ويعتبر عقد من العقود المسماة (ثالثا)، وهو عقد محدد (رابعا)، ومن جهة أخرى عقد إذعان (خامسا).

أولا_ عقد التوزيع يقوم على الاعتبار الشخصي:

تحتل شخصية الموزع في عقد التوزيع مكانة مهمة حيث تمثل محل إعتبار عند المنتج، فغالبا ما يكون ميدان عقد التوزيع هو ميدان التجارة، فمن الطبيعي أن يقوم على الثقة والإئتمان بين المتعاملين الإقتصاديين، والهدف من منح عقد التوزيع هذه الخاصية هو تلك الضمانة التي

¹ - المادة 58 من الأمر رقم 75_ 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. عدد 78، صادر في 24 سبتمبر 1975 (معدل ومتمم) التي تنص على ما يلي:
"العقد العوض هو الذي يلتزم كل واحد من الطرفين إعطاء أو فعل شيء ما".

² - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 30.

يتحصل عليها المنتج من توزيع منتجاته والتي تجعله يحصل على أكبر قدر ممكن من الزبائن من جهة، ومن جهة أخرى حماية لسمعة المنتج من أي شبّهات، فالمنتج يضع ثقة منتجاته في الموزع الذي يجب عليه أن يحمي السمعة التجارية للمنتج.¹

ثانياً _ عقد التوزيع عقد إطار:

يعتبر عقد التوزيع عقد مركب، وهذا نظرا للمعاملات والعلاقات العديدة التي يحويها عند تنفيذه والتي تتعلق به، كما أن شروطه تنسحب إلى العقود المنفذة له، فعقد التوزيع هو عقد ذو طبيعة مركبة ومختلطة لهذا تطبق عليه أحكام العقود التي امتزجت فيه تحقيقا للمصلحة المشتركة لأعضاء شبكة التوزيع.²

ثالثاً _ عقد التوزيع من العقود غير المسماة:

العقد غير المسمى هو ذلك العقد الذي لم يتولى المشرع تنظيمه، إذ تخضع أحكامه للنظرية العامة للعقد، بمعنى أن العقود غير المسماة هي تلك العقود التي لم يضع لها المشرع إسما معيناً ولم يضع لها أحكاماً خاصة تنظمها، ولو كان لها اسم معروف في الحياة العملية، ومن ثم تخضع في تكوينها وما يترتب عليها من آثار للقواعد العامة المقررة لجميع العقود.³

يوصف عقد التوزيع بخاصية العقود غير المسماة نظراً لعدم تطرق المشرع الجزائري إليه بشكل مباشر، بمعنى لم يتناوله المشرع بالتفصيل وهذا ما جعله يخضع للقواعد العامة في نظرية العقد، وتعبير آخر يعتبر عقد التوزيع صورة من صور العقود غير المسماة باعتبار أن المشرع

1 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 12.

2 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 20 ص 21.

3 - نقلا عن: إرزيل الكاهنة، "عن إخضاع عقود الاعمال للقانون"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 10، العدد 01، 2019، ص 40.

الجزائري لم يتطرق إليه بشكل مباشر، ورغم إعتبار عقد التوزيع من العقود غير المسماة إلا أنه تبقى القواعد العامة في نظرية العقد هي التي تسيره حيث لا يختلف الأمر في مسألة إبرامه بين المنتج والموزع عن بقية العقود الأخرى.¹

رابعاً_ عقد التوزيع عقد محدد:

العقد المحدد هو خاصية من الخصائص التي تنطبق على عقد التوزيع حيث يشمل العقد المحدد على بعض السمات التي نجد أنها تمس عقد التوزيع ألا وهي المدة، فهذا العقد يتحدد فيه وقت إنعقاده، كما تحدد فيه إلتزامات الأطراف بشرط إقامة العدل بينهما، وهذه الصفات نجدها في عقد التوزيع حيث يتم فيه تحديد إلتزامات ومنافع الأطراف، بخلاف هذا قد تحتوي بعض العقود على أحد الإلتزامات التي تكون موقوفة على أمر مستقبلي غير محقق الوقوع مثل: عقد المراهنة.²

خامساً_ عقد التوزيع عقد إذعان:

كل العقود بصفة عامة تقوم على مبدأ سلطان الإرادة أي حرية الأطراف في إبرام العقود، وتزامنا مع التطور الإقتصادي ظهرت عقود جديدة تهدف إلى إشباع حاجات المستهلك على رأسها عقد التوزيع، وهذا التطور جعل هذا الأخير عقد أقرب إلى عقد الإذعان، وذلك بالنظر إلى القوة التي يتمتع بها المنتج التي تسمح له بإعداد شروط العقد، وما على الطرف الآخر إلا قبول تلك الشروط دون مناقشتها.³

1 - سلام منعم مشعل، مرجع سابق، ص 9.

2 - ابن مبارك عبد الباري، حنين عبد الوهاب، عقد الامتياز التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017، ص 15.

3 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 13.

المبحث الثاني

أنواع عقد التوزيع

تصنف عقود التوزيع إلى عدة أصناف منها ما يشكل صور عقد التوزيع ومنها ما يشكل قنوات التوزيع، حيث يتناسب كل نوع مع طبيعة النشاط الذي يتضمنه بهدف إنجاح عملية التوزيع، فعقد التوزيع بكافة أنواعه يعمل على تسيير الدورة التجارية في كل مراحلها إنطلاقاً من عملية الإنتاج مروراً بعملية التوزيع وصولاً إلى مرحلة الإستهلاك، كما تعد قنوات التوزيع الطريقة الأمثل لتوصيل السلع إلى المستهلك النهائي أي الشريحة المستهدفة، حيث سنتناول في هذا المبحث أهم نماذج عقود التوزيع ألا و هي عقد التوزيع الإنتقائي والحصري (المطلب الأول)، كما سنتطرق إلى قنوات التوزيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول

أشكال عقد التوزيع

تتنوع أشكال عقود التوزيع و تختلف باختلاف طبيعة المنتج أو الخدمة و نطاق التوزيع، حيث يعتبر عقد التوزيع الإنتقائي والحصري من أهم نماذج عقود التوزيع، وقد تقوم سياسة التوزيع الإنتقائية على إنتقاء الموزعين الذين يثق بهم المنتج من أجل تنفيذ عملية التوزيع الإنتقائي، أما سياسة عقد التوزيع الحصرية قد تعمل على تنظيم علاقة الشراكة التجارية من أجل تحقيق الفوائد المترتبة على عملية التوزيع، و قد خصصنا هذا المطلب لدراسة محتوى عقد التوزيع الإنتقائي (الفرع الأول)، كما سنعرض أيضاً محتوى شكل آخر من عقود التوزيع و هو عقد التوزيع الحصري(الفرع الثاني).

الفرع الأول

عقد التوزيع الإنتقائي

عقد التوزيع الإنتقائي هو نوع من أنواع عقود التوزيع التي تعمل على إختيار الموزعين ذات سمعة ودراية عالية في توزيع المنتجات والخدمات، ومن هذا المنطلق يتعين علينا تعريف عقد التوزيع الإنتقائي (أولاً)، كما أن هذا العقد يختلف على عقد التوزيع المعتمد لهذا سنحاول بيان الفرق بينهما (ثانياً)، إلى جانب إبراز المنتجات المعنية بالتوزيع الإنتقائي (ثالثاً).

أولاً- تعريف عقد التوزيع الإنتقائي:

عقد التوزيع الإنتقائي هو ذلك العقد الذي يلتزم فيه الممون بالتموين في إطار إقليمي محدد، لموزع أو عدة موزعين الذين يتم إختيارهم على أساس معايير موضوعية ذات طابع نوعي دون أي تمييز من ناحية، ومن ناحية أخرى تكون ذات طابع كمي غير مبرر والتي بموجبها يرخص للموزع بيع المنتجات المنافسة.¹

يستند عقد التوزيع الإنتقائي في إختيار الموزعين على طريقتين حيث:

يتم إنتقاء فئة الموزعين النوعيين والكميين لكفاءتهم وتسمى بعملية الإختيار المزدوج للموزعين، وفئة أخرى عن طريق الحد من عدد الموزعين الذين تعززهم آلية الحصرية الإقليمية وتعرف بعملية الإختيار الكمية للموزعين، وبصفة عامة فإن إعتقاد شبكة التوزيع الإنتقائية يحدد عدداً معيناً من الشروط النوعية التي تحدد بصورة مجردة الموزعين القادرين على تسويق منتجاتهم.²

¹ - يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص44.

² - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص15.

طبقا للمادة 6 من قانون المنافسة لسنة 2003 تعد الممارسات التي تقيد المنافسة من الإتفاقيات المحظورة.¹

يتبين من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري قد اعتبر عقد التوزيع الإنتقائي من منظور قانون المنافسة من الممارسات التي تعيق و تقيد المنافسة، وهذا راجع إلى تمييز الممون لفئة معينة من المتعاملين الإقتصاديين وتكليفهم بتوزيع السلع والخدمات، مما يؤثر سلبا على المنافسة بسبب إبعاد المتعاملين الإقتصاديين الآخرين، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر المشرع الإتفاقيات المبرمة من أجل تنظيم شبكة التوزيع الإنتقائي غير مقيدة للمنافسة وهذا راجع إلى جودة السلع الذي يقتضي ضرورة توزيعها بشكل خاص بهدف منحها حماية خاصة.²

ثانيا_ تمييز عقد التوزيع الإنتقائي عن عقد التوزيع المعتمد:

يرتكب الكثير من الناس أخطاء في التمييز بين التوزيع الإنتقائي والتوزيع المعتمد حيث: يعتبر التوزيع المعتمد كصورة مصغرة للتوزيع الإنتقائي وهذا نظرا لطريقة إنتقاء الموزعين فيه، فقد يتم إختيارهم بالإعتماد على معايير أقل صرامة من تلك المفروضة في التوزيع الإنتقائي، ففي التوزيع المعتمد الممون مرخص له مثل الموزع بالتوزيع لموزعين غير معتمدين،³

1 - المادة 06 من الأمر رقم 03_03، المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق التي تنص على ما يلي:
" تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والإتفاقيات والإتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف 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:

_الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها

_تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الإستثمارات أو التطور التقني.

2 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص209-215.

3 - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص45.

عكس التوزيع الإنتقائي، وهذا هو المعيار الأساسي الذي يميز بين نظام التوزيع الإنتقائي والتوزيع المعتمد،¹ بمعنى آخر فإن إختيار الموزع المعتمد في عقد التوزيع المعتمد يتم وفقا لمقدار جدارته وقدرته على القيام بعملية البيع وتوزيع المنتجات في أحسن الأحوال، وبطبيعة الحال يتميز التاجر المعتمد عن غيره من التجار العاديين في إمكانية إستعماله للرسوم أو المؤشرات التي تميز هذا الممون عن غيره.²

ثالثا_ المنتجات المعنية بالتوزيع الإنتقائي:

يعتبر التوزيع الإنتقائي توزيع من نوع خاص، لأنه يحوي فئة معينة من السلع التي تعرف بالشهرة والتقنية الحديثة والجودة العالية، وبطبيعة الحال يكون مكلف بهذا المهام مجموعة من الموزعين الذين إختارهم الممون ليشكلوا شبكة التوزيع، ويطلق عليهم تسمية الموزعين المنتقين.³ يعد السبب الرئيسي الذي دفع الممون للإعتماد على هذا النظام هو رغبته في حماية منتجاته النوعية القيمة وعدم المساس بشهرتها، حيث يلتزم أعضاء الشبكة المنتقين على تنفيذ رغبات الممون في كل مراحل العقد المبرم بينهم، وقد نصت الهيئات المكلفة بالمنافسة على مجموعة من السلع المعنية بهذا النوع من التوزيع نذكر منها: أجهزة الإعلام الآلي، الأجهزة الإلكترونية، مواد التجميل المشهورة، بعض العطور المتميزة، بعض أنواع الساعات الشهيرة.⁴

1 - المرجع نفسه، ص 45.

2 - قنذلي رمضان، عقود التوزيع، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي لياس، سيدي بلعباس، 2018، ص 283.

3 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 216.

4 - المرجع نفسه، ص 217.

الفرع الثاني

عقد التوزيع الحصري

يشير عقد التوزيع الحصري إلى الإتفاقية القانونية التي تمنح شركة واحدة حقوق توزيع حصرية لمنتجات معينة في منطقة محددة، وقد يطلق عليه تسمية عقد التوزيع الإقليمي أو الوحيد، وفي هذا الإطار سنحاول تعريف عقد التوزيع الحصري (أولاً)، ثم بيان الطبيعة القانونية لعقد التوزيع الحصري (ثانياً)، مع إبراز أنواعه (ثالثاً).

أولاً_ تعريف عقد التوزيع الحصري:

عقد التوزيع الحصري هو ذلك العقد الذي يتعاهد فيه الممون صاحب العلامة التجارية في إقليم معين بأن لا يبيع سوى للمتعاقد معه السلع الممونة من قبل هذا الأخير، في إطار السياسة التجارية المحددة في العقد فقط.¹

يمنح الممون بموجب عقد التوزيع الحصري الحق لشخص وحيد ببيع منتوجاته في منطقة جغرافية محددة، ويسمى هذا الشخص بالموزع الحصري الوحيد.²

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن عقد التوزيع الحصري هو العقد الذي يضع بموجبه المورد قيود على الموزع في إقليم معين، بحيث يلزمه بأن يبيع سوى منتوجاته بإحترام شروط معينة مثل: وضعه لشروط عدم بيع المنتوجات المنافسة لمنتوجات المورد، كما أن إحترام شرط الحصرية الإقليمية في هذا العقد تعد كشرط أساسي وكإلتزام هام بحيث يمنع بموجبه الموزع ببيع منتوجات منافسة...³

تتبين خطورة عقد التوزيع الحصري عند إستعماله من طرف مؤسسة مهيمنة بغرض إبعاد بعض المؤسسات الأخرى من السوق، أو من أجل منع البعض منها من دخول السوق أساساً،

¹ _ جلوط زكية، زنون حكيمة، مرجع سابق، ص 13.

² - مختور دليلية، "الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص 522.

³ - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 65.

ويعتبر شرط القصر البنية الأساسية لعقد التوزيع الحصري، بحيث يخول بموجبه لشخص وحيد حق توزيع السلع والخدمات في رقع جغرافية معينة وفي مدة زمنية محددة.

ثانياً_ الطبيعة القانونية لعقد التوزيع الحصري:

إن اعتماد سياسة الحصر في عقود التوزيع الحصرية لا تعد مخالفة للقانون إلا إذا شكلت تقييدا إقليميا مطلقا أو تقييدا مطلقا بالنسبة للعمالمة وذلك بوضع حواجز أمام البائعين المنافسين في نفس الإقليم وأمام نفس العملاء، وقد يترتب على ذلك غلق الأسواق مما يسمح لأعضاء شبكات التوزيع الحصرية إمكانية رفع الأسعار إلى أعلى مستوى المنافسة، أما بالنسبة لعقود التوزيع الحصرية التي تتضمن شرط يمنع البائع العضو في شبكة التوزيع الحصرية من المتاجرة بشكل مباشر أو غير مباشر في بضاعة خارج الإقليم الوطني قد تم حظرها باعتبارها تحتوي على بند مناف للمنافسة.¹

ثالثاً_ أنواع عقد التوزيع الحصري:

تتنوع عقود التوزيع الحصرية إلى عدة أنواع تتمثل في:

1- عقد التوزيع الحصري البسيط:

هو ذلك العقد الذي يتعهد فيه الممون بعدم تموين شخص آخر غير الموزع المستفيد من شرط القصر عند إبرام عقد التوزيع الحصري، لبيع سلعة معينة في رقعة جغرافية معينة ولمدة زمنية محددة، وهذا الإلتزام يقع على الممون فقط أي لا يقع على عاتق الموزع،² وهذا ما يسمح للموزع التموين من مموين آخرين غير الممون الذي تربطه معه علاقة توزيع حصري، دون أن يعتبر مخلا بالعقد المبرم بين الطرفين.³

¹ - جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص102ص103.

² - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 299.

³ - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 299.

2- عقد التوزيع الحصري المتبادل:

يقتصر نشاط الموزع في هذا العقد على بيع منتجات المورد فقط وهذا ما يجعله يكون في تبعية إقتصادية شديدة، ففي هذا النوع من عقد التوزيع الحصري ينحصر إلتزام المورد في عدم التعامل مع موزعين آخرين في السوق، وبعبارة أخرى عقد التوزيع الحصري المتبادل هو ذلك العقد الذي يتعهد فيه الموزع بعدم التعامل مع تاجر آخر غير ذلك المورد.¹

3- عقد التوزيع الحصري المتقاسم:

يكون عقد التوزيع الحصري متقاسما في حالات إستثنائية، نظرا لقاعدة تعدد الموزع التي تتنافى مع مضمون عقد التوزيع الحصري، ومن هذه الحالات نذكر:

يمكن للممون أن يجمع بين "فئة من الموزعين تربطه بهم عقود توزيع حصرية" و"فئة أخرى من الموزعين تربطه بهم عقود توزيع إنتقائية" بشرط إختلاف الأسواق التي تعتمد فيها هذه التقنيات من التوزيع، أي عدم إعتداد أسلوب التوزيع الحصري والتوزيع الإنتقائي في نفس السوق المرجعي وفي نفس الفترة الزمنية.²

يمكن للممون أيضا أن يجزئ السوق المرجعي بين عدة موزعين مستقلين ويجب عليه في هذه الحالة عدم إغفال إدماج بند في العقد المبرم يسمح له بالتعاقد مع موزعين آخرين في حالة ما إذا كانت إمكانياته المادية سمحت له بتكثيف إنتاجه، وبالتالي ظهور الحاجة إلى اللجوء إلى موزعين آخرين للقيام بعملية التسويق بطريقة أكثر فعالية.³

1 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 67.

2 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 230.

3 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 231.

المطلب الثاني

قنوات التوزيع

تعتبر قنوات التوزيع من إحدى الأنواع المشكلة لعقد التوزيع، فهي عنصر من عناصر عقد التوزيع بإعتبار وسائلها، فالعديد من منظمات الأعمال في الأسواق المحلية الجزائرية تعتمد في بيع منتجاتها على الوسطاء دون التعامل المباشر مع المستهلكين النهائيين، وتتنوع قنوات التوزيع إلى نوعين فمنها ما يتعلق بإيصال المنتجات والسلع بشكل مباشر إلى المستخدم النهائي وهو ما يعرف بقنوات التوزيع المباشر (الفرع الأول)، ومنها ما يتم بواسطة الإعتماد على وسطاء لتنفيذ مهمة التوزيع والذي يعرف بقنوات التوزيع غير المباشر (ثانياً).

الفرع الأول

التوزيع المباشر

يستخدم أسلوب التوزيع المباشر كوسيلة لإيصال المنتجات إلى الشريحة المستهدفة دون الإعتماد على وسطاء، وعليه سنحاول إبراز مضمون قنوات التوزيع المباشر (أولاً)، ومن ثم التطرق إلى المنتجات الملائمة للتوزيع المباشر (ثانياً)، ثم بيان الطرق التي تعتمد عليها هذه القنوات لتلبية رغبات المستهلكين النهائيين (ثالثاً).

أولاً_ مضمون التوزيع المباشر:

تعتبر قنوات التوزيع المباشر من أقصر قنوات التوزيع وأقدمها، حيث يقوم المنتج بتوزيع منتجاته دون الإستعانة بالموزعين أو الوسطاء، والسبب الرئيسي الذي جعل إستعمالها ضروري هو رغبة المستهلكين في إتمام الصفقة بصفة مباشرة وذلك نظراً لضيق وقتهم مما جعلهم لا

يجدون وقت كاف للتسوق، كما أنهم لا يجدون متعة في التسوق لذلك يتم تلبية رغباتهم بشكل مباشر.¹

يعرف التوزيع المباشر في نظر زكي خليل المساعد بأنها: "عملية يقوم من خلالها المنتج أو الممون بإيصال السلع والخدمات مباشرة أي دون الإعتماد على وسطاء، حيث يقوم الممون بفتح متاجر تجزئة تابعة للممون أو التوزيع بواسطة الباعة المتجولين بين المستهلكين أو بالإعتماد على التوزيع الآلي".²

بتعبير آخر يقوم المنتج من خلال قنوات التوزيع المباشر بتزويد المستعمل الصناعي أو المستهلك النهائي بالمنتجات والخدمات المطلوبة بصفة مباشرة، حيث تقوم المؤسسة بتوزيع منتجاتها من خلال النقاط التوزيعية التابعة لها دون اللجوء إلى الوسطاء.³

ثانياً_ المنتجات المعنية بالتوزيع المباشر:

تلائم طريقة التوزيع المباشر منتجات معينة سواء فيما يخص السلع الإستهلاكية أو السلع الصناعية، أهمها: المنتجات سريعة التلف، السلع المرتفعة الثمن والقيمة كبيع السيارات والملابس... السلع الكبيرة الحجم والمرتفعة الثمن، حيث يؤدي مرورها من عدة وسطاء إلى زيادة هامش الربح وبالتالي زيادة سعر المنتج.⁴

¹ - فهد بن صالح عبد الله الباحث، عقود التوزيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الفقه، كلية الشريعة بالرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1933، ص59ص60.

² - أوكيل رابح، إدارة منافذ التوزيع وأثرها في دعم القدرة التنافسية دراسة حالة شركة الأطلس للمشروبات_بيبسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص الإدارة التسويقية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2007، ص 6.

³ - بركة الطيب، دور استراتيجيات التوزيع في تفعيل تنشيط المبيعات بالمؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير، تخصص استراتيجية وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2014، ص 14.

⁴ - علي فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص 137.

ثالثاً- طرق التوزيع المباشر:

يتم التوزيع المباشر وفقاً لعدة طرق، تتمثل أهمها في:

1 - طواف الرجال:

مهام رجال البيع وفقاً لهذه الطريقة هو إقناع المستهلك بالشراء بتقديم عينات له وأخذ الطلبات، وهي طريقة قديمة يعتمد فيها المنتج على جهود رجال البيع التابعين له، حيث يطوف هؤلاء الرجال بالمنتجات أو عينات منها على مواقع المستهلكين سواء النهائيين أو المشترين الصناعيين دون الحاجة إلى فتح مجال في أماكن ثابتة.¹

2 - متاجر التجزئة التي يمتلكها المنتجين:

هي تلك المتاجر التي يفتحها بعض المنتجين، مهمتها هو البيع مباشرة إلى المستهلكين النهائيين من أجل تجربة السلع المنتجة في نطاق محدود قبل تقديمها إلى الأسواق، ومعرفة وجهة نظر المستهلكين وملاحظاتهم حول هذه السلعة.²

3 - البيع بالبريد العادي والإلكتروني:

وفقاً لهذه الطريقة يقوم المنتج ببيع منتجاته عن طريق البريد سواء البريد العادي أو الإلكتروني وذلك بإتباع خطوات معينة، حيث يقوم في الخطوة الأولى بإعداد كتالوجات مصورة وملونة تشمل جميع البيانات اللازمة تم يوزعها على المستهلكين المحتملين بأعداد هائلة، بعدها يقوم المستهلك بإرسال الطلبية عن طريق البريد ليتم شحن السلع بعد ذلك لتسلم عن طريق البريد أو عن طريق وسائل النقل المختلفة.³

¹ - شوشان فاطمة الزهراء، أهمية سياسة التوزيع في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016، ص 19.

² - المرجع نفسه، ص 19.

³ - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 42.

4 - البيع الآلي:

تقوم هذه الطريقة على أساس حصول المستهلك النهائي على رغباته عن طريق ماكينات وآلات مصممة، وذلك مقابل دفعه قيمة معينة في ثقب خاصة في الماكينة وتتم هذه العملية آليا أي دون الحاجة إلى عمال للبيع، عند ظهور هذه الطريقة كانت تناسب بيع السجائر والحلوى، تم أصبحت تناول أصناف متعددة من المنتجات كأصناف الطعام البارد والساخن،¹ ولكن هذه الطريقة معقدة نوعا ما كونها تتطلب شروط معينة مثل: وجوب استخدام نقود معدنية، ارتفاع تكلفة خدماته مقارنة بالمبيعات الإجمالية وعدم قدرته على تغطية الأسواق بالشكل الذي تؤديه المتاجر الأخرى.²

الفرع الثاني

التوزيع غير المباشر

هي إحدى طرق التوزيع، أو قناة من قنوات التوزيع، يتم من خلالها تدفق السلع إلى الأسواق، حيث سنتطرق من خلال هذا الفرع إلى مضمون التوزيع غير المباشر (أولا)، وإبراز أهم المنتجات التي تتعامل بها قنوات التوزيع غير المباشر (ثانيا)، ثم بيان أهم أساليب استخدام هذه الطريقة (ثالثا).

أولا_ مضمون التوزيع غير المباشر:

يعني التوزيع غير المباشر قيام المنتج بالإعتماد على الوسطاء في توزيع السلع والخدمات، ويتفرع هذا التوزيع إلى نوعين من الوسطاء حيث:

1 - أوكيل رابح، مرجع سابق، ص 9.

2 - شوشان فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 21.

يتمثل النوع الأول في الوسطاء اللذين يمتلكون السلعة وهم التجار بأنواعهم، أما النوع الثاني فيتمثل في الوسطاء اللذين لا يمتلكون السلعة ولكن يبيعونها لحساب المنتج وهم الوكلاء والسماسة بمختلف أنواعهم.¹

يتم التوزيع غير المباشر عن طريق الإستعانة بوكيل من أجل مساعدة المنتج في مهامه مثل: التأمين، وسائل الإعلان، مكاتب خطوط الطيران...²

لقد ظهرت قنوات التوزيع غير المباشر نتيجة لإتساع الأسواق التي يخدمها المنتجون بما لا يتمكنون معها من تغطية الأسواق من خلال إتصالهم المباشر بالمستهلك.³

ثانياً_ المنتجات المعنية بالتوزيع غير المباشر:

تتماشى هذه الطريقة مع حالة توزيع السلع ذات الإستهلاك الواسع، والتي تتمتع بطلب مرن واسع النطاق، وقد تتم هذه الطريقة بواسطة السيارات كما هو الحال بالنسبة لتجار المشروبات، الحليب ومشتقاته...⁴

ثالثاً_ طرق التوزيع غير المباشر:

هذه الطرق تمكن الوكلاء من إيصال المنتجات إلى المستهلكين، وهي متعددة بتعدد الوسطاء، ومن أهمها نذكر:

1 - علي فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص 98.

2- فهد بن صالح عبد الله الباحوث، مرجع سابق، ص 63.

3 - أوكيل رابح، مرجع سابق، ص 10.

4 - بولحبال محمد الأمين، مرجع سابق، ص 50.

1_ تجارة التجزئة:

وتستخدم تجارة التجزئة في حالة البيع بكميات كبيرة إلى المجمعات التجارية الكبرى التي تشكل حلقة خاصة لتاجر التجزئة الذي يشتري بكميات كبيرة، أيضا بسبب العدد الكبير من المستهلكين الذين يتعاملون معه.¹

تمس هذه التجارة فئة غير متجانسة من التجار، حيث يمكن أن يكون تاجر التجزئة منتجا يقوم ببيع منتجاته من خلال نقطة بيع محددة أو عن طريق علاقة عن بعد مع المستهلك، وهذا تماشيا مع رغبات المستهلك وإحتياجاته.²

2 _ تجارة الجملة:

تستخدم هذه القناة عادة في توزيع السلع الإستهلاكية ولأسيما السلع الكبيرة التي تباع عن طريق أعداد كبيرة من متاجر التجزئة الصغيرة والمنتشرة في كل مكان والتي لا يمكن للمنتج الوصول إليها إلا عن طريق تجار الجملة، وهي القناة الأكثر إستخداما في قنوات التوزيع غير المباشر.³

3 _ السماسرة والوكلاء:

يقوم كل من السمسار والوكيل بمهمة تصريف المنتجات، لكنهما يختلفان من حيث السلطات الممنوحة لهما من طرف المنتجين حيث:

السماسرة هم الوسطاء الذين يعملون كممثلين للبائع والمشتري في العملية البيعية، حيث يقومون بتقريب وجهات النظر بين البائعين والمشتريين لإتمام عملية البيع، ولا تقع على عاتق السمسار

¹ - بركة الطيب، مرجع سابق، ص 15.

² - قندلي رمضان، مرجع سابق، ص 29.

³ - بركة الطيب، مرجع سابق، ص 15.

أي مسؤولية خلال هذه العملية ولا يملك أي حرية لتحديد الأسعار أو شروط البيع، ويتلقى مقابل هذه العملية عمولة يتحملها الشخص الذي يسعى للحصول على خدمات.¹

أما الوكلاء فهم الوسطاء الذين يعملون كممثلين لمنتج أو عدة منتجين غير متنافسين في منطقة جغرافية محددة، ولهم الحق في التفاوض لتحقيق المعاملات مع طرف ثالث، مثلهم مثل السمسار يحصلون على عمولة من المبيعات.²

¹ - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 46.

² - المرجع نفسه، ص 47.

الفصل الثاني

الإطار التنظيمي لعقود التوزيع

انتشر عقد التوزيع بشكل واسع في معظم التعاملات الاقتصادية، إذ يعتبر وسيلة فعالة لتحقيق المصالح الاقتصادية بين التجار، كما يعد عقد قائم بذاته وذو طبيعة خاصة في السوق، كما يتميز هذا العقد بتداخل العناصر القانونية العديدة لتنفيذه ويتحقق من خلال تكامل المشروعات المختلفة من أجل توفير نظام إقتصادي ناجح في إنتاج السلع والخدمات، ورغبة في تأمين العلاقة الثلاثية التي تربط بين الممون والموزع والمستهلك.

يبرم عقد التوزيع بين أطرافه بنفس الطريقة التي تقوم عليها كافة العقود التجارية، كما يتطلب أركاناً لقيامه، أما من ناحية تنظيمه فهو يعد من العقود غير المسماة لذا لم تخصص له نظم قانونية خاصة به في معظم الدول العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة وهذا ما جعل هذا العقد يخضع للقواعد العامة في العقد وكذا لعدة قوانين (المبحث الأول).

إن مسألة استخدام عقود الأعمال بصفة عامة، وعقود التوزيع بصفة خاصة في السوق الجزائرية، كونها عقود تجارية وإقتصادية بإعتبار أن أطرافها تجار وهدفهم تحقيق الربح والتفوق الإقتصادي عدة إشكالات تتعلق خصوصاً بمكانتها في السوق وخصوصياتها فيه، مما جعل هذه العقود تخضع لطابع أو قالب خصوصي معين، إلا أن هناك حالات قد تؤدي إلى زوال الرابطة العقدية إما بطريقة إتفاقية أو بطريقة قانونية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

إبرام عقد التوزيع

ظهر عقد التوزيع مؤخرا تزامنا مع إحتياجات المستهلكين في الأسواق المستهدفة، وتتوقف عملية التوزيع على ضرورة توصيل السلع والخدمات للمستهلكين، ولا تتم هذه العملية إلا إذا أفرغت في قالب قانوني معين، بمعنى لا يتم إبرام عقد التوزيع إلا بإتباع آليات معينة، حيث يبرم عقد التوزيع بإجتماع أحكام معينة فيه (المطلب الأول)، إلا أن المشرع الجزائري لم يخصص قانون معين للتوزيع بل نص عليه في قوانين مبعثرة، وهذا ما يدعو بنا إلى البحث عن مسألة تنظيمه في القانون الجزائري (المطلب الثاني).

المطلب الأول

أحكام صياغة عقد التوزيع

يتطلب عقد التوزيع أحكام معينة من أجل إفراغه في قالب قانوني ليصبح قابلا للتنفيذ، حيث يبرم هذا العقد بالإتفاق بين الممون والموزع بإعتبارهما طرفا العقد، بالإضافة إلى المستهلك الذي يعد كعنصر جوهري في هذا العقد دون أن يعتبر طرفا فيه وهذه هي الأطراف التي تجتمع في عقد التوزيع (الفرع الأول)، كما يتطلب هذا العقد توفر أركان عامة تشمل كل من التراضي، المحل والسبب، إلى جانب أركان خاصة تشمل كل من الحصرية الإقليمية والرقابة والمساعدة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أطراف عقد التوزيع والتزامتهم

يقوم عقد التوزيع على وجود طرفين هما الممون، والموزع، بالإضافة إلى وجود عنصر جوهري في العقد دون أن يكون طرفاً فيه وهو المستهلك (أولاً)، كما يلعب كل طرف من هذه الأطراف السالف ذكرها دور بارز في عقد التوزيع (ثانياً).

أولاً_ أطراف عقد التوزيع:

ينعقد عقد التوزيع باتفاق أطرافه المتمثلة في كل من:

1_ الممون:

يعتبر الممون الطرف الأول في عقد التوزيع، وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتزويد وتوفير السلع أو الخدمات إلى الطرف الثاني وهو الموزع، حيث يملك الممون الحرية التامة في إختيار الموزعين اللذين يريد أن يتعامل معهم، إذ يقع على عائق الموزع في كل عقود التوزيع الحصرية حماية سمعة العلامة التجارية ذات الجودة العالية، غير أن إختيار الموزع في عقد التوزيع الإنتقائي يخضع لإحترام شروط موضوعية معينة وإلا إعتبر الممون متعسفا،¹ وهذا ما تطرق إليه المشرع الجزائري بموجب المادة 3فقرة 2 من قانون المنافسة.²

1 - مختور دليلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 514.

2 - المادة 3 فقرة 2 من القانون رقم 08_12، مؤرخ في 25 يوليو 2008، المتعلق بالمنافسة، ج. ر.ج. عدد 36،

الصادر بتاريخ 2 يوليو 2008 (معدل ومتمم) التي تنص على ما يلي:

"كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاط الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات".

كما كيف المشرع الجزائري الممون على أنه محترف وذلك من خلال المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90_266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.¹

2_ الموزع:

هو الطرف الثاني في عقد التوزيع، بحيث يقع على عاتقه مهمة توزيع السلع والخدمات التي إقتناها من الممون بإسمه ولحسابه الخاص في إقليم محدد في العقد، ويمكن أيضا تسمية هذه العملية بعملية تسويق السلع في إطار سوق جغرافية محددة والتي تسمى بـ "السوق المرجعية".²

وفي هذا الصدد أكدت على هذه الفكرة المادة 3 فقرة 7 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.³

يتبين من خلال هذه المادة أن الموزع يمكن أن يكون شخص طبيعي أو شخص معنوي.

كما نجد أن المشرع الجزائري قد منح المؤسسة العمومية والخاصة صفة التاجر وذلك بموجب المادة 2 من الأمر رقم 01_04 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها.⁴

¹ - المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90_266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1999، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر.ج. عدد 40، صادر في 1999 التي تنص على ما يلي:

"المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك..."

² - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 49.

³ - المادة 3 من قانون رقم 09_03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق بنصها على ما يلي:

"المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك".

⁴ - أمر رقم 01_04 مؤرخ في 20 أوت 2001 يتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصائصها، ج.ر.ج. عدد 47، الصادر بتاريخ 22 أوت 2001.

3_ المستهلك:

يعد المستهلك العنصر الأساسي في عقد التوزيع، وبالرغم من أنه خارج عن العقد إلا أنه يعتبر الطرف الجوهري فيه، وهو السبب في علاقة الممون مع الموزع لأنه صاحب الطلب في السوق والعنصر الذي يستعمل السلعة أو الخدمة التي هي موضوع العقد.¹

طبقا للمادة 03 فقرة 1 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009 المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بإقتناء السلعة بالمقابل أو بالمجان لغرض تلبية حاجياته الشخصية أو لتلبية حاجيات شخص آخر.²

ثانيا_ إلتزامات أطراف عقد التوزيع:

لتحقيق أهداف عقد التوزيع وضعت على عاتق أطرافه مجموعة من الإلتزامات يفرضها عليه العقد المبرم، من هذه الإلتزامات نذكر:

1_ إلتزامات الممون:

أ_ الإلتزام بتموين العقد وتسليم المنتجات: تطرق المشرع الجزائري إلى هذا الإلتزام بموجب المادة 361 من التقنين المدني الجزائري.³

وتأسيسا على هذا يترتب هذا الإلتزام على عاتق الممون، حيث يتعاهد هذا الأخير بتموين البضائع والخدمات وإستلامها للموزع حسب الشروط المنصوص عليها في العقد لتفادي حدوث النزاعات وضمان إستمرار المشروع.⁴

1- مختور دليلة، الإلتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 515.

2- المادة 3فقرة 7، أمر رقم 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

3- المادة 361 من الأمر 58_75 المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق بنصها على ما يلي:

"يلتزم البائع بأن يقوم بما هو لازم لنقل الحق المبيع إلى المشتري...".

4- جلوط زكية زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 74.

ب_ الإلتزام بإحترام الحصرية الإقليمية:

يقع على عاتق الممون إحترام الحصرية الإقليمية التي منحها للموزع، وذلك من أجل ضمان التوازن التعاقدية، ومن أمثلة ذلك عقد الإمتياز الحصري الذي يفرض على الممون إحترام حق الحصرية التي منحها للموزع، وعقد الفرانشيز الذي يتضمن شرط الحصرية.¹

2_ إلتزامات الموزع:

أ_ الإلتزام بدفع الثمن: هذا الإلتزام تضمنته المادة 388 من التقنين المدني الجزائري،² وطبقا لهذه المادة أن المشتري أي الموزع ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد.

ب_ الإلتزام بالمحافظة على السرية: يضع الممون على عاتق الموزع الإلتزام بالمحافظة على الأسرار التي يطلع عليها سواء كان في مرحلة المفاوضات أو بعدها حتى وإن لم يتم إبرام العقد، فالإبتكارات التي يحققها الممون دون المنافسة من طرف ممونيه ترجع إلى عدم إنتقال الأسرار والمحافظة على ذلك التجديد.³

ج_ الإلتزام ببذل عناية: يتعين على الموزع في هذا الإلتزام القيام بكل شيء والسهر على حسن الأداء الذي من شأنه تحسين عملية التوزيع وترقيتها، وذلك بهدف الحفاظ على سمعة العلامة التجارية، كما يجب على الموزع بذل عناية من أجل ضمان نوعية جيدة للخدمات المقدمة للمستهلك النهائي، كما أن إلتزام الموزع بهذا الإلتزام يجعله يحظى بأكبر قدر ممكن من الزبائن.⁴

¹ - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 69.

² - المادة 388 من الأمر 75_58 المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق التي تنص على أنه:

"يكون ثمن المبيع مستحقا في الوقت الذي يقع فيه تسليم المبيع ..."

³ - جلوب زكية، زنون حكيمة، مرجع سابق، ص 80.

⁴ - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 49.

الفرع الثاني

أركان عقد التوزيع

تتفرع أركان عقد التوزيع إلى نوعين منها ما يشكل أركان عامة (أولا)، ومنها ما يشكل أركاناً خاصة (ثانياً).

أولاً_ الأركان العامة لعقد التوزيع:

سميت بالأركان العامة نظراً لكونها موجودة في كافة العقود الإقتصادية، وتتمثل في كل من:

1_ التراضي:

يكون التراضي عندما يعبر الطرفين عن إرادتهما في إحداث أثر قانوني معين، بمعنى آخر أن تلتقي إرادة الطرف الأول مع إرادة الطرف الثاني وتكون مطابقة لها.¹

يعتبر التراضي كشرط أساسي في العقد لا يمكن الإستغناء عنه، لذلك لا يتم العقد من دونه، وهذا وفقاً للمادة 59 من التقنين المدني الجزائري.²

سمي التراضي بهذه التسمية لأن الطرفين يعبران عن رغبتهما في إتمام ذلك العقد، ويعني أن تلتقي إرادة مع إرادة أخرى مطابقة لها، ويتم التعبير عن إرادة الأطراف وفق طرق عديدة تضمنتها المادة 60 من التقنين المدني الجزائري، منها: اللفظ أو الكتابة أو الإشارة، العرف...، وهذه الطرق تندرج ضمن ما يسمى بالتعبير الصريح، كما قد يكون التعبير عنها ضمناً.³

1 - سعدي الصبري محمد، الواضح في شرح القانون المدني، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، دار الهدى، الجزائر، ص 76.

2 - المادة 59 من الأمر 58_75 المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق، التي تنص على أنه:

"يتم التراضي بإيجاب وقبول متطابقين يتجهان إلى إحداث أثر قانوني معين".

3 - المادة 60، مرجع نفسه، بنصها على ما يلي:

"التعبير عن الإرادة يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفاً، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع شكاً في دلالاته على مقصود صاحبه.

ويجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمناً، إذا لم ينص القانون أو يتفق الأطراف أن يكون صريحاً".

ويكون الرضا في العقد سليما وصحيحا عندما تكون إرادة الموزع والممون خالية من عيوب الإرادة المتمثلة في الغلط والتدليس، الإكراه والإستغلال.¹

كما يشترط أيضا في الرضا لكي يعبر عن تصرف صحيح أن يكون صادرا من شخص بالغ سن التمييز أو قاصر الرشد، وأن يكون كامل الأهلية وأهلا للتصرف، وهذا طبقا للمادة 5 من التقنين التجاري الجزائري.²

2 _ المحل:

يمثل الركن الثاني من أركان العقد، وهو الشيء الذي يلتزم المدين بإعطائه أو بعمله أو الإمتناع عنه، وقد نصت عليه المواد 92، 93، من ت.م.ج على الشروط الواجب توافرها في المحل والمتمثلة في:

_ أن يكون المحل ممكنا غير مستحيلا

_ أن يكون المحل معيناً أو قابلاً للتعيين

_ أن يكون المحل مشروعاً أي غير مخالف للنظام العام والآداب العامة.³

محل العقد عبارة عن الأداء الذي يجب على الممون تسليم أو تقديم الخدمة، أما عن أداء الموزع فهو الإلتزام بدفع ثمن السلعة المتفق عليها في العقد.⁴

¹ _ حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 28.

² _ المادة 5 من الأمر رقم 75_59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، مرجع سابق.

³ _ سعدي الصبري محمد، مرجع سابق، ص 204ص205.

⁴ _ يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 52.

3_ السبب:

هو الركن الثالث من أركان العقد، وهو الغاية التي يرغب المتعاقد تحقيقها وراء تعهده بالإلتزام، ويشترط في السبب كركن من أركان العقد توفر شرط أساسي في صحة السبب وهو أن يكون مشروعاً وإلا كان العقد باطلاً،¹ وهذا وفقاً لمادة 97 من ت.م.ج.²

وبالتالي لا يجوز لسبب أن يكون مخالفاً للنظام العام والآداب العامة.

السبب الذي جعل المموم يلتزم بالعقد هو استثمار أمواله وتوزيع بضائعه وخدماته في السوق، أما السبب الذي جعل الموزع يلتزم بالعقد هو الحصول على رخصة لإستعمال علامة المموم أو منتجاته وخدماته، بل يستعين فقط بسمعة علامة المموم، وهذا ما يشكل تعاون إقتصادي بينهم.³

ثانياً_ الأركان الخاصة لعقد التوزيع:

هذه الأركان تميز عقد التوزيع عن غيره من العقود الإقتصادية الأخرى، أي أنها تخص عقد التوزيع بحد ذاته دون غيره من العقود الأخرى، وتتمثل هذه الأركان في كل من:

1_ ركن الحصرية الإقليمية والتموين والبيع الحصري:

أول شرط من خلال هذا العنصر هو تحديد إقليم جغرافي معين للموزع، أي يقوم الموزع ببيع ما إشتراه من السلع بإسمه وحسابه الخاص.⁴

1 - سعدي الصبري محمد، مرجع سابق، ص 216ص221.

2 - المادة 97 من الأمر رقم 75- 58 المتضمن القانون المدني، مرجع سابق، بنصها على أنه:

"إذا إلتزم المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام ولآداب العامة كان العقد باطلاً".

3 - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 54ص56.

4 - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 64.

ومحل العقد الذي يربطه بممون أعطى صفة الموزع الوحيد بشرط الحصر، أما الشرط الثاني الذي يقع على عاتق هو التزامه بعدم تكليف موزع آخر في الرقعة الجغرافية المحددة للموزع ليسوق فيها بضائعه محل العقد، لذا نجد أن الحصرية تتطلب عنصرين وهما:

تعيين الإقليم الجغرافي محل العقد وطبيعة التعامل بين الطرفين، أي يلتزم الموزع بتوزيع السلع المقتناة من الممون فقط أما الممون فيلتزم بتموين السلع والبضائع إلا للموزع المتعاقد معه.¹

2_ ركن الرقابة:

تحتوي عقود التوزيع على أركان يفرضها الممون على الموزع من خلال رقابته في تسيير ومراقبة نقاط بيعه، مراجعة الملفات التجارية والملفات الحسابية، مع الكشف والإطلاع على دفاتره وحساباته التجارية.²

3_ ركن المعاونة والمساعدة:

يحتوي أيضا هذا العقد على ركن المعاونة والمساعدة بين الممون والموزع وتتمثل في:

_تنظيم حملات إخبارية وطنية

_تقديم الممون يد المساعدة الفنية والمالية للموزع

_تأمين الاستقرار عن طريق منح الموزع قروض مالية

_تموين الموزع بالبضائع والخدمات المتعاقد عليها

_وضع الممون تحت تصرف الموزع لوازم إخبارية خلال فترة سريان العقد...³

1 - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 64ص65.

2 - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 56.

3 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 31ص32.

المطلب الثاني

التنظيم القانوني لعقود التوزيع

عقد التوزيع هو أحد نماذج عقود الأعمال، فباعتبار أن المشرع الجزائري قد صنف عقود الأعمال إلى عقود غير مسماة كأصل وأخرى مسماة كإستثناء، فمن الطبيعي البحث منزلة عقد التوزيع من ضمن هذه العقود لأنه يعتبر محل دراستنا، بحيث تثير مسألة تصنيف عقود الأعمال إلى صنفين إشكالية تنظيم عقد التوزيع (الفرع الأول)، وكذا مسألة إخضاعه لقوانين مختلفة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تنظيم المشرع الجزائري لعقد التوزيع

يعتبر عقد التوزيع وليد الحياة المهنية والعملية للمتعاملين الإقتصاديين، كما يمكن إعتباره أيضا وليد الأعراف والعادات التجارية،¹ لذلك لم يتولى المشرع الجزائري تنظيم أحكامه (أولا)، وذلك لعدة مبررات (ثانيا)، كما سنعرض من خلال هذا الفرع علاقة عقد التوزيع بعقد التوزيع الإستثنائي (ثالثا).

أولا_ عدم وجود نصوص قانونية جزائرية منظمة لعقود التوزيع:

كقاعدة عامة عقد التوزيع هو عقد غير مقنن أي غير منتظم، وهذا نظرا لكون عقود الأعمال عقود لا تخضع بالأصل لأي تنظيم فبطبيعة الحال ما ينطبق عليها ينطبق على عقد التوزيع بإعتباره من النماذج البارزة فيها.²

¹ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 40.

² - محمد الهاوي المكنوزي، "من العقود التجارية إلى عقود الأعمال، أي تأثير على حرية التعاقد"، مجلة المحاكم المغربية، عدد 148، هيئة المحامين بالدار البيضاء، المغرب، أكتوبر 2015، ص 35.

لم يتولى المشرع الجزائري تنظيم عقود الأعمال لهذا ميزها بعدم خضوعها لقواعد القانون المدني بإستثناء مبدأ حسن النية والعقد شريعة المتعاقدين، فعقود الأعمال بصفة عامة وعقود التوزيع بصفة خاصة ترفض الخضوع لأي قانون والسبب في ذلك راجع إلى محيط الأعمال الذي يكون فيه المتعامل الإقتصادي صاحب القرار في السوق، وهذا ما يفسر أن أحكام عقود الأعمال وعقد التوزيع من أسلوب إبرامها وطريقة تنفيذها وكيفيات إنقضائها والآثار المترتبة عليها لا تخضع لأي قانون معين، بل تظل خاضعة للممارسات العملية والأحكام العقدية النموذجية.¹

ثانياً_ مبررات غياب النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع في الجزائر:

إن قلة النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع راجع إلى تأخر الجزائر في مجال التوزيع الواسع، فقد عرفت الجزائر عمليا تجربتها الأولى في مجال التوزيع المتوسط بشراكة "Carrefour"، الثاني عالميا في مجال التوزيع مع شركة "ARDIS" الجزائرية سنة 2006، لكن التجربة كانت فاشلة وأسفرت برحيل ممثل "Carrefour"، بسبب ضعف إقبال المستهلكين نتيجة إرتفاع الأسعار مقارنة مع التجارة الجوارية.²

عرفت الجزائر أول مساحة كبرى للتوزيع الواسع مع إنشاء المساحة الكبرى "UNO" من الشركة الجزائرية "NUMIDIS"، والتي هي فرع لمجمع "Cévitel"، والمختص في التوزيع الواسع، غير أن الأسعار لا تزال مرتفعة مقارنة مع التجارة الجوارية، كما أن الجزائر لا تزال متأخرة فيما يخص تنوع المنتجات، فلكي نتكلم عن عقود التوزيع وعن المنافسة الفعلية، يجب أن يكون هناك تعدد المنتجين وتعدد مقدمي الخدمات والتنافس فيما بينهم، لكن لازالت عدة مجالات خالية من المنافسة وإن وجدت تبقى المنافسة فيها ضعيفة جدا.³

1 - محمد الهاوي المكنوزي، مرجع سابق، ص 35.

2 - نقلا عن: مختور دلييلة، الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 534.

3 - المرجع نفسه، ص 535.

ثالثا_ علاقة عقد التوزيع بعقد التوزيع الإستثنائي:

تبرم عقود التوزيع بين مؤسسات إقتصادية تمارس نشاطها على مستوى الإنتاج ومؤسسات أخرى تمارس نشاطها على مستوى التوزيع، حيث ينسب للوهلة الأولى أن هذه المؤسسات غير موجودة أصلا في وضعية تنافسية بإعتبار أنهما ليستا من نفس المستوى الإقتصادي في السوق، ولكن يمكن أن يتفق طرفي العقد على بعض الشروط المقيدة لحرية المنافسة والتي تجعل عقد التوزيع إستثنائيا،¹ من هنا يتضح أن عقد التوزيع الإستثنائي هو نوع من أنواع عقود التوزيع في السوق وأخطرها، وهذه هي العلاقة التي تربط عقد التوزيع بعقد التوزيع الإستثنائي، فهذا الأخير يعد من أخطر صور عقد التوزيع والذي يطلق عليه تسمية عقد الشراء الإستثنائي.²

وقد أكد المشرع الجزائري على أنه تطبق أحكام وقواعد المنافسة على عقود التوزيع، من خلال المادة 10 من الأمر رقم 12_08 المتعلق بالمنافسة.³

يتبين من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يقتصر على حظر الإستثناء في مجال عقد الشراء، بل يمتد الحظر إلى مجال البيع ومجال الإنتاج ومجال التوزيع بإستثناء عقد التوزيع الإستثنائي، أي أن المشرع الجزائري لم ينص على عقد التوزيع سواء تعلق الأمر بأشكاله أو بأركانها، أو بشروط صحته.⁴

¹ - سويلم فضيلة، "عقود التوزيع الإستثنائية المقيدة للمنافسة"، مجلة الدراسات الحقوقية، جامعة سعيدة، العدد الثامن، 2017، ص145.

² - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 27.

³ - المادة 10 من القانون رقم 12_08، المتعلق بقانون المنافسة، مرجع سابق، بنصها على أنه: "يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها ويحظر كل عمل و/أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بإستثناء في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر".

⁴ - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 27.

الفرع الثاني

إخضاع عقد التوزيع لقوانين مختلفة

نظرا لكون عقد التوزيع عقد غير منتظم أي لا يملك قانون خاص به بطبيعة الحال هذا العقد يجد تطبيقه في قوانين مختلفة منها قانون المنافسة (أولا)، قانون الإستهلاك (ثانيا).

أولا- إخضاع عقد التوزيع لقانون المنافسة:

طبقا للمادة 2 من قانون المنافسة، ترتبط عقود التوزيع بقانون المنافسة إرتباطا وثيقا، أي علاقة عقود التوزيع بقانون المنافسة هي علاقة مباشرة بإعتبار أن عقد التوزيع يجد عدة تطبيقات له في قانون المنافسة، كما أن هذا الأخير يؤثر على عقد التوزيع تأثيرا مباشرا بحيث تخضع أحكام ومبادئ التوزيع لقانون المنافسة.¹

تتم عقود التوزيع من خلال شبكة التوزيع، ويطلق على هذه العقود تسمية عقود التبعية وعلاقة التبعية في هذه العقود هي علاقة تبعية إقتصادية، بإعتبار أن الموزع يقوم بعملية الشراء لإعادة البيع لحسابه الخاص فيطلق عليه صفة التاجر المستقل وهذا ما يميزه عن الوسيط، فالأطراف في الإتفاق العمودي تكون دائما في حالة تبعية نظرا لكون هذه الإتفاقيات تبرم بين أطراف غير متواجدين من نفس الدرجة.²

يؤثر عقد التوزيع على الإقتصاد في حالات نادرة، بحيث لا يمتلك عقد التوزيع أثر إقتصادي كاف لدرجة التأثير على سير السوق، لكن مجموع العقود المبرمة في نفس الشبكة هي التي

¹ - المادة 02 من الأمر رقم 03_03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق، والتي تنص على أنه:

" يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون إذا كانت لا تندرج ضمن إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة وأداء مهام المرفق العام".

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

تملك القدرة للتأثير سلبا على المنافسة، وذلك من خلال خلق نوع من التقييد والعرقلة بواسطة الموزعين اللذين أبرموا الإتفاقيات في هذه الشبكة.¹

قد تصبح عقود التوزيع مخلة للمنافسة عندما تخلق تقييدا لها، وتحقق هذه الحالة عندما يتعلق الأمر بشرط يلتزم فيه البائع بعدم توزيع منتجات أخرى غير المنتجات المتعاقد عليها، وعندما يرتبط بهذا الشرط عدد معتبر من الموزعين لا يمكن لأي منتج آخر الدخول إلى السوق بسبب عدم وجود موزعين يقومون بتوزيع منتجاته، لأن كل الموزعين الموجودين في السوق متصلين بممونهم، هذا من جهة ومن جهة أخرى قد يكون هناك تقييد للمنافسة عندما يتعلق الأمر بحصر عدد البائعين لمنتج معين، ومثال ذلك: شرط الحصرية التي تقوم على إزالة جميع المنافسات المباشرة بين البائعين لأنه يتم تموين بائع واحد في منطقة محددة فقط.²

بصفة عامة علاقة عقود التوزيع بالإتفاق العمودي هي علاقة وطيدة، كون الإتفاق العمودي إتفاق قبل كل شيء ولا يمكن الفصل بين عقود التوزيع والتعسف في وضعية التبعية الإقتصادية، كون كافة عقود التوزيع تخلق وضعية تبعية، كما لا يمكن الحديث عن عقود التوزيع دون الحديث عن قوة الشراء التي تتمتع بكفاءة كبيرة في السوق.³

ثانياً_ إخضاع عقد التوزيع لقانون الإستهلاك:

طبقا للمادة 2 من قانون حماية المستهلك وقع الغش، عقد التوزيع يجد تطبيقا له في قانون الإستهلاك، بمعنى أنه تطبق أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش على عقد التوزيع.⁴

1 - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 38.

2 - المرجع نفسه ص 39.

3 - مختور دليلة، الإتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة، مرجع سابق، ص 526.

4 - المادة 02 من الأمر رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مرجع سابق، بنصها على ما يلي:

" تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معرضة للإستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للإستهلاك".

تهدف عملية التوزيع إلى جذب الزبائن للشراء لهذا يعتبر العامل الأساسي الذي تقوم عليه عملية التوزيع، كما تكمن أهمية وجود المستهلك في عقد التوزيع، كونه يؤمن العلاقة الثلاثية التي تجمع بين المنتج والموزع والمستهلك، فعلى الرغم من أن هذا الأخير أي المستهلك لا يعتبر طرفاً في العقد إلا أنه يربط بين المنتج والموزع، فالشروط العقدية المتفق عليها بين المنتج والموزع في عقد التوزيع والعقد الذي يجمع بين المستهلك والموزع يخضعون للقواعد الآمرة الموجهة لحماية المستهلك.¹

من أجل إنشاء علاقة بين الموزع والمستهلك وجب على هذا الأخير حسن إختيار المنتجات لذا على الموزع تنفيذ عملية التوزيع في إطار إحترام القواعد التي تحكم ممارسة نشاطه، وهذه القواعد متعددة وقد تضمنها القانون رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ومن هذه القواعد نذكر:

_ القواعد المتعلقة بالنظافة الصحية للمواد الغذائية، التي تضمنتها المادة 4 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بنصها على أنه: " يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك إحترام إلزامية سلامة هذه المواد، والسهر على ألا تضر بصحة المستهلك".²

يفهم من خلال هذه المادة أن السلامة الغذائية تتحقق بمراعاة الموزع للخصائص التقنية التي تحكمها، عندما يطرأ أي تغيير على هذه المنتجات يؤدي إلى جعلها غير سليمة وغير صحية.

_ القواعد المتعلقة بسلامة المواد الغذائية، والتي تطرق إليها المشرع الجزائري بموجب المادة 3 فقرة 7 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، التي تنص على أن: "غياب كلي أو وجود،

¹ - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 45.

² - المادة 4 من القانون رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

في مستويات مقبولة وبدون خطر، في مادة غذائية لملوثة أو مواد مغشوشة أو سموم طبيعية أو أية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتج مضرًا بالصحة بصورة حادة أو مزمنة".¹

_ القواعد المتعلقة بأمن المنتجات، والتي نص عليها المشرع الجزائري بموجب المادة 9 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009: "يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للإستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الإستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للإستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".²

يفهم من خلال هذه المادة أن ضمان أمن المنتجات مرتبط بالإستعمال المنطقي لها من قبل المستهلك.

بصفة عامة يحتل مجال حماية صحة وسلامة المستهلك مركزاً قوياً نظراً لطبيعة المصلحة المحمية، فقد صاحب التطور الصناعي والتكنولوجي إنتاج السلع وتقديم الخدمات مما أدى إلى إختفاء النموذج المبسط للسلعة، والتي كانت من قبل تحتوي على بعض المواد الطبيعية أو الخدمات الأولية، ولكن إستخدام المواد الكيميائية والإشعاعية والأنظمة الكهربائية والميكانيكية أدى إلى تعرض صحة الإنسان وسلامته لقدر أكبر من الخطر.³

1 - المادة 3 فقرة 7، من القانون رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2 - المادة 9، مرجع نفسه.

3 - زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 30.

المبحث الثاني

عقود التوزيع في السوق وإنهاء العقد

يعد عقد التوزيع من الآليات التي تحقق تكامل المشروعات، كما يعتبر من العقود التجارية المستحدثة التي أفرزتها مقتضيات التبادل التجاري الدولي، ويشترط من أجل نجاحه في السوق وجود نظام إقتصادي ناجح في إنتاج السلع والخدمات، حيث يقوم الممون بتوسيع نطاق نشاطه في السوق والإنتشار في عدة مناطق وهذا بالإتفاق مع الموزع الذي يستكمل عناصر نجاح عملية التوزيع في السوق، بالتالي عملية التوزيع تؤدي دورا فعالا في السوق مما دفعنا إلى البحث عن نطاق تطبيقه في السوق الجزائرية (المطلب الأول)، إلا أنه في بعض الحالات قد يلجأ أحد الأطراف إلى الإخلال بالتزاماته، أو حدوث حالة طارئة، مما يؤدي إلى إنقضاء عقد التوزيع حسب الشروط المتفق عليها في العقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول

نطاق تطبيق عقد التوزيع في السوق الجزائرية

تسعى عقود التوزيع إلى تجديد الأسواق وحمايتها والحفاظ على إستقرارها، وهذا ما جعلها تحظى بأهمية بالغة في السوق، كما تتمتع بطابع خاص فيه مما دفعنا إلى البحث عن مكانة عقود التوزيع في السوق (الفرع الأول)، إلى جانب إبراز الطابع الخصوصي لهذا العقد في السوق (الفرع الثاني).

الفرع الأول

مكانة عقود التوزيع في السوق الجزائرية

تحتل عقود التوزيع بإستعمال قوي من قبل التجار، بالرغم من أن المشرع الجزائري لم يتولى تنظيمه إلا أنه يتمتع بمكانة مهمة في السوق، حيث خصصنا هذا الفرع لبيان منزلة عقد التوزيع في السوق (أولاً)، مع إبراز بعض تطبيقات عقد التوزيع في السوق (ثانياً).

أولاً- منزلة عقد التوزيع في السوق الجزائرية:

عرف النظام الإقتصادي في الجزائر تحولات هامة نتيجة لسياسة إقتصاد السوق المنتهجة، والتحويلات الكبيرة التي نتجت عن إنسحاب الدولة من الحقل الإقتصادي وفتح المجال أمام المبادرة الخاصة، وذلك تكريسا للمبدأ الدستوري القائل " حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون".¹

نتجت عن هذه التحويلات فرص عديدة أهمها، فرصة تحقيق التطور الإقتصادي وتجديد الأسواق وحمايتها ومن ثم الدفع بعجلة النشاط الإقتصادي، وقد أصبحت هذه التحويلات الطريقة القانونية الوحيدة التي يتم بموجبها حفظ حقوق المتعاملين الإقتصاديين، وذلك بتوثيقها بشكل رسمي.²

¹ - المادة 37 من دستور ج.ج.د.ش ل 28 نوفمبر 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96_438 مؤرخ في 07 نوفمبر 1996 ج.ج.د.ش عدد 76 صادر بتاريخ 8 ديسمبر 1996 التي تنص على أن: " حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"، عدلت هذه المادة بموجب المادة 43 من دستور ج.ج.د.ش المنشور بموجب القانون رقم 16_01 مؤرخ في 6 مارس 2016 ، ج.ج.د.ش عدد 14 صادر بتاريخ 7 مارس 2016 التي تنص على أن: "حرية الإستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون"، عدلت هذه المادة بموجب المادة 61 من المرسوم الرئاسي رقم 20_442 مؤرخ في 30 ديسمبر 2020 ، مصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر 2020 ، ج.ج.د.ش عدد 82 صادر بتاريخ 30 ديسمبر 2020 التي تنص على أن: " حرية التجارة والإستثمار والمقاولات مضمونة، وتمارس في إطار القانون".

² - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 2.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى السوق بموجب المادة 03 فقرة "ب" من قانون المنافسة، أين إعتبرها بأنها منطقة جغرافية تُعرض فيها السلع والخدمات.¹

يحظى التوزيع بمكانة مرموقة في إدارة التسويق بإعتباره عنصرا فعالا في المزيج التسويقي، حيث يرى خبراء التسويق أن التوزيع يمثل نصف التسويق لأن السلع والخدمات المنتجة بشكل جيد وبجودة عالية وبسعر منخفض لا تكفي لتسويقها بل يجب أن تتحرك وتتدفق لكي تصل إلى مستهلكها النهائي في الوقت والمكان المناسبين، وهذا من خلال قنوات التوزيع التي تساهم في زيادة الإستفادة من المنتجات سواء كانت سلع أو خدمات.²

يعد عقد التوزيع القلب النابض للسوق، بحيث يعمل على تسويق المنتجات بطريقة عصرية من خلال خبرات جديدة تعمل على تطوير الإقتصاد الوطني، كما يعتبر من إحدى القرارات التسويقية التي تعمل على غزو الأسواق وتحقيق أهدافها الحاضرة والمستقبلية، لأن النجاح التجاري يقوم على الإعتماد على التوزيع بإعتباره عمود السوق، حيث لا يمكن معرفة التكلفة الكاملة للمنتوج دون معرفة تكلفة توزيعه، كما لا يمكن إرضاء المستهلك إلا إذا وصلت إليه السلعة في أحسن الظروف وبأقل تكلفة.³

يحقق عقد التوزيع أهمية كبيرة للسوق لعدة أسباب منها:

يساهم التوزيع بشكل كبير في خلق المنفعة الزمنية والمكانية⁴

1 - المادة 03 فقرة "ب"، أمر رقم 03_03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق، بنصها على أنه:
"كل سوق للسلع والخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة، وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزات وأسعارها والإستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية".

2 - بولحبال محمد الأمين، مرجع سابق، ص 1.

3 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 2.

4 - أوكيل رابح، مرجع سابق، ص 3.

نسبة تكاليف التوزيع أصبحت تشكل نسبة مرتفعة من إجمالي تكاليف التسويق
 زيادة حدة المنافسة قد جعلت من الضروري العمل على خفض كافة بنود التكاليف بقدر
 الإمكان والعمل على تحسين الخدمة
 إن زيادة معدل التقدم التكنولوجي في وسائل وأساليب التوزيع قد أتاح الفرصة لتحسين وتطوير
 أداة هذه الوظيفة التسويقية بصورة أفضل
 يسهل التوزيع على إدارة التسويق مهمة التخصص الجغرافي في تغطية وخدمة العملاء
 والأسواق¹
 فعقد التوزيع في مجمله يراعي مصلحة الأطراف ومصلحة السوق، لأنه عقد يخدم المنظومة
 الإقتصادية التي فرضتها الثورة التكنولوجية والمعلوماتية.²

ثانياً_ بعض تطبيقات عقد التوزيع في السوق:

لقد أصبحت السوق الجزائرية ملاذاً لأكبر الشركات العالمية بعد أن أعطى قانون الإستثمار
 لعام 2001 والتعديلات التي صاحبته تحفيظات كبيرة للأجانب من أجل الإستثمار في الجزائر،
 ومن ثم صارت السوق سوقاً إستهلاكية محضة بعد مساهمة عملية التوزيع في ذلك، ومن ثم
 ظهر ما يسمى بالمساحات الكبرى والمراكز التجارية مما مكّن تقنية الشراء من أجل إعادة البيع
 من طرف الموزعين المحترفين دور فعال لدخول الأسواق لخارجية، وبعدها أصبحت الجزائر
 تتوفر على هذه المراكز والمساحات مثل: المركز التجاري أرديس ARDIS للجزائر العاصمة،
 وولاية وهران، والمركز التجاري لباب الزوار تحت الإدارة السويسرية، ومول سيتي سنتر بيج
 الكيفان Family shop وبالبلدية ومول سطيف...³

1 - أوكيل رايح، مرجع سابق، ص 3.

2 - حمداش راضية، أمير نبيلة، مرجع سابق، ص 3.

3 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 16.

إستند قرار الإندماج بين General Mills و pillsbury بشكل كبير على هدف التوزيع الساعي إلى الوصول إلى المطاعم وكافيتريات المدارس وآلات البيع بالإعتماد على خبرة pillsbury في البيع من خلال هذه القنوات

كما وضعت شركة "Apple" للحواسيب هدفا توزيعيا يقضي إلى الوصول إلى المزيد من المستهلكين من خلال خبرة "Apple" (Apple expérience)، لذا قامت Apple بتطوير سلسلة من المتاجر العائدة لها لتعظيم سيطرتها على كيفية عرض منتجاتها للمستهلكين

وقد إستخدمت شركة Coca-cola عقود توزيع حصرية تهدف إلى زيادة تغلغل التوزيع الساعي في أسواق المدارس والجامعات التي توافق على بيع منتجات شركة Coca-cola فقط، وقد أدت هذه العقود إلى إغلاق الأبواب في وجه المنافسين مما مكن الشركة من تحقيق هدف التوزيع المتعلق بتحقيق معدل تغلغل مرتفع في هذه السوق.¹

¹ - حيان ديب، التسعير والتوزيع، الجامعة الإفتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، <https://pedia.svuonline.org/> ص 104.

الفرع الثاني

خصوصية عقود التوزيع في السوق الجزائرية

تعتبر عملية التوزيع من بين المهام الصعبة في السوق، فبعد إنتهاء المنتج من عملية إنتاج السلعة التي يرغب في تسويقها كمرحلة أولى تبدأ مرحلة أخرى أكثر تعقيدا من مرحلة الإنتاج وهي عملية التوزيع، والتي تعد المرحلة الحاسمة في كل مشروع تجاري ونادرا ما يحدث في هذه الحالة أن يتكفل المنتج بعملية التوزيع، كون هذه الأخيرة تتطلب إمكانيات مادية وبشرية هامة، كما تتطلب خبرة خاصة وأشخاص مناسبة لممارسة هذه العملية، لذا ينبغي على المنتج التعامل مع محترف مختص في التوزيع من أجل التسويق الفعال للسلع والخدمات في السوق.¹

إن خاصية الطابع التجاري للعلاقة العقدية التي يكتسبها عقد التوزيع والمركز القانوني لأطرافه، جعله يتميز بالحدثة مقارنة بالعقود الأخرى وما زاده من هذه الخصوصية والحدثة هو عدم وجود قانون ينظمه منا جعله يخضع للقواعد العامة التي تجمع بين مختلف القوانين وعلى رأسها قانون المنافسة فالمشرع الجزائري لم يخصص لهذا العقد نظاما قانونيا خاصا به كما كيفه ضمن النشاطات التي يمارسها العون الإقتصادي في السوق أو المؤسسة التي تخضع لأحكام قانون المنافسة.²

يتبين من هذا المنطلق أن عقد التوزيع لا يمثل نظاما قانونيا قائما بذاته أو فرعا من فروع القانون كقانون العمل أو القانون المدني أو التجاري أو قانون البنوك... بل يمثل تجميعا لقواعد وأنظمة منفصلة تشمل كل من قانون المنافسة والقانون المدني قانون حماية المستهلك والقانون التجاري...³

1 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، مرجع سابق، ص 6.

2 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 5.

3 - المرجع نفسه، ص 2.

فمسألة وجود قانون التوزيع تثير إشكالية في غاية الأهمية، بحيث يعتبر هذا الأخير موضوع لمجموعة قواعد مختلفة تحكم المتعاملين والعمليات مما جعله يظهر كقانون محترف في السوق، وتعد أحكامه مجموعة قواعد متأنية من مجالات قانونية مختلفة تتمركز بالنظر لموضوعها كأصل عام ضمن القانون الإقتصادي الخاص والعام، والتي يمكن تحديدها على أنها: "فرع أوجدته حتمية التزاوج بين الإقتصاد والقانون"، أما ضمن تركيبها التقليدية فتكون مستوحاة من قانون الأعمال والقانون التجاري، أو ضمن مجال أكثر إتساعاً ألا وهو القانون المدني وقانون العمل والقانون الإداري وقانون العقوبات، وهو ما يجعل عقد التوزيع يتميز بثنائية مزدوجة، تتعايش فيه القواعد الوطنية من القانون المدني وقانون المنافسة.¹

ويمكن القول أيضاً أن التوزيع هو مجموعة عمليات قانونية ومادية تساهم في إرسال البضائع من المنتجين إلى المتلقين من خلال عمليات التصنيع والإنتاج والترويج وغيرها والتي تتحقق في دائرة التوزيع فالأمر يتعلق بسلسلة توزيع تخلقها بعض الإرادات الفردية التي تتحدد بتدخل مجموعة من الموردين والموزعين في إطار المصلحة المشتركة لهم، من أجل تنظيم عمليات التوزيع وإعادة بيع المنتجات والخدمات وتوجيهها نحو سوق معين.²

يتطلب التوزيع مستثمرين تجار مثلما تتطلب الصناعة مستثمرين صناعيين، كما تنتج التجارة أموال غير مادية مثلما تنتج الصناعة أموال مادية، ويبقى التوزيع يقدم خدمة للمستهلكين أكثر من المنتجين فهو يعمل على إيجاد أرباح إنتاجية ليظهر في حد ذاته كخدمة مستقلة عن موضوعها، وتقدر إقتصاديات التوزيع في السوق.³

1 - قندلي رمضان، مرجع سابق، ص 30 ص 31.

2 - خواص نصيرة، ص 3.

3 - قندلي رمضان، مرجع سابق، ص 14.

المطلب الثاني

إنقضاء عقد التوزيع

تختلف حالات إنقضاء عقد التوزيع، فقد ينقضي العقد بناء على إرادة الأطراف وهو ما يسمى بالإنقضاء الإتفاقي (الفرع الأول)، وقد ينقضي بطريقة غير عادية وفق ما يسمى بالإنقضاء القانوني (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الإنقضاء الإتفاقي لعقد التوزيع

هناك حالات عديدة لإنقضاء عقد التوزيع بالإتفاق، فقد يكون الإنقضاء بالوفاء والصفية وفقدان الأهلية (أولاً)، كما يمكن أن يتم الإنقضاء بحلول الآجال (ثانياً).

أولاً_ الوفاة والتصفية وفقدان الأهلية:

تعتبر الوفاة من أهم الأحداث التي تؤدي إلى إنقضاء العقد، فإذا كان المتعاقد طبيعياً فإن وفاته تؤثر سلباً على سريان العقد، مما يؤدي إلى إنقضائه كونه يقوم على الإعتبار الشخصي والثقة التي يقوم عليها عقد التوزيع، أما إذا كان المتعاقد شخص معنوي ففي هذه الحالة لا ينقضي العقد ولكن يمكن للشركة المتعاقدة عرقلة سريان العقد، وعليه فإذا صدر الرفض من أحد أعضاء الشركة لمواصلة النشاط ينقضي عقد التوزيع مباشرة عن طريق التصفية،¹ وفي هذا الصدد نصت المادة 439 من ت.م.ج على أنه: "تنتهي الشركة بموت أحد الشركاء أو الحجز عليه أو إعساره. إلا أنه يجوز الإتفاق في حالة ما إذا مات أحد الشركاء أن تستمر الشركة مع ورثته ولو كانوا قسراً".²

¹ - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 109.

² - المادة 439، من الأمر 58_75 المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق.

من الأسباب الأخرى التي تؤول إلى إنقضاء الإتفاق هي فقدان الأهلية لأحد أطراف عقد التوزيع "الممون والموزع"، لأن عقد التوزيع من العقود المستمرة التي تحتاج إلى أهلية الوجوب من أجل ممارستها، والتي تعني صلاحية الشخص لإكتساب الحقوق، إلى جانب أهلية الأداء والتي تعني صلاحية الشخص لممارسة حقوقه بنفسه والإلتزام بالإلتزامات المالية بنفسه.¹

ثانياً_ الإنقضاء بحلول الأجال:

في هذه الحلة يتعين علينا التمييز بين نوعين من العقود وهما:

1_ العقود المحددة المدة:

ينتهي عقد التوزيع بصفة عادية عند إتمام الممون لعمله وتنفيذ الموزع للإلتزامات المتفق عليها، وقد تحدد مدة عقد التوزيع تحديدا صريحا بإرادة الأطراف بسنة أو سنتين حسب نوع العقد وحسب السوق، فينتهي عقد التوزيع عند حلول المدة المتفق عليها، وفي حالة عدم تحديد موعد إنقضاء عقد التوزيع تحديدا مباشرا في العقد يتم إنقضاء عقد التوزيع تلقائيا بالإستعانة بالعناصر الخارجية للعقد، إلا أن الإنقضاء التلقائي للعقد المحدد المدة يعتبر كضمان لبقاء الرابطة العقدية طوال المدة المحددة من الطرفين، وفي هذه الحالة يحق للممون الإمتناع عن تجديد عقد التوزيع دون أي سبب، فإنقضاء أجل العقد يعني أن الرابطة القانونية التي كانت تربط الطرفين قد أصبحت غير موجودة، وبالتالي لا يوجد إلتزام للطرفين بقبول تجديد العقد، وعند وجود شرط في العقد يقضي بالتجديد الضمني للعقد فإنه يتم تجديده تلقائيا، بشرط أن يقوم أحد الطرفين قبل إنتهاء العقد بفترة زمنية معينة بإعلان رغبته في عدم تجديد العقد.²

¹ - فريدة محمدي، المدخل للعلوم القانونية، نظرية الحق، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1998، ص 76.

² - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 217 ص 218.

2_ العقود غير محددة المدة:

يمكن القول أن العقود غير محددة المدة يمكن تسمح لأحد أطرافها وضع حد لهذه العلاقة التعاقدية بفسخه في أي وقت، بشرط الطرف الآخر التبليغ مسبقاً بنية فسخ العقد، وذلك بإرسال إشعار مع إحترام الآجال والطرق المخصصة لذلك.¹

يرى الفقه والإجتهادات القضائية أنه يكون التبليغ مرسل برسالة مسجلة، وأن يكون الإشعار مسبق قبل 3 أشهر على الأقل لإحترام حق المتعاقد وعدم إضرار بمصالحه الخاصة، وإذا ما قام أحد أطراف العقد بإنهاء العقد دون إخطار مسبق فعليه يستوجب التعويض، فإذا حدث ذلك من طرف المموم وجب عليه إصلاح الضرر الذي ألحقه بالموزع سواء تجارياً أو مادياً أو معنوياً لكونه مالك البضاعة.²

أما إذا كان الموزع هو الطرف الذي أنقض العقد فيمكن للمموم أن يطلب تعويضات عما أصابه من ضرر بعد تقديم الأدلة التي تدين الموزع، يثبت الضرر الذي وقع له سببه الموزع الذي هو مسؤول عن توزيع وتسويق منتجاته أو خدماته.³

بصفة عامة يثير إنتهاء عقد التوزيع سواء كان محدد المدة أو غير محدد بعض المسائل القانونية العديد من الآثار، منها إسترداد المخزون من البضاعة التي لم يستطع الموزع تصريفها خلال مدة العقد ومدى أحقية الموزع في التعويض لعدم التجديد.⁴

1 - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 112.

2 - المرجع نفسه، ص 112.

3 - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص 89.

4 - خواص نصيرة، المرجع السابق، ص 219.

الفرع الثاني

الإنقضاء القانوني لعقد التوزيع

إلى جانب الإنقضاء الإتفاقي لعقد التوزيع قد ينقضي عقد التوزيع لسبب قانوني سواء عن طريق القضاء (أولاً)، أو لإستحالة تنفيذه بسبب قوة قاهرة أو حادث مفاجئ (ثانياً).

أولاً_ إنقضاء عقد التوزيع عن طريق القضاء:

نصت المادة 119 فقرة 1 من ت.م.ج 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 إقتضى الحال ذلك..."¹

يتضح من خلال هذه المادة أن إخلال أحد المتعاقدين بالتزاماته في العقود الملزمة لجانبين يسمح للمتعاقد المتضرر رفع دعوى أمام القضاء للحكم إما بتنفيذ العقد أو فسخه مع إلزامه بالتعويض.

لكن إنقضاء العقد قبل حلول أجله يعد أمراً خطيراً بإعتباره يمس العقد مباشرة ومصصلحة أطرافه، خاصة الموزع كونه طالب السلع والمعارف التي لا يملكها والذي يكون قد هبأ أو أنفق أموال ضخمة في هذا المشروع لإستقباله في محيطه الإنتاجي، ولتقادي الخلافات يجب الأطراف تحديد طرق وكيفيات الإنقضاء بدقة ووضوح عند التفاوض على بنود العقد.²

ثانياً_ إستحالة التنفيذ:

ينتهي عقد التوزيع عندما يصبح تنفيذه مستحيلاً، والإستحالة التي تؤدي إلى إنقضاء العقد هي الإستحالة التي تحدث بغير فعل الموزع أو خارج عن إرادته، وتكون في حالتين هما:

¹ - المادة 119، من الأمر 58_75، المتعلق بالتقنين المدني الجزائري، مرجع سابق.

² - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، مرجع سابق، ص 91.

1_ القوة القاهرة:

تعرف القوة القاهرة على أنها حادث غير متوقع لا يد للشخص فيه، ولا يستطع دفعه ويترتب عليه أثر إستحالة تنفيذ الإلتزام، فإذا إستحال تنفيذ أحد الإلتزامات المتقابلة في العقود الملزمة للجانبين وسقط عن الطرف الآخر إلتزامه وإن فسخ العقد بالتالي يتحمل المدين تبعة هلاك الشيء سواء كان بسبب إستحالة كلية أو جزئية، دائمة أو مؤقتة، أو كان العقد بيعا أو إجازة.¹ وقد نصت المادة 307 من ت.م.ج، على أنه: " ينقضي الإلتزام إذا أثبت المدين أن الوفاء به أصبح مستحيلا عليه لسبب أجنبي عن إرادته".²

إن إستخدام سياسة القوة القاهرة في عقود التوزيع يعتبر كضمانة من التغيرات والتقلبات الطبيعية، وهذا الشرط يعفي الملتزم من تنفيذ إلتزامه التعاقدي في حالة حدوثها مما يؤدي إلى إنقضاء وإنحلال العقد.³

تقع تبعية الإنقضاء بسبب القوة القاهرة على الطرف الذي يستحيل عليه تنفيذ إلتزامه، وهذا نظرا لكون هذا الطرف من الناحية القانونية يحتل مركز المدين أما المتعاقد الآخر فيكون في مركز الدائن، إذن فتحمل تبعية الإستحالة وإنقضاء العقد يقع على عاتق المدين لا الدائن، فإذا لم يقدم المدين الأداء الذي إلتزم به عليه أن يحجم عن تقديمه وأن يعتبر نفسه في حل من العقد الذي كان يربطه بالمتعاقد الآخر، أما إذا كان قد قدم الأداء تنفيذا للإلتزام الذي رتبها العقد المنحل فإنه يستطيع أن يطالب بإسترداده إذا كان ممكنا.⁴

¹ - سنقرة عيشة، "فيصل التفرقة ما بين نظرية الظروف الطارئة، القوة القاهرة والحادث المفاجئ وتطبيقاتهم"، مجلة الحقوق

والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 16، العدد 01، 2023، ص511ص512.

² - المادة 307، من الأمر رقم 75_58، المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق.

³ - يعقوبي نادية، مرجع سابق، ص 115ص116.

⁴ - جلوط زكية، زعنون حكيمة، مرجع سابق، ص92.

2_ الحادث المفاجئ:

يختلف الحادث المفاجئ عن القوة القاهرة في أن القوة القاهرة هي الحادث الذي يستحيل دفعه أما الحادث المفاجئ فهو الذي لا يمكن توقعه.¹

وفي حقيقة الأمر لا يوجد فرق بينهما بإعتبار أن كليهما لا يمكن توقع حدوثهما ولا يمكن دفعهما، وكلاهما لا دخل لإرادة الشخص في حدوثهما ويؤديان إلى الإعفاء من المسؤولية،² وفي هذا الصدد نصت المادة 127 من ت.م.ج، على أنه "إذا أثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب لا يد له فيه في حادث مفاجئ أو قوة القاهرة أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ من الغير، كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر ما لا يوجد نص قانوني أو إتفاق يخالف ذلك".³

وكما نصت على هذا المادة 178 في فقرتها الأولى⁴ من ت.م.ج، التي تؤكد على أنه: "يجوز الإتفاق على أن يتحمل المدين تبعية الحادث المفاجئ أو القوة القاهرة ...".

فإذا كانت إستحالة تنفيذ العقد راجعة إلى فعل الموزع فإن هذا العقد لا ينقضي ولكن المورد الحق في التعويض عن عدم تنفيذه أو المطالبة بالفسخ مع التعويض،⁵ وقد اشارت المادة 176 من ت.م.ج، هذا بنصها على أنه: "إذا إستحال على المدين أن ينفذ الإلتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ إلتزامه، ما لم يثبت أن إستحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له فيه، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدين في تنفيذ إلتزامه".⁶

1 - سنقرة عائشة، مرجع سابق، ص522.

2 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص216.

3 - المادة، 127، من الأمر 58_75، المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق.

4 - المادة 178 فقرة 1، المرجع نفسه.

5 - خواص نصيرة، مرجع سابق، ص 216.

6 - المادة 176 من الأمر 58_75، المتعلق بالقانون المدني، مرجع سابق.

خاتمة

تناولت هذه الدراسة بعض الجوانب القانونية المتعلقة بعقد التوزيع في الجزائر، حيث يتبين فعلا أنه عقد مستحدث فرضته التطورات الإقتصادية التي عرفت الجزائر والثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي تحاول الجزائر مواكبتها.

كما قمنا أيضا بدراسة بعض المفاهيم المتعلقة بعقد التوزيع وتنفيذه، والبنية الخاصة له، في العالم التجاري والإقتصادي بإعتباره يسمح بترويج السلع في الأسواق تلبية لرغبات المستهلكين.

فمن خلال دراستنا توصلنا إلى جملة من النتائج نذكر منها:

_ لم يعرف المشرع الجزائري عقد التوزيع تعريفا مباشرا، بل نص عليه في قوانين مختلفة، كالقانون التجاري وقانون المنافسة وقانون الإستهلاك.

_ يشترك عقد التوزيع مع غيره من العقود التجارية الأخرى في بعض الخصائص، لكن هناك بعض الخصائص التي يتمتع بها تجعله ذو طابع خاص.

_ لم ينظم المشرع الجزائري عقد التوزيع، مما جعله يصنف ضمن العقود غير المسماة التي تخضع للقواعد العامة التي تحكم العقود سواء من حيث إبرامه أو تنفيذه.

_ على الرغم من أن المشرع الجزائري لم ينظم عقد التوزيع، ولم يعط له أهمية كبيرة، إلا أنه نص على نوع واحد من هذه العقود ضمن قانون المنافسة، وهو عقد التوزيع الإستثنائي.

_ إنفتاح السوق الوطنية، وتلبية عقد التوزيع لرغبات المستهلك المتزايدة بالكمية والجودة المطلوبة، ومساهمته في رفع كفاءة اليد العاملة، هو إستجابة لمتطلبات التنمية الإقتصادية.

_ بعد تغيير دور الدولة الجزائرية وإنتهاجها نظام إقتصاد السوق، أصبحت الدولة الجزائرية تلعب دور الدولة الضابطة بعدما كانت دولة متدخلة، ومن ثم تقوم على تشجيع القطاع الخاص، إلا أنها لم توفر الإمكانيات اللازمة من أجل أن ترتق عقود التوزيع إلى المستوى المطلوب في السوق.

_ إن التمعن في خصوصية وطبيعة عقد التوزيع، نجد أنه عقد يطغى عليه المفهوم الإقتصادي عن المفهوم القانوني، لأنه عقد يسعى إلى تحقيق أهداف من ناحية، ومن ناحية أخرى يقدم خدمة للمستهلكين، لهذا لا يمكن إعتبره عملاً تجارياً محضاً ولا عمل قانوني محض، وإنما جاء ليمزج بين المفهوم القانوني والمفهوم الإقتصادي.

_ يخضع عقد التوزيع في إنقضائه إلى القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني أو القانون التجاري.

_ ندرة القواعد القانونية الخاصة بعقد التوزيع في القانون الجزائري، والتي تحكم إنقضاء عقد التوزيع قد يفتح باباً للمنازعات بين الأطراف.

وفي ختام دراستنا توصلنا إلى إستنتاج بعض الإقتراحات والمتمثلة في:

_ على المجتمع تنظيم حملات إعلامية ووعية على الصعيد الوطني من أجل التعريف بهذا العقد، وتشجيع المتعاملين الإقتصاديين على تبنيه.

_ على المشرع سن تنظيمات قانونية تنظم عقد التوزيع، وتخصيص إطار قانوني خاص به، يحدد حقوق وواجبات أطرافه، وهذا من شأنه مساعدة المتعاملين على التعاقد بكل حرية مما يترتب عنه تطوير الإقتصاد والدفع بعجلة التنمية الإقتصادية ومن ثمة الدفع بقطاع التوزيع والخدمات.

_ على المشرع الجزائري تنظيم عقد التوزيع كما نظم بقية العقود الأخرى كعقد البيع.

_ يجب العمل على تفعيل الحماية القانونية اللازمة لعقد التوزيع.

_ على المشرع تأمين العلاقة التي تربط بين الممون والموزع والمستهلك، لأن تنظيم هذه العلاقة يؤدي إلى تنظيم السوق.

_ تقاديا للمنازعات التي قد تثار عند إنقضاء بسبب إحالته للقواعد العامة التي تحكم العقود يجب العمل على أن يكون هناك قانون جزائري خاص بعقد التوزيع.

قائمة المراجع والمصادر

أولاً-الكتب:

- 1_ حيان ديب، التسعير والتوزيع، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020،
<https://pedia.svuonline.org/>
- 2_ صبري السعدي محمد، الواضح في شرح القانون المدني، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، دار الهدى، الجزائر، 2003.
- 3_ فريدة محمدي، المدخل للعلوم القانونية، نظرية الحق، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1998.
- 4_ علي فلاح الزغبى، إدارة التوزيع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

ثانياً-الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ-رسائل الدكتوراه:

- 1_ بن زيدان زوينة، عقود التوزيع في إطار قانون المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر_1_، 2017.
- 2_ جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 3_ خواص نصيرة، خصوصية عقد التوزيع، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر_1_، 2017.
- 4_ فهد بن صالح عبد الله الباحث، عقود التوزيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الفقه، كلية الشريعة بالرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1933.

5_ قندلي رمضان، عقود التوزيع، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجليلي لياس، سيدي بلعباس، 2018.

6_ مختور دليّة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015.

ب-المذكرات الجامعية:

•مذكرات الماجستير:

1_ أوكيل رابح، إدارة منافذ التوزيع وأثرها في دعم القدرة التنافسية دراسة حالة شركة الأطلس للمشروبات_بيبيسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص الإدارة التسويقية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2007.

2_ بولحبال محمد الأمين، دور التوزيع في تنافسية المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر_3 _، 2009.

3_ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.

4_ يعقوبي نادية، النظام القانوني لعقود التوزيع الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.

•مذكرات الماجستير:

- 1_ ابن مبارك عبد الباري، حنين عبد الوهاب، عقد الامتياز التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017.
- 2_ بركة الطيب، دور استراتيجيات التوزيع في تفعيل تنشيط المبيعات بالمؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (أكاديمي) في علوم التسيير، تخصص استراتيجية وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2014.
- 3_ جلوط زكية، زعنون حكيمة، النظام القانوني لعقد التوزيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014.
- 4_ حمداش راضية، أمير نبيلة، مكانة عقود التوزيع في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2023.
- 5_ شوشان فاطمة الزهراء، أهمية سياسة التوزيع في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016.
- 6_ لونيس حنان، خميسي كنزة، عقد الفرنشيز كآلية للاستثمار، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022.

ثالثا-المقالات والمدخلات:

- 1_ إرزيل الكاهنة، "عن إخضاع عقود الاعمال للقانون"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 10، العدد 01، 2019، (ص ص 38_ 51).
- 2_ سلام منعم مشعل، "عقد توزيع المنتجات"، مجلة كلية الحقوق جامعة النهرين، المجلد 14، العدد4، 2012، (ص ص 154_178).
- 3_ سويلم فضيلة، "عقود التوزيع الإستثنائية المقيدة للمنافسة"، مجلة الدراسات الحقوقية، جامعة سعيدة، العدد الثامن، 2017، (ص ص 145_162).
- 4_ سنقرة عيشة، "فيصل التفرقة ما بين نظرية الظروف الطارئة، القوة القاهرة والحادث المفاجئ وتطبيقاتهم"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 16، العدد 01، 2023، (529_508).
- 5_ مختور دليلة، "الاتفاق العمودي وعلاقته بالمنافسة" المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، (ص ص 510_535).
- 6_ محمد الهاوي المكنوزي، "من العقود التجارية إلى عقود الأعمال، أي تأثير على حرية التعاقد"، مجلة المحاكم المغربية، عدد 148، هيئة المحامين بالدار البيضاء، المغرب، أكتوبر 2015.
- 7_ بعداش عبد الكريم، حوشين كمال، "إستراتيجية التوزيع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، الملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسات التسويقية، المنعقد بكلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر، يومي 20-21 أفريل 2004، ص 10_9.

خامسا-النصوص القانونية:

أ-الدستور:

1_ مرسوم رئاسي رقم 96_438 مؤرخ في 07 نوفمبر 1996، يتضمن إصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في إستفتاء 28 نوفمبر 1996، ج.ر.ج.ج عدد 76، الصادر بتاريخ 8 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم بالقانون رقم 02_03 مؤرخ في 10 أبريل 2002، ج.ر.ج.ج عدد 25، الصادر بتاريخ 14 أبريل 2002، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08_19 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر.ج.ج عدد 63، الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008، المعدل والمتمم بالقانون رقم 16_01، مؤرخ في 6 مارس 2016، ج.ر.ج.ج عدد 14، الصادر بتاريخ 7 مارس 2016، المعدل والمتمم بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20_442 مؤرخ 30 ديسمبر 2020، المصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر 2020، ج.ر.ج.ج عدد 82، صادر بتاريخ 30 ديسمبر 2020.

ب-النصوص التشريعية:

1_ أمر رقم 75_58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج عدد 78، صادر في 24 سبتمبر 1975 (معدل ومتمم).

2_ أمر رقم 75_59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري، ج.ر.ج.ج عدد 101 الصادر بتاريخ 19 ديسمبر 1975، (معدل ومتمم).

3_ أمر رقم 01_04 مؤرخ في 20 أوت 2001 يتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصصتها، ج.ر.ج.ج عدد 47، الصادر بتاريخ 22 أوت 2001.

4_ أمر رقم 03_03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج عدد 43، الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08_12، مؤرخ في 25 يونيو 2008، ج.ر.ج.ج عدد 36، الصادر بتاريخ 02 يوليو 2008، المعدل والمتمم بموجب

القانون رقم 05_10 مؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46، الصادر بتاريخ 18 غشت 2010.

5_ قانون رقم 03_09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 15 صادر بتاريخ 25 فيفري 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 09_18 مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج.ج عدد 35، الصادر بتاريخ 13 يونيو 2018.

ج-النصوص التنظيمية:

_ مرسوم التنفيذي رقم 99_39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 5 الصادر بتاريخ 30 جانفي 1990 (معدل ومتمم).

فهرس المحتويات

| الموضوع | الصفحة |
|---|---------------|
| مقدمة..... | 1..... |
| الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لعقود التوزيع..... | 4..... |
| المبحث الأول: مفهوم عقد التوزيع..... | 6..... |
| المطلب الأول: التعريف بعقد التوزيع..... | 6..... |
| الفرع الأول: التعريف الفقهي لعقد التوزيع..... | 7..... |
| الفرع الثاني: التعريف القانوني..... | 9..... |
| أولاً_ عقد التوزيع في منظور قانون التجاري..... | 10..... |
| ثانياً_ عقد التوزيع في منظور قانون المنافسة..... | 10..... |
| ثالثاً_ عقد التوزيع في منظور القانون المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش..... | 11..... |
| رابعاً_ عقد التوزيع في منظور قانون حماية المستهلك وقمع الغش..... | 12..... |
| المطلب الثاني: مميزات عقد التوزيع..... | 12..... |
| الفرع الأول: المميزات العامة لعقد التوزيع..... | 12..... |
| أولاً_ عقد التوزيع عقد رضائي..... | 13..... |
| ثانياً_ عقد التوزيع عقد زمني..... | 13..... |
| ثانياً_ عقد التوزيع عقد معاوضة..... | 14..... |
| الفرع الثاني: المميزات الخاصة لعقد التوزيع..... | 14..... |
| أولاً_ عقد التوزيع يقوم على الإعتبار الشخصي..... | 15..... |

| | |
|---------|---|
| 15..... | ثانيا_ عقد التوزيع عقد إطار |
| 15..... | ثالثا_ عقد التوزيع من العقود غير المسماة |
| 16..... | رابعا_ عقد التوزيع عقد محدد |
| 16..... | خامسا_ عقد التوزيع عقد إذعان |
| 17..... | المبحث الثاني: أنواع عقد التوزيع |
| 17..... | المطلب الأول: أشكال عقد التوزيع |
| 18..... | الفرع الأول: عقد التوزيع الإنتقائي |
| 18..... | أولا_ تعريف عقد التوزيع الإنتقائي |
| 19..... | ثانيا_ تمييز عقد التوزيع الإنتقائي عن عقد التوزيع المعتمد |
| 20..... | ثالثا_ المنتجات المعنية بالتوزيع الإنتقائي |
| 21..... | الفرع الثاني: عقد التوزيع الحصري |
| 21..... | أولا_ تعريف عقد التوزيع الحصري |
| 22..... | ثانيا_ الطبيعة القانونية لعقد التوزيع الحصري |
| 22..... | ثالثا_ أنواع عقد التوزيع الحصري |
| 22..... | 1_ عقد التوزيع الحصري البسيط |
| 23..... | 2_ عقد التوزيع الحصري المتبادل |
| 23..... | 3_ عقد التوزيع الحصري المتقاسم |
| 24..... | المطلب الثاني: قنوات التوزيع |

الفرع الأول: التوزيع المباشر Erreur ! Signet non défini.

أولا_ مضمون عقد التوزيع المباشر.....25

ثانيا_ المنتجات المعنية بالتوزيع المباشر.....26

ثالثا_ طرق التوزيع المباشر.....26

1_ طواف الرجال.....26

2_ متاجر التجزئة التي يمتلكها المنتجين.....26

3_ البيع بالبريد العادي والإلكتروني.....27

4_ البيع الآلي.....27

الفرع الثاني: التوزيع غير المباشر 27

أولا_ مضمون التوزيع غير المباشر.....28

ثانيا_ المنتجات المعنية بالتوزيع غير المباشر.....29

ثالثا_ طرق التوزيع غير المباشر.....29

1_ تجارة التجزئة.....29

2_ تجارة الجملة.....30

3_ السماسرة والوكلاء.....30

الفصل الثاني: الإطار التنظيمي لعقود التوزيع.....31

المبحث الأول: إبرام عقد التوزيع 33

المطلب الأول: أحكام صياغة عقد التوزيع 33

| | |
|----|---|
| 34 | الفرع الأول: أطراف عقد التوزيع والتزاماتهم |
| 34 | أولا_ أطراف عقد التوزيع |
| 34 | 1_ الممون |
| 35 | 2_ الموزع |
| 36 | 3_ المستهلك |
| 36 | ثانيا_ إلتزامات أطراف عقد التوزيع |
| 36 | 1_ إلتزامات الممون |
| 37 | 2_ إلتزامات الموزع |
| 38 | الفرع الثاني: أركان عقد التوزيع |
| 38 | أولا_ الأركان العامة لعقد التوزيع |
| 38 | 1_ التراضي |
| 39 | 2_ المحل |
| 40 | 3_ السبب |
| 40 | ثانيا_ الأركان الخاصة لعقد التوزيع |
| 40 | 1_ ركن الحصرية الإقليمية والتموين والبيع الحصري |
| 41 | 2_ ركن الرقابة |
| 41 | 3_ ركن المعاونة والمساعدة |

| | |
|--|-----|
| المطلب الثاني: التنظيم القانوني لعقود التوزيع | 42 |
| الفرع الأول: تنظيم المشرع الجزائري لعقود التوزيع | 42 |
| أولا_ عدم وجود نصوص قانونية جزائرية منظمة لعقود التوزيع | 42 |
| ثانيا_ مبررات غياب النصوص القانونية المنظمة لعقود التوزيع في الجزائر | 43 |
| ثالثا_ علاقة عقد التوزيع بعقد التوزيع الإستثنائي | 44 |
| الفرع الثاني: إخضاع عقد التوزيع لقوانين مختلفة | 45 |
| أولا_ إخضاع عقد التوزيع لقانون المنافسة | 45 |
| ثانيا_ إخضاع عقد التوزيع لقانون الإستهلاك | 46 |
| المبحث الثاني: عقود التوزيع في السوق وإنهاء العقد | 449 |
| المطلب الأول: نطاق تطبيق عقد التوزيع في السوق الجزائرية | 49 |
| الفرع الأول: مكانة عقود التوزيع في السوق الجزائرية | 50 |
| أولا_ منزلة عقد التوزيع في السوق الجزائرية | 50 |
| ثانيا_ بعض تطبيقات عقد التوزيع في السوق الجزائرية | 52 |
| الفرع الثاني: خصوصية عقود التوزيع في السوق الجزائرية | 54 |
| المطلب الثاني: إنقضاء عقد التوزيع | 56 |
| الفرع الأول: الإنقضاء الإتفاقي لعقد التوزيع | 56 |
| أولا_ الوفاة والتصفية وفقدان الأهلية | 56 |
| ثانيا_ الإنقضاء بحلول الآجال | 57 |

| | |
|---------|--|
| 57..... | 1_ العقود المحددة المدة |
| 58..... | 2_ العقود غير محددة المدة |
| 59..... | الفرع الثاني: الإنقضاء القانوني لعقد التوزيع |
| 59..... | أولاً_ إنقضاء عقد التوزيع عن طريق القضاء |
| 59..... | ثانياً_ إستحالة التنفيذ |
| 60..... | 1_ القوة القاهرة |
| 61..... | 2_ الحادث المفاجئ |
| 62..... | خاتمة: |
| 66..... | قائمة المراجع والمصادر |
| 73..... | فهرس المحتويات |