

عقود التوزيع الدولية

نادية يعقوبي

جامعة تيزي وزو-

شهدت الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية نموا سريعا في التجارة الدولية، فتضاعفت الصادرات العالمية للسلع والخدمات بين عامي 1950 و1982 بمعدل يتجاوز 10 إلى 20 % سنويا⁽¹⁾.

وكان نتيجة ذلك زيادة حصة التجارة الدولية في النشاط الاقتصادي، مما أدى إلى اتساع نطاقها بزيادة الإنتاج والتوزيع في استراتيجيات التوزيع، مما دفع بالشركات الكبرى إلى اقتحام الأسواق الخارجية، أو (وهو الأهم) لجونها إلى إنشاء شركات منتسبة تعمل تحت رقابتها ولواء علامتها في الخارج لتوزيع خدماتها وسلعها الرفيعة والمتميزة⁽²⁾. وكانت عندئذ عقود التجارة الدولية الأداة القانونية الأكثر استعمالا لجذب أولئك الذين يتطلعون إلى نجاح اقتصادي في نطاقهم الإقليمي إلى إبرامها⁽³⁾.

ومن بين هذه العقود عقد التوزيع الذي هو عبارة عن: "عقد يبرم بين طرفين هما المنتج أو الممون صاحب السلعة أو الخدمة، والقائم بالتوزيع الذي يعرف بالموزع حيث يسهر هذا الأخير على تسويق السلع والخدمات باسمه ولحسابه الخاص مستفيدا من علامات ومنافذ وخبرة المنتج أو الممون، وذلك في إقليم معين تحت رقابته ووفقا لشروط وأحكام العقد". عملية التوزيع لم تنشأ مع المستهلك، حيث خلال فترة طويلة لبي المستهلك احتياجاته ذاتيا من المحيط الذي كان يعيش فيه، ثم من المعارض عند الحرفي المنتج بعدها

1- د/ طالب حسن موسى، عقود التجارة الدولية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للدراسات والبحوث القانونية الصادرة عن كلية الحقوق بجامعة القاهرة، العدد 05، أبريل 1997، ص 12.

2 - Marc Dupins, Le marketing international, Les éditions d'organisation, Paris, 1995, P.143.

3 - Martine Behar Touchais, Georges virassamy. Les contrats de la distribution Delta ; L.A.D.J, Paris, 1999, P01

قامت فئة صغيرة من التجار بشراء السلع بكميات معتبرة من الحرفيين والقيام بتخزينها لإعادة بيعها. وهكذا فالحاجة إلى التبادل كانت جد محدودة⁽¹⁾.

وعند قيام النهضة التجارية باعتبارها المصدر الرئيسي لتنظيم عملية التوزيع اهتم هؤلاء الحرفيين (الموزعين) الصغار لكونهم الأوائل الذين يسيطرون على السوق وساعدت في التطور الكمي لهم، إذ دفعتهم إلى التخصص في النشاطات مما أدى إلى تطوير وحدة الإنتاج وظهور موزعين أقوىاء تميز نشاطهم بشراء منتوجات بكميات كبيرة والقيام بتخزينها لإعادة بيعها فيما بعد لتجلب التجزئة وأطلق عليهم اسم "بائعي الجملة".

وخلال القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين تطورت وظيفتهم، فقاموا بإعادة تنظيم نشاطهم لخلق صيغ أخرى لوظيفة البائعين بالجملة، حيث في أواخر الأربعينات وبداية الخمسينات ومع ظهور حضارة وثقافة السيارات، ظهر في فرنسا وتطور في الولايات المتحدة الأمريكية تحت رعاية وإشراف المنتجين ولواء العلامة نظام شبكة التوزيع" أو التوزيع عن طريق الدمج التي تتشكل من أصحاب امتياز متجمعين حول الممون بعقود يبرمها معهم لتوزيع سلعة الرفيعة تحت علامته وفي إقليم محدد، فيلتزم الموزع باحترام السياسة التجارية المحددة في العقد. وهذا النوع يسمى بعقود الامتياز الحصري⁽²⁾.

وفي منتصف الستينات وبداية السبعينات، ظهرت أشكال جديدة للتوزيع، نتيجة للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية... مثل شبكات الإعفاء التي هي عبارة عن: "عقود يبرمها شخص يدعى المعفى، يتعاقد فيها بتلقين الكفاءة إلى شخص آخر يدعى المعفى له وإفادته بالمعرفة وشهرة العلامة وتمويله بالبضائع. وفي المقابل يتعهد المعفى له على حسن استخدام واستغلال ذلك مع الوفاء بمقابل⁽³⁾. وظهرت كذلك شبكات التوزيع الانتقالي التي هي مستوحاة من عقود الامتياز وفيها: "يلتزم الممون التموين بالسلع في إطار إقليمي محدد موزع أو عدة موزعين الذين يختارهم على أساس معايير موضوعية ذات طابع كمي ونوعي، لتوزيع المنتوجات الرفيعة ويرخص للموزع بتوزيع المنتوجات المنافسة⁽⁴⁾.

1-IBID, P.01

2-Yves Gyon, Les reseaux de distribution, Dunod, Paris, P.08.

3 -Jaques chapin, la grande et moyenne distribution, economica, paris, 1999, p.23

4- Marc Benoun, Distribution, Acteurs et stratégies, 2^{ème} édition, Litec, Paris 1993, P.150

وفي رحاب ظاهرة العولمة وظهور شبكات الانترنت، زاد عدد هذه الشبكات وتنوعت تقنيات التوزيع، مما جعلها تبرز كقوة اقتصادية كبيرة عن طريق العقود التي تبرمها على المستوى الدولي.

وفي هذا النوع من العلاقات التعاقدية نشأت نظرية "عقد الإطار" التي يحدد فيها القواعد والمبادئ العامة للعلاقة المستقبلية للأطراف والتي سترجم فيما بعد في عقود التنفيذ التي يحدد فيها بدقة شروط البيع (مدة العقد، التزامات الأطراف، مسؤولياتهم...).

وتبرم هذه العقود بطريقة خاصة بهدف إدماج الموزعين بالشبكة ومراقبتهم من طرف الناتجين أو الممولين من جهة⁽¹⁾. وللاحتفاظ بالأطراف التي يتعاقد معها الموزع الرئيسي المالك للحصرية الإقليمية الذي يقوم بإنشاء شبكة فرعية للموزعين داخل نطاقه الإقليمي عن طريق عقود ثنائية حسب نموذج الممول من جهة أخرى⁽²⁾.

وما يجدر الإشارة إليه أن هذه العقود لم يخصص لها نظام قانوني، وهذا ما دفع برجال القانون والاقتصاد إلى البحث عن السبل الكفيلة والناجعة لوضع أطر ملائمة لها. فالمشروع الجزائري وذلك على غرار التشريعات الأخرى كيف نشاط التوزيع ضمن النشاطات التي يمارسها العون الاقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية فيتالي أخضع عملية التوزيع لنفس الأحكام التي تخضع لها النشاطات الاقتصادية الأخرى أي لقانون المنافسة⁽³⁾.

وبهذا أصبحت عقود التوزيع من بين العقود المعتمدة في النظام القانوني للتجارة والاقتصاد في الجزائر.

لكن نظرا للخصوصيات والإشكالات التي تطرحها بسبب عدم وضع تأطير قانوني خاص لتنظيمها خاصة فيما يخص بنود الحصرية التي تفرضها وعملية التموين الحصري التي تتعامل بها وتشجيعها للممارسات المدبرة كلجونها إلى الأسعار المنصوح بها بكثرة والتي تخفي من ورائها عملية فرض الأسعار، فجعلتها تظهر كاتفاقات تهدف إلى التنظيم والتقسيم والهيمنة على الأسواق، مع العلم أن النظام الداخلي للدول والنظام الأوروبي المشترك يفرض الأخذ بعين الاعتبار مصلحة المنافسين والسوق معا عند القيام بالنشاطات الاقتصادية.

1 - Jean Beauchard, Droit de La distribution et de La consommation, Presses universitaires de France Paris, 1996, P.182.

2- Jean Beauchard, op. cit, p.183.

3- جريدة رسمية عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

نص المادة 02 منه: " يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يمارسها أي "

شبكات التوزيع تم التسليم في مختلف التشريعات بمنعها واعتبارها باطلة بقوة القانون لأنها تصرف غير مشروع يؤدي إلى إعاقة حرية التجارة والمناقشة الشريفة بين المتعاملين في السوق الاقتصادي، وذلك وفقا لنص المادة 13 من أمر 03-03⁽¹⁾ وذلك على غرار المادة 13 من قانون المنافسة الفرنسي⁽²⁾ والفقرة الثانية من نص المادة 85 من اتفاقية روما⁽³⁾. وأمام كل هذه الجزاءات المنصوص عليها في مختلف القوانين إلا أنها غير قابلة للتطبيق ويرجع ذلك إلى أن بعض التصرفات المقيدة لحرية المنافسة قد يكون لها أثر إيجابية على الاقتصاد والتجارة. لذا وقعت على قاعدة المنع استثناءات وهذا هو مضمون الفقرة الثانية⁽⁴⁾ من نص المادة 09 أمر 03-03، والفقرة الأولى من نص المادة العاشرة من قانون المنافسة الفرنسي⁽⁵⁾ والفقرة الثالثة من نص المادة 85 اتفاقيات روما⁽⁶⁾.

وهذا ما يوضحه قرار مجلس المنافسة الفرنسي الصادر في 14 ماي 1991 الذي نص على أن شبكات الامتياز التجاري يمكن أن لا تخضع لقانون المنافسة وذلك فيما يخص بعض التجهيزات الطبية مثلا ورأي أن هذا التجهيز يتصف بطابع تقني عالي. لذا فعملية

1- أمر رقم 03-03، مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 53 الصادرة في 20 يوليو 2003.

2 - Boutard Labarde Marie chantal , Droit Français de la concurrence, L.G. D.I., paris, 1994,P.325.

3- Didier Ferrier, Les reseaux de la distribution, Economica, Paris, 2002, P.507.

4- نص الفقرة الثانية من المادة التاسعة أمر 03-03، المرجع السابق:

"... يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل..."

5- نص الفقرة الأولى من المادة العاشرة من قانون المنافسة الفرنسي نقلا عن

Didier Ferrier, op.cit, p.539.

Ne sont pas soumises aux dispositions des articles 07et 08. Les pratiques :

«... dont les auteurs peuvent justifier qu'elles ont pour effet d'assurer un progrès économique et qu'elles réservent aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte. »

6- نص الفقرة الأولى من المادة 85 اتفاقية روما نقلا عن

Martine Behar touchais, Georges virassamy, op.cit, p.544

«...toute fois, les dispositions du paragraphe 1^{er} peuvent être déclarées inapplicables... a toute pratique concertées qui contribuent a améliorer la production ou la distribution des produits, on a promouvoir le progrès technique ou économique... »

التوزيع خصصته Kinésithérapeutes الشركات المنتجة لبعض الموزعين فقط لضمان تحسين الخدمة المقدمة للمستهلك⁽¹⁾.

وأخيراً يمكننا القول أن هذه العقود في وقتنا تعتبر عملية أساسية لتحقيق التكامل والتوازن الاقتصادي، فهي من أساليب غزو الأسواق الأجنبية بأقل درجة من الخطر وفي نفس الوقت تحقق مزيداً من المعرفة والخبرة عن طبيعة السوق وربحيته قبل الدخول في أي نوع آخر من الاستثمارات، كما تساعد على ضمان استمرار التواجد للشركات الممونة في سوق أجنبية بعيدة وتتحكم في حجم السوق الذي يخدمه الموزع.

وعليه فالممون الذي ينشئ شبكة للتوزيع تضمن موزعين مستقلين يسعى بها إلى:

- تغطية أكبر حجم من السوق، والوصول إلى استقطاب الزبائن المحتملين.
- الحفاظ على مستوى معين في تحديد الأسعار من أجل ضمان نسبة ربح كافية.
- فرض نوع معين من الخدمات أثناء البيع للمحافظة على شهرة العلامة وجودة الخدمة والمنتج.

أما الموزع فيموجب هذه العقود يستطيع أن يقدم فرصاً للعمالة والتنمية والتدريب للقوى العاملة الوطنية، بالإضافة إلى مساهمته في خلق علاقات مع بعض القطاعات الاقتصادية الأخرى والأمر الذي يؤثر إيجابياً على مضاعفة الاستثمار في دولته...

وأمام مختلف إيجابيات هذه العقود هناك سلبيات واضحة أهمها كما قلنا سابقاً نقص تأطيرها وتنظيمها خاصة في البلدان النامية مما جعل عملية الاستيراد والتوزيع تمارس بطريقة عشوائية لغياب رقابة الدولة وأجهزتها. ففي بعض الحالات نجد الموزع يعطي اهتماماً لبعض المنتجات والخدمات الكمالية التي يكون التعامل بها أو فيها ضئيلاً جداً ولا تعود بفائدة كبيرة على المستهلكين بالمقارنة إلى المواد الضرورية التي تمس القطاعات الحساسة التي يفتقدها المستهلك. كما تفرض هذه العقود حصاراً خاتماً على الخدمات والمنتجات الوطنية بل إلى الإحاطة النهائية بها خاصة في البلدان النامية.

لذا على الدولة التدخل لضبط وتنظيم هذه العقود قصد حماية منها إقتصادها الوطني والتخفيف من ويلات التبعية الاقتصادية للطرف الممون.

1- Jean Beauchard, op. cit, p.166.167.