

الفصل التمهيدي

ماهية عقد التوزيع الحصري

الفصل التمهيدي ماهية عقد التوزيع الحصري

تمهيد وتقسيم:

تقتضي مسألة حداثة عقد التوزيع الحصري، وأهميته التي تظهر بداخل العقود التي تتضمنها شبكة التوزيع أن نعرض لتعريف هذا العقد وخصائصه.

كذلك يلزم بيان الفرق بين عقد التوزيع الحصري وغيره من العقود المتشابهة. وتلوح في الأفق عدة أنواع من عقود التوزيع تختلف في أحكامها والالتزامات المتبادلة بين أطراف كل عقد من هذه العقود، الأمر الذي يجرنا إلى بيان الفوارق الجوهرية والأساسية بين عقد التوزيع الحصري وعقود التوزيع الأخرى.

كما يلزم بحث مسألة التزامات أطراف عقد التوزيع الإقليمي، والمرتبة على إبرام هذا العقد.

وبالنظر لأهمية الكبيرة للالتزام بعدم المنافسة، وبالرغم من دخوله ضمن التزامات الموزع الإقليمي، فإننا سنعرض له تفصيلاً، لبيان حكم الاشتراطات المتعلقة بعدم المنافسة.

وعلى ذلك، نقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم عقد التوزيع الحصري وخصائصه.

المبحث الثاني: التمييز بين عقد التوزيع الحصري وغيره من العقود.

المبحث الثالث: التزامات الأطراف في عقد التوزيع الحصري.

المبحث الأول

مفهوم عقد التوزيع الحصري وخصائصه

تقسيم:

نقسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، نخصص الأول لتعريف عقد التوزيع الحصري، والثاني للتراضي وأهمية الكتابة، ثم نوضح في الثالث أهم خصائص عقد التوزيع الإقليمي.

المطلب الأول

تعريف عقد التوزيع الحصري

يطلق على هذا العقد اسم عقد الالتزام التجاري
Contrat de concession commercial، أو عقد التوزيع الإقليمي
Contrat de distribution commerciale أو الحصري exclusive^(تميه).

ويمكن تعريف عقد التوزيع الحصري بأنه الاتفاق الذي يتم بين طرفين، أحدهما يسمى المورد، أو الذي يقوم بمنح الطرف الثاني، وهو الموزع، الحق في توزيع منتجاته داخل منطقة جغرافية محددة^(بسمه).

وقد قيل أيضاً في تعريف هذا العقد بأنه اتفاق بمقتضاه يقوم تاجر، يطلق عليه اسم موزع إقليمي، بوضع شركته المتخصصة في خدمة تاجر أو صانع،

(19) انظر في ذلك تفصيلاً:

G.ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.30 et s.

(20) انظر في هذا المعنى:

PH. LE TOURNEAU: Consession, juris, clas. Contrat? Distribution, 2009, Fasc. 1010, No.30; D. FERRIER: Droit de la distribution, Op. cit., p.434, No.615 et 616.

يطلق عليه اسم المنتج أو المورد، وذلك لكي يتولى قصرًا، خلال مدة معينة، وتحت رقابة المنتج، توزيع منتجاته التي تم تخويله الحق في إعادة بيعها⁽²²⁾.

غير أن هذا التعريف الأخير يقتضي أن يكون عقد التوزيع الحصري محدد المدة، وهذا يخالف ما درج عليه العمل. وسنجد بعد ذلك أن بعض العقود لا يتم الاتفاق فيها على مدة محددة، ويكتفي الأطراف بالإشارة إلى الإقليم الحصري الذي يتم فيه توزيع المنتجات.

كما عرف البعض الآخر هذا العقد بأنه "عقد إطاري يتعهد بموجبه صاحب علامة مميزة، ويسمى المانح، بالتوريد الحصري على إقليم معين، للمتعاقد الآخر، والذي يسمى الملتزم، وأن يتعهد بتزويده دون غيره بالمنتجات"⁽²³⁾.

وباستقراء هذه التعريفات نجد أنها تجتمع على مفهوم محدد لعقد التوزيع الحصري، وأنه العقد الذي يتم إبرامه بين المورد والموزع، سواء أكان شخصًا طبيعيًا أم معنويًا. ويلتزم الأول بموجبه بتوفير المنتجات للأخير، الذي يقوم ببيعها على إقليم معين، بموجب شرط يتفق عليه الأطراف

(21) انظر:

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص 24.

(22) " Le contrat de concession commerciale, appelé concession exclusive, est un contrat-cadre par lequel le titulaire de signes distinctifs, appelé concédant, s'engage à fournir exclusivement sur un territoire déterminé, son contractant, appelé concessionnaire, lequel en retour, s'approvisionnera exclusivement chez le concédant avec pour objectif de revendre ces produits dans le territoire concédé"

انظر:

D.MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.171, No.137.

ويسمى شرط القصر، أو الشرط المحدد للمنطقة الجغرافية محل التوزيع. وقد يتفق المتعاقدان على مدة معينة في العقد، أو يتم تحديد المدة عند توقيع العقد للمرة الأولى، ولا ينازع أحدهما في ذلك، ويمتد العقد لمدة مماثلة. وقد يترك الأطراف مسألة المدة، وجعلها مرهونة برغبة أحد الطرفين في عدم التجديد.

ويتأسس نظام التوزيع الحصري في هذا النوع من العقود على وجود عدد من المنتجين أو الموردين في مقابل عدد من الموزعين يقومون بطريقة حصرية بتسويق المنتجات في مناطق جغرافية معينة للعملاء المقيمين على هذه الأقاليم^(مم).

وبموجب هذا العقد يتعهد كل مورد في مواجهة الموزع المتعاقد معه بعدم توقيع عقد مع موزع آخر داخل نفس الإقليم. وبمفهوم الموافقة فإنه يستطيع أن يوقع عقد توزيع حصري مع موزع آخر، ولكن على إقليم دولة أخرى.

ويمكننا أن نستخلص من تعريف عقد التوزيع الحصري ما يلي:

أطراف عقد التوزيع الحصري:

يتكون عقد التوزيع الحصري من تلاقي إرادات كل من المورد والموزع. وعلى هذا، فإن طرفا العقد هما:

(23) انظر:

1- المورد: وهو الذي يتولى عملية تزويد أو تموين الطرف الآخر بالمنتجات من سلع وخدمات. وقد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً^(م). وإن كان الغالب في هذا النوع من العقود أن يكون المورد من الأشخاص المعنوية أو الشركات العملاقة التي تدخل في إطار منظومة أو شبكة التوزيع.

والمورد هو الذي يزود البائع بمنتج تحت علامة محددة sous la même enseigne والتي تميزه عند إعادة بيعه^(نم).

ويمكن أن نطلق على هذا المتعاقد اسم المانح titulaire وقد يكون هو المنتج للسلعة محل التعاقد. وفي هذه الحالة يعد هو المؤسس للشبكة أو المهيمن عليها. وقد يلجأ إلى الصانع لتزويده بالمنتجات، مع وضع علامته التجارية عليها^(م).

وفي كل الأحوال، يعد المورد أو المانح هو الطرف الأقوى اقتصادياً في عقود التوزيع. بل أنه محور عملية التوزيع الحصري، وذا النفوذ الاقتصادي والتجاري في السوق المحلية والعالمية.

(24) انظر:

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص24، بند 23.

(25) انظر:

N.FERRIER: La distribution parallèle à l'épreuve de l'opposabilité du réseau, Rev. trim. D. civ., 2011, p.22 et ss; M.MALKA: Le contrat de distribution et internet, Op. cit., p.13, No.20.

(26) انظر:

د. ماجد عمار: عقد الامتياز التجاري، القاهرة، دار النهضة العربية، 1992، ص20، بند 20.

2- الموزع: وهو الطرف الثاني في عقد التوزيع الحصري، والذي يمارس عملية إعادة بيع السلعة لحسابه تحت رقابة المورد، كما يقوم باحتكار المنتجات محل الحصر⁽²⁷⁾.

ويسمى الطرف الآخر باسم الملتزم concessionaire، بالنظر إلى الالتزام الذي يقع على عاتقه في مواجهة المورد أو المانح، بالحصول على السلع والمنتجات من مؤسسات الأخير، والتي تحمل العلامة التجارية المميزة للمنتج.

وإذا أمعنا النظر في عدم التكافؤ الاقتصادي بين أطراف العقد، نجد أن الموزع أو الملتزم هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية بالمقارنة بالمتعاقدين الآخرين. إلا أن ذلك لا يخلع عنه صفة التاجر الذي يمارس عمله بطريقة منتظمة من أجل الحصول على الربح.

ويمكن أن نسبغ على الطرف الآخر في عقد التوزيع صفة البائع، عند الأخذ بعين الاعتبار أن عقد التوزيع الحصري يعد عقداً إطارياً؛ لتضمن هذا العقد شروطاً تمتد إلى عقد البيع الذي يبرمه الموزع مع العملاء فيما بعد⁽²⁸⁾. ولكننا نقف في هذه الحالة أمام بائع بالتجزئة، بينما يكون الطرف الآخر هو بمثابة بائع جملة.

(27) انظر:

D. PLANTAMP: L'intérêt commun dans les contrats de distribution, D. 1990, p.177 et ss, Spéc. P.179; D. MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.171, No.137; M. MALKA: Les contrats de distribution et internet, Op. cit., p.27, No.65.

(28) انظر:

F.COLLART DUTILLEUL et PH. DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, 6^eéd, Paris, Dalloz, 2002, p.881 et 882, No.936.

فالموزع أو الملتزم هو من يبرم العقود مع العملاء عند تسويق المنتج. وهنا يظهر في الأفق عقد البيع الذي يستمد شروطه من العقد الأساسي. وكأننا أمام عقد نموذجي أو نمطي تبنى عليه العقود التطبيقية أو التنفيذية التي تنتقل إليها بعض الشروط في العقد الأصلي.

الحصرية الإقليمية هي جوهر عقد التوزيع الحصري:

لعل شرط القصر، أو الشرط الحصري Clause d'exclusivité هو جوهر عقد التوزيع الحصري، والذي يعبر عن ذاتية العقد والأساس الذي يبنى عليه العمل التجاري والعملية التعاقدية برمتها.

وبموجب هذا الشرط يتعهد الموزع بعدم التعاقد سوى مع مورد محدد. كما يلتزم الأخير بتزويد الموزع بالمنتجات التي تحمل العلامة التجارية المميزة لها^(تممه). وقد تكون المنتجات مصنعة عن طريق مؤسسة المورد، أو عن طريق تخويل الصانع مهمة تجهيزها تحت علامة واسم تجاري محدد، ويقوم بعد ذلك بإمداد الموزع بها.

ونكون هنا أمام التزامات متبادلة بين أطراف العقد، حين يقابل التزام المورد بتزويد الموزع بالسلع والبضائع، التزام الأخير بعدم التعاقد أو الشراء إلا من خلال مؤسسة المورد.

وللالتزام الحصري نطاق إقليمي، ونطاق زمني، وآخر موضوعي.

(29) انظر:

أما النطاق الإقليمي: فيتعلق بطرح المنتجات في سوق بعينه، أو إقليم جغرافي محدد. خذ مثلاً، أن يلتزم موزع مصري بتوزيع السيارات ماركة "تويوتا" للشركة اليابانية التي تنتج هذا النوع من السيارات على الإقليم المصري. وفي هذه الحالة يلتزم الموزع المصري بعدم التعاقد مع شركات أخرى تنتج هذا النوع من السيارات التي أصبحت تصنع في دول أخرى مثل دولة تايوان بموجب عقود الفرانشيز أو العقود التي تنصب على المعرفة الفنية، على النحو الذي نعرض له لاحقاً⁽³⁰⁾.

وتقتضي الحصرية الإقليمية تزويد الموزع حصرياً بالبضائع التي تحمل ذات العلامة التجارية في النطاق الجغرافي المحدد بالعقد، وبموجبها يضمن المورد احتكار الموزع لعملية البيع في إقليم بذاته، وعدم التعاقد مع موزعين آخرين بشأن البضائع والمنتجات محل العقد⁽³¹⁾.

وترتيباً على ذلك، يجب أن يتم تحديد المنطقة الجغرافية محل الحصر تحديداً واضحاً، لا لبس فيه ولا غموض. فقد يقتصر نشاط الموزع على إقليم دولة معينة، وقد يشمل عدة دول متجاورة. كما يمكن قصر التوزيع على بعض المناطق داخل إحدى الدول.

وأما النطاق الزمني: فيتعلق بمدة الحصر التي يتفق عليها الأطراف في العقد. فقد يحدد المتعاقدان مدة معينة تنتهي فترة القصر بانقضائها. كما يمكن للأطراف النص على تجديد العقد من تلقاء نفسه، أو يكتفي هؤلاء

(30) انظر لاحقاً، ص 55 وما بعدها.

(31) انظر:

بتضمين العقد نصاً يقضي بانتهاء الرابطة العقدية في حالة إخطار أحد المتعاقدين الآخر برغبته في عدم التجديد.

ويؤدي إخلال أحد الأطراف بتلك المدة إلى أحقية الطرف الآخر في المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت؛ نتيجة لإنهاء العقد بالإرادة المنفردة، أو عدم مراعاة مدة الإخطار المنصوص عليها. وكذلك في حالة عدم إخطار أحد الطرفين الآخر بالرغبة في التجديد، حتى مع عدم النص على ذلك، حين يؤدي فسخ العقد بإرادة أحد المتعاقدين إلى إلحاق الضرر بالمتعاقدين الآخر^(مم□).

وبالنسبة للنطاق الموضوعي: فيخص البضائع والمنتجات التي يتزود الموزع بها من قبل المورد، والتي يجب أن تتطابق مع المواصفات المتفق عليها.

وعلى المورد أن يدخل التحسينات اللازمة على المنتجات التي تساهم في قدرتها على المنافسة والاستمرار في السوق^(□□). فهذه الأمور من

(32) انظر لاحقاً أحكام محكمة النقض الفرنسية الخاصة بعقود التوزيع الحصري: حكم محكمة النقض الصادر عن الدائرة المدنية الأولى في 15 مايو 2001، وحكمها الصادر عن الدائرة التجارية في 20 فبراير 2007، ص 155 وما بعدها ، ص 200 وما بعدها ، على التوالي.

(33) انظر:

د. عبد الفضيل محمد أحمد: العقود التجارية وعمليات البنوك طبقاً لأحكام القانون رقم 17 لسنة 1999، المنصورة، مكتبة الجلاء، 1999، ص 87 وما بعدها؛ د. محمد محسن إبراهيم النجار: عقد الامتياز التجاري، دراسة في نقل المعارف الفنية، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص 76، 77.

مقتضيات تصريف المنتجات وإعادة بيعها. ويأتي ذلك في إطار أن عقد التوزيع الحصري من العقود التي يستمر تنفيذها لأوقات طويلة، وقد يحدث خلالها بعض التغييرات على السلع والخدمات التي يلتزم المورد بها، أو بإدخال تقنيات حديثة في الصناعة.

كذلك نجد أن الحصرية تتعلق ببضائع كاملة الصنع، يقوم الموزع ببيعها لحسابه تحت إشراف التاجر، وهو أمر يختلف عن العقود التي تكون فيها مدخلات الإنتاج غير كاملة الصنع، أو العقود التي يستغل بموجبها المتلقي تقنيات المانح بالتسويق دون الإنتاج، وهو ما يحدث في عقود الامتياز التجاري التي تبني على نقل المعرفة الفنية⁽³⁴⁾.

ولا يفوتنا أن نذكر بأن الحصرية الإقليمية تصب في مصلحة المورد والبائع أو الموزع في ذات الوقت؛ عندما تؤدي إلى زيادة الأرباح نتيجة احتكار السلعة لمدد طويلة ومتعاقبة. ويزداد إقبال العملاء عليها في ظل العرض المتواصل والطلبات اللامتناهية، بالنسبة للسلع والخدمات، سواء أكانت ضرورية أم كمالية.

وعلى ذلك، فإن شرط القصر هو المحور الأساسي لعقد التوزيع الحصري الذي تدور في فلكه كافة الشروط والالتزامات الأخرى المتعلقة بالعقد. وهو المعنى الذي أكدت عليه محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر عن الدائرة التجارية في 29 نوفمبر 1983⁽³⁵⁾؛ حيث رأت المحكمة

(34) انظر:

د. محمد محسن إبراهيم النجار: المرجع السابق، ص 55.

(35) انظر هذا الحكم مشارًا إليه في:

أنه "في غياب شرط الحصرية، فإن العلاقة بين المانح والملتزم يمكن أن ينظر إليها على أنها علاقة عادية بين المورد والعميل. وهنا يؤدي إنهاء العقد من جانب واحد بدون إخطار إلى عدم وجود حق في التعويض لصالح الموزع".

المطلب الثاني

التراضي ومدى أهمية الكتابة في عقد التوزيع الحصري

إذا كان مناط عقد التوزيع الحصري يكمن بالأساس في التزام أحد المتعاقدين في مواجهة الآخر بأن يمكنه من الاستئثار بالسلعة أو الخدمة محل الحصر، داخل نطاق جغرافي معين^(□□)، فإن الأمر يتطلب ضرورة التراضي على هذا الشرط، الذي يجب بحث مدى أهمية كتابته.

أولاً: التراضي في عقد التوزيع الحصري:

يجب أن تتلاقى إرادة الأطراف على إحداث أثر قانوني معين. فقوام الرضاء هو الإرادات التي تجتمع على إبرام العقد، وتحديد مضمون العملية القانونية^(□□).

وعندما يتلاقى القبول مع الإيجاب يتم العقد، ويرتب التزامات متبادلة بين أطرافه.

(36) انظر:

د. رشيد ساسان: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 186.

(37) انظر:

د. محمد لبيب شنب: النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، أحكام الالتزام،

بدون ناشر، 2004، ص 66، 67.

كما يجب أن تكون الإرادة سليمة وخالية من العيوب، وألا تنطوي إرادة المتعاقدين على غلط أو تدليس أو إكراه أو استغلال، وأن يكون الأطراف أهلاً لإبرام العقد. ويؤدي وجود عيب من عيوب الإرادة في عقد التوزيع الحصري إلى تعرض العقد للبطلان.

كما يقع على المانح أو المورد بأن يعلم الموزع الإقليمي أو الملتزم بمضمون العقد، على النحو الذي يعمل على تنوير رضائه^(□□). فعليه أن يعلمه بالمدة المحددة للعقد، وكيفية التجديد في نهاية المدة، ونطاق الحصرية، وغير ذلك. وسنجد أن كل هذه الأمور تصب في إطار عدم التوازن الاقتصادي بين الأطراف، على النحو الذي نفضله عند دراسة خصائص عقد التوزيع.

ثانياً: أهمية الكتابة في عقد التوزيع الحصري:

لم يتناول المشرع المصري أو الفرنسي مسألة الكتابة في عقد التوزيع الحصري؛ نظراً لحدثة هذا العقد، وعدم وجود مدلول تشريعي له. وبالتالي يمكن الرجوع إلى الأصل العام في إبرام العقود، والاكتفاء بالتراضي، دون اشتراط الكتابة، أو اقتضاء شكل معين.

لكن إذا رجعنا لقانون التجارة الفرنسي رقم 1345-58، والصادر في 25 يونيو 1991، نجد أن المادة (ل 441-6) تفرض اضطلاع كل بائع تجزئة revendeur بشروط البيع. فهذا النص يلزم كل الموردين بصياغة شروط عامة، وتحديد الشروط اللازمة للحصول على السلعة أو الخدمة^(تم□).

(38) انظر:

G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.14.

(39) انظر:

ويستتبع ذلك أن تكون هذه الشروط مكتوبة وواضحة، ليسهل معرفة آثارها ومضمونها.

والمتمأمل في عقد التوزيع الحصري يجد أنه عقد إطاري يتضمن بعض الشروط العامة التي قد تنتقل إلى عقود البيع التالية لإبرام العقد الأصلي بين المورد والموزع. وهذه الشروط العامة يجب أن تكون واضحة ومدرجة بالطريقة التي تبين آثار تطبيقها. ولن يتأتى ذلك إلا من خلال كتابتها.

فإذا أبرم العقد عن طريق الإنترنت، فالمفترض أن يكون مكتوباً، حين تظهر شروطه بشكل واضح على موقع المورد⁽⁴⁰⁾، وتتصل بعد ذلك بعلم الموزع الذي يقوم بتصدير القبول بطريقة إلكترونية.

ولكن تأتي أهمية الكتابة، بل وحتميتها، فيما يخص شرط القصر الذي يميز عقد التوزيع الحصري، وبدونه يتحول هذا العقد إلى عقد عادي، كما ذكرنا.

ولأول وهلة، يسترعى انتباهنا ضرورة كتابة هذا الشرط بصورة مقروءة ومفهومة تعبر عن محتواه، وعن دوره في قصر عملية التوزيع على موزع بعينه في منطقة جغرافية محددة.

إلا ان الكتابة يجب أن ينظر إليها على أنها دليل إثبات، وليست شرط انعقاد. وهذا ما تبناه حكم محكمة استئناف Versailles بفرنسا، الصادر

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op. cit., p.885, No.939.

(40) انظر:

M. MALKA: Les contrats de distribution et internet, Op. cit., p.7.

في 26 أكتوبر 1995؛ حيث انتهت المحكمة إلى أنه يجب لإثبات عقد التوزيع الإقليمي أن يرد بطريقة محددة وواضحة، لا تحتل الشك، وأن يشتمل على بيانات دقيقة لمحل العقد والإقليم الذي يتم التوزيع عليه، وحقوق والتزامات الأطراف ومدة القصر^(م). فالمحكمة، وإن لم تشترط الكتابة، إلا أن منطق الحكم يتطلب أن يقيم الأطراف الدليل على وجود شرط القصر بكافة طرق الإثبات، حتى وإن كان مكتوبًا بطريقة غير واضحة ويقع على من يدعي وجوده أن يثبت ذلك.

المطلب الثالث

خصائص عقد التوزيع الحصري

يمكن إجمال خصائص عقد التوزيع الحصري فيما يلي:

1- عقد التوزيع الحصري عقد رضائي:

تأسس شبكة التوزيع، في الأصل، على التراضي بين الأعضاء المؤسسين والمنضمين إليها. كما يتم التوزيع من خلال مجموعة من الموزعين يتم اختيارهم ليشغلوا أماكن داخل الشبكة في ظل أوضاع متماثلة^(مم).

ومن ثم يتم إبرام عقد التوزيع الحصري بالنظر إلى المصالح المشتركة بين الأطراف^(□□). ويقتضي ذلك أن يحدث التراضي بين المتعاقدين على العقد وكافة البنود المدرجة فيه.

(41) راجع الحكم منشورًا في:

Rev. Juris. De France, p. 145, No.36, Note: G. PARLEANI.

(42) انظر:

N. FERRIER: La distribution parallèle à l'épreuve..., Article précité, p.225.

ويتميز هذا العقد بالطابع الرضائي؛ حيث يكفي توافر الرضا بين الأطراف على شروطه وآثاره، دون اشتراط شكل معين أو صيغة محددة أو قالب محدد يفرغ فيه ركن الرضا في العقد.

ومن المفيد هنا أن نشير إلى أن الكتابة ليست شرطاً لإبرام العقد - كما أسلفنا ذكره - بل مجرد دليل لإثباته. ويستوي أن يفرغ العقد في محرر عرفي أو رسمي، أو بطريقة إلكترونية، عند كتابته، من أجل إمكان الرجوع إليه، أو إثبات وجوده. وكذلك لإثبات شرط الحصرية الإقليمية. ويأخذ ذات الحكم العقود التي تتم تنفيذاً لعقد التوزيع الحصري، مثل كافة عقود البيع التي يوقعها الموزع أو الملتزم مع العملاء.

2- عقد التوزيع الحصري من العقود الملزمة للجانبين:

عقد التوزيع الإقليمي - كغيره من العقود - يتميز بأنه عقد ملزم للجانبين، ويحوي في طياته التزامات متبادلة Obligations réciproques^(□□)، حين يقدم كل طرف مقابلاً لما يحصل عليه من الطرف الآخر.

وترتيباً على هذا، يلتزم المورد بقصر حق التوزيع على الموزع الإقليمي في منطقة محددة طوال مدة التعاقد، ويزوده بالمنتجات بصفة

(43) انظر:

D. PLANTAMP: L'intérêt commun dans les contrats de la distribution, Article précité, p.177.

(44) انظر:

V. VOGEL: Plaidoy pour un revirement contre l'obligation de détermination du prix dans les contrats de distribution, D. 1995, p.155 et ss, spéc, p.157; E. LE QUELENEC: Les enjeux concurrentiels des places de marchés en ligne, mémoire de DESS, Rennes, 2003, p.35.

مستمرة. كما يتنازل عن حقه في بيع المنتج لصالح الموزع، ويمنحه حق احتكار السلعة.

ويأتي دور الموزع بقصر حق الشراء على السلع محل الحصر من مؤسسة المنتج، لإعادة بيعها بعد ذلك، وعدم تجاوز المنطقة الجغرافية المتفق عليها، وبيع السلعة تحت العلامة التجارية للمنتج.

وفي إطار تنفيذ بنود العقد يلتزم المورد بنقل ملكية المنتجات محل الحصر إلى الموزع، وتسليمها له في الموعد المتفق عليه. وعلى الأخير أن يفي بالتزاماته المالية⁽⁴⁵⁾. وقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأنه في إطار الاتفاق الحصري يجوز للأطراف التوافق على تعريفه محددة يجب تطبيقها، في حالة وجود تعسف، وألا تكون الحصرية محددة بمدة قصيرة، ويكون العقد قد تم تنفيذه بحسن نية⁽⁴⁶⁾. والمقصد هنا عدم التضيق من مدة القصر؛ إذ يؤدي تقييدها بمدة زمنية بسيطة إلى وجود بعض الصعوبات التي تواجه الموزع في تسويق المنتجات في تلك المدة. وقد يفاجأ بعد ذلك برغبة المورد في عدم تجديد العقد، وهو ما يتعارض مع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود.

(45) انظر لاحقاً التزامات أطراف عقد التوزيع، ص 61 وما بعدها.

(46) انظر حكم الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1994/11/25:

D. 1995; p.122 et ss, note: LE AYNES.

ويتعهد الموزع بدفع رسوم الانخراط في شبكة التوزيع، والاستئثار بجزء من السوق، عند انطواء العقد على شرط الحصرية الإقليمية، وهو الواقع الذي يسيطر على عقد التوزيع الحصري^(□□).

3- مدى توافر صفة الإذعان في عقد التوزيع الحصري:

يمكننا التسليم بتوازن الأدعاءات بين أطراف العقد عندما يكون كل بند من بنوده محل مفاوضات عادلة، وإمكان مناقشة هذه البنود وتعديلها، على النحو الذي يمكن معه القول بوجود توازن عقدي، بالنظر إلى عدم خضوع إرادة أحد المتعاقدين لإرادة الطرف الآخر.

وقد ذهب جانب من الفقه إلى اعتبار عقد التوزيع الحصري من عقود الإذعان^(□□). ومن المعلوم أن هذا العقد يتم إعداده بطريقة مسبقة من جهة أحد المتعاقدين، وعلى الآخر أن يقبله في جملته، دون مناقشة شروطه أو إجراء أية تعديلات على أحكامه.

فالارتباط يعقد توزيع إقليمي يتم دون معرفة أو إلمام من جانب الموزع، على عكس المشروع الذي يتم التعاقد معه ويأخذ صفة المورد أو المنتج، والذي يتسم بالقدم والمعرفة التامة بظروف التسويق، والخبرة العالية

(47) انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op. cit., p.885 et s, No.940 et s. ; G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit, p.4 et s., ; PH. Le TOURNEAU: Droit de la responsabilité et des contrats la franchise: droit et pratique, 4^{éd.}, DELMAS, 2004, p.300.

(48) انظر:

P. PLANTAMP: L'intérêt commun, Article précité, p.177; V. VOGEL: Plaidoy pour un revirement., Article précité, p.157.

في مجال التجارة. وبهذه المثابة يضع المورد من الشروط ما يؤدي إلى تحقيق مصلحة، سواء فيما يتعلق بشروط تجديد العقد، أو كيفية التحلل منه، أو النطاق الحصري من جهة المدة، أو الإقليم الذي يتم توزيع المنتجات عليه.

وقد تشدد جانب من الفقه في تبرير صفة الإذعان إلى حد تشبيه الحصرية الإقليمية بالسجن الاقتصادي Prison économique (تم). وبموجب هذا العقد ينحصر نشاط الموزع في منطقة جغرافية محددة، ويتعين عليه الالتزام بتسويق البضائع محل العقد، تحت العلامة التجارية للمورد، بجانب النطاق الزمني الذي يفرضه الأخير.

ومن الطبيعي، والحال كذلك، أن يكون هناك عدم تكافؤ بين أطراف العلاقة العقدية. فالمورد يقع في المركز الأقوى اقتصادياً، وهو الذي يمتلك أدوات الإنتاج والمعرفة الفنية التي يحتفظ بها في هذا النوع من العقود، ولا تنتقل إلى الموزع سوى في عقود الامتياز التجاري أو الفرانشيز (بهن).

وأمام هذا الطابع التحكمي، والقوة الاقتصادية المسيطرة من جانب المورد، يجب أن يتم التدخل التشريعي لحماية الموزع، ومحاولة إعادة

(49) انظر:

G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.4.

(50) انظر بشأن المعرفة الفنية في عقود الفرانشيز:

د. فايز نعيم رضوان: عقد الترخيص التجاري، الطبعة الأولى، القاهرة، دار النهضة العربية، 1990، ص 27 وما بعدها؛ د. ماجد عمار: عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 51 وما بعدها؛ د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص 151 وما بعدها.

التوازن في العلاقة العقدية. وبدون ذلك يحدث اختلال واضح في ميزان القوى بين أطراف العملية العقدية^(مبين). وتبقى الهيمنة، وبسط النفوذ من سمات عقد التوزيع الحصري، كغيره من العقود الأخرى، مثل عقد العمل وعقد التأمين وغيرهما.

وبالرغم من أن كل طرف من الأطراف يسعى من خلال نشاطه إلى الحصول على الربح، إلا أن عدم التكافؤ يمكن استنتاجه من خلال القدرة المالية والكفاءة الاقتصادية داخل السوق، والنظر بعين الاعتبار إلى الاتفاقات المقيدة للمنافسة، على النحو الذي نعرض له لاحقاً^(مبين). ومع ذلك يجب توخي الدقة، وتحديد مدى وجود توازن عقدي من عدمه بنظرة موضوعية فاحصة، لكي نصل في النهاية إلى إسباغ صفة الإذعان على العقد. فهناك من الموزعين من يمتلك الخبرة الفائقة، والقدرة على المنافسة في السوق لفترات طويلة. وفي هذه الحالة لا يسوغ أن نعتبره طرفاً ضعيفاً، أو أنه بحاجة إلى وجود تشريعات خاصة تشملها بالحماية في مواجهة المورد.

4- عقد التوزيع الحصري من العقود غير المسماة:

يقصد بالعقود غير المسماة تلك التي لم يتناولها المشرع ويبين مضمونها وآثارها^(مبين). وإذا كان المشرع المصري قد تدخل بالتنظيم في

(51) انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op. cit., 887, No. 941.

(52) انظر لاحقاً: ص 68 وما بعدها

(53) انظر بشأن العقود المسماة وغير المسماة:

د. محمد لبيب شنب: النظرية العامة للالتزام، المرجع السابق، ص 34 وما بعدها.

عقود نقل التكنولوجيا، ومنها عقد الفرانشيز التوزيعي⁽⁵⁴⁾، إلا أنه لم يتناول طائفة عقود التوزيع الأخرى، مثل عقد التوزيع الإقليمي وعقد التوزيع الانتقائي.

ولم يعتنق المشرع المصري تنظيمًا خاصًا بعقد التوزيع الحصري، سواء في القانون المدني أو القانون التجاري، مثلما فعل بشأن عقد البيع والتأمين والهبة وعقد الوكالة بالعمولة وغيرهم. والغريب في الأمر أن مثل هذا النوع من العقود يسبح في النطاق الإقليمي للدول النامية، ومن بينها مصر. فلئن استشرع المشرع المصري انتشار ظاهرة عقود نقل التكنولوجيا، وعالجها بنصوص محددة في قانون التجارة الجديد، فكان من واجبه أيضًا أن يتناول سلسلة عقود التوزيع الأخرى التي انتشرت على الإقليم المصري.

وقد التزم المشرع الفرنسي الصمت تجاه عقود التوزيع الإقليمي، ولم يضع تسمية محددة لها في القانون المدني أو التجاري. وإن كانت التنظيمات الأوروبية الصادرة عن البرلمان الأوروبي قد سعت جاهدة نحو

(54) تناول الفصل الأول من الباب الثاني لقانون التجارة رقم 17 لسنة 1999 عقود نقل التكنولوجيا. وحددت المادة (72) نطاق سريان أحكام هذا الفصل. وعرفت المادة (73) عقود نقل التكنولوجيا. واقتضت المادة (74) ضرورة كتابة العقد والعناصر التي يجب أن يشتمل عليها. كما عرضت المادة (75) للشروط الخاصة بتقييد حرية المستورد في استخدام التكنولوجيا وتطويرها أو تعريف الإنتاج والإعلان عنه، وخاصة الشروط المتعلقة بإدخال تحسينات أو تعديلات على التكنولوجيا واستعمال علامات تجارية معينة لتمييز السلع التي استخدمت التكنولوجيا في إنتاجها، وتقييد حجم الإنتاج أو ثمنه وشراء المواد الخام أو المعدات أو الآلات أو الأجهزة أو قطع الغيار. وكذلك قصر بيع الإنتاج، أو التوكيل في بيعه، على المورد أو الأشخاص الذين يحددهم.

إقرار بعض الأحكام الخاصة بهذه العقود، على النحو الذي تظهره لنا دراسة هذه التنظيمات لاحقاً.

بيد أن القضاء الفرنسي لم يغفل هذا العقد، حين أرسى بعض المبادئ الخاصة به في العديد من أحكامه⁽⁵⁵⁾، إلى الحد الذي دعا البعض إلى تسمية عقد التوزيع الإقليمي بالعقد القضائي⁽⁵⁶⁾، مثنياً بذلك دور القضاء في تحديد مضمونه وآثاره. كما أرسى القضاء لمبادئ هامة في مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق على هذا العقد⁽⁵⁷⁾.

وموجز القول هنا أن عقد التوزيع الحصري أفرزته التطورات التي لحقت بالعلاقات الاقتصادية والتجارية، وحالت حدائته دون الاتفاق على مفهومه، باعتبار أن التطوير مازال وارداً، يساعد في ذلك التغيرات التي تلحق بالمنتجات من وقت لآخر، وضرورة البحث عن الآلية المناسبة لتوزيعها وتحقيق أقصى انتشار لها في مختلف أرجاء المعمورة.

5- عقد التوزيع الحصري عقد إطاري:

(55) انظر على سبيل المثال: حكم محكمة النقض الفرنسية الصادر عن الدائرة التجارية في 11 أكتوبر 1994 (منشور في: JCP, 1995, 1, 3851, No.15) وحكم محكمة استئناف باريس بتاريخ 1983/11/29 والسابق الإشارة إليه.

(56) انظر في هذا المعنى:

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op.cit, p.889, No.943; V. VOGEL: Plaidoy pour revirement...., Article précité, p.159.

(57) انظر لاحقاً أحكام محكمة النقض الفرنسية الخاصة بالقانون الواجب التطبيق على عقد التوزيع الحصري، ص 155 وما بعدها.

العقد الإطارى Contrat-cadre أو المركب هو ذلك الذي يحوي العديد من العلاقات والمعاملات التي تتعلق به⁽⁵⁸⁾، وتنسحب شروطه إلى العقود المنفذة له. ويكشف واقع المعاملات العقدية وجود اتفاقات إطارية Conventions-cadre تتم داخل شبكة التوزيع يتولد عنها مجموعة من العقود الفرعية التي تساهم في تحقيق المصلحة المشتركة لأعضاء الشبكة من خلال بيع وتوزيع المنتجات⁽⁵⁹⁾.

وتتضمن العقود الإطارية شروطاً تنتقل إلى العقود التطبيقية في مجال التوزيع، مثل تلك المتعلقة بحصرية النشاط، وتبادل السلع والخدمات⁽⁶⁰⁾.

ونظن أن عقد التوزيع الحصري ينتمي لطائفة العقود الإطارية حين ينطوي على بعض الاشتراطات التي يتم بموجبها تنظيم المعاملات التي تنشأ مستقبلاً بين أطرافها⁽⁶¹⁾. ولا أدل على ذلك من وجود شروط خاصة بعدم المنافسة في عقد التوزيع الإقليمي تنتقل إلى العقود الفرعية مثل عقود البيع.

(58) انظر :

د. ياسر الحديدي: الاتفاقات المقيدة للمنافسة في عقود التوزيع، المرجع السابق، ص 460.

(59) انظر :

د. رشيد ساسان: عقد التوزيع بترخيص استعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 16.

(60) انظر :

د. ماجد عمار: عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 50، بند 53.

وفي الفقه الفرنسي:

M. MALKA: Les contrats de distribution, Op. cit., p.11.

(61) انظر قريباً من ذلك:

M. MALKA: Op. cit., p.11.

فالمورد أو مؤسس الشبكة يأخذ على عاتقه إدارة السياسة العامة لشبكة التوزيع وتنظيمها وتوظيفها. ويستتبع ذلك إبرام عقود إطارية ملزمة للجانبين، ومنها عقد التوزيع الإقليمي.

وبالرغم من اعتبار عقد التوزيع الحصري من العقود الإطارية التي تبرم داخل شبكة التوزيع، إلا أن ذلك لا يقدر في الاستقلال القانوني والمالي للموزع الإقليمي عن المورد، ولا تجمعهما إلا التبعية الاقتصادية لمانح الالتزام أو المورد⁽⁶²⁾.

(62) انظر:

J. AZÈMA: Le droit Français de la de la concurrence, 2^e éd, Paris, P.U.F., 1989, p.179.

المبحث الثاني

تمييز عقد التوزيع الحصري عن غيره من العقود

تقسيم:

نقسم هذا المبحث إلى مطلبين، ندرس في الأول التفرقة بين عقد التوزيع الحصري والعقود المتشابهة، ونخصص الثاني للتمييز بين هذا العقد وعقود التوزيع الأخرى.

المطلب الأول

التفرقة بين عقد التوزيع الحصري والعقود المتشابهة

هناك بعض العقود التي يمكن أن تتحد في بعض أحكامها مع عقد التوزيع الإقليمي، مثل عقد وكالة العقود وعقد الوكالة بالعمولة وعقد العمل وعقد الشركة.

أولاً: عقد التوزيع الحصري وعقد وكالة العقود:

يعرف الوكيل التجاري بأنه شخص طبيعي أو معنوي يقوم بأعمال التمثيل التجاري على وجه الاستقلال كمهنة معتادة له، ويتعاقد باسم ولحساب الموكل مقابل أجر⁽⁶³⁾.

أما عقد وكالة العقود فقد أشارت إليه المادة 177 من قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999؛ حيث انتهت إلى أنه "عقد يلتزم بموجبه شخص بأن يتولى، على وجه الاستمرار وفي منطقة نشاط معينة، الترويج والتفاوض وإبرام الصفقات وتنفيذها باسم الموكل ولحسابه". كما نصت

(63) انظر:

د. عبد الفضيل محمد أحمد: العقود التجارية، المرجع السابق، ص 82.

المادة 178 على أن "يتولى وكيل العقود ممارسة أعمال الوكالة وإدارة نشاطه التجاري بشأنها على وجه الاستقلال، ويتحمل وحده المصروفات اللازمة لإدارة نشاطه".

ونصت المادة (1/1) من المرسوم الفرنسي بشأن الوكلاء التجاريين، الصادر في 25 يونيو لعام 1991، على أن "الوكيل التجاري هو وسيط يقوم، بموجب مهنته المعتادة، بالتفاوض، أو عند الاقتضاء بالشراء وإبرام عقود البيع والإيجار وأداء الخدمات باسم ولحساب المنتجين أو الصناع أو التجار"⁽⁶⁴⁾.

ويتضح جلياً من هذه النصوص الفرق بين عقد وكالة العقود وعقد التوزيع الإقليمي. فالأخير عقد يتولى بموجبه الموزع الإقليمي أو الملتزم عملية التوزيع وإعادة البيع في منطقة جغرافية بعينها، باسمه ولحسابه، ومستقلاً عن المورد، دون وجود علاقة التبعية الكائنة بوكالة العقود، حين يقوم الوكيل بالتمثيل التجاري، ويؤدي عمله ويتعاقد باسم ولحساب التاجر.

أضف إلى ذلك أن وكيل العقود يحصل على أجر مقابل العمل الذي يكلف به. أما الموزع الإقليمي فدوره يتمثل في بيع البضائع والمنتجات، ولكن لحسابه، كما يحصل على المقابل من العملاء. وبذلك تنتفي التبعية القانونية والمالية للمورد.

(64) "L'agent commercial est un mandate qui, à titre de profession habituel, négocie et éventuellement, conclut des achats, des ventes, des locations ou des prestations de services, au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels ou de commercants".

وكما رأينا، فإن الالتزام الأساسي للموزع، بجانب التزاماته المالية، هو ممارسة النشاط على الإقليم الحصري، وبيع المنتجات تحت العلامة التجارية واليا فطة المحددة من قبل المانح أو المورد. ثانياً: عقد التوزيع الحصري وعقد الوكالة بالعمولة:

تصدت المادة 1/166 من قانون التجارة المصري لتعريف الوكالة بالعمولة على أنها عقد يتعهد بمقتضاه الوكيل بأن يجري باسمه تصرفاً لحساب الموكل. كما نصت المادة 167 على أنه "1- إذا باع الوكيل بالعمولة بأقل من الثمن الذي حدده الموكل أو اشترى بأعلى منه، وجب على الموكل إن أراد رفض الصفقة أن يخطر الوكيل بذلك في أقرب وقت من علمه بها، وإلا اعتبر قابلاً للثمن.

2- ولا يجوز للموكل رفض الصفقة إذ قبل الوكيل بالعمولة تحمل فرق الثمن".

وقد قررت محكمة النقض المصرية، قبل صدور القانون رقم 17 لسنة 1999، أنه "متى كان الوكيل بالعمولة قد تعاقد لحساب موكله باسم نفسه، فإن الموكل يبقى أجنبياً عن العقد، ولا تنشأ بينه وبين من تعاقد مع الوكيل علاقة قانونية تجيز لأحدهما الرجوع على الآخر بدعوى مباشرة⁽⁶⁵⁾".

كما تنص المادة (ل 132-1) من قانون التجارة الفرنسي على أن "الوكيل بالعمولة هو الذي يؤدي عملاً باسم نفسه أو باسم شركة لحساب الموكل".

(65) انظر حكم محكمة النقض المصرية في الطعن رقم 366 لسنة 27 ق بجلاسة 1963/5/23، س14، ص736.

فالوكالة بالعمولة تركز على استعانة التجار بفئة معينة من الأشخاص لتصريف بضائعهم عن طريق القيام بدور الوساطة بينهم وبين الموردين والمنتجين^(□□).

وللوهلة الأولى، يبين لنا الفارق بين العقد المائل وعقد الوكالة بالعمولة. فالوكيل بالعمولة يؤدي العمل باسم الموكل أو التاجر، ويتم تحديد الثمن عن طريق الموكل. وهذه الأمور بعيدة تمامًا عن عقد التوزيع الحصري الذي يتصرف بموجبه الموزع باسمه ولحسابه. ولا يتدخل المورد أو المنتج في تحديد ثمن إعادة البيع للمنتجات، الذي يتولى الموزع الإقليمي عملية تسويقها، وإن كان ذلك يتم بعد الوفاء بالتزاماته تجاه المورد، وعدم تجاوز النطاق الإقليمي والزمني للعقد.

ثالثًا: عقد التوزيع الحصري وعقد العمل:

يعتمد عقد التوزيع الحصري على قصر نشاط الموزع أو الملتزم على إقليم محدد، دون منافسة من موزعين آخرين^(□□). فإذا كان ما يميز هذا العقد هو شرط القصر، فإن علاقة التبعية لا يمكن التسليم بها، إذا نظرنا إلى التزام الموزع بالبيع تحت العلامة التجارية أو الماركة التي يلزمه بها المورد.

(66) انظر:

د. سميحة القليوبي: شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 29، بند 14.

(67) انظر:

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص 114، بند 107.

أما عقد العمل فهو كما عرفته المادة 21 من قانون العمل المصري رقم 12 لسنة 2003 بأنه "... العقد الذي يتعهد بمقتضاه عامل بأن يعمل لدى صاحب العمل وتحت إدارته وإشرافه لقاء أجر".

فإذا تأملنا التشابه بين العقدين لوجدنا ذلك في سمة الإذعان في عقد العمل، فصاحب العمل كالمورد، ذا نفوذ اقتصادي، وفي وضع يمنحه الأفضلية والقدرة على فرض شروطه على العامل، الذي يقبلها دون مناقشة أو تعديل في بنود العقد.

ولا يفوتنا أن نشير إلى التزام العامل بعدم منافسة رب العمل^(□□). وهذا الالتزام يقع أيضاً على عاتق الموزع الإقليمي في عقد التوزيع الحصري.

غير أن البون شاسع، والفارق كبير، بين عقد العمل الذي يظل بموجبه العامل تابعاً لرب العمل، ويؤدي عملاً محددًا بموجب العقد لقاء الأجر المتفق عليه. بينما يبيع الموزع الإقليمي المنتجات لحسابه، ودون تبعية للمورد أو المانح، حتى مع وجود شرط القصر الذي يميز عقد التوزيع الحصري.

رابعاً: عقد التوزيع الحصري وعقد الشركة:

جاء تعريف عقد الشركة بالمادة 505 من القانون المدني المصري، وورد بهذه المادة أنه "عقد بمقتضاه يلتزم شخصان أو أكثر بأن يساهم كل

(68) تناولت المادة 57 من قانون العمل المصري رقم 12 لسنة 2003 هذا الالتزام، ونصت على أنه "يحظر على العامل أن يقوم بنفسه أو بواسطة غيره بالأعمال الآتية: (ج) ممارسة نشاط مماثل للنشاط الذي يمارسه صاحب العمل أثناء مدة سريان عقده، أو الاشتراك في نشاط من هذا القبيل، سواء بصفته شريكاً أو عاملاً".

منهم في مشروع مالي، بتقديم حصة من رأس مال أو عمل، لاقتسام ما قد ينشأ عنه من ربح أو خسارة". وذات الأمر في المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي التي تصدت لتعريف عقد الشركة، مع إقرار المساواة بين هدف تحقيق الربح ومجرد تحقيق وافر اقتصادي^(تم).

ولا توجد نية المشاركة، وهي أهم أركان عقد الشركة، في عقد التوزيع الحصري. فالموزع الذي يقوم بتوزيع المنتجات لحسابه يتحمل الخسائر الناتجة عن تقلبات السوق، دون مشاركة من المنتج. والأخير الذي يتولى تزويده بالبضائع محل العقد يهدف إلى جني الأرباح، ودون المشاركة في الخسائر، ويحصل على المقابل المالي من الموزع الإقليمي.

المطلب الثاني

أنواع عقود التوزيع

يمكننا أن نميز بين ثلاثة أنواع من عقود التوزيع، وهم:

أولاً: عقد التوزيع الحصري:

وهو العقد محل الدراسة، ونحيل إلى ما سبق ذكره بشأن تعريفه وخصائصه^(بم).

ثانياً: عقد التوزيع الانتقائي: Contrat de distribution sélective:

(69) انظر:

د. حسام عبد الغني الصغير: دروس في القانون التجاري، نظرية الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري والشركات التجارية، بدون ناشر، 2006، ص226؛ د. نادية محمد معوض: الشركات التجارية، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص5.

(70) انظر سابقاً: ص22 وما بعدها.

يحرص التجار في السوق على اختيار بعض الموزعين الذين يتمتعون بسمعة تجارية وثقة ودراية كافية بنظام توزيع بعض المنتجات (بم^١). ويعمل المورد جاهداً على انتقاء الموزع الذي يحقق مصالحه، ويضمن قدرة السلع على المنافسة في السوق. ولهذا يقوم بالمفاضلة بين الموزعين المنخرطين في شبكة التوزيع.

ويعرف عقد التوزيع الانتقائي بأنه: " .. عقد يتعهد بمقتضاه المورد بتزويد (أي توريد) قطاع معين من التجار الذين يتم اختيارهم بموجب معايير موضوعية ذات طابع نوعي، دون تقييد أو تمييز غير مبرر، بانتقاء موزع ومنحه حق بيع المنتجات المتنافسة في السوق" (مم^٢).

ومن هذا التعريف يبين أن عقد التوزيع الانتقائي يعتمد على اختيار أفضل الموزعين عن طريق المورد، والذي يكون، غالباً، هو مؤسس الشبكة ويستطيع بخبرته ودرايته الكافية انتقاء موزعين بعينهم، لإسناد عملية توزيع بعض السلع والخدمات لهم، وتزويدهم بها من أجل إعادة تسويقها.

(71) انظر :

د. سميحة القليوبي: شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص211، بند 142.
(72) "... Le contrat par lequel le Fournisseur s'engage à approvisionner (c'est – à – dire à fournir) dans secteur déterminé un ou plusieurs commercants qu'il choisit en fonction de critères objectifs de caractère qualitative, sans discrimination et sans limitation quantitative injustifiée, et par lequel le distributeur est autorisé à vendre d'autres produits concurrents".

انظر :

D. MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.139, No.116.

وتجدر الملاحظة أن الحصرية هنا تتعلق بقصر التوريد على قطاع معين من الموزعين، بعيداً عن الحصرية الإقليمية التي تمثل المحور الأساسي لعقد التوزيع الإقليمي⁽⁷³⁾. كذلك يستتبع هذا العقد وجود شبكة توزيع يقتصر دورها على مجال التوزيع الانتقائي، حين يختار المورد عدداً من الموزعين لتسويق منتجات متميزة، ويريد ضمان بقاء قدرتها وانتشارها في السوق⁽⁷⁴⁾. وتكون السلع الكمالية هي المجال الخصب لهذا النوع من العقود.

وتلعب فكرة التوزيع الانتقائي دورها في تحقيق مصالح أطراف العقد. فمصلحة المنتج والمورد تتحقق باستمرار الطلب على السلع بصفة مستمرة. ومصلحة الموزع تكمن في تصريف المنتجات وزيادة طلب الشراء عليها⁽⁷⁵⁾.

ولا يقل انتقاء الموزع أهمية عن وضع بعض الضمانات التي تساهم في الإقبال على السلع والمنتجات، ووجود بعض التيسيرات، مثل خفض الفوائد، أو تقليل قيمة الأقساط في حالات البيع بالتقسيط، أو البيع بأقساط

(73) انظر في ذلك تفصيلاً:

J. P. VIENNOIS: La distribution sélective, Paris, Litec, 1999; B. SHAMING: La distribution sélective: Une voie de plus étroit, D. 2000, p.173 et ss.

(74) انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et PH: DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op. cit., p.911 et 912, No.961.

(75) انظر:

D. PLANTAMP: L'intérêt commun dans les contrats de distribution, Article préctié, p.180.

متباعدة زمنياً وعدم اشتراط دفع بعض المبالغ مقدماً. ولا شك أن فطنة الموزع وخبرته في السوق تؤتي أكلها في تحقيق الأرباح التي يسعى التاجر إلى جنيها من وراء توزيع منتجاته.

بيد أن اختيار الموزع يجب أن يتم وفق معايير موضوعية. وقد شددت محكمة النقض الفرنسية على ذلك في حكمها الصادر عن الدائرة التجارية في 27 أكتوبر 1992⁽⁷⁶⁾، عندما اقتضت أن يتم اختيار الموزعين بناءً على كفاءتهم وصفاتهم الشخصية التي كانت سبباً في نجاحهم المسبق في مجال التوزيع، وبالنظر إلى مكان المحل التجاري للموزع والبيئة المحيطة به، وقدرة الموزع على تخزين المنتجات، دون إتلاف أو إحداث بعض الأضرار نتيجة التخزين الرديء وعدم القدرة على الحفاظ على المنتج وجودته. كما عادت المحكمة ذاتها لتؤكد على الاختيار الموضوعي للموزعين، ووضع معايير توضح ذلك في حكمها الصادر عن الدائرة التجارية في 29 مارس لعام 2011⁽⁷⁷⁾.

وهكذا، نجد أن اختيار الموزع لا ينظر إليه فقط في اتجاه أطراف العملية العقدية، وإنما بالتحويل صوب المنتج محل العقد، ومدى جدوى انتقاء الموزعين في العمل على رواجه ووصوله إلى العملاء في السوق في أفضل صورة.

(76) انظر الحكم منشوراً في:

D. 1992, p. 505 et s, note: BÉNABENT.

(77) انظر الحكم منشوراً في:

JCP, 2011, éd.E, 1306.

وقد قيل في هذا أن التوزيع الانتقائي غايته حماية شبكة التوزيع من الباعة المتطفلين *Vendeurs parasites* الذين يسعون إلى تقويم بعض السلع، دون الحفاظ على جودتها من أجل الحصول على الربح^(□□). وذلك بإجراء بعض التخفيضات على المنتج، وإدخال تحسينات على الشكل الخارجي، مما يؤدي إلى النيل من شبكة التوزيع المنتقاة، ويضعف الثقة المتبادلة بين جمهور المتعاملين وأعضاء الشبكة.

غير أن هذا الرأي يغلب الجانب الشخصي، وابتعد قليلاً عن المعايير الموضوعية. وإن كنا نتفق معه فيما يخص الممارسات التي ينتهجها بعض التجار في تحسين الشكل الظاهري للمنتج على حساب جودته التي يسعى إليها العملاء.

وتأسيساً على ذلك، يقتضي نظام التوزيع الانتقائي عدم منح الحرية الكاملة للموزع. وعلى الأخير أن يقتفي أثر توجيهات المنتجين والصناع، وألا يخلق لنفسه سياسة تجارية ينفرد بها^(تم[□]). بل عليه أن يستلهم في عملية التسويق أفضل الطرق التي تضمن جودة المنتج وقدرته على المنافسة.

ويتعين على المورد أو المنتج أن يكون لديه حسن نية في إبرام عقود التوزيع الانتقائي، ولا يرفض التعاقد مع موزع بعينه دون وجود مبرر

(78) انظر:

L. VOGEL: La distribution sélective des produits de marque dans la jurisprudence judiciaires, D. 1991, p.283 et ss, spéc. p.283.

(79) انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELECQUE: Contrat civils et commerciaux, Op. cit., p.913 et 914, No. 963; J. AZÊMA: réflexions sur la distribution sélective, in Mélanges :A. CHAVANNE, Paris, Litec., 1990, p.195 et ss.

معقول⁽⁸⁰⁾. فإذا كان الموزع يتمتع بسمعة طيبة ويحظى بالخبرة الفنية ويمتلك القدرات اللازمة لتوزيع المنتج وإعادة بيعه، فإن الامتناع عن التعاقد معه يصب في اتجاه سوء النية من جانب المورد. ولا يمكن تحليل ذلك تحت مظلة الحرية التعاقدية؛ عندما يتنافى هذا السلوك مع الأساس الذي تبنى عليه شبكة التوزيع.

ولما كانت عقود التوزيع الانتقائية تعمل في إطار شبكات مغلقة Réseaux fermés، فإن هذا النوع من العقود يعمل في مجال شبكات مفتوحة Réseaux ouverts بالنسبة للمشتريين، حين يحرص الموردون على جذب أكبر عدد من هؤلاء والتدخل في بعض اتفاقات الشراء، أملاً في تحقيق رغباتهم واستمرار الطلب على المنتج⁽⁸¹⁾.

وأخيراً، يجب أن نشير إلى أن الموزع الانتقائي لا يقع في إطار القيود التي يدور في فلكها الموزع الإقليمي، خاصة مع التزام الأخير بإقليم معين أو منطقة جغرافية محددة. ولكن على الجانب الآخر لا يتدخل المورد في تحديد أسعار الشراء أو إعادة البيع في عقود التوزيع الحصري، بينما يمكن حدوث ذلك في عقود التوزيع الانتقائي، ولكن في ضوء معايير معينة، الهدف منها الحفاظ على جودة المنتج وقدرته على المنافسة.

(80) وهذا المعنى أشار إليه حكم محكمة استئناف باريس الصادر في 23 مارس لعام 1989. أنظر الحكم منشوراً في: D.1989, p.128 et ss

(81) انظر:

M. MALKA: Les contrats de distribution et internet, Op. cit., p.15;
D. MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.145, No.120.

ثالثاً: عقد الامتياز التجاري Contrat de Franchise Commerciale

يقف عقد الامتياز التجاري على مقربة من عقود التوزيع الحصري^(مم□)؛ الأمر الذي يجرننا إلى التعرف على هذا العقد، لبلورة الفوارق الأساسية، ومعرفة السمات التي تميزه عن العقد محل الدراسة.

ويعرفه بعض الفقه بأنه "العقد الذي يلتزم بموجبه شخص، يدعى المرخص بتمكين شخص آخر، يدعى المرخص له، من معارفه الفنية والتمتع بعلامته التجارية، مع تزويده بالبضائع. ويلتزم المرخص له في المقابل باستخدام المعارف المهنية للمرخص، واستغلال العلامة التجارية، مع إمكانية الالتزام الحصري باقتناء بضائع المرخص"^(□□).

كما عرفه جانب من الفقه^(□□) بأنه ذلك العقد الذي يمنح بمقتضاه أحد الأطراف، ويسمى مانح الترخيص استخدام حق من حقوق الملكية الفكرية الصناعية، مثل الاسم التجاري والرسوم والنماذج الصناعية والعلامة

(82) انظر:

J-B. BALISE: Droit des affaires – commercant, concurrenc, distribution, Paris, L.G. D. J, 1999, P. 537.

(83) "Le contrat de Franchise ou du franshisage est le contrat en vertu du quel une personne nomée Franchiseur, s'engage à communiquer un savoir- Faire à une autre personne nomée franchise, à faire de sa marque, et éventuellement à la fournir en marchandises, le franchise s'engageant, en retour à exploiter savoir-faire, à utiliser la marque et, éventuellement à s'approvisionner auprès du fournisseur, avec en générale part, pour approvisionnement un engagement".

انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et P.H. DELEBECQUE: Contrats ..., Op. cit.,p. 808, No.951.

(84) انظر:

د. سميحة القليوبي: شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص208. وفي ذات المعنى د. فايز رضوان: عقد الترخيص التجاري، المرجع السابق، ص22.

التجارية. ويقوم العقد على التعاون بين طرفيه لتصنيع المنتجات محل العقد وتوحيد خط الإنتاج.

وباعتبار هذا العقد وسيلة من وسائل نقل التكنولوجيا، فإن المانح ينقل المعارف الفنية أو حق من حقوق الملكية الصناعية إلى المتلقي، الذي يعمل تحت إشرافه نظير مقابل يتفق عليه الطرفان⁽⁸⁵⁾، مع الاستقلال المالي لكل منهما.

وانتهت محكمة استئناف كولمار الفرنسية في حكمها الصادر في 9 يناير 1982 إلى تعريف عقد الامتياز التجاري بأنه "العقد الذي يضع بمقتضاه المرخص في ذمة المرخص له اسماً تجارياً من شعارات أو رموز أو علامة، وكذلك المعارف الفنية ومجموعة من المنتجات أو الخدمات، بشكل أساسي وخاص بالمرخص، ومستغلة وفق تقنيات تجارية موحدة، مجربة ومحددة بصفة دورية، وتحت رقابة المرخص أو المانح"⁽⁸⁶⁾.

كما ورد اتجاه مماثل في حكم محكمة العدل الأوروبية في حكم Prontupia بتاريخ 28 يناير 1986⁽⁸⁷⁾. وذلك عندما أحالت محكمة استئناف

(85) انظر :

د. لطفي رمزي: عقد الامتياز التجاري كوسيلة من وسائل نقل التكنولوجيا، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة حلوان، 2012، ص20.

(86) "...le franchiseur met à la disposition du franchisé un nom commercial, des sigles et symbole, une marque ainsi d'un savoir-faire et une collection de produits ou de services d'une manière originale et spécifique et exploités suivant de techniques commerciales uniformes préalablement expérimentées et consatement mises au point et contrôlées par le franchiseur".

(87) انظر الحكم في:

Berlande Sgricht الألمانية القضية إليها للاستفسار عن مدى تطبيق الأحكام الاستثنائية التي جاءت باتفاقية روما المؤسسة للمجموعة الأوروبية، وخاصة المادة 3/81 المتعلقة بالشروط المقيدة للمنافسة، ومنها شرط الحصرية في عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

وذهبت المحكمة في هذا الحكم إلى أنه بموجب نظام الترخيص بالتوزيع تقوم المؤسسة بوضع طرق توزيع ونقلها إلى تجار مستقلين في مقابل أداءات مالية؛ من أجل التواجد داخل أسواق أخرى، باستعمال العلامات وطرق التوزيع التي تمتاز بها المؤسسة مانحة الترخيص. ثم حددت مفهوم الفرانشيز بأنه "العقد الذي يلتزم بموجبه متلقي الامتياز ببيع منتجات معينة بمحل يحمل العلامة أو العلامات المميزة لمانح الامتياز".

ويتميز نظام الفرانشيز أو الامتياز التجاري بسيطرة المانح على الطريقة التي يمارس بها المتلقي نشاطه، ودائمة عملية المساعدة والمعرفة الفنية^(□□). كما يجب أن يكون لمانح الترخيص عنوان واسم تجاري وعلامة مميزة للمنتجات والسلع، وأن تقدم الأخيرة للجمهور بطريقة مستحدثة وخاصة بالمشروع مانح الترخيص^(تم□).

(88) انظر:

د. ياسر الحديدي: عقد الفرانشايز التجاري في ضوء تشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة عين شمس، 2006، ص38، 39.

(89) انظر:

د. سميحة القليوبي: شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص208، بند 140؛ د. فايز رضوان: عقد الترخيص التجاري، ص19.

وعلى المانح أن يختار الوسائل المادية للإنتاج من آلات أو مهمات وكذلك المواد الخام ونصف المصنعة^(بمته). كما يقع عليه أيضاً مهمة تحديث تلك الآلات؛ استجابة للتطور التكنولوجي الحديث والعمل على تحسين جودة المنتج. ولا يتأتى ذلك إلا في ضوء العلم الحديث، وإدخال التقنيات العالمية على الوسائل المستخدمة في تصنيع المنتجات وتأهيلها للاستمرار في السوق والقدرة على المنافسة وتلبية احتياجات العملاء^(بمته). فنجاح هذه الظاهرة من التوزيع يتوقف على خبرة المانح، وقدرة المتلقي وإمكاناته في التوزيع، لتحقيق المصلحة المشتركة لأطراف العقد.

ويساهم نظام الفرانشيز أيضاً في الترويج للعلامات التجارية المميزة للمنتج وزيادة القدرة التوسعية لمشروع المانح داخلياً وخارجياً، وتحقيق رقابة الجودة على مشروع المتلقي^(بمته). ويحصل المانح على فوائد مالية من انتشار نشاطه وحجم الاستثمارات المالية، بعيداً عن المخاطر التي يتعرض لها المتلقي، والخسائر التي يمنى بها نتيجة بعض التقلبات الاقتصادية في الإقليم محل الامتياز.

(90) انظر:

د. محمد محسن النجار: عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 25.

(91) انظر:

PH. GRIGNON: Le concept d'intérêt commun dans le droit de la distribution, in Mélanges: M.CABILAC, Paris, Litec, 1999, p.127 et ss.

(92) انظر:

د. ياسر الحديدي: عقد الفرانشايز التجاري، المرجع السابق، ص 70.

ويستفيد المرخص له من نجاح نظام الفرانشيز؛ حيث يظل منضماً للشبكة التي يؤسسها المرخص وتتعتمد على علامات مميزة تجعل لمشروع المانح ملامح مختلفة بالمقارنة بالمشاريع الأخرى. بيد أن الإخفاق المالي سينال بطريقة أو بأخرى من سمعة المشروع والمنتج في ذات الوقت، وهو ما يلقي بظلاله على القدرة التسويقية وإقبال العملاء. لهذا يجب أن يستمر الدعم الفني والتقني للمرخص، حتى وإن تم ذلك باللجوء للتعليم والتدريب على استخدام المعارف المهنية⁽⁹³⁾، بجانب نقل المعرفة الفنية.

ويشترك عقد الفرانشيز مع عقد التوزيع الحصري في أن كليهما يعتبر من عقود الإذعان⁽⁹⁴⁾، بالنظر إلى وضع المتلقي في الأول، ووضع الموزع الإقليمي في الثاني، وفرض الشروط العقدية من جانب المورد وثقله الاقتصادي وقدرته على المنافسة في السوق. يزداد على ذلك الخبرات العلمية والفنية التي يحظى بها. وكل هذه العوامل تصب في مصلحة المانح، مما يؤدي إلى اختلال واضح في التوازن العقدي.

ويمكن تبرير التشابه بين عقد الامتياز التجاري وعقد التوزيع الحصري بالنظر إلى شرط قصر الشراء على المنتجات محل العقد، بالرغم من نقل المعرفة الفنية. إلا أن الأمر قد يصل إلى منع المتلقي من بيع

(93) انظر:

د. رشيد ساسان: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص183.

(94) انظر:

منتجات منافسة في السوق⁽⁹⁵⁾. بيد أن الفارق الواضح بين العقدين هو أن الموزع الإقليمي يحصل على حق التوزيع على إقليم أو منطقة جغرافية محددة، ويمتنع على الموزعين الآخرين توزيع المنتجات في هذه المنطقة. كما يفرض شرط القصر على الموزع التزود بالبضائع من خلال المورد الذي تعاقد معه، دون غيره، مع التقيد بالمدة التي ترد بالعقد.

ويبقى الفارق الجوهرى، والحد الفاصل بين عقد التوزيع الإقليمي وعقد الامتياز التجاري في نقل المعرفة الفنية للمتلقي في الأخير؛ حيث يلتزم المانح بنقل العلامة التجارية والاسم التجاري إلى الطرف الآخر أو المتلقي. بينما يتعهد الموزع الإقليمي ببيع المنتج وتسويقه، دون المساس بالاسم أو العلامة التجارية. وتظل المعرفة الفنية في حوزة المانح أو المورد.

(95) انظر:

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص115.

المبحث الثالث

التزامات الأطراف في عقد التوزيع الحصري

تمهيد وتقسيم:

علمنا أن عقد التوزيع الحصري من عقود المعاوضة الملزمة للجانبين. ولهذا يرتب هذا العقد التزامات متبادلة يجب على الأطراف الوفاء بها.

ونتناول في هذا المبحث التزامات المورد في المطلب الأول، ثم ندرس في المطلب الثاني التزامات الموزع الحصري.

المطلب الأول

التزامات المورد في عقد التوزيع الحصري

تنوع التزامات المورد في هذا العقد، ما بين التزامات إيجابية والتزامات سلبية.

الفرع الأول

Obligations positives الالتزامات الإيجابية

تكمن ملامح الالتزامات الإيجابية للمورد فيما يلي:

أولاً: الالتزام بالتوريد وتزويد الموزع بالمنتجات:

يلتزم المورد تجاه الموزع بتزويده بالمنتجات والبضائع، وتمكينه من الحصول على الحصة المتفق عليها، وهو ما يسمى بشرط الحصة Clause de quota⁽⁹⁶⁾، والذي يتعهد بمقتضاه المورد بأن يوفر الكمية المتفق عليها من

(96) انظر:

G. PARLEANI: Les clauses d'exclusivité, in collection: les principales clauses des contrats conclus entre professionnels,

البضائع والمنتجات في الموعد المحدد لذلك. ويأتي هذا الالتزام متوافقاً مع الحصرية الإقليمية التي تفرض على المورد أن يوفر للموزع الإقليمي المنتجات محل الحصر؛ لكي يتمكن من ممارسة نشاطه التجاري في إعادة بيعها⁽⁹⁷⁾.

وهذا الالتزام الإيجابي هو التزام بعمل obligation de faire ويترتب على مخالفته أو عدم الوفاء به ضرورة تعويض الموزع عن الأضرار التي تلحق به تطبيقاً للمادة 1142 من القانون المدني الفرنسي، حسبما قضت بذلك محكمة كولمار في حكمها الصادر في 18 أكتوبر لعام 1972⁽⁹⁸⁾. كما قررت المحكمة أن هذا الالتزام يفرض في مضمونه ضرورة تصنيع المنتجات المتفق عليها، والالتزام بتسليمها في الموعد المحدد.

ثانياً: الالتزام بالإخطار Obligation de Préavis

قد يتفق الأطراف في عقد التوزيع الحصري على مدة التعاقد. وقد يكون العقد غير محدد المدة. كما يستطيع أطراف العقد الاتفاق على ضرورة الإخطار في حالة الرغبة في عدم التجديد.

وتناولت محكمة استئناف باريس سمات هذا الالتزام في حكمها الصادر في 20 ديسمبر 1990⁽⁹⁹⁾. وتتعلق وقائع الحكم بعقد توزيع حصري

colloque de l'institute de droit des affaires d'Aix-en-province (17-18 Mai 1990), p.55 et s, Spéc. P.61 et s, No. 18 et s.

(97) انظر:

D. FERRIER: Droit de la distribution, Op. cit., No.635.

(98) انظر الحكم منشوراً في (D. 1973)، ص 496 وما بعدها، مع تعليق للأستاذ

.CABRILLA

(99) انظر بشأن هذا الحكم:

للسيارات تم الاتفاق عليه بين شركة MBN الفرنسية، وشركة Auto-lux الفرنسية أيضاً، وبموجب هذا العقد تقوم الأخيرة بتوزيع سيارات Mercedec-Benz في فرنسا. واستمرت عملية التوزيع بدءاً من تاريخ التعاقد عام 1977، وحتى عام 1985. وكانت مدة العقد سنة يتم تجديدها في نهاية كل مدة. وفي عام 1985 أخطرت شركة MBN الشركة الأخرى بإنهاء العقد؛ بحجة إدخال بعض التحسينات على المنتج وإعادة توزيعه بعد ذلك.

ورفضت محكمة استئناف باريس الإنهاء التعسفي من جانب شركة MBN، وذكرت أن إنهاء العقد من جانب أحد الأطراف يجب أن يكون مشروطاً باحترام الإخطار، وأن الأخير يلزم أن يتم في مدة معقولة، وفي ضوء المدة الأساسية للعقد.

واستندت المحكمة في تبرير أسباب حكمها إلى التنظيم الأوروبي رقم 1983/83 الصادر في 12 ديسمبر 1984 والخاص بعقود توزيع السيارات (بمبميم)، والذي اقتضى أن تكون مدة العقد أربع سنوات على الأقل، مع ضرورة الإخطار بالرغبة في إنهاء العقد أو فسخه قبل نهاية المدة بستة أشهر على الأقل. وفي حالة عدم تحديد المدة يجب أن تكون الرغبة في عدم التعاقد من جديد مسبقة بإخطار قبل سنة على الأقل.

L. LAVENUER: Droit des contrats, 10 ans de jurisprudence commentée la pratique en 400 décisions, Paris, Litec, 2002, p.266 et ss.

(100) نصوص هذا التنظيم منشورة في:

J.O.C.E., L. 173 du 30 Juin 1983, p.1 et ss.

وعلى أية حال، نجد أن المحكمة هنا جعلت الإخطار ملزماً للمورد، سواء كان العقد محدد المدة، أو عند تجاهل الأطراف النص على مدة عقد التوزيع الحصري. ويأتي ذلك في إطار محاولة إيجاد توازن بين أطراف العملية العقدية، وتجنّب الموزع الإقليمي الخسائر التي يمكن أن تلحق به نتيجة لإنهاء العقد بالإرادة المنفردة من جهة الطرف الآخر.

الفرع الثاني

Obligations négatives السلبية

رأينا أن شرط القصر يلزم المورد بأن يؤثر الموزع بالحق في توزيع منتجاته في منطقة جغرافية محددة، بحيث يكون هو الوحيد الذي يملك الحق في تسويق البضائع في تلك المنطقة. وهذا الشرط هو جوهر عقد التوزيع الحصري.

وإذا قام المورد بتغيير المنطقة المنصوص عليها في العقد، دون موافقة الموزع، فإن ذلك يعد مسوغاً لفسخ العقد، وأحقية الموزع الإقليمي في الحصول على التعويض.

وقد قررت محكمة استئناف باريس في حكمها الصادر في 16 يوليو لعام 1985 أن تقليل المساحة المحددة بعقد التوزيع الحصري بموجب الإرادة المنفردة للمورد، ودون موافقة الموزع الإقليمي، يعد سبباً كافياً لفسخ العقد وترتيب مسؤولية المورد تجاه الموزع^(بمبمبه). وفي ذات السياق انتهت محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر عن الدائرة التجارية في

=

(101) حكم مذكور في:

G. PARLEANI: Les clauses d'exclusivités, Article précité, p.59.=

9 إبريل 2002^(ممبميه) إلى أن "مخالفة الالتزام الحصري، بصفة إرادية أو بأي طريقة، يعتبر عدم تنفيذ للعقد ويرتب البطلان مباشرة، ويقتضي التعويض عن الأضرار الناتجة عن ذلك"^(□ بميه).

وينبني على ذلك أن هذا الالتزام السلبي الذي يقع على عاتق المورد يمثل الجانب الأساسي، والالتزام الأصيل الذي تتأسس عليه العملية التعاقدية برمتها في عقد التوزيع الحصري.

المطلب الثاني

التزامات الموزع الإقليمي

يؤدي الموزع الحصري التزامات ذات طابع إيجابي، وهي الالتزامات المالية، والتزامات سلبية، أو التزامات تقتضي عدم اتخاذ إجراءات معينة، أو إتيان تصرف يتنافى مع فكرة الحصرية في العقد.

الفرع الأول

الالتزامات المالية

(102) انظر الحكم منشورًا في:

JCP, 2003, éd. E, p.12, No.3.

"La violation de l'obligation d'exclusivité volontaire ou non, est (103) une inexécution contractuelle emportant la rupture immédiate du contrat et la condamnation, éventuelle, à des dommages" intérêts.

أولاً: دفع المقابل المالي:

يلتزم الموزع بدفع المقابل المالي للمانح أو المورد عن الحصة أو كمية المنتجات المخصصة لإعادة بيعها، وهو مقابل يتم الاتفاق عليه وتحديده عند بداية التعاقد بمبلغ محدد من النقود.

والمعتاد أن يتم دفع المقابل جملة، ويمكن أن يتفق الأطراف على دفعه بصفة دورية عند بدء سريان العقد أو انتهاءه، أو عند تجديده صراحة أو ضمناً.

ويأتي التحديد الجزافي للمقابل المالي ليحتل مكانة هامة في عقود التوزيع بصفة عامة؛ نتيجة لاستغلال المورد أو المانح لمركزه الاقتصادي عند التفاوض⁽¹⁰⁴⁾، وحاجة الموزع أو المتلقي للمنتجات من أجل إعادة تسويقها. غير أن هذا لا يمنع الأطراف من الاتفاق على دفع الالتزامات المالية على أقساط، أو على فترات زمنية متفاوتة تبعاً للمدة المحددة للتعاقد.

ثانياً: دفع رسوم الانضمام لشبكة التوزيع:

إذا كانت شبكة التوزيع تتكون عن طريق اتفاق بين مجموعة من المنتجين والموردين والموزعين، والذين يتعاونون من أجل إنشاء مؤسسة متكاملة تحمل علامة تجارية موحدة، فإنها تهدف إلى خلق كيان اقتصادي يستخدم أساليب محددة في ممارسة النشاط التجاري^(بن بيه). ويكون أحد

(104) انظر:

د. محمود الكيلاني: عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، القاهرة، دار

الفكر العربي، 2006، ص 269.

(105) انظر:

أعضاء الشبكة هو المهيمن أو القائم على إدارتها، بموجب اتفاق بين الأعضاء المنخرطين فيها.

وفي الغالب، يلتزم الموزع بدفع مبلغ مالي يتم تقديره جزافاً؛ مقابل الانضمام لشبكة التوزيع، لصالح المورد. ويحدد الأخير هذا المبلغ الذي يفرض على الموزع الإقليمي مقابل استمراره في الانخراط في الشبكة والاستفادة من التحسينات التي يتم إدخالها على المنتج، وتجديد التعاقد معه، وجذب العملاء نحو المنتجات والبضائع التي يتم تسويقها بمعرفة الموزع (□ بميمه).

الفرع الثاني

الالتزامات غير المالية

يتعهد الموزع الإقليمي بالالتزام بشرط القصر، وعدم منافسة المورد عن طريق ممارسة أنشطة مماثلة.

الغصن الأول

الالتزام الحصري المتبادل

لا ينظر إلى الالتزام الحصري فقط في اتجاه المورد، وإنما يجب على الموزع الإقليمي ألا يتعدى حدود الإقليم أو المنطقة الجغرافية المتفق

د. لطفي رمزي: عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص159.

(106) انظر:

M. MALKA: Le contrat de distribution, Op. cit., p.4 et s.;
E. LE QUELENEC: Les enjeux concurrentiels des places de marchés en ligne, Op. cit., p.146, No.182.

عليها في العقد. وعند مخالفة ذلك وممارسة البيع أو النشاط على منطقة أخرى، فإنه يكون قد أخل بالتزام جوهري وأساسي في العقد، مما يجعل الأخير عرضة للبطلان، واستحقاق الطرف الآخر للتعويض عن الأضرار الناجمة عن ذلك.

فقد التوزيع الحصري يتضمن حصرية مزدوجة. فمن ناحية، يتعهد الموزع بعدم التزود بالمنتجات إلا من خلال المانح أو المورد، وعدم تسويق منتجات منافسة. ومن ناحية أخرى، يتعين على الموزع عدم تجاوز المنطقة محل الحصر.

الغصن الثاني

الالتزام بعد المنافسة في عقد التوزيع الحصري

ينتج التنافس في السوق من خلال التزاحم بين التجار من أجل ترويج منتجاتهم في السوق؛ بجذب العملاء وتحقيق أفضل عائد من الربح. وبطبيعة الحال يأتي ذلك في مصلحة جمهور المتعاملين، عندما يقوم التنافس على أسس موضوعية، تؤدي إلى تحقيق جودة المنتج، والوصول إلى أسعار مناسبة للسلع والمنتجات.

وهناك علاقة وطيدة بين عقود التوزيع الحصري وقواعد المنافسة، خاصة بالنظر إلى فكرة الحصرية وأثرها على حرية المنافسة، الأمر الذي يجرنا إلى بحث تلك المسألة بنوع من التفصيل.

الغصين الأول

مضمون التزام الموزع الحصري بعدم المنافسة

يقتضي بحث هذا الالتزام أن نعرض للاتفاقات المقيدة للمنافسة وشروط عدم المنافسة في عقد التوزيع الإقليمي.

أولاً: الاتفاقات المقيدة للمنافسة في عقد التوزيع الإقليمي:

من المعروف أن أطراف عقد التوزيع الحصري قد يبادروا بتقييد حرية البيع أو التعاقد مع موزع آخر داخل المنطقة المشار إليها في العقد، والتي يتم عليها تسويق المنتجات. ويرتب ذلك التزاماً على الموزع بعدم بيع منتجات منافسة في تلك المنطقة⁽¹⁰⁷⁾.

وينتج عن ذلك وجود اتفاقات مقيدة للمنافسة تنشأ عن التنسيق بين الموزعين والمنتجين، ويكون من شأنها الحد من المنافسة، أو تحديد حجم الإنتاج، أو التقسيم الجغرافي للسوق⁽¹⁰⁸⁾. وهذه الصورة الأخيرة هي نتاج إبرام عقود توزيع حصرية، حين يتم الاتفاق من خلال شبكة التوزيع على تقسيم السوق باستخدام شرط القصر، أو حصرية التوزيع.

ومن غير المتعذر أن تجد هذه الاتفاقات مجالها الخصب والتربة المناسبة لها عندما يسمح المورد للموزع الحصري باحتكار السلعة وتحديد سعرها على الإقليم محل القصر^(تميمه). ذلك أن استئثار موزع بعينه بحق التوزيع على إقليم محدد، وقصر حق تزويده بالمنتجات على المورد أو

(107) انظر :

G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.9.

(108) انظر :

د. لينا حسن ذكي: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، 2005-2006، بدون

ناشر، ص114.

(109) انظر :

G. ETIENNE: Op. cit., p.11.

الصانع يشكل في حد ذاته اتفاقاً مقيداً للمنافسة. فالحصرية لا تترك مكاناً للحرية التعاقدية.

وتنص المادة الأولى من قانون المنافسة المصري رقم 3 لسنة 2005 على أن "تكون ممارسة النشاط الاقتصادي على النحو الذي لا يؤدي إلى منع حرية المنافسة أو تقييدها أو الإضرار بها، وذلك كله وفقاً للقانون".

كما جاء بالمادة 5/8 من ذات القانون أنه "يحظر على من تكون له السيطرة على سوق معينة القيام بما يأتي: التمييز بين بائعين أو مشتريين تشابه مراكزهم التجارية في أسعار البيع أو الشراء أو في شروط التعامل، وذلك على نحو يؤدي إلى إضعاف القدرة التنافسية لبعضهم أمام البعض الآخر، أو يؤدي إلى إخراجهم من السوق".

أما المادة 13/هـ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون فقد حظرت على من تكون له السيطرة على سوق بعينها أن يأتي بأعمال تضعف القدرة التنافسية للآخرين.

والمتأمل في هذه النصوص يدرك أن المشرع المصري لا يفترض في الاتفاقات المقيدة للمنافسة أنها غير مشروعة دائماً، غير أنه يحظر هذه الاتفاقات عندما تضر بمبدأ حرية المنافسة. وقد يتناقض نظام التوزيع الحصري مع سياسة المشرع المصري عندما يؤدي إلى تحكيم المورد والموزع في السوق، وفرض أسعار للمنتجات على نحو يتعارض مع نظام العرض والطلب، والإضرار بالمتنافسين.

بيد أن نظام التوزيع الحصري قد يأتي متفقاً مع سياسة المشرع المصري عندما يهدف إلى تجويد المنتج وخلق منافسة حرة بين الموزعين،

(ب) السيطرة على الإنتاج أو التوزيع، أو إعاقة التقدم العلمي أو الاستثمارات.

(ج) تقسيم الأسواق أو مصادر الإمداد.

(د) تطبيق شروط غير عادلة على أطراف المشروعات الأخرى تؤدي إلى الإضرار بوضعهم التنافسي.

(هـ) تعليق إبرام العقود على قبول الأطراف الأخرى لالتزامات تكميلية ولا ترتبط بطبيعتها، أو حسب العادات التجارية، بموضوع العقد الأصلي.

(و) تعتبر باطلة تلقائياً أية اتفاقات أو قرارات تم حظرها وفقاً للفقرة السابقة.

أما الفقرة الثالثة من ذات المادة فقد جاء بها أنه "لا تسري أحكام الفقرة الأولى على الاتفاقات بين المشروعات أو القرارات الصادرة عن اتحادات المشروعات، أو على ما يتم من تنسيق في الأفعال، عندما يكون الهدف منها تحسين الإنتاج أو توزيع السلع، أو المساهمة في تنمية التقدم الفني أو الاقتصادي أو توفير نصيب عادل للعملاء من الفائدة الناتجة...".

وهكذا، فإن الاتفاقات التي تعمل على التحكم في الأسعار والسيطرة على عملية الإنتاج والتوزيع، أو جعل الأسعار في وضعية غير عادلة، أو الإضرار بالمتنافسين، هي التي تعد من المحظورات، لإخلالها بتوازن السوق، وإعاقة حركة المنافسة فيه. أما تلك التي تهدف إلى تحسين الإنتاج وتنظيم توزيع السلع، فهي اتفاقات مشروعة، خاصة عندما يكون من شأنها العمل على زيادة رقعة التقدم التقني والاقتصادي داخل المجموعة

الأوروبية، وهو ما يتفق مع نظام التوزيع الحصري والتوزيع الانتقائي في آن واحد.

ثانياً: شرط عدم المنافسة في عقود التوزيع الحصري:

1- المبدأ العام هو حرية المنافسة:

تعد حرية المنافسة في العلاقات التجارية من نتاج المبدأ الأساسي لحرية التجارة والصناعة^(م.م.م.م.م.). وينطوي هذا المبدأ على أعمال فكرة اقتصاد السوق التي يهيمن عليها نظام العرض والطلب، وما يتبعه من خلق توازن في الأسواق التجارية المحلية والعالمية. فلاشك في تأثير حرية المنافسة على تحقيق العدالة في الإنتاج والتوزيع.

وتجدر الملاحظة أن حرية المنافسة يقابلها مبدأ حرية التوريد والتوزيع، وتغليب مبدأ حرية التعاقد^(م.م.م.م.م.). وتتوجباً لذلك، يستطيع الموزع الإقليمي أن يبحث عن الأسواق التي تحقق له أفضل العائدات قبل التقيد بشرط القصر. وللمورد أن يقصر منتجاته على من يشاء من الموزعين الذين يحافظون على سمعته التجارية، ويحظون بالخبرة اللازمة في تسويق المنتجات.

(111) انظر :

M. MALKA: Les contrats de distribution, Op. cit., p.15 et 16, No. 26 et 27.

(112) انظر :

د. رشيد ساسان: عقد التوزيع بترخيص استعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص269.

وقد رأينا تكريس مبدأ حرية المنافسة بموجب المادة الأولى من قانون المنافسة المصري. وعلى ذات الدرب نجد ذلك في القانون الفرنسي من خلال المرسوم بقانون رقم 86-1243 الصادر في 1 ديسمبر لعام 1986، والمعروف باسم مرسوم Doubin^(١١٣)، الخاص بحرية الأسعار والمنافسة. كما أكدت المادة (ل 410-1) من قانون التجارة الفرنسي رقم 58/1345، الصادر في 25 يونيو 1991 على نظام حرية المنافسة.

2- مضمون شرط عدم المنافسة في عقد التوزيع الحصري:

إذا كان نظام التوزيع الانتقائي يؤدي إلى اختيار موزعين بعينهم، فإنه، وبذلك المثابة، يعمل في إطار شبكة توزيع مغلقة، على النحو الذي قد يصطدم مع مبدأ حرية المنافسة^(١١٤). ومن غير المستغرب أن نجد ذلك في مجال التوزيع الحصري، حين يتم قصر التوزيع على بعض الموزعين في مناطق جغرافية محددة. إلا أن الأمر يكمن في هذه الحالة في الأخذ بعين الاعتبار تحقيق أكبر انتشار للمنتج في عدة أقاليم ووصوله إلى عدد كبير من العملاء، الأمر الذي يجرنا إلى التنبؤ بحرية واسعة النطاق في المنافسة، بعيداً عن اختيار الموزع أو البائع.

(113) أنظر :

D. MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.113 et s.

=

(114) انظر :

= O. GAST et H. GRILLAUT LAROCHE: La distribution sélective et Franchise, JCP, éd. E, 2000, No.4, p.36 et s;L.VOGEL : La distribution sélective et produits de marque, Article préctié, p.285.

وإذا أمعنا النظر في شرط القصر نجد أنه منحة من المورد إلى الموزع، وبموجبه يستأثر الأخير بالحق في توزيع المنتجات في منطقة معينة (بن يمينه)، ويحتكر التوزيع فيها.

ومن هذا المنطلق يأتي هذا الشرط، وهو شرط القصر، على رأس المميزات التي يتمتع بها الموزع الحصري. ولا نستطيع إسباغ الطابع التعسفي عليه، أو اعتباره طريقاً لاستغلال المورد وسيطرته على مجريات الأمور، كما يزعم بذلك بعض الفقه (بن يمينه)، عند تبريره صفة الإذعان والتسليم بها في عقد التوزيع الحصري.

ولكن وجهة النظر قد تتغير، وتدق التفرقة، وتظهر الملامح الأساسية للإذعان عند إدراج شرط عدم المنافسة في عقود التوزيع الإقليمي.

ويقصد بشرط عدم المنافسة أن يتمتع الموزع خلال الفترة المحددة بالعقد عن إنتاج أو عرض منتجات مماثلة لما يقدمه المورد، من أجل إعادة البيع أو التوزيع (بن يمينه). ولن يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل قد يمتد إلى مدة أخرى يتفق عليها الطرفان بعد انتهاء العقد؛ حرصاً على ضمان تحقيق

(115) انظر :

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص 25، بند 25.

(116) انظر ما سبق في خصائص عقد التوزيع الحصري، خاصة ما يتعلق باعتباره من عقود الإذعان، وآراء الفقه في ذلك.

(117) انظر :

د. فايز نعيم رضوان: عقد الترخيص التجاري، المرجع السابق، ص 161، 162.

وفي الفقه الفرنسي:

G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.11 et s.

الغاية الأساسية من نظام التوزيع الإقليمي، وهي ضمان بقاء توزيع المنتج لفترات طويلة في المنطقة الجغرافية المحددة، حتى ولو تم التعاقد مع موزع آخر في نهاية مدة العقد.

وتشير المادة العاشرة من مرسوم DOUBIN، السابق ذكره، والذي تم تعديل بعض أحكامه بالقانون رقم 96/558 الصادر في 15 يوليو 1996، إلى الشروط المقيدة للمنافسة. وتنص هذه المادة على أنه "يمكن للأطراف الاتفاق على تقييد المنافسة إذا كان من آثار ذلك تدعيم التقدم الاقتصادي ومنح المستهلكين جزءاً عادلاً من الفائدة التي تنتج عن ذلك، شريطة ألا يسمح هذا الاتفاق لأطرافه بحظر المنافسة كلياً في السوق، وأن تكون الممارسات المقيدة للمنافسة لازمة لتحقيق هذا الهدف".

وترجم ذلك أيضاً التنظيم الأوروبي رقم 1999/2790 الصادر في 22 ديسمبر 1999⁽¹¹⁸⁾ والخاص باتفاقات التوزيع الهرمية، أو العقود التي تبرم في إطار شبكة التوزيع، وهي عقود التوزيع الانتقائي، وعقود التوزيع الإقليمي وعقد الامتياز التجاري. وأقرت المادة (5/1/A) مشروعية إدراج شرط عدم المنافسة في عقود التوزيع، بشرط ألا تتجاوز مدته خمس سنوات، وألا تزيد مدته عن سنة تالية لإنهاء الرابطة التعاقدية.

ونظراً لتغير الظروف، ومراعاة لمقتضيات المنافسة في المجموعة الأوروبية، فإن التنظيم الأوروبي الأخير لم يعد سارياً منذ 31 مايو 2009 وحل محله التنظيم رقم 2010/330 والصادر في 20 إبريل لعام 2010

(118) انظر نصوص هذا التنظيم منشورة في:

والذي أصبح ساريًا منذ 1 يونيو 2010^(تميميه)، ويستمر أيضًا لمدة عشر سنوات، وحتى 31 مايو لعام 2020^(بميميه). والجديد في هذا التنظيم الأخير أن المادة (5/1/A) قد حظرت الاتفاقات المقيدة للمنافسة الغير محددة المدة، أو التي تتجاوز مدتها الخمس سنوات، مع الإبقاء على مدة السنة التالية لانتهاء العقد. وتناول هذا التنظيم كذلك اتفاقات التموين الحصري، وتلك الخاصة بالتوزيع الانتقائي والتوزيع الحصري، وتلك المتعلقة بالوكالات التجارية.

وبالتالي، فإن شرط عدم المنافسة تتحدد مشروعيته بوجود نطاق زمني محدد، ونطاق موضوعي يتعلق بالسلع والخدمات محل العقد، ونطاق مكاني يتحدد بالإقليم الذي يتم عليه توزيع السلع والمنتجات وإعادة بيعها^(بميميه). فإلى جانب الميزة التي يتمتع بها الموزع الإقليمي، وهي قصر توزيع نوع من المنتجات عليه في منطقة بعينها، يقع عليه التزام بعدم المنافسة في ذات المنطقة.

ويكون لشرط تقييد المنافسة طابعًا مشروعًا عندما يساهم، كغيره من الاتفاقات المقيدة للمنافسة، في تحسين الإنتاج وتقليل تكلفته، الأمر الذي

(119) نصوص هذا التوجيه منشورة في:

J.O.U.E., L102/2 du 23 April 2010, p.1 et s.

(120) انظر بشأن هذا التنظيم:

D. MAINGUY: Les contrats de distribution, Op. cit., p.26 et s.

=

(121) انظر:

= د. رشيد ساسان: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 277 وما بعدها.

يأتي بنتائج إيجابية تصب في مصلحة التقدم الاقتصادي^(ممميه). مع مراعاة ألا يكون من آثاره منع المنافسة، أو النيل من استقلال الموزع.

ويتعين لصحة هذا الشرط أن يكون الهدف منه حماية المصالح الاقتصادية لمشروع المورد، وألا يتم التوسع فيه على النحو الذي يجعله القاعدة الأساسية، مما يضر بمبدأ حرية المنافسة. كما أن الإسراف فيه قد ينتهي إلى احتكار غير مبرر، كأن يتضمن منع الموزع من التعامل مع مورد آخر، حتى بعد انتهاء مدة التعاقد. وقضت محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر في 20 ديسمبر 2008^(ممميه)، عن الدائرة التجارية لها، أن وجود شرط عدم المنافسة يجب ألا يؤثر على مبدأ حرية المنافسة، وألا ينتج عنه منع المرخص من المساهمة في شركة منافسة بعد انقضاء العقد، مما يجعله بمثابة التصرف غير المشروع^(ممميه). وذلك بمناسبة عقد امتياز تجاري.

وعلى ذلك، يأتي شرط عدم المنافسة في عقود التوزيع الحصري، تحقيقاً للمصالح المشروعة لأطراف العقد، وحماية للمورد من المشروعات المنافسة التي تمارس أنشطة مماثلة على أقاليم جغرافية تقع في النطاق المكاني لعقود التوزيع الحصري. غير أن هذا الشرط يجب أن يتوافق مع

(122) انظر :

د. ياسر سامي قرني: عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص44، بند49.

(123) انظر الحكم منشورًا على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://www.courdecassation.fr>.

=

(124) كما ذهبت المحكمة في ذلك إلى أنه:

= "Le seul fait de devenir actionner d'un société concurrente ne constituait pas en lui-même et compte tenu de contexte dans lequel il était intervenu, une violation de la clause de non-concurrence".

مبدأ حرية المنافسة، وألا يعوق ذلك بالشكل الذي يهدم المنافسة في السوق ويفتح الباب على مصراعيه أمام احتكار السلع والمنتجات والتحكم في أسعار البيع والشراء. كما يجب لكي يكون صحيحاً منتجاً لآثاره، ألا يهدر مصالح الموزع الإقليمي ويجعله خاضعاً بصفة دائمة للمورد الذي تعاقد معه ذات مرة. فالأمر في النهاية ينصب على ضرورة تحقيق التوازن بين أطراف العملية العقدية، دون الانحياز لأحد المتعاقدين على حساب الآخر.

الغصين الثاني

حدود التزام الموزع الحصري بعدم المنافسة

يلتزم الموزع الحصري بعدم منافسة المورد في ضوء الضوابط

التالية:

أولاً: مراعاة الحدود المكانية والزمانية بموجب شرط القصر (التزام المورد والموزع):

ذكرنا أن لشرط القصر نطاقاً مكانياً يتمثل في الإقليم الذي يمارس عليه الموزع الحصري نشاطه في البيع وتسويق المنتجات، ونطاقاً زمنياً يتحدد بمدة العقد (بنميه). ومن غير المقبول أن يتعدى الموزع المساحة المكانية ويمارس أنشطة مماثلة على إقليم آخر، كما يتمتع عليه ذلك طوال مدة العقد، ولمدة لاحقة على التعاقد تكون في حدود سنة، كما أشار بذلك التنظيم الأوروبي لعام 2010 (بنميه).

وعندما يخالف الموزع الإقليمي ذلك ويمارس النشاط على إقليم دولة أخرى غير تلك المحددة بالعقد، أو يقوم بهذا العمل أثناء سريان

(125) انظر سابقاً: ص 27 وما بعدها.

(126) انظر سابقاً: ص 77.

العقد، فلا شك أنه يأتي عملاً يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، الأمر الذي يلحق الأضرار بالموارد ومشروعه ويستتبع حقه في المطالبة بالتعويض.

وفي المقابل يتعهد المورد أو المانح بعدم منافسة الموزع في المنطقة المحددة للبيع "فلا يجوز له أن يبيع منتجاته مباشرة، أو أن يمنح الحق في التوزيع لتاجر تجزئة آخر، وعليه أن يلتزم بالبيع للموزع المحدد بمنطقة معينة"⁽¹²⁷⁾.

فالالتزام بعدم المنافسة يعد التزاماً مزدوجاً ويتحتم على الطرفين مراعاة مدة القصر ومكان ممارسة النشاط. ويتعين عند تضمين العقد شرط تقييد المنافسة أن يُنص على التزام الموزع والمورد به، حتى تؤدي المنافسة في عقد التوزيع الإقليمي ثمارها، وتأخذ في طياتها بفكرة المصلحة المشتركة لأطراف العقد.

ولا يتنافى شرط عدم المنافسة مع ممارسة الموزع لنشاط آخر على إقليم التوزيع الحصري، شريطة ألا يكون هذا النشاط مطابقاً أو مماثلاً لذلك الذي يتعهد به بموجب العقد، ويتحقق ذلك عند تسويق منتجات مختلفة. خذ مثلاً، أن يلتزم البائع بموجب عقد التوزيع الحصري بتسويق بعض الأجهزة الكهربائية للمورد على الإقليم المصري، على حين يقوم ببيع بعض أنواع السيارات على الأراضي السودانية. فحينئذ، يؤدي اختلاف الإقليم ونوع

"... il ne doit pas vendre directement ses produits, ni en confier ⁽¹²⁷⁾ la distribution à une autre revendeur que le concessionnaire désigné pour un secteur déterminé".

انظر:

F. COLLART DUTILLEUL et PH. DELEBECQUE: Contrats civils et commerciaux, Op. cit., p.890, No. 944.

المنتج إلى عدم انطباق شرط عدم المنافسة، حتى ولو تم ذلك أثناء سريان مدة عقد التوزيع الحصري.

ومع ذلك، يمكن أن يرد شرط القصر مطلقاً *Clause d'exclusivité absolue* عندما يتفق الأطراف على عدم مزاولة الموزع لنشاط تجاري على الإقليم محل القصر.

ويحدث ذلك عند تعميم الشرط ليشمل كافة المنتجات، وتضييق حق البائع في البيع والشراء، وانحسار ذلك في المنطقة محل القصر⁽¹²⁸⁾. ويعد ذلك من قبيل الشروط المحظورة، والبعيدة تماماً عن مبدأ حرية المنافسة. ولهذه العلة حظرت المادة الرابعة من التنظيم الأوروبي رقم 2010/330، السابق الإشارة إليه، هذا النوع من الشروط الذي يعبر وبحق عن منافسة غير مشروعة، والعودة بالفعل إلى فكرة السجن الاقتصادي الذي يقيم المورد قضائه، ويظل عمل الموزع رهن الأنشطة الاقتصادية للمانح.

وقد قيل في ذلك أن إدراج مثل هذا الشرط في العقد يتنافى تماماً مع مبدأ حرية التجارة والصناعة، ويتعارض مع مقتضيات حسن النية في تنفيذ العقود⁽¹²⁹⁾. ونحن من جانبنا نتفق مع هذا الرأي، إذ أن التسليم بهذه الشروط أو الدفاع عن مشروعيتها ينطوي على سوء نية واضح من جانب

(128) انظر بشأن الشروط المقيدة للمنافسة:

J. L. BERGEL: Les clauses de non-concurrence en droit positif Français, étude Juffret, 1973, p.23; D. FERRIER: Concurrence – distribution, D. 2012, p.577 et ss.

(129) انظر :

L. GOLDEN: Les obligations de non concurrence des dirigeants sociaux, Joly, éd, 1999, p.5.

المورد؛ حيث يقف هذا الشرط سائراً وسداً منيعاً أمام المنافسة المشروعة ويعيق التقدم الاقتصادي الذي يجد منبعه وروافده في احترام مبدأ حرية المنافسة في مجال التوزيع والإنتاج، بعيداً عن الأسلاك الشائكة في شبكة التوزيع، والتي لا يستطيع الموزع الخروج منها إلا بإنهاء نشاطه. ثانياً: عدم مشروعية مطالبة الموزع الإقليمي بإنهاء نشاطه:

إذا أخذنا بعين الاعتبار فكرة الاستقلال المالي والقانوني للموزع الإقليمي، فلا نستطيع إلزام الأخير ببعض الأمور التي تتعدى النطاق الزماني والمكاني للعقد^(بمه □ به).

(130) نجد أن المشرع المصري قد تناول فكرة النطاق المكاني والزماني للالتزام بعدم المنافسة في عقد العمل، ولكنه لم يحدد المدة التالية لانتهاج التعاقد، وذلك بنصه في المادة 686 من القانون المدني على أنه "1- إذا كان العمل الموكول إلى العامل يسمح له بمعرفة عملاء رب العمل أو بالإطلاع على سر أعماله، كان للطرفين أن يتفقا على ألا يجوز بعد انتهاء العقد أن ينافس رب العمل، ولا أن يشترك في أي مشروع يقوم بمنافسته.

2- غير أنه يشترط لصحة هذا الاتفاق أن يتوافر فيه ما يلي:

(أ) أن يكون العامل بالغاً سن رشده وقت إبرام العقد. =

= (ب) أن يكون القيد مقصوراً من حيث الزمان والمكان ونوع العمل، على القدر الضروري لحماية مصالح رب العمل المشروعة.

3- ولا يجوز أن يتمسك رب العمل بهذا الاتفاق إذا فسخ العقد أو رفض تجديده دون أن يقع من العامل ما يبرر ذلك، كما لا يجوز له التمسك بالاتفاق إذا وقع منه هو ما يبرر فسخ العامل للعقد.

ومن غير المستساغ إزام الموزع بالتوقف عن مزاوله نشاطه التجاري بعد انتهاء مدة التعاقد، وانقضاء المدة المقررة لأداء عمل مماثل على الإقليم محل القصر.

ولابد من الفصل بين الالتزام بحصرية النشاط أثناء سريان العقد، وبين ذلك التالي لانتهاء مدة التعاقد. فهذا الالتزام يحظر على الموزع التزود بالمنتجات محل العقد إلا من خلال مؤسسة المورد. بينما يتعهد الموزع الإقليمي أيضاً بعدم المنافسة، وهو التزام بعدم القيام بعمل Obligation de ne pas faire⁽¹³¹⁾، أو عدم مزاوله ذات النشاط، أو نشاط مشابه على الإقليم الجغرافي المحدد بالعقد، بالاتفاق مع تاجر أو مورد آخر.

ويرى البعض أن هذا الالتزام السلبي من جانب الموزع بعدم المنافسة هو امتداد طبيعي لشرط عدم المنافسة⁽¹³²⁾. ولكننا لا نتفق مع هذا الرأي في مجمله، إذ أن الالتزام بعدم منافسة المورد هو التزام أساسي ينتج عن التعاقد كأحد الالتزامات المتبادلة بين طرفي العقد. بينما يدرج شرط تقييد المنافسة غالباً في العقد، ويفرضه المانع على الموزع الإقليمي، مستغلاً في ذلك مركزه الاقتصادي في السوق.

بيد أن الالتزام السلبي بعدم المنافسة لا يمكن أن يتحول إلى التزام إيجابي بإيقاف النشاط بعد انتهاء مدة العقد. فالأمر ينطوي هنا على انحراف بالغاية التي تتعلق بتحسين المنتج وتحقيق التقدم الاقتصادي، لينتهي ذلك

(131) انظر :

G. ETIENNE: Le contrat de distribution, Op. cit., p.52.

(132) انظر :

G. PARLEANI: Les clauses d'exclusivité, Article précité, p.58, No.9.

بنزعة شخصية مضمونها الإضرار بالموزع، وإلحاق الشلل التام بنشاطه التجاري إذا أراد الخروج من شبكة التوزيع. بل يمتد ذلك إلى النيل من حرите التعاقدية ووضعه بين مطرقة المورد وسندانه، ليظل أسيراً لنشاطه الاقتصادي والمهني.

وينبغي أن يكون لشرط عدم المنافسة هدفاً محايداً، وهو عدم تهديد مصالح المتعاقد الآخر، وألا يمتد الأمر إلى إهدار حقوق المتعاقد معه⁽¹³³⁾. وبهذه المثابة، تتلاقى الإيرادات في المجال التجاري والصناعي على تحقيق مصلحة مشتركة، والوصول إلى الأرباح المنتظرة من إنشاء المشروعات أو المحلات التجارية.

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية في هذا الخصوص - بصدد عقد امتياز تجاري - أن شرط عدم المنافسة لا يقيد المتلقي بعد انتهاء الرابطة التعاقدية إلا في الحدود التي يلزم مراعاتها لتوفير الحماية اللازمة لحق المعرفة الفنية⁽¹³⁴⁾. وهنا لن يكون الشرط عائقاً أمام مزاولة المتلقي لنشاطه بعد انتهاء مدة العقد، وهو ذات الحكم بالنسبة للموزع الحصري الذي ينقضي عقده مع المورد أو المتعهد. ولهذا يدور الشرط في فلك إلزام الموزع القديم بعدم بيع منتجات مطابقة أو شبيهة بمنتجات المورد، خاصة

(133) انظر :

G. DAMY: Les clauses de non concurrence dans les relations du travail, *JCP*, éd. E, 2008, 1025.

(134) انظر حكم محكمة النقض الفرنسية الصادر عن الدائرة التجارية لها في 14 نوفمبر 1995، منشور في (D.1997, p.50 ets)، مع تعليق للأستاذ: D.FERRIER.

عندما يتعاقد مع مورد جديد أثناء مدة سريان الشرط، التي يجب ألا تتجاوز سنة من انتهاء العقد^(١٣٥).

ثالثاً: أثر عدم نفاذ الحصة على سريان الشرط:

يجد المورد صعوبات بالغة في تصريف منتجاته، أو تصريف السلع غير المباعة بعد انتهاء الرابطة العقدية. ولكن الأمور تزداد تعقيداً، ويزداد الطين بلة، بالنسبة للموزع الذي يتبقى لديه بعض البضائع التي لم يتمكن من بيعها أو تصريفها قبل نهاية مدة التعاقد، مع وجود شرط عدم المنافسة.

وقد لا يتم تجديد العقد، أو ينتهي التعاقد دون إخطار مسبق، أو تكون مدة الإخطار غير كافية. فهل يستقيم أن يتمسك المورد بشرط عدم المنافسة، ويتجاهل الأضرار التي تلحق بالموزع الحصري؟؟.

لا غرو أن هذا المسلك من المورد يمثل نوعاً من المنافسة غير المشروعة، عندما يتم التمسك بشرط عدم المنافسة في الوقت الذي ينطوي فيه على نوع من التعسف والإضرار بالموزع، وتكبيده الخسائر من وراء رفض تجديد التعاقد، مع مدة إخطار غير كافية؛ الأمر الذي يؤدي إلى اختلال واضح في التوازن بين أطراف العملية العقدية.

ويضرب الأستاذ Paul CARAHAY مثلاً على شرط يحقق التوازن بين الأطراف في العقد^(١٣٦)، ويحدد صياغته على النحو التالي:

(135) انظر:

د. لطفي رمزي: عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 169 وما بعدها.

(136) انظر:

P. CARAHAY: Les contrats internationaux d'agence et de concession de vente, Paris, L.G.D.J, 1991, p.167, No.310.

"1- في حالة إنهاء أو فسخ العقد أو عدم تجديده من جانب المانح، يلتزم الأخير في مواجهة المتلقي باسترجاع الكمية غير المباعة، والتي تم تسليمها له منذ ستة أشهر على الأقل من إنهاء العقد، وتم سداد جزء من سعرها. ويتم الاسترداد بقدر المتبقي من السعر، وذلك في إطار رد الأقساط المتبقية مقابل تخفيض في حدود...٪، ويكون هذا التخفيض مقابل النقل والتوزيع للمنتجات التي تم استرجاعها.

2- وفي غير الحالة المنصوص عليها في الفقرة (1)، وفيما يخص المنتجات التي تم تسليمها للمتلقي (الموزع الإقليمي) منذ مدة تزيد على ستة أشهر من إنهاء العقد، فإن المانح يسترد المنتجات بالسعر الذي يتفق عليها الطرفان".

وهذا الاتجاه الفقهي، والشرط بهذه الصياغة، وإن كان ينطوي على نوع من العدالة، إلا أنه لن يؤدي إلى تحقيق التوازن الكامل بين الأطراف. فقد تكون مدة الستة أشهر مناسبة لتصريف بعض المنتجات، بينما لا تكفي لأخرى مثل السيارات أو البضائع التي تستغرق وقتاً طويلاً في تصريفها. ولهذا يلزم أن تكون المدة طويلة نسبياً، وأن تصل إلى مدة سنة من تاريخ انقضاء العلاقة العقدية. ولا نستطيع أن نجزم بأن ذلك يمثل إجحافاً أو ضرراً بالمورد؛ لأن الأمر سيخضع في النهاية لاتفاق الأطراف. كما أنه يعتبر من مقتضيات حسن النية في تنفيذ العقود، خاصة وأن فترة القصر تؤدي إلى وجود طلب من جانب العملاء، ويمكن للمورد أن يبحث عن موزعين آخرين لتصريف المنتجات.

وبهذه المثابة، يعمل شرط عدم المنافسة في أطر مشروعة، عندما يتم استرداد البضائع من قبل المورد أو المنتج، مع عدم إلزام الموزع بإيقاف نشاطه. كما أن الأمر ينطوي على محاولة تدارك الخسارة التي يمتنى بها الموزع في حالة عدم بيع المنتجات محل التعاقد في المدة المحددة بالعقد. مع مراعاة أن الأمر لا ينطوي على نية المشاركة في الأرباح والخسائر. فعقد التوزيع الحصري يختلف عن عقد الشركة، كما سبق وأن نوهنا إلى ذلك. إلا أن المائل أمامنا أن هناك قواسماً مشتركة بين أعضاء شبكة التوزيع، ومنها محاولة جذب أكبر عدد من العملاء والمحافظة عليهم، حتى بعد انتهاء مدة القصر وتحقيق الأرباح. ويأتي في هذا الشأن أيضاً ضرورة سيطرة الرغبة لدى الأعضاء في استمرار النشاط، والنأي بأنفسهم عن النزعات الشخصية، الأمر الذي ينتج عنه منافسة حرة ونزيهة في النشاط التجاري والاقتصادي.

رابعاً: الشكل الذي يتم فيه الاتفاق المقيّد للمنافسة:

لا يشترط وجود شكل معين في الاتفاق المقيّد للمنافسة، فقد يأخذ شكل أعمال تنسيقية بين المشروعات التي يجمعها الاتفاق، وقد يأتي في صورة صريحة أو ضمنية، وقد يتخذ شكل الاتحادات، أو أي شكل قانوني آخر كشركات الأموال والأشخاص (□□).⁽¹³⁷⁾

ومن الناحية القانونية، نجد أن شرط عدم المنافسة يهدف إلى منع الموزع الإقليمي من منافسة المورد خلال المدة المحددة (□□).⁽¹³⁸⁾ وليس بالازم

(137) انظر:

د. ياسر الحديدي: الاتفاقات المقيّدة للمنافسة في عقود التوزيع، المرجع السابق

ص 461.

(138) انظر:

أن يتم ذلك في شكل معين، بل بالطريقة المناسبة لأعضاء شبكة التوزيع، والتي يتم التراضي عليها لتحقيق مصالحهم المشتركة. فالأمر يتعلق بعملية تنظيمية يسعى من خلالها الصناع والموردين إلى تحسين عملية تسويق المنتجات (تم[□] به).

وعلى أية حال، فإن الاتفاقات المقيدة للمنافسة لا تستهدف فقط الموزعين الحصريين على الأقاليم المحددة لهم، وإنما يتم توجيهها بطريقة غير مباشرة للغير الذي لا يستطيع أطراف العملية التعاقدية إلزامه بشروط عدم المنافسة، ولكن بإجباره من خلال هذا التنظيم والتنسيق إلى احترام نظام المنافسة في السوق، والنتج عن الاتفاقات المقيدة للمنافسة التي لا تقع تحت طائلة الحظر، وذلك عندما تتم في الإطار القانوني لها.

وتأسيساً على ذلك، تلعب ظروف تسويق المنتج ومدى جودته دورها في دفع الشركات والمشروعات إلى تطوير نظام معين لخدمة الاتفاقات المقيدة للمنافسة، وبعيداً عن التقييد بشكل معين تصاغ في ضوءه تلك الاتفاقات.

وأخيراً، وفيما يخص نظام المنافسة في عقود التوزيع الحصري، فإننا مع انتهى إليه جانب من الفقه في دراسة لعقود الامتياز التجاري، أن هذا النظام يعمل في اتجاه حماية الدول الصناعية والتي تنتشر فيها شبكات التوزيع، كما هو الحال في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.

G. PARLENI: Les clauses d'exclusivité, Article précité, P.75, No.48.

(139) انظر:

G. ETIENNE: Le contrat de distribution exclusive, Op. cit., p.64.

فالشروط المقيدة للمنافسة تأتي، غالباً، على حساب الموزع الإقليمي، ويتم توزيع المنتجات في دول نامية لا تقوى القوانين السائدة فيها على الصمود والنهوض بدورها في وضع الحدود الفاصلة بين الاتفاقات المشروعة ونظيرتها غير المشروعة. فمن التصرفات التي يأتيها كبار الصناع والمنتجين ما يمثل، وبحق، خرقاً لمبدأ حرية المنافسة وحرية التجارة والصناعة.

ومع ذلك لم تسارع الدول المتقدمة بوضع قواعد صارمة تنظم الشروط أو الاتفاقات المقيدة للمنافسة، حرصاً على مصالح شبكات التوزيع المنتشرة على الأقاليم الجغرافية التابعة لها. وإذا تأملنا الأحكام الصادرة عن محاكم هذه الدول نجد أنها تميل لرعاية مصالح رعاياها في عقود التوزيع الإقليمي، حينما تقر مبدأً معيناً بصدد تلك العقود الغير منظمة تشريعياً^(بم□يم). وعلى الدول الآخذة في النمو التي يتم ممارسة الأنشطة الحصرية على أقاليمها، ومن بينها مصر، أن تسارع بتبني تشريعات تحمي مبدأ حرية المنافسة في هذا النوع من العقود. كما يجب أن تصاغ في هذا الشأن قواعد آمرة واجبة التطبيق مباشرة، لتبين حدود الشروط المقيدة للمنافسة.

(140) انظر:

= د. محمد الروبي: عقد الامتياز التجاري في القانون الدولي الخاص، ماهية عقد الامتياز التجاري - التزامات أطرافه - القانون الذي يحكمه، القاهرة، دار النهضة العربية، 2013، ص160، 161، بند 177، 178.