

Distribution contract of products

Dr. Salam muneam mishaal

The Trade is considered one of the important ways to transfer money and goods locally and international , yet there is a question arise here how can we reach these productions to the costumers ? The answer will be through this research under the title ((Distribution contract of productions)) . many companies use dealers or distributors in order to market their products to the costumers which is constitute the concept of (Distribution contract) .

عقد توزيع المنتجات

م.د.سلام منعم مشعل
كلية الحقوق/جامعة النهرين

مقدمة

تمثل التجارة اهم طريق من طرق تداول الاموال وتصريف المنتجات بمختلف انواعها وسواء أكانت هذه المنتجات قد تم انتاجها محلياً ام على الصعيد الدولي، غير ان الامر لا يقف عند هذا الحد فتبقى مسألة كيفية طرح هذه المنتجات وايصالها الى المستهلكين امراً مهماً، فقد يعمل المنتج على عرض منتجاته بنفسه لغرض بيعها وتحقيق الارباح المتوخاة من انتاجها، الا ان الطريق الاسهل والافضل من ذلك يتمثل في اعتماد هذا المنتج او ذاك على احد الاشخاص او احدى الجهات لتتولى نيابة عنه (المنتج) تسويق المنتجات وايصالها الى المستهلكين، وهذا هو مقتضى عقد توزيع المنتجات، وهو ما سنتولى بيانه في هذا البحث والذي سنقسمه الى مبحثين، سيكون بيان المفهوم القانوني للعقد عنواناً للمبحث الاول، اما المبحث الثاني فسنخصصه لبيان احكام عقد توزيع المنتجات.

المبحث الاول

المفهوم القانوني لعقد التوزيع

يقتضي تحديد المفهوم القانوني لعقد توزيع المنتجات البحث في تعريفه في مطلب اول وبيان سماته وخصائصه في مطلب ثان، اما اعطاء الوصف القانوني لهذا العقد فسيكون عنواناً للمطلب الثالث من حيث بيان طبيعة العقد.

المطلب الاول

التعريف بالعقد

تمثل مسألة بيان التعريف القانوني للعقد اهمية كبيرة، ويكون ذلك من خلال البحث في نصوص القوانين ذات العلاقة مروراً باحكام القضاء انتهاءً براء الفقه لغرض الوقوف عند المعنى القانوني الدقيق لعقد التوزيع.

فعلى مستوى التشريع وردت اشارة غير مباشرة للعقد وذلك من خلال بيان مفهوم (الموزع) بوساطة تعريف المزود او المورد او المجهز، وفي هذا السياق نجد ان قانون حماية المستهلك العماني رقم ٨١ لسنة ٢٠٠٢ قد وردت فيه فكرة تتواءم مع ما تقدم، فالمادة (١) من القانون اعلاه تنص على (المزود: كل شخص

طبيعي او معنوي يقدم الخدمة او يصنع السلعة او (يوزعها) او يتاجر بها او يبيعها او يوردها او يصدرها او يتدخل في انتاجها او تداولها كوكيل والوسيط او السمسار) .^١

اما قانون حماية المستهلك القطري رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨ فقد نص هو الاخر في المادة (١) منه على (المزود: كل من يقدم الخدمة او يصنع السلعة او (يوزعها) او يتاجر بها او يبيعها او يصدرها او يستوردها او يتدخل في انتاجها او (تداولها) وذلك بهدف تقديمها الى المستهلك او التعامل او التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق)^٢، وكذا الحال بالنسبة لمشروع قانون حماية المستهلك الاردني بيد ان الحال في هذا المشروع هو انه ميز بين المزود والمزود النهائي، فالمزود هو (صانع السلعة ومستوردها وبائعها ومصدرها وكل متدخل اخر في انتاجها وتداولها او مقدم الخدمة)، اما المزود النهائي فهو (بائع السلعة المباشر الى المستهلك او مقدم الخدمة المباشر الى المستهلك) .^٣

وفي مصر يلاحظ ان قانون حماية المستهلك هناك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ قد نص على تعريف المورد في المادة الاولى منه على انها (المورد: كل شخص يقوم بتقديم خدمة او بانتاج او استيراد او (توزيع) او عرض او تداول او الاتجار في احد المنتجات او التعامل عليها وذلك بهدف تقديمها الى المستهلك او التعاقد او التعامل معة عليها بأية طريقة من الطرق) .^٤

وبالرجوع اخيراً الى احكام القوانين العراقية يلاحظ ان قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ قد ورد فيه هو الاخر وصف الموزع من خلال تعريف المجهز، حيث تنص الماد (١) منه على (يقصد بالمصطلحات التالية لاغراض هذا القانون المعاني المبينة ازوها: سادساً: المجهز: كل شخص طبيعي او معنوي منتج او مستورد او مصدر او (موزع) او بائع سلعة او مقدم خدمة سواء أكان اصيلاً ام وسيطاً ام وكيلاً) .^٥

^١ اما السلعة فقد اورد لها المشرع العماني في ذات المادة اعلاه تعريفاً ايضاً وهي انها (كل منتج صناعي او زراعي او حيواني او تحويلي بما في ذلك العناصر الاولية والمواد والمكونات والمنتجات نصف المصنعة).

^٢ وبذات المعنى الذي اوردته المشرع العماني للسلعة جاء تعريفها في القانون القطري من خلال النص عليها في المادة (١) على انها (السلعة: كل منتج صناعي او زراعي او حيواني او تحويلي بما في ذلك العناصر الاولية للمواد والمكونات الداخلة في المنتج).

^٣ انظر : المادة (٢) من مشروع قانون حماية المستهلك الاردني.

^٤ هذا وقد عرف القانون المصري اعلاه المنتجات من خلال النص عليها في المادة (١) ايضاً على انها (المنتجات: السلع والخدمات المقدمة من اشخاص القانون العام او الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال مورد).

^٥ اما تعريف السلعة فقد ورد في الفقرة (ثانياً) من المادة المتقدمة على انها (السلعة: كل منتج صناعي او زراعي او تحويلي او نصف مصنع او مادة اولية او اي منتج اخر ويمكن حسابه او تقديره بالعدد او الوزن او الكيل او القياس معداً للاستهلاك)، في حين اوردت الفقرة (ثالثاً) من ذات المادة تعريفاً للخدمة على انها (الخدمة: العمل او النشاط الذي تقدمه اي جهة لقاء اجر او بدونه بقصد الانتفاع منه).

وإذا ما اردنا ان نفسر النص القانوني اعلاه لقلنا ان الموزع ما هو الا احد الاشخاص الذين يمثلون المجهز او بعبارة اخرى ان عقد التوزيع يعدّ صورة من صور عقد التجهيز، الا ان معنى التجهيز اعم واشمل من معنى التوزيع- بمقتضى النص المتقدم- الذي هو اخص وادق، فالعلاقة بين التجهيز والتوزيع هي بالمعنى القانوني علاقة عموم وخصوص.

ومع ذلك فان هذه الاشارة غير المباشرة لعقد التوزيع لا تغني عن اللجوء الى القوانين المرتبطة بعمل الموزع والتي لها كبير الاثر في التصرفات التي يجريها، حيث ان الموزع يمكن اعتباره في نظرنا بمثابة (الوكيل التجاري) عن المنتج الذي يتفق مع هذا الموزع لغرض بيع وتسويق منتجاته، وإذا كان عقد التوزيع لم يحض بالقدر الكافي في توصيفه القانوني وبيان تعريفه، الا ان الامر هو عكس ذلك عندما يتعلق الحال بعقد الوكالة التجارية، فالمشرع قد تناول هذا العقد الاخير بالتعريف وذلك في قانون تنظيم الوكالة والوساطة التجارية العراقي رقم (١١) لسنة ١٩٨٣، حيث تنص الفقرة (١) من المادة (٣) من هذا القانون على (الوكالة التجارية كل عمل تجاري يقوم به في العراق شخص بصفته وكيل عن شخص طبيعي او معنوي سواء كانت وكالة تجارية او وكالة بالعمولة او تمثيلاً تجارياً)، كما ان قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ قد اشار في المادة (٥) منه الى انه (تعتبر الاعمال التالية اعمالاً تجارية اذا كانت بقصد الربح. ويفترض فيها هذا القصد ما لم يثبت العكس: سادس عشر: الوكالة التجارية والوكالة بالعمولة والوكالة بالنقل والدلالة واعمال الوساطة التجارية الاخرى)، ولاشك عند تفسير النصين اعلاه نستطيع القول ان عقد توزيع المنتجات يعدّ شكلاً اساسياً من اشكال الوساطة التجارية- وهو ما اشارت اليه المادة المتقدمة- حيث ان الموزع يرمي الى تسويق منتجات طرف اخر وهو المنتج الامر الذي يتوافق ومفهوم اعمال الوساطة التجارية .

هذا على مستوى التشريع، اما على مستوى القضاء فيلاحظ ان هناك مساهمة للقضاء في تعريف وتحديد مفهوم هذا العقد، فالقضاء اللبناني في حكم له صدر سنة ١٩٩٢ عرف عقد توزيع المنتجات بانه اتفاق يحصل بين تاجر او صناعي يتعاطى تجارة الجملة وبين شخص اخر يتعاطى او يرغب بتعاطي تجارة المفرق (المفرد) بصورة مستقلة او لحسابه الخاص، ومن هنا تعمد الشركة المنتجة (التاجر) الى تسهيل تكوين مركز او محل تجاري يكون ملكاً لتاجر المفرد وتعطيه حق بيع وتسويق بضاعة معينة في مقابل امتناع التاجر (المفرد) عن بيع بضاعة اخرى مزاحمة لهذه البضاعة .

اما على صعيد الفقه فان هناك من يقول ان المؤسسات التجارية سواء أكانت قائمة على اساس فردي او على اساس شركة، غير قادرة على ممارسة جميع الانشطة التجارية وذلك لتشعبها من جهة ولتعدد

^١ اما قانون الدلالة العراقي رقم (٥٨) لسنة ١٩٨٧ فنجد ان المادة (١) منه تنص الفقرة (اولاً) على الدلالة: عمل يبتغي القائم به تسهيل ابرام عقد من العقود لقاء اجرة)، اما الفقرة (ثانياً) من هذه المادة فتتص على (الدلال: الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يمتنن الدلالة).

^٢ انظر: د. نادر شافي. عقد الافرانسيز. مفهومه وخصائصه وموجبات طرفيه. مداخلة متاحة على شبكة الانترنت وعلى الموقع :

امكنة وقوعها من جهة اخرى، الامر الذي تطلب استعانة هذه المؤسسات بغيرها لمساعدتها في تحقيق اغراضها التجارية او الصناعية لتصرف سلعها ومنتجاتها، وهذا النوع من المساعدة عادة لا يستطيع ان يقدمه مستخدمو المؤسسات الذين يرتبطون معها بعقود عمل لان مجال ممارسة الانشطة المطلوبة يكون خارج دائرة نشاط المؤسسة، فضلاً عن ان الضرورات التجارية تتطلب الاستعانة باخرين يرتبطون مع المؤسسة بعقود ليست عقود عمل وانما عقود توسط يتولى هؤلاء تلبية حاجات المؤسسة رغم استقلالهم في عملهم ، وهذا هو مقتضى عقد التوزيع.

وعلى هذا الاساس يعدّ توزيع المنتجات صورة من صور عقود التوسط وبعبارة ادق صورة من صور عقد الوكالة التجارية، لذلك قيلت بصدد تعريفه (عقد التوزيع) اراء عدة، فذهب اتجاه في الفقه الى القول ان عقد التوزيع ما هو الا وسيلة عقدية حديثة موضوعها توزيع المنتجات والخدمات او تصنيع المواد والمنتجات بموجبها (الوسيلة) يعطي المنتج الذي هو احد طرفي العقد، الطرف الاخر وهو الموزع حق اولوية في توزيع منتجات وخدمات هذا المنتج ومن ثم تسويقها وبيعها الى الغير طلية مدة العقد لقاء مقابل يلتزم الموزع بدفعه الى المنتج .^٢

في حين ان رأياً اخر ذهب الى وصف عقد توزيع المنتجات من خلال الاشارة الى انه عقد يلتزم بموجبه المورد (او المنتج او مانح الامتياز) منح شخص اخر يطلق عليه (بالموزع) الحق في توزيع السلع والخدمات والمنتجات التي يقوم بتصنيعها وانتاجها الطرف الاول في مقابل التزام الطرف الثاني دفع رسوم دخول شبكة توزيع المنتجات الى الجهات ذات العلاقة وتسديد الاقساط الشهرية المتفق عليها في العقد . هذا ويذهب البعض الى تعريف عقد التوزيع من خلال ابراز الفرق بين الموزع والمزود النهائي (او تاجر المفرد)، فالاول هو عبارة عن وكيل مبيعات والذي يتعاقد لغرض بيع منتجات معينة تقوم بانتاجها جهة ما (حيث قد تكون هذه الجهة شركة او شخصاً طبيعياً) وهذا الموزع لا يستطيع ان يعرض نفسه الى الغير باعتباره منتجاً وانما يقوم بعرض المنتجات والخدمات التي ينتجها المنتج باعتباره وكيلاً مخولاً من قبل هذا الاخير ، اما المزود النهائي (او تاجر المفرد) وهو ما يشار اليه احيانا اخرى (بموزع المفرد) فان هذا

^١ انظر: د. عبد القادر العطير. الوسيط في شرح القانون التجاري الاردني. ج-١- عمان. ١٩٩٣. ص ٣٧٥.

^٢ انظر: د. نادر شافي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

^٣ انظر : د. ياسر السريحي. عقد الفرانشايز. مداخلة متاحة على شبكة الانترنت وعلى الموقع :

http://cpa-help.blogspot.com/2011/04/blog-post_4750.html

The distributor is an independent selling agent who has a contract to sell the products of a manufacturer. The distributor cannot represent him- or herself as the producer but may display the producer's trade name in signage and in the sales situation. Depending on the relative power of the producer, the distributor may be limited to selling only one brand of a product; in practice the strong distributors will have much more freedom. The distributor usually has an exclusive territory which may be part of a metro area or, depending on the product, may be a large territory including more than one state.

الشخص قد يتشابه في الوصف القانوني مع الموزع الا ان المزود النهائي يقوم ببيع البضائع مباشرة او تسويقها بشكل مباشر الى الجمهور الذي يعد بمثابة تاجر الجملة حيث يقوم بتوزيع السلع والخدمات الى تجار المفرد وفي احيان نادرة الى الجمهور .^١

واخيراً فقد ذهب اتجاه فقهي اخر الى القول ان عقد توزيع المنتجات في حقيقته لا يعدو ان يكون سوى عقداً بين شركة والتي هي بحاجة لتوزيع وتسويق منتجاتها وموزع والذي يكون متخصصاً في هذه الوظيفة، وبضيف، ان الشركات يمكن ان تختار بين الاسلوبين في سبيل توزيع وبيع منتجاتها، الاول مفاده تجنيد هذه الشركات لعمالها ومستخدميها لغرض تحقيق الهدف المتقدم، اما الاسلوب الثاني وهو الاسلوب الامثل فيقوم على استخدام موزعين متخصصين ليقوموا بذات المهمة وتحقيق ذات الغرض اعلاه، حيث ان

Distributors pay wholesale prices for the product and then distribute to dealers who pay dealer price.

انظر: مداخلة Distribution and Dealership متاحة على الموقع:

<http://definitions.uslegal.com/d/distributorships-and-dealerships>

L

^١ انظر: مداخلة : Distribution and Dealership السابقة:

A dealership is sometimes called a retail distributor. It is similar to a distributorship, except that a dealer usually sells only to the public. Unlike other types of franchisees, including some distributors, a dealer rarely carries a single product line. Even in the auto industry, a major dealer will carry competing products, often on the same site, but these will be differentiated by being each in its own building.

ومن هنا - يضيف هذا الرأي- يمكن تبين اهم الفروقات بين الموزع والمزود النهائي -او تاجر المفرد- فعقد التوزيع يتطلب قدرة كبيرة وقيادة متمرسه ورأسمال كبير ومعرفة في مجال الاعمال ومهارة وخبرة اكثر، عكس الحال في تاجر المفرد، كما ان التوزيع تكون مساحته اكثر من تجارة المفرد الذي قد يكون في منطقة صغيرة في حين ان التوزيع يكون في امكان متعددة وكبيرة.

There are differences in operating a distributorship and a dealership. A distributorship normally costs more than a dealership and requires leadership capability and a better knowledge of basic business skills. It will most likely have a larger territory than a dealership and may even extend to more than one location. A dealership tends to be local and requires less start-up capital. A dealer can focus his/her efforts on the management and success of one location. The dealer works closely with a distributor so it pays him or her to nurture that relationship as well. In the final analysis, the distributorship can be more lucrative; but it will require different skills and higher investments.

ويبدو -حسب اعتقادنا- ان التفسير المتقدم لكل من الموزع والمزود النهائي يتواءم والفكرة المطروحة في مشروع قانون حماية المستهلك الاردني من حيث التمييز بين المزود والمزود النهائي.

انظر: المادة (٢) من مشروع القانون اعلاه.

معظم الشركات ورجال الاعمال تقوم باللجوء الى موزعين ومسوقين متخصصين في مجال عملهم وذلك لكي تقلل هذه الشركات من التكاليف والحصول على السيولة النقدية من الموزعين اكثر وبشكل فعال اكبر مما لو استخدمت الاسلوب الاول والسبب يعود الى ان الموزعين المحترفين لديهم معرفة ودراية وخبرة في السوق في منطقة معينة اكثر من المنتجين .^١

وبدورنا نعتقد ان الموزع ليس سوى وكيل عن المنتج يمارس صلاحيات الوكيل وهو وكيل بالعمولة، اذ لا يمكن ان نتصور هذا الشخص (الموزع) يقوم بما يقوم به دون مقابل، فالمقابل عنصر وركن جوهري في عقد التوزيع، وبالتالي يمكن القول ان الموزع هو عبارة عن ذلك الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يتولى عن المنتجين (التجار) مهمة ابرام العقود اللازمة لتجارتهم من ناحية تسويق منتجاتهم وتنفيذ هذه العقود وتحمل مخاطرها بحيث تقتصر المخاطر التي يتحملها المنتجون على تلك التي تتجم عن المشروع الذي يديرونه فقط، بعبارة ثانية ان الموزع في عقد توزيع المنتجات هو ذلك الشخص الذي يأخذ على عاتقه ان يعقد باسمه الخاص ولكن لحساب مفوضه بيعاً او تسويقاً او غيرها من التصرفات التي تقتضي تسويق المنتجات مقابل عمولة معينة.

بيد ان عقد التوزيع في هذا التصوير له معنى خاص من حيث قيام الموزع بابرام العقود مع الغير باعتباره نائباً عن المنتج، اذ ان النيابة في هذه الحالة لا تتطابق ومعنى النيابة العام من خلال انصراف اثار التصرف القانوني الى الاصيل، بل ان ما يترتب على عقد التوزيع من اثار قانونية ينصرف الى الموزع لا الاصيل ويتحمل الاول المسؤولية القانونية كاملة تجاه الغير ولا يتحملها الاصيل (وهو في عقد التوزيع المنتج).

هذا من ناحية ومن ناحية اخرى لا يهم في الشخص الذي يمارس هذا العمل ويعقد التصرفات القانونية المختلفة في سبيل تسويق المنتجات، لا يهم فيه ان يكون شخصاً طبيعياً او معنوياً، اي لا يشترط ان يكون العمل الذي يؤديه ممارساً من قبل الشخص الطبيعي فقط، بل بالامكان ان يمارس هذا النشاط حتى

^١ انظر:

A company can choose between hiring its own sales people to distribute its products or it can use distributors to provide the same function. Most small businesses use distributors because it is less expensive, facilitates cash flow and because distributors have more knowledge and experience in the market area. The distribution agreement is the contract between a company in need of having its products distributed and the distributor that specializes in providing that function.

A Company can sell through distributors

مداخلة متاحة على شبكة الانترنت وعلى الموقع :

http://www.ehow.com/about_6642322_distribution-agreement-definition.html#ixzz1VdlhvEnv

الشخص المعنوي وهو الحال الغالب في الواقع العملي، فنص المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ جاء شاملاً ومطلقاً لیتضمن كلا الشخصين الطبيعي والمعنوي.

ولعل من نافلة القول الاشارة اخيراً الى اهم فوائد عقد التوزيع والتي يمكن اجمالها بالاتي:

١- يستطيع منتج البضاعة من خلال عقد التوزيع ان يجد اسواقاً لتوزيع منتجاته خارج المنطقة التي يعمل فيها وبالتالي تكون له القدرة على توسيع نشاطه التجاري.

٢- يعتبر عقد التوزيع مصدراً جيداً لربح الموزع خصوصاً اذا ما كانت له الحقوق الحصرية في توزيع منتجات المنتج له وحده فقط.

٣- ان عقد التوزيع يحقق للمنتج ضمان المحافظة على سرية المعلومات لا سيما وان الزبون يتعامل مع الموزع وليس مع المنتج، حيث ان الشخص المسؤول امام المشتري او المستهلك هو البائع المباشر وهو في حالتنا الموزع وليس المنتج.

٤- يستفيد المنتج عن طريق عقد التوزيع من ملاءة الموزع وائتمانه اذ ان الغالب قيام الموزع بتسديد ثمن البضاعة التي يرسلها اليه المنتج قبل بيعها او تسويقها الى الجمهور وبعد تنزيل عمولته من قيمتها .

^١ انظر: د. فوزي محمد سامي. شرح القانون التجاري الاردني. ج-١ - ط-١- عمان. ٢٠٠٦ ص ٢٧٤-٢٧٥.

هذا وبالرغم من هذه الفوائد الكبيرة والمهمة التي تتعلق بعقد التوزيع الا ان هناك من يقول عقود توزيع المنتجات ليست طريقاً مضموناً للنجاح والثراء دائماً، فهي تحتاج إلى تحضيرات وترتيبات تجعلها في بعض الأحيان شديدة الخطورة والتكلفة، إذ هي تتطلب بحثاً مكثفاً للتأكد من جودة المنتجات ووجود طلب عليها في الإقليم الذي سيتم التوزيع فيه، وإلا أدى عقد التوزيع إلى التزام الموزع بالشراء من المنتج، ومن ثم عجزه عن بيع المنتجات وتصريفها في الأسواق، مما يعرضه لخسارة مالية، فضلاً عن إمكانية تعرض لملاحقة قانونية وتشويه لسمعته في السوق إذا ما قام بتوزيع منتجات فاسدة ومضرة.

لمزيد من التفصيل انظر: توزيع المنتجات : كيف تجعله نموذج عمل ناجح؟. مداخلة متاحة على شبكة الانترنت وعلى الموقع:

http://www.entrepreneurslaw.com/2011/01/blog-post_27.html

المطلب الثاني

خصائص عقد توزيع المنتجات وسماته

هناك جملة من المميزات التي تميز عقد التوزيع عن غيره من العقود من الناحية الاقتصادية كما ان هناك خصائص مشتركة يشترك فيها هذا العقد مع غيره من العقود، وهذا يعني ان عقد التوزيع يتضمن جانباً عقدياً وجانباً اقتصادياً وهو ما سنبينه تباعاً:

أولاً: الجانب العقدي: يتمثل الجانب العقدي لهذا العقد بالمسائل الآتية:

١- **عقد رضائي:** - فهذا العقد ينعقد بمجرد ارتباط القبول بالايجاب لطرفيه ، وطرفا عقد التوزيع هما كل من المنتج والموزع، وبكلمة اخرى ان الشخص الذي يباشر عمليات توزيع المنتجات لا يستطيع مباشرتها الا بعد الحصول على موافقة او رخصة من قبل الطرف الاخر وهو المنتج، وهذه هي الصفة الرضائية لعقد التوزيع حيث لا يحتاج من اجل ابرامه الى اي اجراء شكلي او عيني وانما ينعقد بمجرد اتفاق الطرفين عليه ، لعقد هذا ويلاحظ ان الصفة الرضائية لعقد التوزيع لن تنتفي في حالة ما اذا كان الاتفاق بين الطرفين قد انصب بشكل مكتوب في صيغة معينة وهو الحال المتبع له في الواقع العملي، وفي هذا السياق يذهب البعض الى القول ان مهمة كتابة عقود توزيع نموذجية يمكن اتباعها بشكل عام تمثل تحدياً كبيراً، والشخص الحريص في هذا المجال سيعمل على تجنب نفسه من الوقوع في الاخطاء قبل ابرام العقد مع المنتج، وافضل طريقة بل واسهلها التي تحقق ما تقدم هي من خلال وضع قواعد معيارية عامة من قبل جهة مختصة تتضمن اهم بنود وشروط عقود التوزيع، حيث سوف تعدّ هذه القواعد المعيار الاساس الذي يمكن الركون اليه عند ابرام اي عقد من عقود التوزيع، وهذه القواعد المعيارية لن تضعها الا جهة متخصصة في مجال عملها كأن تكون نقابة او مؤسسة مختصة بشؤون التوزيع والموزعين، وهذا الامر سوف يطلق عليه (بالاتفاق المعياري) الذي يجب ان يضمن حقوق ومتطلبات كلا الطرفين المنتج والموزع على حدّ سواء، ويضيف هذا الراي، ان الاتفاق المعياري النموذجي لعقود التوزيع يجب ان يضعه اشخاص متخصصون في فن الصياغة القانونية وهم رجال القانون على اختلاف مشاربهم، كالمحامين والفقهاء وغيرهم، ولكن من ناحية ثانية يجب الانتباه الى انه اذا كان رجال القانون لهم القابلية والقدرة في صياغة العقود ومنها عقود التوزيع بمفهومها القانوني، الا ان ذلك لا يعني ان هؤلاء الخبرة والمعرفة في تخصص عمل الشركات المنتجة، لذلك فان الدور الريادي والقيادي في صياغة عقود التوزيع يجب ان يكون -الى جانب رجال القانون- منوطاً باشخاص متخصصين او قياديين في ادارة

^١ انظر: د. ياسر السريحي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

^٢ وبصدد انعقاد عقد التوزيع، فلا يختلف الحال فيه عن حكم القواعد العامة في نظرية العقد من حيث كمال الاهلية المتعلقة بسن الرشد وسلامة الارادة وصحتها من العيوب التي تؤثر فيها. لمزيد من التفصيل انظر في ذلك: د. حسن علي الذنون. النظرية العامة للالتزامات. مصادر الالتزام- احكام الالتزام- اثبات الالتزام. بغداد. ١٩٧٦. ص ٧٦ وما بعدها.

عمل الشركات والتوزيع، ويقف على رأس هؤلاء مدراء المبيعات، فبجهود هذين الفريقين يمكن صياغة وثيقة نموذجية لعقود التوزيع للسير على هداها في مختلف عقود التوزيع .^١

٢- عقد من العقود الزمنية: العقود الزمنية او المستمرة هي تلك العقود التي يدخل الزمن عنصراً جوهرياً فيها، بحيث ان انعدام هذا العنصر يلغي عنها صفة الاستمرارية ويحولها الى عقود فورية كما هي الحال بالنسبة لعقد الايجار ، ومن هنا فان عقد توزيع المنتجات هو عقد عندما يتم ابرامه بين المنتج والموزع تتراخى اثار تنفيذه الى فترة زمنية معينة طالت ام قصرت، اذ يلتزم المنتج بتزويد الموزع بمنتجاته ليقوم هذا الاخير بتسويقها وتوزيعها في السوق، اي ان عقد التوزيع لا ينطبق عليه وصف العقد الفوري للتنفيذ وانما هو حتماً من العقود المستمرة التي تراعى فيها المدة والزمن، يمثل ركناً اساسياً من اركانه.

٣- عقد من العقود غير المسماة: يلاحظ ان العقود المسماة تلك العقود التي تناولها المشرع بالتعريف والتحديد والتفصيل مفهوماً واحكاماً واثاراً، كما هي الحال بالنسبة لعقد البيع وعقد المقاولة ، اما العقود غير المسماة فهي تلك التي لم يتطرق اليها المشرع بالتعريف والتحديد لذلك تنطبق عليها المبادئ العامة في نظرية العقد من حيث الابرام والاثار والانقضاء، وعلى هذا الاساس يعدّ عقد التوزيع صورة من صور العقود غير المسماة حيث لم يتناوله المشرع بشكل مباشر وان اخذ المشرع العراقي في بعض الاحيان تحديد المعنى القانوني للموزع من ناحية وان اخذ الفقه على عاتقه على اعطاء الوصف القانوني له وبيان اثاره واساليب

١ انظر: مداخلة : . A company can sell through distributors السابقة.

The task of writing a distribution agreement can be challenging. The inexperienced person might be unaware of mistakes written into the agreement until it is too late. The best and easiest way to avoid costly mistakes is to obtain a copy of a distribution agreement commonly used within the industry. A good source for an industry-specific standard agreement is the industry trade association or the industry distributor association. The standard agreement should serve as a point of departure to adjust and modify according to the company's and/or the distributor's requirements.

The distribution agreement, as a legal document, should have some input from lawyers. Be cautious in relegating the task of writing the agreement to lawyers. Lawyers are knowledgeable about binding contracts, but they may not be knowledgeable about unique aspects of a particular industry or company. Therefore, the lead role in writing a distribution agreement should be taken by one of the company's senior executives such as the sales manager. An industry professional should review the draft and work with the lawyers to polish the final document.

٢ وفي هذا الصدد تنص المادة (٧٢٢) من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ على (عقد الايجار هو تملك منفعة معلومة بعوض معلوم لمدة معلومة وبه يلتزم المؤجر ان يمكن المستأجر من الانتفاع بالمأجور)، ولمزيد من التفصيل انظر: د. جعفر الفضلي. الوجيز في العقود المدنية. البيع - الايجار - المقاولة. جامعة الموصل. بدون سنة طبع. ص ٢٠٦ وما بعدها.

٣ انظر: المادة (٥٠٦) والمادة (٨٦٤) من القانون المدني العراقي.

انقضائه من ناحية اخرى، ومع ذلك تبقى القواعد العامة في نظرية العقد هي الحاكمة لعقد توزيع المنتجات حيث لا يختلف الامر في مسألة ابرامه بين المنتج والموزع عن بقية انواع العقود.

بيد ان مما يجب ملاحظته هو ان عقد التوزيع عقد يقوم على الاعتبار الشخصي، بمعنى ان شخصية الموزع هي محل اعتبار في نظر المنتج، اذ لا يغامر هذا الاخير في مسألة منح الاذن في توزيع منتجاته مع اي شخص اخر وانما يقوم باختيار الاشخاص الذين يبرم معهم العقد على اساس ما يمتلكونه من سمعة حسنة لا سيما وان ميدان عقد التوزيع في اغلب الاحيان هو ميدان التجارة، وليس بخاف على احد ان التجارة تقوم على الثقة والسمعة الحسنة، لذلك قيل ان عقد التوزيع من العقود التي تراعى فيها شخصية الموزع وذلك لكي يضمن المنتج توزيع منتجاته على اكبر قدر من الزبائن من ناحية ولكي لا تصاب سمعة هذا المنتج باي خدش من ناحية اخرى ، فالمنتج يضع ثقة منتجاته في الموزع الذي يجب عليه ان يحرص على صيانة سمعة المنتج التجارية من حيث المحافظة على سرية المعلومات التي يحصل عليها من المنتج استناداً الى عقد التوزيع .

واخيراً فان عقد التوزيع هو من العقود الملزمة للجانبين التي تنشئ التزامات متبادلة بين الطرفين، لذا تصح تسمية عقد التوزيع بالعقد التبادلي فكل من طرفيه وهما المنتج والموزع دائن للثاني ومدين له وهو ما سيتبين لنا لاحقاً.

ثانياً: الجانب المالي: يتمثل الجانب المالي لعقد التوزيع بالمسائل الآتية:-

١- **الكلفة الاقتصادية:** يحقق عقد التوزيع منافع وفوائد لكل من المنتج والموزع، فالمنتج يمكنه من زيادة مبيعاته من خلال توزيع منتجاته في اكثر من رقعة جغرافية قد لا يكون باستطاعته البيع والتوزيع فيها، كما انه يستفيد ايضاً من خبرة الموزع لكونه (الموزع) اعلم بالسوق وله دراية اكبر بثقافة المستهلكين واحتياجاتهم، اما من ناحية الموزع فهذا الاخير يستطيع تحقيق مبيعات وحصة سوقية كبيرة مستفيداً من شهرة المنتجات التجارية التي يحصل عليها من المنتج بموجب عقد التوزيع وبالتالي زيادة العمولة التي ستعود عليه من وراء ابرام هذا العقد .

من ناحية اخرى يلاحظ ان الموزعين هم في اغلب الاحيان لديهم معرفة بالسوق الذي يقومون بتوزيع وتسويق المنتجات وهو بسبب هذه الدراية والمعرفة بالمستهلكين في السوق والناجمة عن علاقاتهم التي انشاؤها مه هؤلاء اكثر من المنتجين لذلك تكون لهم القدرة الاكبر من حيث توزيع المنتجات، والاهم من ذلك كله تقع على عاتق هؤلاء الموزعين عملية اعادة بيع المنتجات، وهو ما يتوافق ومصلحة المنتجين ، حيث سيتحمل الموزع مخاطر اعادة بيع المنتجات الى تجار المفرد او حتى الى المستهلكين بشكل مباشر، وهذا

^١ انظر: د. فوزي محمد سامي. مصدر سابق. ص ٢٧٤ وما بعدها.

^٢ انظر: عقد الوكالة بالعمولة. مداخلة متاحة على شبكة الانترنت وعلى الموقع:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%82%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A9_%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9

^٣ انظر: توزيع المنتجات. كيف تجعله نموذج عمل ناجح. المداخلة المشار اليها سابقاً

الامر يوفر بالتأكيد السيولة النقدية الكبيرة للشركات المصنعة والمنتجة، اصف الى ما تقدم ان الموزعين يقومون بتوفير خدمات اخرى بعد عملية التوزيع كالدعم الفني وخدمات ما بعد البيع وهو ما يؤدي الى اقتصاد في التكاليف التي يتكبدها المستهلك اذا ما قام بعمل الصيانة عن طريق اخذ المنتجات الى اشخاص متخصصين لتحقيق الغرض المتقدم .^١

٢-**التخصص:** هناك من يقول ان الشركات يمكن ان تختار بين استخدام موظفيها وعمالها، اي الاشخاص الذين يعملون لديها لغرض تسويق وتوزيع منتجاتها، او اختيار اسلوب اخر وهو استخدام موزعين متخصصين في مجال عملهم ليقوموا بذات الوظيفة اعلاه، ولا شك ان معظم الشركات ورجال الاعمال يقومون باستخدام موزعين لكي يقللوا في التكاليف من جهة والحصول على السيولة النقدية من الموزعين اكثر مما لو استخدموا الطريقة الاولى والسبب الرئيس في ذلك يكمن في احتراف الموزع للنشاط الذي يمارسه فضلاً عن خبرته الواسعة فن منطقته التي يعمل فيها اكثر من خبرة المنتج في هذا المجال من جهة اخرى، لذا فان اتفاق التوزيع هو في النهاية عبارة عن عقد بين شركة او منتج تحتاج الى توزيع منتجاتها وموزع يكون محترفاً في عمله .

المطلب الثالث

^١ انظر: مداخلة:

A company can sell through distributors.

The distributor provides many infrastructure resources that a company would have to duplicate if it elected to hire a sales force. The company would have to first hire a sales force. The distributor already has a sales force in the market with established customer relationships. The distributor warehouses the product. Most important, the distributor assumes the risk for selling the product. That is, the distributor buys the product from the company and takes the risk of reselling the product to retailers or to final end-users. This is invaluable to a company's cash flow. In addition, the distributor provides a range of after-sale services such as technical support and repairs and servicing that would be costly if not impractical to do in-house.

^٢ انظر: المداخلة المشار اليها في اعلاه.

A company can choose between hiring its own sales people to distribute its products or it can use distributors to provide the same function. Most small businesses use distributors because it is less expensive, facilitates cash flow and because distributors have more knowledge and experience in the market area. The distribution agreement is the contract between a company in need of having its products distributed and the distributor that specializes in providing that function.

الطبيعة القانونية لعقد توزيع المنتجات

لقد تبين من خلال استعراض الاراء التي قيلت بصدد عقد التوزيع، انه عبارة عن عقد وساطة بين منتج معين وزبائن، فالموزع هو احد الاشخاص الذين انيطت بهم بموجب الرخصة التي حصل عليها من المنتج صلاحية بيع وتوزيع منتجات الاول وان كان الموزع يتصرف بحرية اكبر عن غيره من الوسطاء المعروفين في نطاق القانون .

فضلاً عما تقدم فان الموزع يرمي من وراء حصوله على الامتيازات التي يمنحها اياه عقد التوزيع الى تحقيق ارباح معينة تعود عليه بالفائدة، وهذا يعني ان الطبيعة القانونية لعقد توزيع المنتجات لا يمكن النظر اليها او الوقوف عندها الا من خلال اعتباره صورة من صور الوكالة التجارية وهو ما سنبينه في الاتي:

أولاً: عقد التوزيع عقد وكالة: لقد عرف القانون المدني العراقي عقد الوكالة في المادة (٧٢٧) والتي تنص على (الوكالة هي ان يقيم شخص غيره مقام نفسه في تصرف جائز ومعلوم)، ومن هنا تعدّ الوكالة شكلاً من اشكال النيابة القانونية حيث ان الوكيل يتعاقد او يقوم باجراء مختلف التصرفات القانونية -وفي حدود وكالته- باسم والاصيل ولحسابه، بمعنى ان اثار التصرف القانوني المعقود من قبل الوكيل سوف تنصرف الى الموكل وكل ما في الامر ان ارادة الوكيل تحل محل ارادة الاصيل ، هذا في نطاق الوكالة المدنية، وبالرجوع الى تعريف عقد التوزيع نجد ان عمل العديد من المشاريع التجارية تقوم على توزيع منتجات شركات اخرى، فهي (المشاريع التجارية) لا تصنع منتجاً معيناً وانما تقوم بتوزيع المنتجات المصنعة من قبل الاخرين الى تجار التجزئة ومنهم الى المستهلكين في الاسواق سواء أكانت هذه المنتجات مصنعة محلية ام مستوردة من الخارج ، اما الموزع فهو بمقتضى قوانين حماية المستهلك ومنها القانون العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠، يعدّ احد الاشخاص الذين ينطبق عليهم وصف (المجهز) وبالتالي فان الموزع يعدّ وسيطاً او وكيلاً للمنتج ، وهذا يعني ان الموزع في حقيقة الامر ليس الا وكيلاً عن المنتج يتولى عملية بيع منتجاته وتسويقها، غير ان للوكالة هنا معنىً متميزاً مقتضاه انه (الموزع) يقوم بابرام التصرفات القانونية المتعلقة بالتوزيع نيابة عن المنتج باسمه (اي باسم الموزع) ولكن باعتباره وكيلاً من وكلاء المنتج، وهو الامر الذي يفضي الى امكانية اطلاق وصف (الوكيل التجاري) -والذي هو وكيل بالعمولة- على الموزع.

واذا كان عقد الوكالة بالعمولة يعرف على انه عقد يلتزم بمقتضاه الوكيل بالعمولة ان يباشر باسمه تصرفات قانونية لحساب الموكل مقابل اجر يسمى العمولة .

ومن هنا يعدّ عقد توزيع المنتجات هو الاخر نوعاً من انواع عقد الوكالة بالعمولة، فهذا العقد الاخير يسهل تداول السلع ويبسر ابرام العقود وهو ما يتماشى وفكرة عقد التوزيع ، كما ان اعمال التوسط او مشاريع

^١ كالوكيل والدلال والوصي والقيم.

^٢ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. العقود التجارية في القانون التجاري الكويتي. ط-٣- الكويت ١٩٩٨. ص٣٦٨.

^٣ انظر : مداخلة توزيع المنتجات المشار اليها سابقاً.

^٤ انظر: المادة (١) من القانون اعلاه.

^٥ انظر: د. باسم محمد صالح. القانون التجاري. القسم الاول. بغداد. ١٩٨٧. ص٢٢٦.

التوسط بشكل عام يمكن اعتماد احكامها بخصوص عقد التوزيع اذ يمكن اعتباره صورة من صورها، وذلك استناداً الى المادة (٣) من قانون تنظيم الوكالة والوساطة التجارية العراقي المشار اليه سابقاً، فالموزع يتعاقد باسمه لحساب موكله مقابل عمولة معينة، غير ان عقد التوزيع وان عدّ صورة من صور عقد الوكالة بالعمولة الا انه يبقى مع ذلك يتمتع بخصوصية معينة تميزه عن غيره من احوال النيابة القانونية، اذ يعتبر الموزع هو المسؤول المباشر والملتزم دون سواء تجاه الطرف الاخر الذي يتعاقد معه سوار أكان تاجر مفرد أم زبون وليس المنتج، وهذا يعني ان الموزع حاله حال الوكيل بالعمولة يعدّ اصيلاً في التعاقد مع الغير، فيلتزم في مواجهة هذا الغير بالالتزامات كافة التي تنشأ عن العقد المبرم بينهما، ويتلقى بالمقابل الحقوق كافة التي تترتب على الغير نتيجة هذا التعاقد، الا انه في علاقته بالموكل (وهو المنتج) فانه يعتبر وكيلاً عنه في مباشرة التصرف ويلتزم في مواجته بتنفيذ مضمون الوكالة .^٢

هذا ويضيف الفقه الى ما تقدم انه ليس للمتعاقد مع الموزع دعوى مباشرة تجاه المنتج، وعليه فليس بإمكان الغير ان يرفع الدعوى على المنتج لغرض مطالبة هذا الاخير بتنفيذ التزام اخل به الموزع كتسليم بضاعة او دفع الثمن، وانما ترفع الدعوى على الموزع باعتباره الوحيد المسؤول عن التصرف الذي اجراه .
جملة القول ان الوصف القانوني الذي يمكن اطلاقه على عقد التوزيع هو اعتباره صورة من صور عقد الوكالة بالعمولة، وان الموزع ينطبق عليه وصف الوكيل بالعمولة، حيث يتولى الموزع بيع وتسويق منتجات المنتج بموجب عقد التوزيع وارتكازاً على الرخصة التي منحها اياه هذا الاخير، وهو ما يؤكد عدّه عقداً من عقود الوساطة في توزيع المنتجات.

ثانياً: الطبيعة التجارية لعقد التوزيع: لا شك ان من يمارس عملية توزيع المنتجات باتفاقه مع منتج معين، يكون محترفاً للنشاط الذي يمارسه، بمعنى انه يزاول عملية تسويق وبيع المنتجات بغية الحصول على ارباح، وهو الامر الذي يقتضي ان يكون هذا الشخص (الموزع) متخصصاً في مجال عمله وهو اعرف باحتياجات مستهلكي السوق الذي يوزع فيه منتجات الطرف الاول.

هذا من ناحية ومن ناحية اخرى فان وصف الموزع ينصرف الى اعتباره وكيلاً بالعمولة عن المنتج، ولما كان ذلك كذلك، فان الصفة التجارية للنشاط الذي يمارسه الموزع اصبحت متلازمة وعقد التوزيع، بفكرة اخرى ان عقد التوزيع يعدّ دون ادنى شك عقداً من العقود التجارية، وهذا يعني ان النشاط الذي يمارسه الموزع انما يمارسه بصيغة المشروع .^٤

ويلاحظ ان الطبيعة التجارية لعقد توزيع المنتجات هي التي تميزه في هذا المقام وهذا الامر مرده (تجارية العقد) الى المعيار العام للعمل التجاري، حيث لا يخضع عقد التوزيع لاحكام قانون التجارة الا اذا

^١ د. عزيز العكيلي. شرح القانون التجاري. ج-١- عمان. ٢٠٠٥. ص ١٠٣.

^٢ انظر: د. باسم محمد صالح. مصدر سابق. ص ٨١.

^٣ انظر: د. باسم محمد صالح. مصدر سابق. ص ٨١.

^٤ انظر: مداخلة: عقد الوكالة بالعمولة المشار اليها سابقاً

كانت الاعمال التي يمارسها الموزع والتي بمقتضاها يتولى عملية تسويق المنتجات، الا اذا كانت هذه الاهمال يمارسها الموزع بهيئة وصيغة المشروع .^١

هذا ويذهب بعض الفقه الى القول انه لما كان هذا العقد يعدّ عقداً تجارياً ولما كانت الاعمال والتصرفات التي يباشرها الموزع تعدّ اعمالاً تجارية مادامت ممارستها تتمّ على وجه الاحتراف وبصيغة المشروع، لذلك فان من يقوم بعملية توزيع المنتجات لمرة واحدة من خلال اتفاقه مع المنتج، لا يعدّ عمله عملاً تجارياً، فتجارية عقد التوزيع ترتبط بشكل اساسي في مباشرة هذا العمل (التوزيع) بشكل المشروع، والا اعتبر عملاً مدنياً، ولذلك فانه ليس من الضروري بمكان ان يكون موضوع عقد التوزيع القيام بعمل تجاري لكي نضفي الوصف التجاري عليه، فسواء كان العمل المعهود به الى الموزع من طبيعة مدنية او تجارية، فان عقد التوزيع يعتبر تجارياً ولكن بشرط ممارسته بصيغة المشروع .^٢

المبحث الثاني

احكام عقد التوزيع

سنتناول في هذا المبحث الآثار القانونية المترتبة على عقد التوزيع، كما سنتناول اساليب انقضاء هذا النوع من العقود، لذلك سنقسم هذا المبحث الى مطلبين، ستكون حقوق والتزامات الطرفين عنواناً للمطلب الاول اما المطلب الثاني فسنخصصه لطرق الانقضاء.

المطلب الاول

التزامات طرفي العقد

عقد التوزيع هو من العقود الملزمة لجانبين لكل من طرفيه، وعلى هذا الاساس سنوزع التزامات وحقوق كل طرف على فرعين في هذا المطلب.

أولاً: التزامات المنتج: ان التزامات المنتج هي في حقيقتها ليست الا حقوقاً للموزع، وهذه الالتزامات هي:-
١- تأمين وصول المنتجات الى الموزع بموجب عقد التوزيع وخلال الفترة الزمنية المتفق عليها بين طرفيه: فكما هو معلوم يعدّ عقد التوزيع من عقود المدة التي يستمر تنفيذها ويدخل الزمن عنصراً جوهرياً فيها، بيد انه ينبغي التمييز في هذا المجال بين نوعين من عقود التوزيع، الاول هو عقد التوزيع الحصري، ويعطي هذا النوع الموزع الحق الوحيد في توزيع وبيع المنتجات في رقعة جغرافية معينة ومحددة، حيث يتمتع على المنتج ان يقوم ببيع المنتجات الى اي موزع اخر ، بعبارة اخرى ان المنتج في هذا العقد يوافق على توزيع منتجاته ليس من قبل موزعين متنافسين وانما من قبل موزع واحد فقط وفي منطقة محددة، وهذا يتطلب عقد التوزيع الحصري ايماناً من قبل المنتج بقدرة الموزع على قيام هذا الاخير بافضل اداء ممكن وفقاً لتوقعاته (المنتج)، ويمكن

^١ انظر: مداخلة: عقد الوكالة بالعمولة المشار اليها سابقاً.

^٢ انظر: د. باسم محمد صالح. مصدر سابق. ص ٨٢، د. فوزي محمد سامي . مصدر سابق. ص ٦٢.

^٣ انظر: مداخلة: توزيع المنتجات المشار اليها سابقاً.

الوصول الى هذا النوع من عقود التوزيع -على حد قول هذا الرأي- بصورة معتادة في المصانع ذات القيمة العالية والتي تقوم بانتاج منتجات و سلع معقدة ودقيقة وتتطلب دراية ومعرفة وخبرة متخصصة في مجال معين مثال ذلك الاجهزة الطبية، غير ان الموزع في عقد التوزيع الحصري يكون اكبر تكلفة نظراً لانه يمنع المنتج من البيع في السوق المحدد بنفسه او من خلال الاخرين، الا عن طريق الموزع نفسه فيجعله ذلك يسعى لالزام الموزع بتحقيق مبيعات سنوية معينة او شهرية لا تقل عن رقم معين .^١

أما الصورة الاخرى لعقد التوزيع فتتمثل بعقد التوزيع غير الحصري والذي يكون فيه المنتج حراً في البيع لأكثر من موزع، والحال في هذا العقد انه يعطي المنتجين الحق في ان يتفقوا مع اكثر من شخص ليتولوا عملية التوزيع في مناطق جغرافية معينة، وبصورة معتادة فان الموزع في هذا النوع يتحدد بالاتفاق المبرم بينه وبين المنتج، حيث تكون له (الموزع) القدرة في الاتفاق مع شركات متنافسة متعددة لغرض توزيع منتجاتها، ويلاحظ ان هذا النوع يفضل المنتجون في حين لا يفضل الموزعون، فالمنتج بموجب هذا العقد غير الحصري يسعى للوصول الى غاية معينة وهي تقويم وتثمين وتقدير اداء الموزع قبل ان يدخل المنتج معه في عقد توزيع حصري .^٢

^١ انظر : مداخلة:

A company can sell through distributors.

In the exclusive distributorship agreement, the company agrees not to distribute its product through any of the distributor's competitors within a defined geographic territory. The agreement frequently stipulates that the distributor likewise will not handle products of the company's competitors. The exclusive distributor agreement requires a leap of faith that the distributor will perform according to the company's expectations. Exclusive agreements are typically found in high-tech industries involving sophisticated products requiring considerable product knowledge and expertise and extensive market development costs. An example would be costly medical equipment. Exclusives are also common in luxury products such as very high-end automobiles. Since the exclusive constitutes an irrevocable "marriage" between the two parties during the term of the agreement, companies contemplating such an agreement should do the required due diligence before signing the contract.

^٢ انظر : مداخلة:

A company can sell through distributors.

The non-exclusive distribution agreement lets the company appoint multiple distributors within a geographic territory, by market segmentation or by whatever distribution criteria deemed relevant. Typically, distributors bound to non-exclusive distributor agreements can carry products from competing companies. Non-exclusive agreements tend to be preferred by companies and opposed by distributors. Companies want to evaluate distributor performance before committing to exclusivity. Distributors counter with the claim that territory development is too costly without an exclusive. Both sides have valid concerns, which are usually worked out through compromise such as meeting sales objectives prior to considering additional distributors.

ومهما يكن من امر فان عقد التوزيع سواء أكان حصرياً أو غير حصري فإنه يفرض التزاماً على عاتق المنتج يطلق عليه الفقه (التزام التموين)، بموجبه يلتزم المنتج تسليم الموزع المنتجات التي يطلبها منه الموزع ضمن حدود حسن النية والشروط المنصوص عليها في العقد، كما أنه يحق للمنتج ان يتمتع عن تسليم بعض المنتجات التي تدخل ضمن اطار عقد مع شخص اخر، حيث يكون له الحق في الاحتفاظ لنفسه بحق التعامل مع اشخاص اخرين بشرط ان لا يمارسوا اعمالاً تنافسية ضد بعضهم، بيد ان هذا الالتزام ليس مطلقاً فيجب ان يكون محصوراً بما هو ضروري فقط ووفق التفاصيل التي ينص عليها عقد التوزيع .

٢- عمولة الموزع: - يعدّ عمل الموزع من خلال عقد التوزيع عملاً تجارياً، وبالتالي فان ممارسته لهذا العمل يكون الغرض منه الحصول على ارباح معينة وهذا ما يتفق ونص المادة (٥) من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤، حيث اعتبر المشرع العراقي ان ممارسة اعمال الوكالة التجارية -وعقد توزيع المنتجات احدى صورها- عملاً تجارياً يقصد من ورائه تحقيق الربح، والربح الذي يمكن ان يتوخى الموزع الحصول عليه من المنتج يتمثل بالعمولة، حيث ان هذا العقد هو عقد معاوضة يلتزم كلا طرفيه بدفع مقابل لما يأخذه من الطرف الاخر .

هذا وتعد العمولة الالتزام الرئيس الذي يقع على عاتق المنتج والذي يلتزم بتحقيقها الى الموزع، والعمولة تكون في الغالب نسبة مئوية تستقطع من قيمة البضاعة المباعة او التي يقوم الموزع ببيعها وتوزيعها في السوق ولحساب المنتج ، بيد انه تجب الاشارة الى ان العمولة في هذا النوع من العقود والتي هي التزام بذمة المنتج لا تتمثل بقيام هذا الاخير بتسديد مبلغ نقدي او اي مال اخر الى الموزع، بل ان العمولة تتمثل في حالتنا هذه بقيام المنتج باحتساب قيمة اسعار المنتجات التي ينتجها يتعهد بتوفيرها الى الموزع ليتولى هذا الاخير عملية اعادة بيعها وتوزيعها، تكون قيمة هذه الاسعار اقل من القيمة الاصلية لها فيما لو تولى المنتج بنفسه عملية بيع منتجاته، بمعنى ان هامش الربح او العمولة التي سيلزم المنتج بدفعه الى الموزع سوف يكون بشكل غير مادي وهو عن طريق التقليل من اسعار المنتجات التي يتولى انتاجها، حيث سيقوم الموزع والذي يبتغي تحقيق الربح ببيعها بسعرها الاصلي او حتى اكثر من السعر الحقيقي اذا شاء، وبذلك سوف يتحقق المقابل او العمولة الذي سيلتزم المنتج بدفعه الى الموزع، والقول بعكس ذلك سيؤدي الى عدم استفادة الموزع من عقد التوزيع لا سيما وان الموزع يتخذ في اغلب الاحيان صيغة المشروع الذي يرمي من ورائه تحقيق اكبر قدر ممكن من الارباح.

هذا ويلاحظ ان بعض الفقه يشير الى القول ان عمولة الموزع في عقد التوزيع تكون على اساس نسبة مئوية من قيمة المنتجات التي يقوم الموزع ببيعها، حيث ان الاصل في ذلك يكون على اساس تحديد مقدار المقابل الذي يستحقه الموزع وهو الامر الذي يتم بمقتضى الاتفاق بين المنتج والموزع ، كما ان هناك من يضيف الى ما تقدم، انه متى ما تحددت عمولة الموزع اتفاقاً فلا يجوز للمحاكم تعديلها بالزيادة او النقصان

^١ انظر: د. نادر شافي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

^٢ انظر: د. فوزي محمد سامي. مصدر سابق. ص ٢٨٩.

^٣ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٨٧.

ذلك ان عقد التوزيع يقع مجاله ضمن نطاق اشخاص لهم خبرة ومران وهم التجار، ومن ثم من المستبعد ان يكون تقديرهم للعمولة غير عادل بالنسبة للطرفين .^١

ثانياً: التزامات الموزع:- كما هي الحال بالنسبة للمنتج فان هناك التزامات تقع على عاتق الموزع ما دام عقد التوزيع يعدّ عقدً من العقود الملزمة لجانبين، ويمكن تمثيل اهم التزامات الموزع بالاتي:-

١- **الالتزام بما يفرضه عليه المنتج بموجب العقد:** يعدّ عقد التوزيع شكلاً من اشكال التوسط، وبالتالي فان اهم التزام يلتزم به الموزع هو بيع او تسويق او توزيع المنتجات استناداً لما تمّ الاتفاق عليه في بنود العقد وشروطه ، اذ ان عقد التوزيع يعدّ احد اشكال عقد الوكالة التجارية الا انه يتميز بطبيعة خاصة، فالموزع تكون له حرية في ابرام التصرفات القانونية كونه يعقد باسمه الخاص تصرفات معينة كبيع المنتجات نظير مقابل ما يحصل عليه من عمولة تتمثل بهامش ربحه الذي يتوخاه من ابرام هذا العقد، وبالتالي يلتزم الموزع بتنفيذ العقد وتوزيع المنتجات على الاساس الذي تمّ الاتفاق عليه مع المنتج، حيث يفترض في الموزع ان يمارس عملية التوزيع بشكل يتواءم مع ما جاء في العقد بالنسبة لنوع البضائع التي يتعامل بها لحساب المنتج والمنطقة الجغرافية التي حددت له والتي يمكن ان يعمل فيها ، فعلى سبيل المثال يكون من بين الضمانات المتفرعة عن هذا الالتزام، قيام الموزع بجمع معلومات عن السوق الذي يزاول فيه عملية التوزيع.

من ناحية اخرى يلاحظ ان على الموزع الالتزام بالحدود القانونية التي يضعها عقد التوزيع فلا يخرج عنها، لا من ناحية نوع العقد وفيما اذا كان حصرياً او غير حصري، و لا من ناحية اسلوب وطريقة التنفيذ التي قام المنتج بتحديد لها الا فيما هو اكثر فائدة لهذا الاخير، وعلى الموزع ان يبذل من اجل تنفيذ عقد التوزيع من العناية ما يبذله الشخص المعتاد، والشخص المعتاد هنا هو الموزع العادي الذي يتمّ وضعه بذات ظروف الموزع، حيث يلتزم في تنفيذ التزاماته ويبذل العناية المعقولة ولكن بالمهارة والخبرة المعروفة في الوسط التجاري، لا سيما وان هذا الموزع هو شخص متخصص في مجال عمله وبالتالي لا يمكن ان يتساوى في تنفيذ عقد التوزيع مع غيره من الاشخاص العاديين مادام هو محترف للعمل الذي يزاوله.

فضلاً عما تقدم فان الموزع في هذا النوع من العقود يجب عليه تنفيذ التزاماته بما يتطابق ومبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، وهذا المبدأ مقتضاه في حالتنا هذه الامانة والصدق في التعامل مع المنتج، اذ ان سلوك الموزع كشخص محترف انما يقاس بمعيار التاجر المتبصر المحترف، فهو يلتزم بان يبذل نشاطه ويقدم عمله كشخص له خبرته المهنية .^٤

خلاصة القول ان على الموزع ان يمارس نشاطه ضمن الحدود المتفق عليها دون زيادة او نقصان سوار كانت هذه الحدود تتعلق بمختلف انواع المنتجات التي تمّ الاتفاق مع المنتج على توزيعها او كانت متعلقة

^١ انظر: د. عزيز العكيلي. مصدر سابق. ص ٤١٢-٤١٣.

^٢ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٧٤.

^٣ انظر: د. فوزي محمد سامي. مصدر سابق. ص ٢٨٠.

^٤ انظر: د. عزيز العكيلي. مصدر سابق. ص ٤٠٢-٤٠٣.

بفئة معينة من المنتجات، وتتمثل هذه الحدود او بعبارة ادق الالتزامات بالموقع الجغرافي لمكان عمل الموزع وتجهيزه وادارته وكفاءة فريق عمله (للموزع) وطريقة عرض السلع والحملات الدعائية ومواكبة التطورات والتحديات وبذل الجهود الضرورية لتسويق تلك المنتجات وذلك من اجل الحفاظ على نوعية وسمعة تلك المنتجات .

٢-السرية: يفرض عقد التوزيع التزاماً وان لم ينص عليه فيه الا انه يمكن استخلاصه من طبيعة العقد التجارية مقتضاه التزام الموزع بالحفاظ على سرية المعلومات والخبرات التي يحصل عليها من المنتج، فلا يجوز افشاء تلك المعلومات الى الغير ولا الى المنافسين وا حتى الزبائن، ويعود للمنتج الحق في تعيين المعلومات التي تعتبر سريةً وتحديد الاشخاص الذين يسمح لهم الاطلاع على تلك المعلومات والخبرات السرية او افشائها امامهم، ويعدّ هذا الالتزام سارياً اثناء تنفيذ العقد وبعد انقضائه ايضاً .

هذا ويذهب الفقه الى القول ان الموزع يلتزم بان يحتفظ سراً بنوعية المنتجات التي يتعامل بها ذلك لانه في بعض الاحيان قد تكون مصلحة المنتج هي عدم افشاء اسمه حفاظاً على سرية العمليات التجارية وضماناً لنجاحها لا سيما وان الموزع في غير حالة عندما يتعامل بمنتجات المنتج بيعاً او تسويقاً يتعاقد باسمه الشخصي (اسم الموزع) فيظهر امام الغير على انه اصيل وليس بوكيل، وعليه فان اخفاء اسم المنتج لا يدخل في جوهر عقد التوزيع وكل ما يترتب على اخفاء اسم المنتج ان الموزع يصبح ملتزماً وحيداً قبل الغير الذي تعامل معه كما لو كانت الفقة تخص الموزع شخصياً، وينبني على ما تقدم ان الموزع هو الذي يطالب بثمان المبيع ويتسلم البضائع، كما يترتب على ذلك ايضاً ان الموزع هو الذي يقاضي ويقاضى باسمه الشخصي لانه في نظر القانون الطرف المتعاقد، هذا من جانب ومن جانب اخر يقابل التزام الموزع بالمحافظة على السرية حقه (الموزع) في كتمان اسم الغير الذي يتعاقد معه حتى لا يعمل المنتج على الاتصال بهذا الغير مباشرة وبالتالي يستغني عن خدمات الموزع، وهذا الحق في الكتمان وان كان يخول الموزع المحافظة على اسم الغير الا انه لا يخوله الكذب في ذكر الاسم .

ولابد من التنويه اخيراً الى ان هذه الالتزامات تمثل اهم ما يترتب على عقد التوزيع على طرفيه، وهم كل من المنتج والموزع، بيد ان هذا لا يعني عدم وجود التزامات جانبية اخرى، بل ليس هناك ادنى شك من ان هذا العقد يولد التزامات بجانب ما اشير اليه سابقاً، فعلى جانب المنتج تقع التزامات اضافية لعل من اهمها:

١- تأمين وصول المنتجات خلال الفترة الزمنية المتفق عليها وتقديم المنتج للمساعدات كافة الى الموزع وذلك بهدف الترويج والاعلان عن المنتجات وتأمين مواد دعائية لها.

٢- كما يسعى الموزع لالزام المنتج بتمديد العقد عند انتهاء مدته نظراً لكون الموزع قد بذل جهداً ووقتاً ومالاً في سبيل تسويق منتجات الاول، فاذا تمّ انتهاء العقد خلال فترة زمنية قصيرة فان ذلك لن يسمح له (للموزع) باسترداد المال المستثمر في التوزيع ويجعل المنتج والموزع الجديد يستفيدان من ذلك دون مقابل.

١ انظر: د. نادر شافي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

٢ انظر: د. نادر شافي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

٣ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٧٨-٣٧٩، ومداخلة: الوكالة بالعمولة. المشار اليها سابقاً.

- ٣- يلتزم المنتج بتوريد منتجات صالحة ومطابقة للمواصفات المتفق عليها، والتزامه بتعويض الموزع في حال تضرر المستهلكين أو تعرض الموزع للملاحقة القانونية نتيجة مخالفة المنتجات للمواصفات.
- ٤- وأخيراً يلتزم المنتج بتحديد سعر للمنتجات والسعي لتثبيت هذا السعر وعدم اعطاء المنتج الحق في زيادته خلال فترة العقد، اما على مستوى الموزع فيلزم ب:
- ١- الامتناع عن توزيع أو تصنيع منتجات منافسة للمنتجات المتفق على توزيعها خلال فترة العقد.
- ٢- القيام بالاعلان عن المنتجات في وسائل الاعلان.
- ٣- بذل كامل جهده لتسويق المنتجات وبيعها ضمن حدود المنطقة الجغرافية المتفق عليها.
- ٣- امتناع الموزع عن تسجيل حقوق الملكية الفكرية للمنتجات الموزعة باسمه (اسم المنتج) أو منازعة المنتج في ملكيتها .

المطلب الثاني

انقضاء عقد التوزيع

تقرر القاعدة العامة ان العقد ينقضي بتنفيذه، اي بوفاء المدين للالتزامه على النحو المتفق عليه، والوفاء بشكل عام هو الطريق الطبيعي لانقضاء الالتزام وزواله وهو قيام المدين بتنفيذ ما التزم به عيناً ، بيد انه في نطاق عقد التوزيع يتمثل اهم طريقين لانقضائه بانقضاء الاجل المحدد له وزوال الشخصية القانونية، وهو ما سنتولى بيانه تباعاً:

أولاً: انقضاء مدة العقد: لا يعدّ عقد توزيع المنتجات من قبيل العقود فورية التنفيذ والتي لا يكون الزمن فيها عنصراً جوهرياً، اي ان هذا العقد يدخل فيه الزمن مقياساً لتقدير الالتزامات والحقوق الناشئة عنه، كما هي الحال بالنسبة لعقد الايجار وعقد العمل ، ومن هذا المنطلق فان عقد التوزيع -بالمجرى العادي للامور- لا ينقضي قبل انقضاء المدة المحددة له باعتباره عقداً من عقود المدة الذي يستمر تنفيذه لفترة زمنية معينة ما لم يتم تجديدها .

هذا ويذهب الفقه الى القول ان عقد التوزيع باعتباره ضرباً من ضروب عقد الوكالة التجارية لذلك فان المدة فيه يجب ان تتحدد بارادة الطرفين وهم كل من المنتج والموزع، وان هذا التحديد هو امر ضروري جداً، من ناحية اخرى لما كان عقد التوزيع ينعقد في اغلب الاحيان بين طرفين لا يتكافأان في القوة الاقتصادية، اذ ينعقد بين موزعين وبين منشآت صناعية او تجارية تتمتع بمراكز اقتصادية راسخة، فان هذه المنشآت كثيراً ما

^١ انظر: د. نادر شافي. المداخلة المشار اليها سابقاً، د. ياسر السريحي. المداخلة المشار اليها سابقاً.

^٢ انظر: د. عبد المجيد الحكيم. الموجز في شرح القانون المدني العراقي. ج-٢- في احكام الالتزام. ط-٢- بغداد. ١٩٦٧ ص ٣٥٩.

^٣ انظر: د. حسن علي الذنون. مصدر سابق. ص ٣٥.

^٤ انظر: د. محمود الكيلاني. الموسوعة التجارية والمصرفية. مج-٢- التشريعات التجارية والالكترونية. دراسة مقارنة. عمان. ٢٠٠٧. ص ١٥١-١٥٢، د. عبد القادر العطير. الوسيط في شرح القانون التجاري الاردني. ج-١- عمان. ١٩٩٣. ٤٥٦-٤٥٧.

تلجأ الى فرض عقود وكالة محددة المدة حتى اذا ما رسخت اقدامها في البلد الذي يتم توزيع منتجاتها فيه، وسواء قامت بتسويق وبيع سلعها مباشرة او عن طريق موزعين اخرين يقبلون بشروط توزيع اسهل بالنسبة لها (الشركة او المنتج) من شروط عقد التوزيع الاول، متعللة باعذار تقليدية مثل ضعف النشاط الذي يبذله الموزع في تصريف وتوزيع المنتجات او خطئه في القيام بواجبه او ان انتاج الشركة قد انخفض او تغير نوعه، ومن ثم تقوم هذه المنشآت في بعض الاحيان بانهاء العقد من جانبها بشكل تعسفي حتى قبل انتهاء مدة عقد التوزيع الذي يربطها بالموزع ، ولذلك فان الموزع يسعى الى تمديد العقد عند انتهاء مدته نظراً لكون هذا الاخير قد بذل جهداً ووقتاً ومالاً من اجل ترويج وبيع منتجات المنتج .

جملة القول ان عقد التوزيع هو من عقود المدة وتحديد مدة للعقد امر لا مساغ للقول بعكسه وبالتالي فان هذا العقد ينقضي بانقضاء مدته، اما اذا لم ينص فيه -وهو ما لا يمكن تصويره الا نادراً- فان المدة التي سينقضي العقد بانتهاؤها يمكن تحديدها من خلال الركون الى اصحاب الخبرة والمعرفة في مجال عقود التوزيع لكي يبينوا الوقت الذي ينتهي العقد بانتهاؤه بشرط ان يكون ذلك مقروناً بقيام الطرف الذي يرغب بانهاء العقد غير محدد المدة بتنبيه الطرف الاخر بنيته في الانهاء وهذا ما ينسجم وحكم القواعد العامة .

ثانياً: زوال الشخصية القانونية: يعد عقد التوزيع من بين العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي والذي يتمثل في الثقة المتبادلة بين طرفي العقد المنتج والموزع ، وفي نطاق هذا العقد ينبغي التمييز بين ما اذا كان الموزع شخصاً طبيعياً ام معنوياً لتحديد الاثر المترتب على انقضاء الشخصية القانونية لكل منهما، فاذا كان الموزع شخصاً طبيعياً فيجب تحديد أولاً المقصود بانقضاء شخصيته القانونية.

ويلاحظ انه لما كان عقد التوزيع يعتبر عقداً من العقود التي تستند الى الاعتبار الشخصي، فانه يترتب على هذا الامر القول ان وفاة الموزع تؤدي بالضرورة الى انقطاع الرابطة العقدية التي كانت تربطه بالمنتج ، ونحن هنا نقول بانقضاء العقد فاننا نقصد فقد انقضاء الرابطة التي كانت تربط كل من المنتج بالموزع.

هذا وان من الفقه يشير الى انه في حالة وفاة الموزع فان ذلك يفضي الى انقضاء عقد التوزيع ولو تعلق به حق الغير، والسبب في ذلك يعود الى ان عقد التوزيع عندما يقوم الموزع بتنفيذه فان ذلك يكون على اساس الثقة التي وضعها المنتج في الموزع ولتوافر مزايا شخصية في هذا الاخير قد لا تتوافر في غيره، وبالتالي فان العقد ينتهي بموت الموزع .

بيد ان الوفاة لا تمثل الصورة الوحيدة لانقضاء الشخصية القانونية للموزع، فمفهوم الانقضاء وحسب اعتقادنا البسيط- في حالتنا هذه اوسع من مفهوم الوفاة، ومن ثم يمكن القول ان عقد التوزيع ينتهي من

^١ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٤٥.

^٢ انظر: مداخلة توزيع المنتجات: كيف تجعله نموذج عمل ناجح؟ المشار اليها سابقاً.

^٣ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٤٨.

^٤ انظر: د. عبد القادر العطير. مصدر سابق. ص ٤٥٢.

^٥ انظر: د. عزيز العكيلي. مصدر سابق. ص ٤٣٢.

^٦ انظر: د. عبد القادر العطير. مصدر سابق. ص ٤٥٦.

جانب الموزع ليس فقط بوفاة هذا الأخير -إذا كان شخصاً طبيعياً- وإنما ينقضي حتى بزوال اهلية الموزع، فقد سبق القول ان الذي يمارس عملية التوزيع هو شخص يكون على دراية وخبرة في مجال عمله، اي انه يحترف هذا النوع من التصرفات وبالتالي يقود هذا الامر الى القول ان خروج الموزع عن اهليته -كما لو اصاب بالجنون- فان هذا الامر يؤدي الى انقضاء عقد التوزيع، والسبب في ذلك هو وجوب توافر اهلية التصرف والادارة عند انعقاد عقد التوزيع وعند تنفيذه وضرورة استمرار هذه الاهلية في الموزع باعتبار عقده من العقود الزمنية، فضلاً عن الثقة والاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه هذا العقد، ويلحق بحالة فقدان الاهلية حالة الاعسار والافلاس، حيث انه بافلاس الموزع ستكف يده عن ادارة امواله بنفسه ومن ثم لا يستطيع تلبية متطلبات عقد التوزيع لان فاقد الشيء لا يعطيه .^١

هذا اذا كان الموزع شخصاً طبيعياً اما اذا كان شخصاً معنوياً، والحالة الاكثر شيوعاً في هذا الفرض كون الموزع قد اتخذ صيغة (الشركة)، لتوزيع منتجات منتج معين، فان الشخصية القانونية للشركة تنقضي لاسباب حددها القانون على سبيل الحصر ، الا ان اهم سبب يرتبط بموضوع انقضاء الشخصية القانونية للموزع في حالة كونه شركة هي التصفية، حيث تعد التصفية سبباً في انتهاء وجود الشركة كشخص قانوني مستقل له اهلية وذمة مالية مستقلة، وهي في هذا المجال تعني مجموعة الاجراءات والاعمال التي من شأنها تحديد حقوق الشركة من قبل الشركاء وقبل الغير للمطالبة بها، وكذلك دفع ديونها المستحقة للغير .

وبناءً على ما تقدم فان عقد التوزيع سوف ينقضي في حالة كون الموزع شركة تمت تصفيتها بسبب انتهاء شخصية الموزع وانتهاء شخصية الشخص المعنوي هي بمثابة وفاة الشخص الطبيعي .
بيد ان تساؤلاً مهماً يمكن ان يطرح في هذا السياق هو ما الحكم لو فقد (المنتج) لا الموزع لشخصيته القانونية هل ينقضي عقد التوزيع ام ان من تؤول اليه تركة المنتج يمكن ان يستمر عقد التوزيع معه؟.

للجابة عن هذا التساؤل يلاحظ ان القانون المدني يقرر ان الاصل في عقد الوكالة هو انه ينتهي بوفاة الوكيل او الاصيل ، بيد ان استثناءً على هذا الاصل جاء به القانون المدني وهو استمرار عقد الوكالة المدنية حتى في حالة وفاة الاصيل او فقدانه لشخصيته القانونية مفاده استمرار الوكالة في اثارها القانونية متى ما تعلق بها حق للغير، هذا في نطاق القانون المدني اما في نطاق عقد توزيع المنتجات والذي هو صورة من صور عقد الوكالة التجارية، فاننا نعتقد بعدم امكانية استمرار عقد التوزيع في حالة فقدان المنتج لشخصيته القانونية وذلك لان هذا العقد يقوم على الثقة والاعتبار الشخصي ليس من جانب الموزع وحده وحسب وإنما حتى شخصية المنتج تعد محل اعتبار في التعاقد، فالموزع عندما ابرم عقد التوزيع قد يكون

^١ انظر: د. يعقوب يوسف صرخوه. مصدر سابق. ص ٣٤٣، د. عبد القادر العطير. مصدر سابق. ص ٤٥٤-٤٥٥.

^٢ انظر: المادة (١٤٧) من قانون الشركات العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧.

^٣ انظر: د. محمود الكيلاني. مصدر سابق. ص ٣٢١.

^٤ انظر: د. فوزي محمد سامي. مصدر سابق. ص ٢٩٨.

اما بصدد الاسباب الاخرى لانقضاء عقد التوزيع فانها لا تختلف في هذه الحالة عن حكم القواعد العامة فيطبق على هذا العقد ما يطبق من قواعد في انقضاء عقد الوكالة التجارية.

^٥ انظر: المادة (٩٤٦ و ٩٤٧) من القانون المدني العراقي.

وضع ثقته الكبيرة في المنتج وهو الامر الذي قد لا يتحقق في خلف المنتج، هذا من ناحية ومن ناحية اخرى ان خلف المنتج قد لا يمنح الموزع ذات الامتيازات التي كان المنتج يمنحه اياها قبل فقدانه لشخصيته القانونية، وينبغي على ما تقدم القول ان فقدان الشخصية القانونية من جانب الموزع او المنتج يقود الى انقضاء عقد التوزيع مادام يعدّ عقداً من العقود التي تراعي الاعتبارات الشخصية في التعاقد.

خاتمة

نستطيع ان نلخص اهم الامور المتعلقة بعقد التوزيع بالامور التالية:-

- ١- عدم وجود تعريف قانوني محدد في ظل القانون العراقي، حيث لم ترد الا عبارة واحدة وهي عبارة (الموزع) في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، ولم يرد ذكر عقد التوزيع، وهو ما يؤشر وجود نقص تشريعي على مستوى النظام القانوني العراقي بالرغم من اهمية هذا العقد في الوقت الراهن نظراً لتعاظم دوره على صعيد الواقع العملي، فنرى كثيراً من اصحاب الشركات التجارية يضعون عبارة (موزع معتمد) الى جانب اسمار شركاتهم، عن احدى الشركات والمنتجين اصحاب الاسماء والعلامات التجارية المعروفة.
 - ٢- ان النقص التشريعي بخصوص عقد التوزيع دفعنا الى اعتماد كثير من قواعد واحكام عقد الوكالة التجارية لغرض تطبيقها على عقد التوزيع مع احتفاظ عقد التوزيع بخصوصيته التي تميزه عن غيره من العقود الاخرى.
 - ٣- ينتهي عقد التوزيع حتماً بوفاة او انقضاء الشخصية القانونية للمنتج او الموزع بالنظر لطبيعة هذا العقد القائمة على الاعتبار الشخصي.
 - ٤- عدم وجود جهة رقابية او نقابية خاصة تتولى مسألة اعداد نماذج خاصة وقياسية يمكن اعتمادها في نطاق عقد التوزيع، فضلاً عن ان عدم وجود هذه الجهة يمكن ان يؤدي الى اختلال في العلاقة العقدية بين طرفي العقد لمصلحة طرف وعلى حساب الطرف الاخر وخصوصاً لمصلحة المنتج على حساب الموزع، وان وجود هذه الجهة يمكن ان يحقق علاقة متوازنة بين طرفي العقد.
 - ٥- يدفعنا النقص التشريعي في هذا المجال وعدم معالجة المشرع لاحكام عقد التوزيع الى دعوة السلطة التشريعية الى ضرورة الانتباه الى هذا النقص ومعالجته بما يعود بالنفع على المستهلك من جهة والموزع من جهة اخرى ولا ننسى المنتج أيضاً، الا ان هذا لا يعني وضع قيود شديدة تعطل تداول الاموال وتعرقل ابرام هذا العقد.
- تلك هي اهم الاحكام التي استطعنا ان نبينها في هذا البحث، فان فوقفنا فتلك عناية الله بعباده، وان كانت الاخرى فخير ما نستجير به ربنا لا تؤاخذنا ان نسينا او اخطأنا.

المصادر

أولاً: المؤلفات

- ١- د. باسم محمد صالح. القانون التجاري. القسم الاول. النظرية العامة- التاجر- العقود التجارية- العمليات المصرفية. بغداد ١٩٨٧.
- ٢- د. جعفر الفضلي. الوجيز في العقود المدنية. البيع- الايجار- المقاولة. جامعة الموصل. بدون سنة طبع.
- ٣- جبروم هوييه. المطول في القانون المدني. العقود الرئيسية الخاصة. مج-٢- ترجمة. منصور القاضي. بيروت. بدون سنة طبع.
- ٤- د. حسن علي الذنون. النظرية العامة للالتزامات. مصادر الالتزام- احكام الالتزام- اثبات الالتزام. بغداد. ١٩٦٧.
- ٥- د. عبد القادر العطير. الوسيط في شرح القانون التجاري الاردني. ج-١- الاعمال التجارية- التاجر- المحل التجاري- العقود التجارية. عمان ١٩٩٣.
- ٦- د. عبد المجيد الحكيم. الموجز في شرح القانون المدني العراقي. ج-٢- في احكام الالتزام ط-٢- بغداد ١٩٦٧.
- ٧- د. عزيز العكلي. شرح القانون التجاري. ج-١- الاعمال التجارية- التاجر- المتجر- العقود التجارية. ط-١- عمان ٢٠٠٥.
- ٨- د. فوزي محمد سامي. شرح القانون التجاري. ج-١- مصادر القانون التجاري- الاعمال التجارية- التاجر- المتجر- العقود التجارية- ط-١- عمان ٢٠٠٦.
- ٩- د. محمود الكيلاني. الموسوعة التجارية والمصرفية. مج-٢- التشريعات التجارية والالكترونية. دراسة مقارنة. ط-١- عمان ٢٠٠٧.
- ١٠- د. يعقوب يوسف صرخوه. العقود التجارية في القانون التجاري الكويتي. ط-٣- الكويت ١٩٩٨.

ثانياً: القوانين

- ١- القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١.
- ٢- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.
- ٣- قانون الدلالة العراقي رقم (٥٨) لسنة ١٩٨٧.
- ٤- قانون تنظيم الوكالة والوساطة التجارية العراقي رقم (١١) لسنة ١٩٨٣.
- ٥- قانون الشركات العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧.
- ٦- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
- ٧- قانون حماية المستهلك العماني رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٢.
- ٨- قانون حماية المستهلك القطري رقم (٨) لسنة ٢٠٠٨.
- ٩- قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦.

١٠- مشروع قانون حماية المستهلك الاردني.

المدخلات على شبكة الانترنت :

١-د. نادر شافي. عقد الفرانشيز. مفهومه وخصائصه وموجبات طرفيه.

<http://www.lebarmy.gov.lb/PrintArticle.asp?id=9013>

٢-د. ياسر السريحي. عقد الفرانشيز.

1- http://cpa-help.blogspot.com/2011/04/blog-post_4750.html

٣-عقد الوكالة بالعمولة.

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%82%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A9_%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%84%

٤-توزيع المنتجات: كيف تجعله نموذج بيع ناجح؟.

http://www.entrepreneurslaw.com/2011/01/blog-post_27.html

5-A company can sell through distributors.

http://www.ehow.com/about_6642322_distribution-agreement-definition.html#ixzz1VdlhvEnv

2- 6-Distributions and Dealers

3- <http://definitions.uslegal.com/d/distributorships-and-dealerships/>