



مطبوعة بيداغوجية تحت عنوان:

محاضرات في قانون المنافسة

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

موجهة لطلبة: الثالثة ليسانس

قسم: العلوم الاقتصادية

من اعداد الدكتور: لمجد بوزيدي

السنة الجامعية: 2022/2021

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الصفة
II - II	فهرس المحتويات	
1	مقدمة	
4	المنافسة من منظور الفكر الاقتصادي	المحور الأول:
5	مقدمة	
6	مفهوم وأهمية المنافسة في الفكر الاقتصادي	المطلب الأول:
6	مفهوم المنافسة	أولاً:
10	أهمية المنافسة في النشاط الاقتصادي	ثانياً:
11	تطور فكرة المنافسة في الفكر الاقتصادي	المطلب الثاني:
11	المنافسة في النظرية الاقتصادية التقليدية	أولاً:
13	المنافسة في النظرية الاقتصادية الحديثة	ثانياً:
16	أنواع وأشكال المنافسة في الفكر الاقتصادي	المطلب الثالث:
16	المنافسة التامة (الكاملة)	أولاً:
18	سوق المنافسة الاحتكارية	ثانياً:
22	سوق احتكار القلة	ثالثاً:
24	سوق الاحتكار التام	رابعاً:
28	المفاهيم التفصيلية لقانون المنافسة	المحور الثاني:
29	مقدمة	
30	مفهوم و خصائص قانون المنافسة	المطلب الأول:
30	تعريف قانون المنافسة	أولاً:
32	خصائص قانون المنافسة	ثانياً:
34	أهداف قانون المنافسة	ثالثاً:
36	نشأة و تطور قانون المنافسة	المطلب الثاني:
36	نشأة قانون المنافسة في التشريعات الغربية	أولاً:
37	نشأة و تطور قانون المنافسة في بعض الدول العربية	ثانياً:
38	نشأة و تطور قانون المنافسة في الجزائر	ثالثاً:

39	مصادر قانون المنافسة	المطلب الثالث:
39	مبادئ الدستور	أولاً:
40	الاتفاقيات الدولية	ثانياً:
41	التشريع	ثالثاً:
41	اجتهادات سلطات تنظيم المنافسة	رابعاً:
42	الاجتهاد القضائي	خامساً:
42	علاقة قانون المنافسة بباقي القوانين الأخرى	المطلب الرابع:
42	علاقة قانون المنافسة بالقانون المدني	أولاً:
42	علاقة قانون المنافسة بالقانون التجاري	ثانياً:
42	علاقة قانون المنافسة بالقانون المتعلق بالممارسات التجارية	ثالثاً:
42	علاقة قانون المنافسة بقانون حماية المستهلك	رابعاً:
43	علاقة قانون المنافسة بقانون الملكية الفكرية	خامساً:
43	مجال و نطاق تطبيق قانون المنافسة	المطلب الخامس:
43	مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص	أولاً:
46	مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاطات	ثانياً:
51	أحكام قانون المنافسة و تحديد الممارسات المقيدة للمنافسة	المحور الثالث:
51	مقدمة	
53	أحكام قانون المنافسة المتعلقة بالمؤسسة	المطلب الأول :
54	الاتفاقيات المحظورة المقيدة للمنافسة	أولاً:
55	مفهوم الاتفاقيات المحظورة المقيدة للمنافسة	1
56	شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة	2
59	أشكال الاتفاقيات المقيدة للمنافسة	3
59	الاتفاقيات العضوية المقيدة للمنافسة	1-3
60	الاتفاقيات التعاقدية المقيدة للمنافسة	2-3
61	الأعمال المدبرة	3-3
64	تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة حسب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة	-4
65	التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية	ثانياً:

65	مفهوم وضعية الهيمنة	-1
67	معايير تحديد الوضعية المهيمنة	-2
70	الاعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة	-3
70	الممارسات متعلقة بالأسعار وشروط البيع	1-3
72	الممارسات الخاصة بالعلاقات التجارية مع الشركاء الاقتصاديين	2-3
74	التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية	ثالثا
74	تعريف وضعية التبعية الاقتصادية	-1
75	دوافع التبعية الاقتصادية	-2
77	أشكال التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية	-3
77	رفض البيع بدون مبرر شرعي	1-3
79	البيع المتلازم أو التمييزي	2-3
80	البيع المشروط بإقتناء كمية دنيا	3-3
81	الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى	4-3
82	تطبيق أسعار مخفضة بصفة تعسفية	رابعا:
85	أحكام قانون المنافسة و حظر التجميعات الاقتصادية	المطلب الثاني :
85	مفهوم التجميع (التركيز) الاقتصادي	أولا:
87	صور التجميعات الاقتصادية	ثانيا:
90	نطاق تطبيق الرقابة على التجميعات الاقتصادية	ثالثا:
94	مجلس المنافسة كسلطة ضابطة للسوق	المحور الرابع:
95	مقدمة	
95	مفاهيم حول مجلس المنافسة	المطلب الأول:
95	تعريف مجلس المنافسة	أولا:
96	الطبيعة القانونية للمجلس المنافسة	ثانيا:
96	خاصية السلطة	1
97	الطابع الإداري لمجلس المنافسة	2
97	خاصية الاستقلالية	3

98	تشكيلة مجلس المنافسة	ثالثا:
100	صلاحيات مجلس المنافسة	المطلب الثاني:
100	صلاحيات الرقابة والتنظيم لمجلس المنافسة	أولا:
101	الاختصاص القمعي لمجلس المنافسة	ثانيا:
103	آليات مجلس المنافسة لضبط السوق	المطلب الثالث:
104	الآليات الرقابية لمجلس المنافسة على السوق	أولا:
105	الآليات الردعية لمجلس المنافسة لضبط السوق	ثانيا:
106	قائمة المراجع	
115	الملاحق	

مقدمة:

تعتبر المنافسة أحد الركائز الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد العالمي و أهم المحاور التي يركز عليها في اقتصاد السوق في بيئة الأعمال المعاصرة، نظرا للدور الذي تلعبه في إعطاء مساحات تحرك الى العديد من المؤسسات و تطوير منتجاتها من حيث الجودة و النوعية، و الدخول في أسواق جديدة محلية و عالمية، حيث أصبح مبدأ تشجيع المنافسة و حمايتها أحد التوجهات المهمة التي تسعى مختلف الدول و الهيئات العالمية الى تجسيدها على أرض الواقع. لقد تعمق مفهوم المنافسة نتيجة شتى التغيرات التي مست عمق و جوهر أكثر مجالات عالمنا المعاصر سواء كانت الاقتصادية منها أو السياسية والاجتماعية وغيرها، وارتفاع وتيرة التحولات التي تشهدها البيئة الاقتصادية بكل مكوناتها، وما أفرزته من توسع الأسواق، تحرير الاقتصاديات المحلية و تحرير التجارة العالمية، التطور التكنولوجي والاتصالات الحديثة و الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم،... الخ، أو باختصار تعمق ظاهرة العولمة الاقتصادية وما واكلها من تطورات متسارعة، مما جعل من البشرية عامة والمؤسسات بصفة خاصة تعيش في عالم مفتوح على مصراعيه، تتنافس فيه كل المؤسسات القادرة على الوصول إلى الأسواق العالمية المختلفة، لأن الحديث عن السوق المحلي لم يعد كافيا فهو بحد ذاته جزء لا يتجزأ من الأسواق العالمية و عامل تأثير كبير فيه، وبالتالي تسوده منافسة عالمية بسبب انفتاح الأسواق بعضها على بعض بدون قيود أو حواجز تقف في طريقها.

لقد أصبح تحرير المنافسة و حمايتها ضرورة حتمية للاندماج في الاقتصاد العالمي و كسب مكانة تنافسية و تحقيق مكاسب مالية و حصص سوقية معتبرة، حيث أضحت المنافسة من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات حاليا و المفروضة عليها من تفاعل مختلف القوى التنافسية، وذلك أن درجة التنافس في السوق تعد من العوامل التي تحدد قدرة المؤسسة على صمود في وجه منافسيها و ضمان استمراريتها فيه و محدد مهم لنجاحها، أي أن مفهوم المنافسة اليوم أصبح يكتسي أهمية بالغة في عالم الأعمال المعاصر، مما حتم ضرورة إيجاد اطار تنظيمي و قانوني لحماية مكونات المنافسة و مختلف الأطراف الفاعلين في الأسواق من مستهلكين و منتافسين و وسطاء... الخ.

إن التحولات الاقتصادية و الهيكلية الجذرية التي يعرفها الاقتصاد الجزائري في تحوله من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، تحت ضلال الحركة المتسارعة لمجريات الاقتصاد العالمي و ما تفرضه المستجدات الجديدة، وما أصبح يفرضه من تحديات عميقة جاعلة مبدأ التأقلم و حتمية التكيف ضرورة ملحة للضمان البقاء و الاستمرارية، وفق إعداد خطط و استراتيجيات ذات جدوى اقتصادية مبنية على نظرة استشرافية للمستقبل و على أسس علمية ومنهجية، انطلاقاً من تدعيم و تشجيع طرق المنافسة في مختلف الأسواق ، واعداد مختلف الأطر التنظيمية و القانونية التي من شأنها حماية المنافسة و المستهلك ، و ترسيخ أحكام تهدف الى تنظيم البيئة التنافسية بين المؤسسات و حماية حرية المنافسة، عن طريق توفير العدالة بين مختلف الاعوان الاقتصاديين الناشطين في السوق، و خلق نظام تنافسي فعال يضمن حقوق جميع الفاعلين، و إزالة مختلف العقبات التي تعيق تطبيقها ، بشكل يساهم في تدعيم القدرات و المؤهلات التي تتمتع بها خصوصيات النسيج الاقتصادي الجزائري، وصولاً إلى تهيئة واعداد مناخ أعمال مشجع على الاستثمار وداعم لروح المبادرة، الشيء الذي يعطي للاقتصاد صبغة القدرة على التنافسية في ظل المستجدات العالمية.

لقد قام المشرع الجزائري بوضع أطر تشريعية و قانونية تتماشى مع متطلبات ضمان الحرية الاقتصادية و ترسيخ مبادئ اقتصاد وطني قائم على المنافسة الحرة و تشجيع المبادرات الفردية و التي تشكل أهم مبادئه الأساسية، حيث جاء تجسيدا لمبدأ الحرية الاقتصادية المضمون لكافة الاعوان الاقتصاديين، كحرية المنافسة و منع الاحتكار، وحرية الملكية الفردية، وحرية التجارة والصناعة، وحرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية، وإزالة كافة العقبات التي تعيق تطبيقها، حيث قام المشرع الجزائري بوضع تشريعات تتماشى مع ضمان الحرية الاقتصادية و ترسيخ مبادئ نظام الاقتصاد الحر، تبعا لذلك جاءت سلسلة من القوانين و التشريعات، حيث صدر قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار مكرسا مبادئ المنافسة الحرة¹، وقانون رقم 90-10 المتعلق بالنقد والقرض²، والذي فتح المجال أمام غير المقيم بحرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية في الجزائر،

¹ قانون رقم 89 - 12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار (الجريدة الرسمية العدد 29 لسنة 1989) - ملغى

² قانون رقم 90 - 10 المؤرخ في 14 أفريل 1990 المتعلق بالنقد و القرض .

ليتوج بعد ذلك صدور مرسوم تشريعي رقم 93-12 المتعلق بترقية الاستثمار¹ مكرسا بموجب المادة الثالثة منه حرية الاستثمار، حيث أدى تحرير الاستثمار وفتح المجال أمام حرية المبادرة الخاصة التي تبنتها الجزائر في إطار التحولات التي عرفتها الدولة إلى الاقرار الصريح لمبدأ المنافسة الحرة بموجب صدور الأمر رقم 95-06 والذي وضع القواعد القانونية لحماية المنافسة في السوق²، وتعزيز المبدأ أكثر بالتعديل الدستوري لسنة 1996، تحديدا بموجب المادة 37 منه التي دسترت حرية التجارة والصناعة والتي تعد مضمونة وتمارس في إطار القانون، و الذي ألغي بالأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم الساري المفعول حاليا³، حتى يتكيف مع التحديات و المستجدات المحلية والدولية التي طرأت على الاقتصاد الوطني، و السعي وراء محاولة الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة و ما أملتة من جملة الشروط التي تهدف الى ضمان التحرير المتواصل للأسواق و تطوير المنافسة داخلها، بالإضافة الى إيجاد بيئة تنافسية قادرة على مجابهة المنتجات المستوردة من حيث النوعية و الجودة العالية.

حيث تركز جملة هذه المحاضرات المقدمة على أربعة محاور رئيسية هي :

المحور الأول : المنافسة من منظور الفكر الاقتصادي

المحور الثاني: المفاهيم التفصيلية لقانون المنافسة

المحور الثالث: أحكام قانون المنافسة و تحديد الممارسات المقيدة للمنافسة

المحور الرابع: مجلس المنافسة

¹ المرسوم التشريعي رقم 93 - 12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار.
² الامر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة (الجريدة الرسمية العدد 09 لسنة 1995)، - ملغى -
³ الامر رقم 03-03 الصادر في 19 جويلية 2003، (الجريدة الرسمية العدد 43 لسنة 2003) المعدل بالقانون رقم 08 - 12 الصادر في 25 جويلية 2008 (الجريدة الرسمية العدد 36 لسنة 2008) و بالقانون رقم 10-05 الصادر في 15 أوت 2010 (الجريدة الرسمية العدد 46 لسنة 2010).

المحور الأول :

المنافسة من منظور الفكر

الاقتصادي

مقدمة:

يعيش العالم اليوم تحولات و تغيرات سريعة و متسارعة ، تجسدت في ظهور مرحلة جديدة تغيرت فيها أموراً كثيرة مست العديد من الجوانب الحياتية للأفراد، تختلف عما كن سائداً في سنوات قليلة ماضية من حيث الكم و النوع ، حيث نشأت أوضاع اقتصادية جديدة تدور حول مفاهيم تحرير التجارة الخارجية و اختراق الأسواق العالمية، و تأكيد أهمية دور القطاع الخاص و التحول نحو اقتصاديات السوق في كثير من دول العالم، مدعومة من الثورة التكنولوجية و المعلوماتية الهائلة التي يشهدها العالم، والتي أنتجت واقعاً جديداً يتطلب ضرورة التأقلم و التكيف السريع معه.

لقد أصبح النظام الاقتصادي العالمي يعيش في مرحلة عصر المعلومات القائم على العلم و المعرفة، أي أن سمات و ملامح هذا العصر و آلياته و معاييرته تختلف جذرياً عن كل ما سبقه، و تفرض بالتالي على كل المؤسسات التي تعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم و الآليات الجديدة و المتجددة، ومن بين أهم التحديات التي برزت هي مفهوم المنافسة و التنافسية كحقيقة و حتمية أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبوقة، و من هنا أصبحت المؤسسة في موقف يفرض عليها العمل الجاد و المستمر لاكتساب قدرة عالية على المنافسة وفهم مختلف متغيرات السوق لإمكان تحسين موقعها في الأسواق، أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين و المحتملين، حيث يجب أن ينتقل التركيز الآن الى التفكير المفاهيمي للمنافسة و متغيراتها ليس كبديل عن تحليل المعلومات فقط و اتخاذ القرارات و انما إضافة لها، أي أن المنافسة هي جزء من الحد الأدنى اللازم للبقاء، أما النجاح فيحتاج المضي الى ما هو أبعد من المنافسة¹.

تهدف المنافسة إلى تحقيق الفاعلية الاقتصادية ورفاهية المستهلك في إطار آليات السوق، لكن هذه الآليات وحدها قد لا تكفي لتحقيق كل أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، مما يدعو الحكومات للتدخل ووضع قيود تنظيمية على عمل الأسواق، على المستهلك، على المؤسسة، وعلى آلية توزيع الموارد لتحقيق العدالة بينها².

¹ إدوارد دي بونو، ما فوق المنافسة، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 13.

² المعهد العربي للتخطيط، سياسات التنظيم و المنافسة، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في أقطار الوطن العربي، العدد الثامن و العشرون، الكويت، أبريل 2004، ص 04.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية المنافسة في الفكر الاقتصادي

لقد أصبح مفهوم المنافسة اليوم أصبح يكتسي أهمية بالغة في عالم الأعمال المعاصر. وأحد أكثر المفاهيم الأكثر تداولاً بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين، حيث أصبحت من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات حالياً، وذلك أن قدرة المؤسسة على تحقيق أعلى مستويات درجة التنافس في السوق تعد من العوامل التي تحدد قدرتها على صمود في وجه منافسيها وضمان استمراريتها فيه و تحقيق المكاسب المطلوبة.

أولاً: مفهوم المنافسة

لقد تعددت مفاهيم المنافسة بتعدد الرؤى والزوايا التي ينظر منها، وكذا ارتباطها بعدة عوامل ومتغيرات أخرى، الشيء الذي انعكس نوعاً ما على إيجاد مفهوم دقيق يتلاءم مع مختلف التوجهات والأداء.

إلا أننا سوف نحاول التطرق إلى جملة من التعاريف التي يمكن من خلالها أخذ تصور لمفهوم المنافسة.

فأصل الاصطلاح "Concurrence" المنافسة مشتق من المصطلح اللاتيني cum-ludere و الذي يعني " jouer-ensemble " بمعنى يلعب في الجماعة أو يجري مع " - courir avec " أو يسرع في الجماعة "accourir ensemble" لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة و تنافس و صراع وحالة عداة مستمرة، و هذا لا يعني أن المنافسة تتطلب وجود علاقات تربط بين الأعضاء.

أما المفكرون و المنظرون فقد اختلفوا ، إذ يرى البعض أن : المنافسة روح التجارة بل هي محك الحريات الاقتصادية للأفراد و الجماعات، لأنها كما تكون بين التجار و المنتجين في ميدان التجارة و الصناعة و ميادين الاستغلال الأخرى من زراعة، و غير ذلك فقد تكون أيضاً بين الشعوب والأمم .

◀ لقد عرفها الاقتصادي جون كلاود تورنادو المنافسة على انها " الصراع بين المنتجين الذين يعرضون منتجات متقاربة أو متماثلة في السوق"¹

¹ Jean- Claude Tarondeau, Stratégie industrielle, Edition Vuibert, Paris, 2 ème édition, 1998, p33.

- ◀ يرى الاقتصادي " كلاك " المنافسة على أنها " الدعامة التي لا غنى عنها لنظام تعتمد فيه طبيعة السلع وتطويرها، الكمية والكفاءة في الإنتاج، الأسعار وهوامش الربح المحتملة والممكنة تكون متروكة إلى فعاليات المشاريع الخاصة " ¹.
- ◀ وتعرف المنافسة على أنها " مكون أساسي للنظام التسويقي و تتعلق بالمؤسسات التي تنتج نفس السلعة أو السلع الشبيهة بها، ودرجة المنافسة تؤثر بشكل كبير على قدرة المؤسسة في اختيار السوق المستهدفة، الوسطاء، الموردين، مزيج المنتج" ².
- ◀ المنافسة "هي نظام من العلاقات الاقتصادية ينطوي تحته عدد كبير من المشتريين والبائعين، وكلا منهم يتصرف مستقلا عن الآخرين للبلوغ بربحه إلى الحد الأقصى، نظام لا تخضع فيه الأسعار إلا لتفاعل قوى اقتصادية متحررة من أي قيد يفرض عليها " ³.
- ◀ كما تعرف أنها " وسيلة اكتشاف هيكل السوق الأمثل، غايته تعظيم رفاهية المستهلك، بحيث يسعى كل من عارضي المنتج الى تعظيم الفارق بين القيمة التي ينظر لها الزبائن للمنتج المعروض و بين تكلفة التكامل (الإنتاج و الاستعمال) ⁴.
- ◀ المنافسة "هي حالة المواجهة التي تميز العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين في إطار اقتصاد السوق وهي تشكل أساس النظرية الليبرالية، حيث يقال عن مؤسسة أنها قادرة على المنافسة إذا كانت مؤهلة لتحمل منافسة الآخرين في السوق" ⁵.
- ◀ تعبر المنافسة " عن حالة التحدي أو الصراع الحاصل غالبا بين اثنين أو أكثر من الخصوم المتنافسين والمتكافئين، وتمثل حلقة وسطية بين التغير البيئي وأداء المنظمة، والصراع المتواصل من أجل البقاء، فكل منافس يهدف إلى إزاحة منافسه خارج مجالات النمو والانفراد بسميزات تمنحه الموقع الأفضل وتضمن له البقاء والاستمرار" ⁶.
- ◀ تتمثل المنافسة " في الصراع القائم بين المؤسسات في بلد ما أو مجتمع ما، من أجل كسب الموارد المتاحة في هذا البلد، فالمؤسسات من خلال بحثها عن المردودية والربحية

¹ - البياتي.م.ع، التحليل الاقتصادي المعاصر، مطبعة ألوان الرياض، السعودية، 1993، ص: 115.

² - توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التوزيع وتحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية، بيروت، 2001، ص 152.

³ - حسين عمر، موسوعة المصطلحات الاقتصادية، مكتبة القاهرة الحديثة، طبعة 2، القاهرة، 1997، ص 270

⁴ - لحوّل سامية ، التسويق و المزايا التنافسية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة باتنة، 2007، ص 59

⁵ - شيقارة هجيرة، الإستراتيجية التنافسية ودورها في أداء المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005، ص:3.

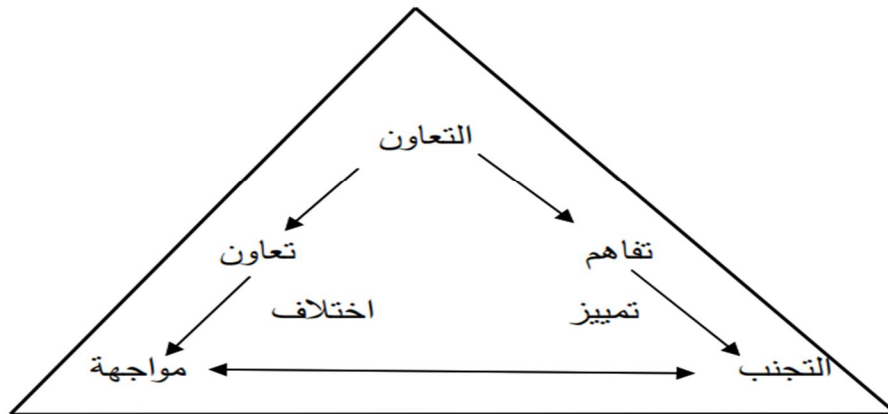
⁶ - موساوي زهية، نظرية الموارد والتجديد في التحليل الإستراتيجي للمنظمات، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 8-9 مارس 2005، ص 169.

والتفوق على منافسيها، تسعى إلى الفوز بنصيب الأسد من هذه الموارد وبأحسن الظروف وذلك من ناحية الجودة والتكلفة¹.

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن المنافسة هي عبارة عن ظروف تعم السوق الذي يتواجد فيه الأعوان الاقتصاديون، هذه الظروف تعكس روح التحدي والصراع الذي يطبع العلاقة بينهم، وفق عملية قائمة على تعظيم الربحية والبحث الدائم والمستمر عن التميز والريادة في ظل بيئة يميزها التغير السريع والمفاجئ.

رغم أن ظاهرة المنافسة قديمة نوعا ما، إلا أن اشتدادها في السنوات الأخيرة هو الذي زاد من أهميتها، ومن اهتمام المؤسسات بعواقبها وتأثيرها أصبحت تأخذها بالحسبان قبل اتخاذ أي قرار، باعتبار أن العالم كله دخل في منافسة دولية جد نشطة محركها الأساسي بيئة متغيرة وغير مستقرة، جاعلة المنافسة تتصف بالشراسة، الأمر الذي أملى على المؤسسات ضرورة إعداد العدة والتسلح الجيد من أجل اقتناك مكانة تنافسية تضمن لها البقاء والاستمرارية، باعتبار أن عالم اليوم لا يرحم ولا يؤمن إلا بالأقوى والأحسن، و الشكل التالي يوضح العلاقات المختلفة التي تربط المتنافسين في ظل المنافسة:

الشكل رقم (1) : العلاقات المختلفة بين المتنافسين



المصدر: مقداد كريمة، الخيارات الاستراتيجية للمؤسسة التنافسية في سوق التنافس التام، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية – دراسات اقتصادية، المجلد 03 ، العدد 03، 2003، جامعة الجلفة، ص 317.

من خلال الشكل أعلاه يمكن تحليل المنافسة من خلال دراسة و تحليل الجوانب التالية:²

¹ - فرحات غول، مؤشرات تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل العولمة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص 71.

² نحاسية رتيبة، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص 30.

1- **تعرف المؤسسة على منافسيها:** هناك عدة أسئلة تطرحها المؤسسة تحاول الإجابة عنها بغية التعرف على منافسيها، والتقرب منهم أكثر، وهي من هم منافسوها؟ ما هي استراتيجياتهم؟ وما هي نقاط قوتهم وضعفهم.

2- **تحديد المنافسين:** إن تحديد المؤسسة لمنافسيها لا يقتصر على المنافسين المتواجدين فعلا ضمن القطاع، بل يتعدى إلى المنافسين المحتمل دخولهم إلى القطاع، والذين يشكلون خطرا عليها، لكن المنافس لا يعني دوما المؤسسة أو المنتج المنافس، بل هو كل من يساوم المؤسسة ويحاول أن يقتطع جانبا من أرباحها ورغبة في امتلاك حصة من السوق¹.

3- **تحديد استراتيجيات المنافسين:** إن التعرف الدقيق للمؤسسة على أقرب منافسيها ضروري لفهم استراتيجياتهم، وهؤلاء المنافسين هم الذين يتبعون نفس الاستراتيجيات ويشكلون ما يعرف بالمجموعة الاستراتيجية داخل القطاع، وبالتالي لا بد من تحديد المنافسين وتصنيفهم في مجموعات وفقا للاستراتيجيات المتبعة، وذلك عن طريق:

- تحديد الخصائص والمعايير التي يتم على أساسها النظر إلى السلعة كالجودة، درجة التعقيد،
- التعرف على استراتيجيات المنافسين وملامح كل منافس.
- تصنيف هؤلاء المنافسين في مجموعات، وبناء عليه يتم تحديد الاستراتيجيات التي يمكن إتباعها.

4- **تحديد نقاط قوة وضعف المنافسين:** إن مقارنة وضع المؤسسة بالمؤسسات المنافسة لها يساعد على وضع استراتيجياتها، لأن إمكانية تنفيذ الاستراتيجيات وتحقيق الأهداف يتوقف بدرجة كبيرة على قوة أو ضعف المنافسين، إذ يعبر جانب القوة عما تستطيع المؤسسة القيام به بشكل أفضل بالمقارنة مع القدرات الحالية أو المحتملة للمنافسين في القطاع، أما جانب الضعف فيعبر عن عدم امتلاك المؤسسة للطاقة اللازمة للقيام بعمل ما على الرغم من توافرها لدى المنافسين.

5- **متابعة البيئة التنافسية:** إن تحليل المنافسة والتعرف على مكونات البيئة التنافسية للمؤسسة التي تعمل فيها لا يكفي لبناء استراتيجية ناجحة للتنافس، فعلى الرغم من أهمية التعرف على

¹ سايجي الخامسة، أثر تحليل المنافسة على أداء صناعة الهاتف النقال في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 49، جامعة بسكرة، 2017، ص 489

مكونات هذه البيئة تبقى هناك العديد من الخطوات الهامة والمطلوبة للاستعلام عن المنافسة في البيئة، و أهم المتغيرات المؤثرة فيها.

ثانياً: أهمية المنافسة في النشاط الاقتصادي

يلعب تشجيع المنافسة في النشاط الاقتصادي دوراً كبيراً يمس العديد من الجوانب أهمها:¹

- ✓ إرساء قواعد واضحة للتفاعل و التعامل بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين في السوق.
- ✓ المنافسة تجعل الشركات تهتم بالاحتياجات الفعلية للعملاء و رغباتهم ومطالبهم وتجعلها أكثر اهتماماً بخدمتهم بشكل أفضل من الشركات الأخرى.
- ✓ التشجيع على تكوين كيانات كبيرة على نحو يمكن من الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير، وبالتالي يعود بالنفع على المستهلكين من خلال توفر السلع والخدمات بأسعار مناسبة.
- ✓ تحقيق الانضباط السعري للسلع والخدمات في الأسواق ومواجهة أية آثار سلبية ناجمة عن التحرر الاقتصادي، ومنع أي محاولات احتكارية للسلع، خاصة السلع والخدمات الاستراتيجية التي تمثل الاستهلاك الأساسي للطبقات محدودة الدخل، وبما يؤدي في النهاية إلى تحسن الأداء الاقتصادي. .
- ✓ تحقيق مصالح كبرى للمستهلك الذي يمكنه المفاضلة في اختيار السلعة سواء من ناحية السعر أو الجودة. .
- ✓ تعظيم العوائد المستقبلية من الأخذ بآليات السوق والعمل على تشجيع الاستثمار، وذلك من خلال وضع القواعد المنظمة للمنافسة وحماية المستهلك، من خلال نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها الاستيراد.
- ✓ تنظيم المنافسة يمنع أي عمل أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط معين يعرقل أو يحد أو يخل بآليات المنافسة.
- ✓ المنافسة تجعل الشركات تركز على أكثر من مجرد أسعار المنتجات؛ فتجعلها تركز على التسويق والعلامات التجارية وخدمة العملاء والاحتفاظ بالعملاء.

¹ محمد حجازي، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية بين النص و الممارسة، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد الرابع عشر، جامعة بسكرة، 2017، ص 478.

المطلب الثاني : تطور فكرة المنافسة في الفكر الاقتصادي

تهدف المنافسة الحرة في النظم الوضعية إلى التفوق في مجال الأعمال والأنشطة أيا كانت طبيعتها، بما يعود بالنفع على المنافس والمستهلك، لذلك تبدو فكرة المنافسة الحرة واضحة بينة حينما ننظر إليها كسلوك أو أداء، غايتها التفوق في مجالات الأعمال والأنشطة الاقتصادية، وهي ملازمة للنشاط الاقتصادي حتى وصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لاحترافه وممارسته. إن المنافسة باعتبارها حقيقة ثابتة ناتجة عن غريزة حب التفوق، نشأت مع الفرد، فتاريخها يبدأ منذ بدأ الخليفة كحق طبيعي للإنسان، وقد تطور القانون الذي اعترف بهذا الحق، وقرر حمايته بإجراءات مدنية وجزائية، وبيان العمل المشروع وتمييزه عن العمل غير المشروع في الأداء التنافسي. ولما كانت الأعمال غير المشروعة في المنافسة لا حصر لها، فإن نطاق هذه الحماية تجاوز بكثير حقوق الملكية التي قررتها التشريعات منذ القدم، لتمتد إلى حماية كافة المراكز القانونية الناتجة عن المنافسة، هكذا كان ينظر إليها في القرن 18 عشر، حينما جعل منها آدم سميت مبدأ أساسيا لتنظيم الحياة الاقتصادية، وشرطا ضروريا لاقتصاد السوق، غير أن علماء الاقتصاد الذين جاؤوا من بعده قيدوا المنافسة بجملة من الشروط بدعوى منع الإساءات التي تترتب عليها مما أفقدها أهم خاصية من خصائصها، هي المزاحمة والتسابق وبذل الجهد للتفوق على المنافسين الآخرين، وأصبحت بالتالي عاملا لجمود المؤسسات بدلا أن تكون حافزا لها إلى الابتكار ودافعا قويا للتجديد في مجالات الإنتاج المختلفة.¹

أولاً: المنافسة في النظرية الاقتصادية التقليدية :

يتمثل تصور المدرسة التقليدية لعمل المنافسة في السوق من خلال مراعاة شروط وضوابط معينة تراها كفيلة بتحقيق توازن العرض مع الطلب، ومنع ممارسة الاحتكار بين البائع والمشتري ، فالمنافسة عند زعماء النظرية التقليدية هي ضرب للاحتكار من أي مصدر كان، والاحتكار عندهم يؤدي دائما إلى الركود ويعطل الطاقات الكامنة ولم يحدث أن محتكرا قد تطور، والأمثلة في السوق المحلية كثيرة، فكم من تاجر لم يعد موجودا وكم من سلعة اختفت

¹ جهيد سحوت، حماية المنافسة الحرة و المستهلك من الاحتكار بين الفكر الاقتصادي القانوني وأحكام الشريعة الإسلامية، مجلة الصراط، العدد 34 ، جامعة الجزائر 01، 2016، ص 428.

لأنها اعتمدت على الاحتكار ولم تتأهب للمنافسة بالتطوير وبالتحديث، غير أن هذا الطرح للمنافسة لقي معارضة وانتقاد كونه لا يتماشى مع واقع الحياة الاقتصادية المعاصرة التي تتصف بالحركة والصراع والتنافس الشديد من أجل البقاء أو التفوق في السوق،

والمنافسة وفقا للنظرية التقليدية في بدايات الظهور لم تكن تتخذ شكلا واحدا وإنما عدة أشكال تصنف على أساس هيكل السوق، لكن يبقى عماد هذه النظرية المنافسة التامة، والتي انتقدت من عدة أوجه و أطلق هذا المصطلح على حالة إطلاق المنافسة بين المتدخلين ورفع يد الدولة عنها، حيث وقعت الدول تحت تأثير الفكر الفردي،¹ يعود بالمنفعة على المستهلك، بحيث يتمكن من الحصول على كمية معينة من سلعة بأسعار رخيصة ومنخفضة، لذلك يلاحظ بجلاء أن تبدل الأسعار هو التعبير عن منافسة حرة، يكون الطلب فيها منافسة بين المستهلكين ويكون العرض منافسة تامة بين المنتجين.

ومن بين أهم الكتاب أو الأقطاب التي تحدثت في المنافسة التامة "آدم سميث"، هذا الأخير الذي لا يشترط قيام سوق معينة ترتبط به المنافسة وجودا وعدما، إذ للمنافسة عنده سلوك وأداء والسوق ما هو إلا مؤسسة تسمح بتكوين الأسعار رغم ما يتطلبه ذلك من شروط، كتوفر عدد كاف من المنافسين وتوفر المعلومات المتعلقة بالسوق والتمتع بحرية الصناعة و التجارة، إلا أن أقطاب المدرسة الكلاسيكية وعلى رأسهم المفكر L.Walras ربطوا بين المنافسة وسوق أسموه "سوق المنافسة التامة" أو الكاملة، التي تعني عدم وجود مؤسسات، كما افترضوا في سوق المنافسة التامة خلوها من أية سلطة احتكارية للمؤسسات من شأنها أن تؤثر تأثيرا محسوسا على أثمان بيع المنتجات، فلا يتواجد في وضعية احتكار القلة أو تنافس القلة. فالمنافسة التامة نموذج يفترض وجود عدد كبير من المنتجين والمشتريين وتجانس المنتجات من سلع وخدمات تجانسا تاما في نظر المشتريين، وهو ما يضمن سعرا موجودا في السوق المنتج، هذا ويشترط حرية الدخول والخروج إلى ميدان الصناعة دون أية عوائق.²

¹ محمد حسين فتحي، الممارسات الاحتكارية و التحالفات التجارية لتقويض حرتي التجارة و المنافسة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 06.

² جهيد سحوت، مرجع سابق، ص 430.

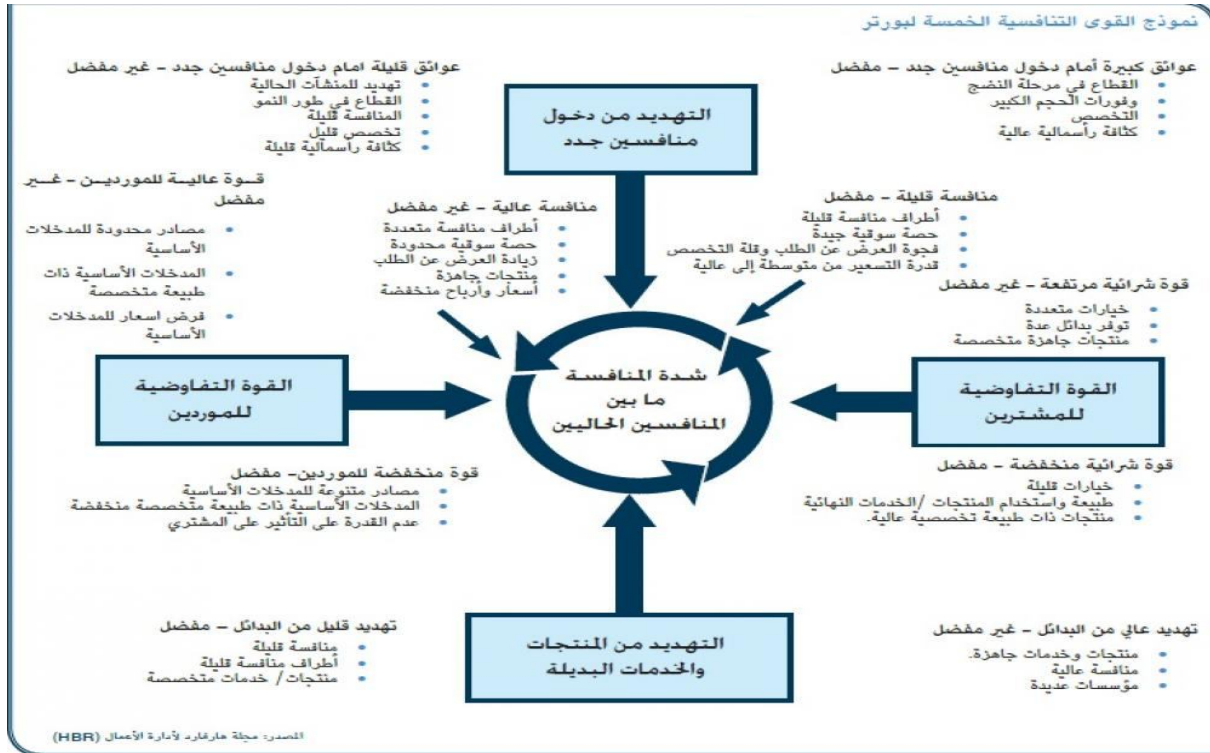
ثانيا: المنافسة في النظرية الاقتصادية الحديثة

تنشط المؤسسات اليوم في بيئة تتميز بالتغير المستمر، ومن ثمة يكون من الضروري معرفة مكوناتها الرئيسية واتجاهاتها المستقبلية، لأنه لم تعد المؤسسات تواجه منافسين ينشطون في نفس قطاع نشاطها فحسب بل تتعداه إلى قوى أخرى بمقدورها التأثير على مردودية القطاع إيجاباً أو سلباً، وتسمى هذه القوى بقوى التنافس.

فلقد قدم مايكل بورتر (M.PORTER) الأستاذ والباحث في جامعة هارفارد وضمن دراسة لمؤثرات البيئة الخارجية على تنافسية المؤسسة أحدث المفاهيم المرتبطة بالمنافسة في وقتنا الحاضر، في إطار تحليله لهيكل الصناعة بالدول المتقدمة تحليلاً هيكلياً لقطاعات النشاط المختلفة وقوى المنافسة الفاعلة فيها والمحددة لجاذبيتها وربحيتها، ضمن ما أصبح يعرف بـ " نموذج قوى المنافسة لبورتر"، حيث يؤكد بورتر من خلال هذا التحليل على أن العامل الأول الذي يحدد مردودية مؤسسة ما ضمن قطاع معين ما، ما هو إلا جاذبية هذا القطاع *L'attrait du secteur* التي يصنعها تجاذب قوى المنافسة بداخله، وأن العامل الثاني هو الوضعية التنافسية النسبية *la position concurrentielle* لمؤسسة ما في إزاء منافسيها فيه¹، فاستجابة لتفاعل هاذين العاملين نجد أن هيكل القطاع يمارس تأثيراً كبيراً على تحديد قواعد اللعبة التنافسية وعلى الاستراتيجيات التي يمكن للمؤسسة اعتمادها، ذلك أن المنافسة في قطاع ما تتجاوز بكثير سلوك المنافسين الموجودين، بل تتعداهم إلى باقي القوى الأخرى التي تحكم مجتمعة قواعد المنافسة وتحدد ربحية القطاع على أساس أن درجة الربحية تقاس بمردودية رأس المال المستثمر على المدى الطويل، مما سيكون له انعكاس مباشر على الميزة التنافسية المستمرة للمؤسسة، هذه القوى التي تحكم المنافسة قدمها بورتر ضمن خمسة أقسام كما هي مبينة في الشكل التالي :

¹ - أحمد بلالي، إستراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 8-9 مارس 2005، ص: 462.

الشكل رقم 02 : نموذج القوى التنافسية الخمسة لبورتر



المصدر: تحليل القوى التنافسية الخمسة - نموذج بورتر، مجلة هارفارد لإدارة الاعمال، <http://mesh.al/blog/10-Porter-Five-Forces.html>، تاريخ الاطلاع: 2021-08-12

[Porter-Five-Forces.html](http://mesh.al/blog/10-Porter-Five-Forces.html)، تاريخ الاطلاع: 2021-08-12

❖ **شدة المنافسة بين المنافسين الحاليين:** تأتي شدة المنافسة بين المنافسين الحاليين في مركز القوى المحددة لجاذبية قطاع النشاط، وتنشأ من كون المتنافس أو عدة متنافسين يشعرون بضرورة تحسين وضعياتهم التنافسية، أو يرون إمكانية لذلك، فتأخذ تحركاتهم مختلف الأشكال التنافسية (تخفيضات سعرية، إشهار، خدمات ما بعد البيع...الخ)، هذه التحركات من شأنها أن تخلق آثار على بقية المنافسين، حيث تولد ردود أفعال من شأنها إما أن تحسن من وضعية القطاع، أو أن تؤدي إلى التدهور في حالة التصعيد والردود غير المدروسة كما بالنسبة إلى "الحروب السعرية" المتواصلة المفضية إلى تدهور مردودية القطاع، حيث أن كثافة المنافسة وشدة المزاومة داخل قطاع معين تحكمه جملة من العوامل الهيكلية سلبا أو إيجاباً¹.

¹ سحنون جمال الدين، تحليل التنافسية على مستوى القطاع الصناعي، ملتقى دولي حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر 2010، ص 9.

❖ **الداخلون الجدد والمحتملين:** إن تحليل هيكل الصناعة لا يقتصر على المتنافسين المتواجدين فعليا ضمن القطاع والسعي وراء تحقيق ميزة تنافسية لهم، وإنما يتعدى إلى الداخلين المحتملين الذين لا يمكن تجاهلهم، خاصة بالنظر إلى ما يمكن أن يحملوه معهم من قدرات جديدة وموارد وفيرة مع الرغبة في امتلاك حصة في السوق، ومما ينتج عنه انخفاض في أسعار العرض وارتفاع في تكلفة المؤسسات المتواجدة ويؤدي إلى تقليص مردودياتها.

❖ **تهديد المنتجات البديلة:** علما أن المنتجات البديلة هي المنتجات التي تؤدي نفس الوظيفة للمنتج المعني بالنسبة لنفس مجموعة المستهلكين، ولكن بتركيزها على تكنولوجيا مختلفة، وعليه فإنها تشكل تهديدا بالنسبة للمؤسسة وذلك بالأخص في ظل توافر العوامل التالية: التغيير أو التحول المستمر في بيئة الأعمال، توفر حرية الاختيار أمام المستهلك، تعود المستهلك على شراء السلع البديلة.

❖ **قوة مساومة الموردين:** إن مساومة الموردين بإمكانها أن تشكل تهديدا حقيقيا للقطاع، فتأثر في مردوبيته عن طريق الضغط الذي يمارسونه إما برفع الأسعار أو بتدنئة الجودة للمواد الأولية، وهذا دون خوف من فقدان حصته السوقية ومكانته في هيكل الصناعة ومن دون فقدان عملائها، حيث أن هناك مجموعة من الشروط تعطي أكثر قوة وأكثر ضمان للمساومة من قبل الموردين.

❖ **قوة مساومة الزبائن:** إن الزبائن أو المشترين بصفقتهم يمثلون هيكل الطلب على منتجات المؤسسات فإنهم يسعون عادة إلى فرض أسعار منخفضة على الخدمات الواسعة والجودة الممتازة، الشيء الذي سيؤثر سلبا مردودية القطاع وجاذبيته ومنه على نشاط المؤسسة.

المطلب الثالث: أنواع وأشكال المنافسة في الفكر الاقتصادي

تتعد أشكال و أنواع المنافسة في البيئة الاقتصادية، وهناك من يميز في تعريفه للمنافسة بين نوعين من المنافسة فيما يتعلق بمجال أعمال المؤسسة و ذلك بتقسيمها إلى ما يلي:¹

1- المنافسة غير المباشرة:

تتمثل في المنافسة والصراع القائم بين المؤسسات في بلد ما أو مجتمع ما من أجل الفوز وكسب الموارد المتاحة في هذا البلد، فالمؤسسات من خلال بحثها عن المردودية والربحية والتفوق

¹ عبد السلام أبو قحف، التنافسية و تغيير قواعد اللعبة، مطبعة الاشعاع، الإسكندرية، 1996، ص 25-26.

على منافسيها تسعى إلى الفوز بنصيب الأسد من هذه الموارد وبأحسن الظروف وذلك من ناحية الجودة والتكلفة، مما يسمح للمؤسسة بتعظيم الأرباح في ظل المنافسة الشرسة الذي يعرفها الاقتصاد والتجارة العالمية، وعليه نستنتج بأن مفهوم المنافسة غير المباشرة يتمثل في تلك الصراعات التي تحدث بين مختلف المؤسسات من أجل الظفر بالموارد المتاحة في البيئة بأحسن جودة وأقل تكلفة ممكنة.

2- المنافسة المباشرة:

تتمثل أساسا في تلك المنافسة القائمة بين الشركات التي تنشط في نفس القطاع الصناعي أو تقوم بإنتاج نفس المنتجات أو الخدمات، وهذا النوع من المنافسة هو الذي يهتم المؤسسات بصفة أكبر من النوع الأول، ولا بد من الإشارة إلى أن المنافسة تختلف من قطاع إلى آخر، حيث تعرف بعض القطاعات منافسة شديدة وأخرى تعرف منافسة محدودة أو ما يسمى باحتكار القلة والبعض الآخر الاحتكار، وذلك حسب عدد المؤسسات المتدخلة في السوق وإمكانات المتدخلين. كما يشير العديد من الباحثين إلى أن أشكال المنافسة في أي بيئة اقتصادية تأخذ الأشكال التالية:

أولاً: المنافسة التامة (الكاملة): يتميز سوق المنافسة التامة بتجانس السلعة المنتجة مما يترتب على ذلك وجود سعر واحد في السوق، أي أن المنتجين لا يستطيعون التأثير على السعر السائد في السوق، لصغر حجم المؤسسات، بحيث يتحدد السعر السائد في السوق عن طريق التفاعل قوى العرض والطلب.

يعرف سوق المنافسة التامة (الكاملة) بوجود عدد كبير من المنتجين للسلعة و عدد كبير من الطالبين لنفس السلعة.¹ يتميز سوق المنافسة التامة أيضا بحرية الدخول والخروج من السوق، فيفترض عدم وجود عراقيل أو موانع تمنع المنتجين من الدخول إلى السوق في حالة الربح أو الخروج منه في حالة الخسارة.²

حيث تملك المؤسسات منتجات متجانسة مع منتجات المنافسين، فالشركات التي تتعامل بسلع متشابهة مثل (الطحين، الأرز، القمح)، تتغير بوضع سوق منافسة كاملة، حيث يكون عنصر التوزيع هاما في تسويق المنتج، بينما تقل أهمية العناصر الأخرى، و بما انه لا يوجد اختلاف

¹ عفاف عبد الجبار سعيد، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، دار وائل للنشر، ط3، 2004، ص 294.

² عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1989، ص 88.

بين المنتجات في السوق، فإنه يكون لدى السوق فرص محدودة لزيادة السعر، وقد يكون أقرب مثال للمنافسة الكاملة هو أسواق الخضر والفاكهة، فمن الصعب على زارعي الموز والبرتقال أو أو الفاصوليا أن يميزوا منتجاتهم، كذلك مسوقي الخشب والنحاس والفحم يعملون في ظل المنافسة الكاملة، وعليه فرجال التسويق هؤلاء ليس لديهم الحرية في تحديد أسعار منتجاتهم، وإما قوى العرض والطلب تحدد السعر، إن الدور الأساسي لرجال التسويق في هذه الحالة هو إيجاد شبكة كبيرة من الموزعين لتوزيع منتجاتهم بأسعار تنافسية.¹

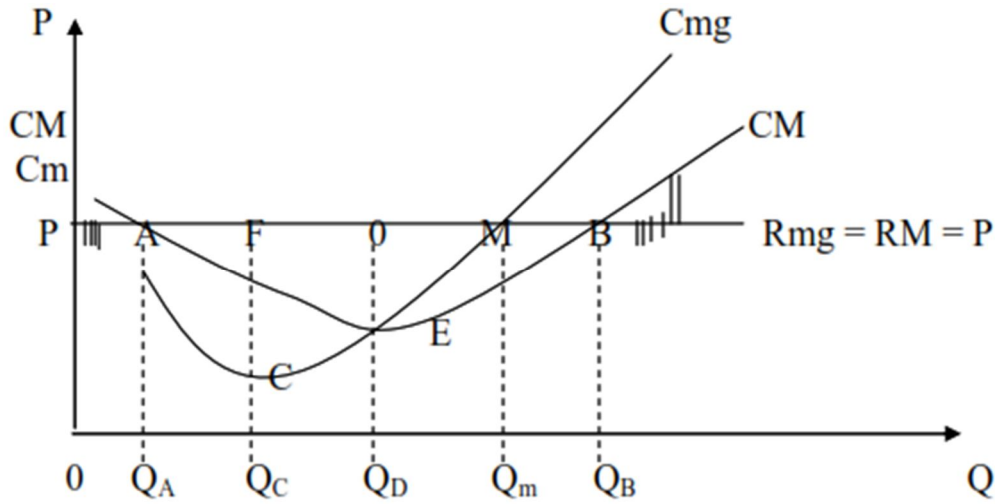
تعتبر السوق تسودها المنافسة التامة اذا تحققت الشروط التالية:

- ◀ وجود عدد كبير من المنتجين و البائعين: حيث لا تملك المؤسسة القدرة على تحديد سعر السلعة التي تبيعها، لأنها لا تمثل الا جزء صغير من السوق.
- ◀ تجانس السلع: أي أن مختلف المنتجين ينتجون نفس السلعة، فالسلعة المنتجة من قبل منتج ما هي بديل تام لنفس النوع من السلعة المنتجة من قبل الآخرين، أي أن (شكل، لون، الجودة) للسلعة المعروضة في السوق نفسها عند جميع المنتجين.
- ◀ حرية الدخول والخروج في السوق: يكون المنتج بعلم ومعرفة بحالة السوق (حالة العرض، الطلب، السعر السائد في السوق الذي يتحدد نتيجة التفاعل الحر والتلقائي بين قوى العرض والطلب) بحيث يكون أيضا للمشتري علم بسعر البيع السائد في السوق.
- ◀ التوازن في سوق المنافسة التامة: يتحقق التوازن في سوق المنافسة التامة حسب الفترة الزمنية، إما التوازن في الفترة الزمنية القصيرة أو في الفترة الزمنية الطويلة.

حيث يتحقق التوازن في المدى القصير عند حجم الإنتاج الذي يحقق التساوي بين التكلفة الحدية C_{mg} و الايراد الحدي R_{mg} و بذلك يحقق المنتج أقصى ربح ممكن عندما تكون الزيادة في الايراد الحدي أكبر من الزيادة في التكاليف الحدية، كما هو موضح في الشكل التالي: حيث: السعر p ، التكلفة المتوسطة cm ، التكلفة الحدية cmg ، الايراد الحدي R_{mg} ، الايراد المتوسط R_m

¹ بوبكر ياسين، أثر هيكل المنافسة في القطاع الصناعي على تحسين جودة المنتجات، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 02، جامعة الجلفة، 2018، ص 91.

الشكل رقم 03 : التوازن في السوق المنافسة التامة



المصدر: Bernard Bernier, Henri Loris Védie « Initiation à la micro économie » 2 ème édition Dunod, paris 2005, p 89

ثانيا: سوق المنافسة الاحتكارية

المنافسة الاحتكارية هي هيكل سوق يجمع بين عناصر الاحتكار التام او المطلق والأسواق التنافسية، إن السوق التنافسية الاحتكارية هي في الأساس سوق تتمتع بحرية الدخول والخروج، ولكن يمكن للشركات التمييز بين منتجاتها (جعل منتجاتها مختلفة ومميزة عن منتجات الشركات الأخرى)، لذلك لديهم منحنى طلب غير مرن (لا يتغير الطلب على السلعة بتغير سعر السلعة) وبالتالي يمكنهم تحديد الأسعار، ومع ذلك نظراً لوجود حرية الدخول، فإن الأرباح غير العادية ستشجع المزيد من الشركات على دخول السوق مما يؤدي إلى أرباح عادية على المدى الطويل.

كما تدل تسميتها فهي تشمل صفات تنافسية واحتكارية في نفس الوقت، وهذا النوع من المنافسة قد يكون أكثر واقعية من حالة المنافسة الكاملة، ويتميز هذا النموذج من المنافسة بوجود عدد كبير من المنتجين كل منهم ينتج جزء بسيطاً من مجموع الإنتاج وأن السلع المنتجة هي سلع متشابهة ولكن ليست متجانسة، أي أن السلع التي يتعامل بها المتنافسون الاحتكاريون هي سلع بعضها بديل للآخر، ولكنه بديل غير تام، وكنتيجة لهذا التمايز في المنتجات المتشابهة، فإن المنافسة الاحتكارية تتميز بوجود درجة محدودة من التحكم في الأسعار، كما أن الدخول إلى السوق أو الخروج منها ممكن، إلا أنه قد يكون صعباً وهو حتماً أقل سهولة منه في حالة

المنافسة الكاملة، ويتم التنافس في السوق بوسائل أخرى غير السعر، وتكون الوسيلة الأساسية في التنافس هي إبراز الصفات والخواص الثانوية التي تتميز بها السلع، وذلك باستعمال وسائل الدعاية والإعلان، نوعية واتساع الخدمات المقدمة للزبائن، شبكة التوزيع، قوة صورة العلامة لدى المستهلك.... الخ.¹ وبالتالي يمكن استنتاج بأن هناك منافسة غير كاملة في السوق في اللحظة التي لا يتحقق فيها أحد الشروط المذكورة في المنافسة الكاملة.

عندما تخضع السوق للمنافسة الكاملة يحصل المستهلكون على المنتجات بأسعار مساوية لتكلفة انتاجها المتوسطة، ويكون هدف السوق تحقيق أقصى اشباع ورفاهية للمستهلكين، وذلك عن طريق حصول المستهلك على أكبر كمية من المنتجات بأسعار منخفضة نسبياً، وكلما قلت درجة المنافسة وأتجه السوق نحو الاحتكار تتجه الأسعار إلى الارتفاع ويقل الانتاج مقارنة بحالة المنافسة الكاملة، وكذلك تزيد صعوبة الدخول الى الأسواق وتبلغ أقصاها في حالة الاحتكار المطلق.²

تتمتع الأسواق التنافسية احتكارياً بالخصائص التالية:

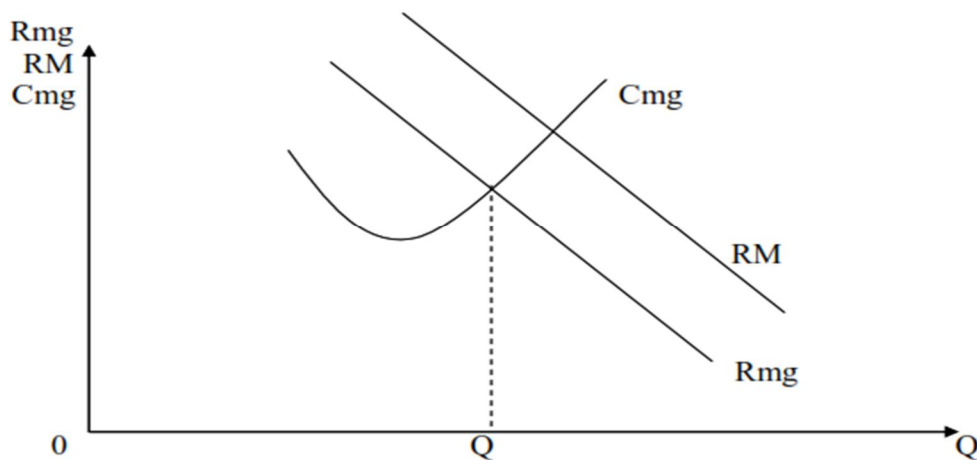
- هناك العديد من المنتجين والعديد من المستهلكين في السوق، ولا يوجد أو عمل أو أي مؤسسة لديها سيطرة كاملة على سعر السوق.
- يدرك المستهلكون وجود فروق غير سعرية بين منتجات المنافسين.
- الحواجز أمام دخول السوق والخروج منه قليلة .
- لدى المنتجين درجة من السيطرة على السعر.
- الهدف الرئيس للشركة هو زيادة أرباحها.
- يحدد السوق سعر وحدة الإنتاج وكلفة التكنولوجيا.
- يُفترض أن تتصرف الشركة كما لو كانت تعرف منحنيات الطلب والتكلفة على وجه اليقين.

¹ عمر صخري، مرجع سابق، ص 88.

² منصورى الزين، دور الدولة في تنظيم المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الحادي عشر، جامعة بسكرة، 2012، ص 309.

- لا يؤثر القرار المتعلق بالسعر والإنتاج لأي شركة على سلوك الشركات الأخرى، أي أن تأثير القرار الذي تتخذه شركة واحدة ينتشر بالتساوي عبر مجموعة الشركات بأكملها. لذا، لا يوجد تنافس واعٍ بين الشركات.
 - وجود عدة بائعين و مشتريين مما يؤثر على حالة السوق، إن هذا التأثير يعتمد على مدى كون عدد المنتجين كبير من ناحية، وطبيعة السلعة المنتجة ومدى التمايز بين المنتجين ونشاط المنتج في تسويق إنتاجه والدعاية له من ناحية أخرى.
 - ان وحدات السلعة المنتجة والمعروضة في السوق ليست متجانسة تماما، بحيث يكون التنوع في السلعة من حيث المادة الأولية المستخدمة في إنتاجها أو في تسويقها، أو لونها أو المستوى في صناعتها.
 - حرية الدخول والخروج من السوق، وذلك لقلّة الموانع التي تمنع مؤسسات أخرى إلى السوق، فليس هناك أية موانع قانونية أو سوقية، فإن المؤسسات الموجودة في هذا السوق تواجه دائما تهديد منافسين جدد.
- ان تحقيق التوازن في سوق المنافسة الاحتكارية يتحقق عند تساوي التكلفة الحدية cmg مع الإيراد الحدي Rmg عند المستوى الكمية Q يتحقق معه أكبر ربح ممكن، كما هو موضح الشكل التالي:

الشكل رقم 04 : التوازن في السوق المنافسة الاحتكارية



التوازن في السوق المنافسة الاحتكارية يتحقق بمستوى سعر أعلى، وعند مستوى انتاج أقل مقارنة مع المنافسة التامة، يمكن لمؤسسة عاملة ضمن منافسة احتكارية أن ترفع أسعارها دون أن تفقد جميع عملائها أو زبائننها، يمكن للشركة أيضاً أن تخفض الأسعار دون إثارة حرب أسعار محتملة مع المنافسين، حيث مصدر القدرة السوقية لأي شركة عاملة ضمن منافسة احتكارية ليس الحواجز أمام الراغبين بدخول السوق لأنها منخفضة، بدلاً عن ذلك تتمتع الشركات ضمن المنافسة الاحتكارية بالقدرة السوقية بسبب وجود عدد قليل جداً من المنافسين الذين لا يشاركون في اتخاذ القرارات الاستراتيجية ويبيعون منتجات متباينة.

ثالثاً: سوق احتكار القلة

يعد سوق احتكار القلة واحداً من أكثر الأسواق تعقيداً، وذلك بسبب تعدد النماذج السوقية لهذا الشكل من الاحتكار، ولوجود أكثر من أسلوب للمنافسة فيه، حيث إن المشاريع الداخلة في هذا السوق ممكن أن تدخل في حرب للأسعار في بعض المراحل، وقد تلجأ إلى القيام بنوع من الاتفاق الضمني أو الصريح وصولاً إلى الاحتكار المركزي، في حين إن مشاريع القلة قد تدرك مساوئ حرب الأسعار وتلجأ إلى أساليب أخرى للمنافسة غير السعرية كالإعلان والترويج، ويكون الهدف من ذلك هو تعظيم إيرادات وأرباح تلك المشاريع، فعندما يكون هناك عدد قليل من المنتجين متساوون في القدرة ويعملون في مجال اقتصادي واحد، فإن ارتباط الطلب يكون ضعيفاً لذا فنحن نتعامل مع نوع من المنافسة الغير تامة أو بعبارة أخرى احتكار قلة، أي أن المشروع لا يواجه منحنى طلب على سلعته بشكل واضح ومحدد، لذا فإن هذا المشروع لا يتمكن من تحديد سعر سلعته وبيعها على انفراد وإنما يتأثر بنشاطات منافسيه والعكس صحيح.

أن المنتج عندما يقرر تغيير سعر سلعته فإنه بالضرورة يتوقع أن منافسيه سيردون عليه بشكل ما، أو ربما ينعكس هذا على المستهلكين، الأمر الذي يجعل العاملين بمثل هذا النوع من الأسواق على استعداد دائم لمواجهة تحرك غير متوقع من المنافسين، وعندما يقوم أحد المنتجين برفع أسعاره فإنه ربما سيواجه بعدم تحرك منافسيه نحو السعر الجديد وبذلك فإنه يخسر

وبسرعة بعض إمكاناته التسويقية.¹ و أن يسيطر بمفرده على السوق ويخرج الآخرين منه. ويمكن التمييز بين نوعين رئيسيين من إحتكار القلة:²

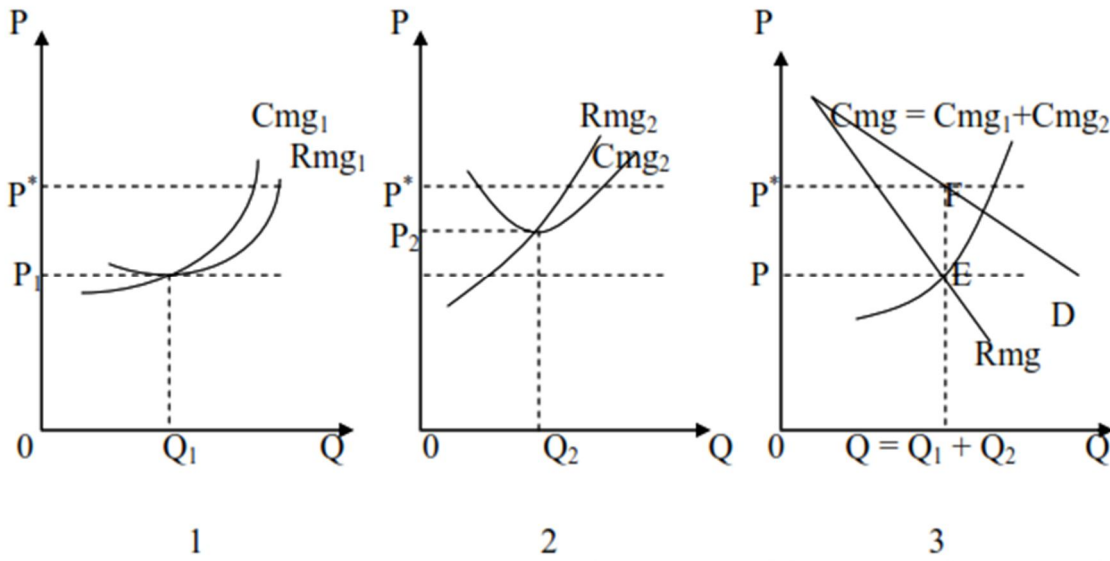
- ◀ **إحتكار القلة البحت:** وهو الذي يتسم بقلة عدد البائعين الذين يتنافسون فيما بينهم على إنتاج وبيع منتج متجانس، وهنا تسهل معرفة وضع توازن القطاع ككل في السوق، وهذا لأنه من السهل معرفة العرض الكلي للمنتجات المتجانسة، ومن ثم يمكن أن يتقرر سعر موحد في السوق للمنتجات المتجانسة داخل هذه الصناعة.
- ◀ **إحتكار القلة مع تنوع المنتج:** ما يميز هذا الإحتكار هو قلة عدد البائعين الذين يتنافسون فيما بينهم على إنتاج وبيع منتج متنوع، ما يجعل معرفة وضع توازن القطاع في السوق صعبا وذلك لما ينشأ عن إعطاء أسعار مختلفة لمختلف المنتجات المتنوعة في الصناعة داخل هذه الصناعة.

قد يتفق عدد من الشركات الكبيرة على تكوين كارتل بينهم في شكل احتكار قلة، بهدف تعظيم أرباحهم المشتركة، وفي هذه الحالة يقيم الأعضاء منظمة مركزية لها سلطة تحديد الكمية المنتجة وسعر البيع اللذان يعظمان الربح الكلي للصناعة ككل، كما يكون لهذه السلطة سلطة توزيع حصص الإنتاج بين المؤسسات الأعضاء وتوزيع الأرباح كذلك.

¹ سعد عباس حمزة، احتكار القلة و مدى انطباقه على سوق الهاتف النقال في العراق، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 84، جامعة المنصورة، العراق، 2010، ص 04.

² بتيت أحمد، جودة المنتج كمصدر للميزة التنافسية في سوق احتكار القلة، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد، 13، جامعة الشلف، 2015، ص 18.

الشكل رقم 05: شركات احتكار قلة يهدف الى تعظيم الربح الاجمالي



المصدر: عبد القادر محمد عطية، التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية و التطبيق، دار النشر الجامعية، الإسكندرية، 2005، 343.

يلاحظ أن المؤسسة الأولى تستطيع الإنتاج عند تكلفة أقل من المؤسسة 2. عندئذ تقوم المنظمة المركزية بتجميع منحنيات التكلفة الحدية Cmg للمؤسستين تجميعاً أفقياً لتحصل على منحنى التكلفة الحدية للصناعة بالشكل الثالث.

$$Cmg = Cmg1 + Cmg2$$

فإذا افترضنا أن D هو منحنى الطلب للصناعة ككل، ومن ثم فإن الإيراد الحدي الخاص بهذه الصناعة Rmg ، فإن المنظمة المركزية يمكنها أن تحدد حجم الإنتاج والسعر الذين يحققان أقصى ربح للصناعة باتباع قاعدة: $Rmg = Cmg$

باتباع هذه القاعدة نجد أن السعر الاحتكاري هو P والكمية هي Q ، ومن ثم فإن السعر الذي تلتزم به كل من المؤسستين هو P ، حيث تنتج كل مؤسسة الكمية التي يتساوى عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، يلاحظ أن المؤسسة الأقل تكلفة هي التي تنتج حصة أكبر، ومن ثم فإن ربح الكارتل ممثل بالمساحة $P''PFE$ الذي تقوم المنظمة بتوزيعه بين المؤسستين وفقاً للاتفاق المبرم.

رابعاً: سوق الاحتكار التام

الاحتكار هو نقيض التنافس و معناه الحرفي " وجود بائع واحد بمفرده " و تعتبر السوق في حالة احتكار اذا تفرد شخص أو هيئة بإنتاج سلعة أو خدمة معينة، على أن يختلف انتاجه اختلافاً كلياً عن انتاج بقية المشاريع، و كانت هناك بعض العوائق تحول دون تمكن مشاريع أخرى من دخول هذه السوق.¹

ويتميز بوجود منتج واحد فقط، وتتميز السلعة التي ينتجها المنتج المحتكر بعدم وجود بدائل قريبة لها، وهذا ما يعني أن هذا المنتج يمثل السوق كله، لأنه يسيطر على مجموع الإنتاج، ومن خلال سيطرته على الإنتاج يمكنه التحكم في الأسعار، كما يتميز الاحتكار بوجود صعوبات وموانع (موانع قانونية، تكنولوجية، مالية... الخ) تمنع المنتجين الآخرين من الدخول إلى السوق.²

إن هذا النوع من المنافسة قد يكون نتيجة لبعض القوانين والقواعد الحكومية المنظمة للأعمال، أو لوجود براءة اختراع أو لاقتصاديات الحجم أو غير ذلك من العوامل، وبطبيعة الحال وفي ظل غياب المنافسة أو السلع البديلة تحقق إشباع نفس الحاجات التي تنتجها الشركة المحتكرة سيصل إلى تعظيم الأرباح، من خلال فرض أسعار مرتفعة دون اللجوء إلى تحمل مصاريف الإشهار والترويج لمنتجاته ودون الإكثار من الخدمات المضافة للسلعة، وعادة ما نجد هذا النوع من المنافسة في مرحلة الإطلاق من دورة حياة المنتج في القطاعات الجديدة المتميزة بالإبداعات التكنولوجية أو التعديلات المعتبرة في التكاليف بفعل ظهور عملية جديدة، لكن في عالم الأعمال المعاصر يمكن القول بأن المؤسسة المحتكرة المتمتعة بسلطة السوق العالية هي في صورة عابرة لأنها مهددة باحتمال ظهور منافسين، نظراً للانتشار السريع الذي يعرفه الإبداع التكنولوجي، فالمؤسسة لا يمكنها الاحتفاظ لفترة طويلة باحتكارها للسوق وعليه يتحتم على المؤسسة المحتكرة الاستثمار المتواصل في التكنولوجيا والخدمات والبحث والتطوير، من أجل وضع حواجز تمنع دخول منافسين جدد المتأثرين بالفرص المتوفرة في هذا السوق وجاذبيته الكبيرة.

¹ واضح فواز، محاضرات في الاقتصاد الجزئي، مطبوعة محاضرات، المركز الجامعي ميلة، 2017، ص 87.

² - BERTRAND NEZEYS, la compétitivité internationale, Economica, paris, 1993.

يمكن أن تنشأ الاحتكارات من قبل الحكومة، أو تتشكل بشكل طبيعي، أو تتشكل عن طريق التكامل (الدمج) في العديد من الدول، تقيد قوانين المنافسة الاحتكارات بسبب مخاوف الحكومة من الآثار السلبية المحتملة. غالباً لا يكون غير قانوني في حد ذاته الاحتفاظ بمركز مهيمن أو احتكار في السوق، ومع ذلك يمكن اعتبار تصرفات معينة من السلوك مسيئة عندما تكون الكيانات التجارية محتكرة وبالتالي يتم فرض عقوبات قانونية.

على النقيض من ذلك، فإن الاحتكار الذي تمنحه الحكومة أو الاحتكار القانوني الذي تمت الموافقة عليه من قبل الدولة، غالباً يكون لتوفير حافز للاستثمار في مشروع محفوف بالمخاطر أو إثراء مجموعة من المصالح المحلية للدولة أو لإقليم معين. تُستخدم براءات الاختراع وحقوق النشر والعلامات التجارية أحياناً كأمثلة للاحتكارات الممنوحة من الحكومة، وقد تحتفظ الحكومة أيضاً بالمشروع لنفسها، وبالتالي تشكل احتكاراً حكومياً، على سبيل المثال مع شركة مملوكة للدولة. قد تحدث الاحتكارات بشكل طبيعي بسبب المنافسة المحدودة لأن الصناعة كثيفة الموارد وتتطلب تكاليف كبيرة لتشغيلها.

إن التوازن في سوق الاحتكار التام يتحقق عند أكبر ربح ممكن وذلك في ضوء السمات التي يتسم بها سوق الاحتكار التام وهي:

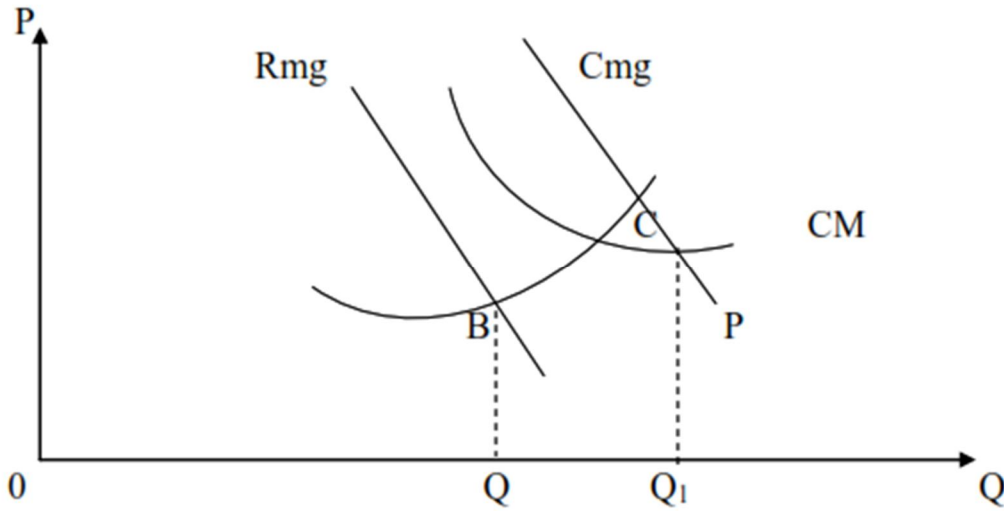
- 1- إن منحى طلب المحتكر هو ذاته منحى طلب السوق، لأن المحتكر والسوق واحد.
- 2- يتناقص السعر الذي يتقاضاه المحتكر كلما زادت الكمية التي يرغب في بيعها.

هذا يعني أن إيراد الوحدة الإضافية Rmg التي يكون سعرها أقل من الوحدة السابقة إذن

$$P=RM < Rmg$$

إن توازن المحتكر تتحقق عند أكبر ربح ممكن عندما تكون زيادة الإيراد الكلي أكبر من التكاليف الكلية، علماً لأن الإيراد الكلي لا يزيد بمعدل ثابت بل بمعدل متناقص بسبب ضرورة خفض السعر عند تحقيق إنتاج أكبر كما في الشكل التالي:

الشكل رقم 06: منحنى التكاليف الحدية و الإيراد الحدي في سوق الاحتكار التام



المصدر: فليح حسن، مرجع سابق، ص 321.

إن المنتج يحقق ربحاً قبل Q لأن الإيراد الحدي أكبر من التكاليف الحدية، أي أن كل وحدة إضافية منتجة تضيف إلى الإيراد الكلي أكثر مما يتحمله المنتج من تكاليف إذن يستمر في الإنتاج طالما يحقق ربحاً من كل وحدة إضافية منتجة. إن الإنتاج عند المستوى Q يحقق المنتج أكبر ربح ممكن بتساوي الإيراد الحدي والتكاليف الحدية وبذلك يتحقق التوازن في المدى القصير، وهو الأمر الذي ينطبق على كافة الأسواق. بما أن الإيراد الحدي يكون أقل من الإيراد المتوسط فإن مستوى الإنتاج الذي يتحقق عند أقصى ربح يكون أقل من الأسواق الأخرى وبمستوى سعر أعلى.¹

و الجدول التالي يلخص كافة أشكال المنافسة و الخصائص التي تميز كل واحدة:

¹ كرزابي زوليخة سامية، نظرية الألعاب الاستراتيجية كطريقة مساعدة على اتخاذ القرارات دراسة حالة احتكار القلة لمؤسسة صناعة الأجور "نافنة" بولاية تلمسان، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، 2011، ص 71.

الجدول رقم 01: خصائص مختلف أشكال المنافسة

البيان	المنافسة الكاملة	احتكار القلة	المنافسة الاحتكارية	الاحتكار الكامل
هل السلع المنتجة شركة معينة فريدة	لا	لا	إلى حد ما	فريدة تماما
عدد المتنافسين	كثير	قليل	قليل أو كثير	لا توجد منافسة
حجم المتنافسين	صغير	كبير	صغير أو كبير	لا توجد منافسة
مرونة الطلب للبضاعة	مرن تماما	مرن وغير مرن	قد يكون مرنا أو غير مرن	قد يكون مرن أو غير مرن
مرونة الطلب للصناعة	قد يكون مرن أو غير مرن	غير مرن	قد يكون مرن أو غير مرن	قد يكون مرن أو غير مرن
سيطرة المؤسسة على الأسعار	لا توجد	بعض السيطرة	بعض السيطرة	سيطرة كاملة

المصدر: د. محمد صادق بازرعة، إدارة التسويق، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص: 61.

المحور الثاني :

المفاهيم التفصيلية لقانون

المنافسة

مقدمة:

لقد تم اصدار قانون المنافسة الجزائري تحت تأثير مختلف العوامل و المتغيرات التي مر بها الاقتصاد الجزائري، و السعي المتواصل لمحاولة الاندماج في الاقتصاد العالمي و الانضمام الى مختلف الهيئات العالمية، و التي تهدف الى إرساء قواعد نظام اقتصادي عالمي يقوم على تحرير المبادرات الفردية وإعطاء حركة كبيرة للمؤسسات و الأسواق، و الذي يفرض الزامية تشجيع و تدعيم المنافسة الحرة كشرط أساسي لتطوير تنافسية الاقتصاد بصفة العامة، وإعطاء حرية أكبر للمؤسسات لاختراق الأسواق العالمية و تحقيق المزايا التنافسية التي يستفيد منها المستهلك و الدولة مع بعض، حيث اعتبرها القانون الأمريكي شرط أساسي للتقدم الاقتصادي، أما القانون الأوروبي فهو يعتبرها وسيلة تضمن التوازن و التقدم الاقتصاديين.¹

لقد أقرت التشريعات الغربية بحماية موضوعية للمستهلك في عقد الاستهلاك، وهذا نظرا لأنه يظهر في صورة المتعاقد الضعيف الذي كثيرا من الأحيان ما يذعن لإرادة العون الاقتصادي، فأقرت بحمايته بموجب قانون ينظم المسائل المتعلقة بالاستهلاك، وهذا وفقا لما يسمى بقانون الاستهلاك أو قانون المستهلك، غير أنه وتدعيما لهذه الحماية، أقرت التشريعات بحماية إضافية لا تقل أهمية عن الحماية الأولى، لكن هذه المرة جاءت بموجب قانون يفترض فيه تنظيمه للعون الاقتصادي أو المهني وليس له علاقة بالمستهلك، وهو قانون المنافسة، فلقد كان لقانون المنافسة دور في تنظيم الحياة الاقتصادية للأعوان الاقتصاديين، وهذا من خلال ضبطه لمعايير والشروط التي تقوم عليها المنافسة، حيث يلعب هذا القانون دور في حماية المستهلك وخاصة في مجال مكافحة الشروط التعسفية.²

يعتبر قانون المنافسة من بين الأليات القانونية التي تنظم وتحمي المنافسة بذاتها بهدف تنمية الاقتصاد الوطني وتحقيق التقدم فالمنافسة هي الديمقراطية الاقتصادية، وتهدف الدول إلى وضع تشريعات مستقلة لتنظيم الإطار الذي يجب أن تتم فيه سواء على المستوى الجماعي أو الفردي، وتعتبر هذه التشريعات من بين الضمانات التي تكفل أداء المنافسة لدورها الفعال في التطور

¹ والي نادية، محاضرات في قانون المنافسة، مطبوعة محاضرات، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، 2019، ص09.

² طيطوس فتحي، فعالية قانون المنافسة في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية، المجلد 03، العدد 01، المركز الجامعي أفلو، 2020، ص 02.

الاقتصادي، بدلا من أن يساء استخدامها في تحقيق مآرب شخصية فتلحق أضرار جسيمة بالاقتصاد الوطني، وعليه فقانون المنافسة هو الذي يحدد ويبين الأطر التي يتم من خلالها ممارسة المنافسة ويمنع بعض الممارسات المنافسة لها.¹

المطلب الأول: مفهوم و خصائص قانون المنافسة

تتطلب عملية الانتقال من الاقتصاد الموجه الى اقتصاد السوق ضرورة ترسيخ حرية المنافسة و حمايتها من جميع الممارسات التي يمكن أن تضر بعوامل السوق و المستهلك، حيث أصدر المشرع الجزائري قانون خاص يكرس المنافسة الحرة معززا بتكريس دستوري لها، حيث يهدف الى حماية جميع الفاعلين الاقتصاديين في السوق، و يضمن جميع حقوق كل واحد فيه.

أولا: تعريف قانون المنافسة

لقد وجدت عدة اتجاهات تعطي العديد من التعريفات الى قانون المنافسة، لعل أهمها من يقسم هذا التعريف الى:

التعريف الضيق لقانون المنافسة: حيث يعرف وفق هذا التوجه على أنه " هو مجموعة القواعد التي تهدف إلى ضمان ضبط السوق، وهذا ما يتعلق بمراقبة الاتفاقات والتعسف في وضعية الهيمنة والتركيز الاقتصادي وكذلك دعم الدولة ومنع الاحتكار"، وبذلك يصبح قانون لضبط السوق له طابع إداري وبالتالي اعتبر هذا التعريف ضيق، وهناك من عرفه على أنه "مجموعة القواعد التي يمكنها التأثير على المنافسة من خلال ظهور قواعد للممارسات المقيدة للمنافسة التي تحظر التمييز إعادة البيع بخسارة، الأسعار المفروضة، بحيث تستمد هذه الممارسات قواعدها من قانون العقود".²

يعد قانون المنافسة مجموعة القواعد التي تحكم وتنظم عملية التنافس بين المؤسسات الاقتصادية في عملية البحث والاحتفاظ بالعملاء أو الزبائن، حيث يعد آلية من الآليات التي يقتضيها ترسيخ الدعامة الأساسية للعولمة.³

¹ باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة الفكر، المجلد 10، العدد 01، جامعة بسكرة، 2015، ص 336.

² ملخص محاضرات قانون المنافسة، جامعة الجلفة، <http://elearning.univ-djelfa.dz/mod/resource/view.php?id=19591>، تاريخ الاطلاع: 15 - 08 - 2021

³ شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012، ص 11.

تسمح قواعد قانون المنافسة، للمستهلك بالحصول على أحسن الخيارات سواء بين المواد والخدمات أو بين الأسعار التنافسية، لكنه ولشدة المنافسة ورغبة المؤسسات في جذب أكبر عدد من الزبائن، فإنه في الكثير من الأحيان يلجأ الأعوان الاقتصاديون إلى ارتكاب ممارسات يكون الغرض منها احتكار السوق باتباع عدة طرق على سبيل المثال: الاتفاقات المحظورة أو التعسف في وضعية الهيمنة أو انجاز عمليات تجميع اقتصادية مخالفة لقواعد قانون المنافسة حتى وإن كان ذلك على حساب مصلحة المستهلكين.¹

التعريف الموسع لقانون المنافسة: يعد قانون المنافسة أحد أهم الآليات القانونية المستقرة في الأنظمة القانونية التي تأخذ بمبدأ حرية التجارة، حيث ترتبط المنافسة ارتباطاً وثيقاً بحرية التجارة والصناعة في ظل تكريس حرية المنافسة، ومنع كل أشكال الاحتكار والقيود التي تعيق ممارسة الأنشطة الاقتصادية بكل حرية، حيث تعد حرية المنافسة من سمات النظام الليبرالي الذي يقوم على حرية التجارة والصناعة، بمعنى حرية المؤسسات في ممارسة أنواع التجارة والصناعة دون قيد عليها.²

قانون المنافسة هو مجموعة القواعد التي تضمن مراقبة أفعال أو ممارسات المتعاملين الاقتصاديين والتي تتضمن قواعد جزائية وقواعد مدنية كقواعد المسؤولية وكذلك المنافسة غير النزيهة. ومنه يمكن الخروج بتعريف بسيط جامع مانع لقانون المنافسة "مجموعة من القواعد القانونية الموضوعية من قبل السلطة العامة قصد تنظيم الحياة الاقتصادية من خلال الأنشطة الممارسة من قبل الأعوان الاقتصادية في إطار البحث والمحافظة على الزبائن" وبالتالي يعكس قانون المنافسة فلسفة الدولة المنتهجة في مجال المنافسة من خلال المبادئ التي تركز عليها والأهداف التي يسعى المشرع إلى تحقيقها والأحكام التي يتضمنها إضافة إلى الهيئات المنوطة به.³

¹ جلال مسعد، مكانة المستهلك في ظل قانون المنافسة الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 11، العدد 03، جامعة الوادي، 2020، ص 202.

² جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، ص 02.

³ درماش بن عزوز، محاضرات قانون المنافسة، مطبوعة محاضرات، جامعة الجلفة،

و ينظر الى قانون المنافسة على أنه كذلك مجموعة القواعد القانونية التي تتولى تدعيم وجود منافسة كافية وملائمة داخل السوق وتطبق على المؤسسات المتدخلة فيه، حيث يشمل قانون المنافسة كل القواعد القانونية التي يكون محلها المباشر المنافسة. فهو يشمل المفهوم الضيق لقانون المنافسة وكذلك نظرية المنافسة غير المشروعة والالتزامات التعاقدية بعدم المنافسة و المنافسة غير النزيهة.¹

ثانياً: خصائص قانون المنافسة

و يتميز قانون المنافسة بالخصائص التالية:

- ◀ يعتبر قانون المنافسة أحد مظاهر تدعيم مبادئ الحرية في اقتصاد السوق ، بما يفترض معه من ضمان الحرية التنافسية بين مختلف الأعوان الاقتصاديين، لكن هذا الوضع لا يتحقق في الواقع، إلا إذا كانت شروط المنافسة المثالية متاحة و مضمونة لجميع الأعوان الاقتصاديين داخل مختلف الأنشطة الاقتصادية ، لا سيما حرية الدخول للسوق ، ونزاهة و حرية الممارسة التجارية والصناعية ، وتمائل شروطها بين جميع الكيانات المتنافسة وهي الشروط تستدعي تدخل الدولة بغرض ضبط العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين المتنافسين من خلال وضع و سن أحكام قانونية و تشريعية تكون هدفها تحقيق المنافسة الحرة داخل الأسواق.
- ◀ قانون المنافسة ذو طبيعة مختلطة، فهو فرع من القانون الخاص لكونه ينظم العلاقات بين المؤسسات الاقتصادية الناشطة في السوق، كما أنه ينظم تدخل الدولة لضبط السوق.
- ◀ قانون المنافسة ذو طابع تقني الذي يظهر في ضرورة تحليل حجم الممارسات و أثارها الاقتصادية لتقدير إن كانت تؤثر على هيكل السوق و سيره العادي.
- ◀ يكرس قانون المنافسة الحريات الاقتصادية، فقد كرس قانون المنافسة مبدأ حرية التجارة والصناعة التي نضمتها المادة 43 من الدستور المعدل بالقانون 16-01 والتي تقضي حرية ممارسة النشاطات الاقتصادية مهما كانت طبيعة المتدخل.²

¹ زايدي امال، مرجع سابق، ص 45.

² درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 06.

◀ تتضمن أحكام قانون المنافسة في مضمونها إلى حماية المنافسة و ضمان ممارستها بشكل شفاف و مشروع في السوق، و على ذلك تبنى المشرع الجزائري مبدأ حظر الممارسات و اتفاقات الأعوان الاقتصاديين التي من شأنها تقييد المنافسة و عرقلتها إلا أنه لم يجعل من هذا المبدأ مبدأ مطلقاً بل رسم حدوداً له و جعل تطبيقه نسبياً، بحيث سمح بالترخيص بتلك الممارسات و الاتفاقات في ظروف معينة و بشروط محددة تحقيقاً للمصلحة العامة و الأجر بالحماية.¹

◀ يعمل على المحافظة على النظام العام الاقتصادي، حيث أنه من المتفق عليه أن النظام العام من حيث مجاله ينقسم إلى نظام عام سياسي ونظام عام اقتصادي، هذا الأخير يتفرع من حيث وظيفته إلى نظام عام اقتصادي توجيهي *Ordre public économique de direction* يتولى تنظيم الاقتصاد، ونظام عام اقتصادي حمائي *Ordre public économique de protection* وهو ما يسمى أيضاً بالنظام العام الاجتماعي، والذي يهدف إلى حماية الطرف الضعيف اجتماعياً واقتصادياً، ومن خلال قانون المنافسة بما يتضمنه من أحكام يمكن حماية مصالح المستهلك بطريقة غير مباشرة إضافة إلى أن مصالحه تحمي أساساً أولاً من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش، هذا وأن قواعد قانون المنافسة تعتبر من النظام العام، واعتبر بعض المختصون أن النظام العام الاقتصادي في مجال المنافسة له طابع خاص بحيث أصبح نظام عام تنظيمي أو نظام عام مختلط، لأنه يجمع بين حماية فئة من المتعاملين وحماية القواعد التي تحكم العلاقات الاقتصادية.²

◀ للمحافظة على المنافسة في السوق وحماية المتدخلين فيه وبصفة أدق إلى حماية مبادئ الاقتصاد الحر المبني على حرية التجارة والصناعة والاستثمار، وما تتضمنه من مبدأ حرية المنافسة الذي يضمن بدوره تحقيق الفعالية الاقتصادية، و توسيع دائرة النشاطات الاقتصادية التي تندرج داخله ما دامت تمارس نشاطاً اقتصادياً بصفة دائمة.³

¹ دمانة محمد، تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفقاً للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، العدد 02، جامعة عمار ثلجي الاغواط، 2015، ص 56.

² درموش بن عزرز، مرجع سابق، ص 07.

³ عزرز كريمة، مفهوم المؤسسة و معايير تكييفها ضمن قانون المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 32، العدد 02، جامعة منتوري قسنطينة، 2021، ص 50.

ثالثاً: أهداف قانون المنافسة

لا يتوقف قانون المنافسة عند غايته الأصلية في حماية المنافسة داخل السوق، و إنما يمتد أثره إلى حماية الكيانات الاقتصادية المتنافسة، و حماية المستهلك، و يهدف الى ما يلي:¹

• حماية المنافسة:

تظهر أهمية قانون المنافسة في حماية مبدأ المنافسة الحرة في ذاته، بما يستتبعه ذلك من حماية السوق باعتباره مجال هذه المنافسة، و تظهر هذه الحماية من خلال حظر الممارسات المقيدة للمنافسة و المتضمنة في الفصل الثاني من القانون 03/03، حيث أن الحظر وارد على هذه الممارسات بغض النظر عن آثارها الفعلية على السوق، و هو الأمر الذي يمكن استخلاصه من نص المادة 6 من قانون المنافسة: "تحظر الممارسات و الأعمال المدبرة ز الاتفاقيات و الاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه".

• حماية المتنافسين:

تتحقق من خلال حماية المشرع لمبدأ المنافسة الحرة حماية الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، لاسيما أمام بعض التصرفات التي حظرها المشرع، و يدخل في هذا الإطار حظر التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية، مثلما ورد النص عليها بمقتضى المادة 7 من قانون المنافسة، و التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية و التي قد تأخذ العديد من الأشكال أوردتها المادة 11 من قانون المنافسة، و تتمثل على الخصوص في رفض البيع بدون مبرر شرعي، البيع المتلازم أو التمييزي، البيع المشروط باقتناء كمية دنيا، الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، و قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة .

¹ يوسف معلم، تأثيرات الوسائل الحديثة للإعلان التجاري و سلبية الدولة في التعامل معها، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، العدد 07، جامعة منتوري قسنطينة، 2019، ص 60.

• حماية المستهلك:

إن المشرع الجزائري خلال مراحل تطوره في مجال ضمان حماية المستهلك واكب كغيره تطور حركة حماية المستهلك في العالم خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي الذي تبنته الجزائر، وصدور أول نص قانون خاص بحماية المستهلك حيث كانت هذه الحماية في ظل الاقتصاد الموجه مقتصرة على بعض المواد ضمن القانون المدني ولم يكن لمصطلح المستهلك وجود في هذه المواد بل كان مصطلح المشتري هو السائد، ونبتت بالتفصيل مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري في المرحلة السابقة على صدور أول قانون مستقل خاص بحماية المستهلك ثم نتناول مفهومه من خلال النصوص الجديدة.¹

يختلف قانون المنافسة عن قانون حماية المستهلك في مجال أعمال كليهما، حيث يتحدد مجال قانون المنافسة في ضبط العلاقات فيما بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، أما قانون حماية المستهلك فيضبط علاقات المحترفين بالمستهلكين، غير أن حماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق قد تستتبع بالضرورة حماية المستهلك، و يتضح ذلك من خلال حظر عمليات الاحتكار بهدف رفع الأسعار، و البيع بخسارة التي قد تعرقل لعبة المنافسة، و بما قد يؤدي إلى انسحاب الأعوان الاقتصاديين الأقل قدرة اقتصادية، و بالتالي هيمنة الأعوان الاقتصاديين الأكثر قدرة على السوق، بما يستتبع ذلك من معاودة ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر اقتصاديا.

إن الحماية في العملية الاستهلاكية تأتي لمعالجة ضعف المستهلك وتوفير أوضاعه، فالمستهلك منذ القديم كان عرضة لأخطار الغش في السلع بالرغم من النطاق الضيق لاحتياجاته الحياتية وتعاملاته الاستهلاكية، حيث إن فكرة تعرض المستهلك لإخطار الغش واردة حتما ومسلم بها وعلى هذا فان حماية المستهلك بمنظور المعطيات الحديثة المتعمقة بالعملية الاستهلاكية يقصد بها رعاية المستهلك في الحصول على ما يلزمه من مواد وخدمات يطلبها لاستقراره المعيشي

¹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة 1، 2014، ص 37.

والحياة في المجتمع، وذلك بأسعار معقولة كل الأوقات وتحت كافة الظروف مع دفع أي أضرار و عوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه وتظليله.¹

المطلب الثاني: نشأة و تطور قانون المنافسة

لقد تطور قانون المنافسة مع مختلف التحولات التي تشهدها البيئة الاقتصادية على مختلف الأصعدة سواء كانت محلية أو دولية، حيث سنتطرق الى أهم المحطات التاريخية التي ساهمت في ظهور و نشأة قانون المنافسة، و هي:²

أولاً: نشأة قانون المنافسة في التشريعات الغربية

صدر أول تشريع متعلق بالمنافسة في الولايات المتحدة الأمريكية مع نهاية القرن 19، بعد اتساع حركة التركيز الاقتصادي، وبروز فكرة التكتلات الاقتصادية، إذ أصبحت قوة لها وزنها ونفوذها لها تأثير في صناعة القرار السياسي، فتم إصدار قانون شارمن سنة 1890 من اجل منع الاتفاقيات المحظورة والاحتكار³، عن طريق انشاء أجهزة متخصصة في مكافحتها، فظهرت لأول مرة سلطة إدارية مستقلة، وإن كان لها تسميات مختلفة، حيث أطلق عليها اسم الوكالة المستقلة او لجان الضبط المستقلة في سنة 1889، مع انشاء الكونغرس أول لجنة مستقلة، وذلك رغبة منه في فصل هذه الهيئة عن دائرة الداخلية ، حيث كانت بوارد صدور قوانين تحظر الاحتكار، حيث صدر قانون حظر التجمعات الاحتكارية، ثم صدر بعد ذلك قانون كلايثون سنة 1914، في نفس السنة صدر قانون التجارة الفيدرالية، تضمن وضع حد للممارسات المنافية وتوقيع العقاب عليها، تصدى هذا القانون للشركات الاقتصادية الكبرى، حيث قام بتفكيكها نظرا لثبوت قيامها بإساءة استخدام سلطتها الاقتصادية.

إحكام الولايات المتحدة الأمريكية لنظامها الاقتصادي بضوابط متينة تحمي المنافسة الحرة وتمنع كل أشكال وصور الاحتكار، وعدم اكتفائها بقانون واحد، حيث دفع الدول الأوروبية هي الأخرى التي تبنت حرية المنافسة، حيث استوحيت الفكرة من النمط الأمريكي، وإن كانت

¹ عاشور نصر الدين، ضمانات حماية المستهلك بموجب قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، جامعة بسكرة، 2017، ص 248.

² والي نادية، مرجع سابق، ص 18.

³ بن حملة سامي، قانون المنافسة، نوميديا للطباعة و النشر و التوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016، ص 26.

متأخرة كثيرا عليه، إذ يعد صدور قانون المنافسة أكثر حداثة مما هو عليه الحال في الولايات المتحدة الأمريكية.

عرفت المنافسة الحرة في فرنسا، في زمن مبكر كانعكاس مباشر لمبادئ الثورة الفرنسية فصدرت قوانين تلزم التجار باحترام قواعد المنافسة، وتحظر الاتفاقات المنافية لها، لكن هذا المكسب الهام سرعان ما تراجع بعد الأزمة النقدية لسنة 1929، وعودة تدخل الدولة في الأنشطة الاقتصادية وتم تأميم الشركات، وتدخلت الحكومة في تحديد الأسعار، فتقلصت المنافسة الحرة، وأحكمت الحكومة سيطرتها وهيمنتها على السوق.

الأمر لم يصمد طويلا على حاله، سرعان ما صدرت قوانين تحمي المنافسة، منها المرسوم الصادر في 24 جوان 1958 الذي يعاقب على رفض البيع لأول مرة، والممارسات التمييزية بين العملاء وحظر الاتفاقات، وتكليف جهاز بتطبيق هذه النصوص وهي اللجنة التقنية للاتفاقات، غير انه ما يعاب عليها منحها الاختصاص الاستشاري فقط مما يقلل من فعاليتها، لكن بصدور قانون 19 جويلية 1977، حلت لجنة المنافسة محل اللجنة التقنية للاتفاقيات، مع تميزها عنها بتمتعها بالاستقلالية في ممارسة صلاحياتها، ليصدر بعد ذلك قانون المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة لسنة 1986، الذي يعكس بصورة صريحة تكريس فرنسا للمنافسة الحرة كمبدأ أساسي لتنظيم الحياة الاقتصادية، وتحول دور الدولة في ممارسة الضبط والمحافظة على السير الحسن للمنافسة في السوق، كما أدخل على قانون المنافسة الفرنسي تعديلات سنة 2004، وتعديل في سنة 2008 المتعلق بتحديث الاقتصاد حيث أنشأ سلطة المنافسة محل مجلس المنافسة، كما عرف قانون المنافسة الفرنسي عدة تعديلات عليها.

ثانيا: نشأة و تطور قانون المنافسة في بعض الدول العربية

عرفت بعض الدول العربية عدة تحولات اقتصادية بفعل الانفتاح الاقتصادي، لاسيما تلك المطلة على بحر الأبيض المتوسط والمتأثرة بالتشريعات الأوروبية في إطار الشراكة، وعلى سبيل المثال قام المشرع التونسي سنة 1995 بسن قانون المنافسة والذي تم تعديله سنة 2015. من جهة أخرى سن المشرع المغربي قانون المنافسة بموجب القانون رقم 06--99 المتعلق

بحرية الأسعار والمنافسة المعدل والمتمم، كما وضع المشرع المصري سياسة تشريعية لحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية سنة 2005 بموجب القانون رقم 03-2005.

كما قامت الأردن بإدخال تعديلات جوهرية على القوانين الاقتصادية، قصد تحسين القدرة الشرائية، وترسيخ الحريات الاقتصادية وبعد محاولات تقييم مشاريع قوانين منع الاحتكار، توج الأمر بصدور أول قانون مؤقت للمنافسة سنة 2002، ليحل محله قانون المنافسة رقم 33 لسنة 2004، انتهاج مصر لسياسة التحرير الاقتصادي، وفتح أسواقها أمام الشركات الأجنبية، وتشجيعها للاستثمارات الأجنبية، دفعها لإصدار قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية سنة 2005¹.

ثالثاً: نشأة و تطور قانون المنافسة في الجزائر

عرفت العشرية الأخيرة من القرن الماضي جملة من التحولات الاقتصادية التي مست الجزائر حيث انتقلت هذه الأخيرة من الاقتصاد الموجه الى الاقتصاد الحر، أي الانتقال من صفة الدولة المتدخل إلى الدولة الضابطة بداية من دستور 1989 ووصولاً إلى دستور 1996.

هذه التحولات الاقتصادية التي صاحبها إصلاحات شاملة أدت إلى بروز فرع جديد من فروع القانون في الجزائر، ألا وهو قانون المنافسة الذي تضمنه الأمر رقم 95/06 المؤرخ في جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة (ملغى)، والذي جاء لوضع قواعد وأسس قانون المنافسة بدل التشريع القديم المتعلق بالأسعار، حيث نصت المادة الأولى منه على تنظيم وترقية المنافسة الحرة، كما تبرز أهمية هذا القانون في كونه يعتبر اللبنة الأساسية في الانتقال من نظام يركز على الاقتصاد الموجه إلى نظام اقتصاد السوق تسود فيه حرية المبادرة الخاصة، إذ يعد من النصوص الرسمية التي اعترفت ضمناً بمبدأ حرية المبادرة قبل أن يكرسها دستور 16 نوفمبر 1996 بصفة صريحة في المادة 37 التي تنص على أن: " حرية التجارة والصناعة مضمونه وتمارس في إطار القانوني، إلا أن مفهوم اقتصاد السوق لا يعني غياب السلطات العمومية، بالعكس عليها أن تستمر على السير الحسن للسوق عن طريق حماية قواعد المنافسة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين، وحفاظاً على المنافسة الحرة وترقيتها في إطار اقتصاد السوق،

¹ والي نادية، مرجع سابق، ص 20.

استحدثت لأول مرة مجلس المنافسة سنة 1995 في ظل الأمر 95/06 ، الذي يعتبر الإطار التنظيمي والمرجعي المتعلق بالمنافسة والهادف إلى حمايتها وتطويرها عن طريق انشاء مجلس المنافسة. إن إلغاء الأمر السابق وتعويضه بالأمر 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، كان الهدف منه معالجة النقائص في القانون القديم، حيث يلاحظ أن المشرع الجزائري فصل بمقتضى هذا القانون بين الممارسات التجارية التي أفرد لها قانونا خاصة يتمثل في القانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ومجلس المنافسة، حيث جاء هذا القانون بقواعد لتزيد من الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف العمل معيشية الفرد وترفع من القدرة الإنتاجية للمؤسسات، وتحمي المستهلك من تواطئ الأعوان الاقتصاديين.

وكان الهدف من وضع هذا النص الجديد هو توسيع الطابع التنافسي للأسواق والأنشطة الاقتصادية، عن طريق تدعيم القواعد الهادفة إلى تصحيح الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة، وخلافا للقانون السابق ، فان الأمر 03/03 جعل المشرع مجلس المنافسة سلطة إدارية تنشأ لدى رئيس الحكومة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي مع الاعتراف له بممارسة السلطة القمعية لضبط ميدان المنافسة.¹

المطلب الثالث: مصادر قانون المنافسة

يستمد قانون المنافسة مصادره من العناصر الآتية:

أولاً: مبادئ الدستور: يعتبر الدستور المصدر الأول للقوانين و التشريعات، حيث تستمد قانون المنافسة منه كغيره من القوانين الأخرى، حيث جاء نص المادة 43 من التعديل الدستوري لسنة 2016 " حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون، تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال وتشجع على ازدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية، تكفل الدولة ضبط السوق ويحمي القانون حقوق المستهلكين، يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة".

¹ مولاي مرزوق، نشأة مجلس المنافسة في التشريعات المقارنة و التشريع الجزائري، مجلة الحقوق و الحريات، العدد 02، جامعة بسكرة، 2014، ص 25.

حيث جاء ليكرس حرية الاستثمار والتجارة امتدادا للمادة 37 من دستور 1996، لكن مع إعادة صياغة المفردات كانت بتعويض مصطلح الصناعة بمصطلح الاستثمار، على اعتبار شمولية التجارة بمفهومها العام للصناعة، وبعض الإضافة للقيود الواردة عنها تتعلق بضوابط عامة لممارسة التجارة والاستثمار يحكمها الإطار القانوني بوجه عام فضلا عن التشديد على مبدأ المساواة، ومن مقتضيات حفظ النظام العام الاقتصادي تم إحداث قيدي مراعاة حقوق المستهلكين من جهة، وكذا احترام تشريع المنافسة، كما يجدر الارتقاء بحقوق بعض الفئات الأخرى التي تتأثر في الإمعان بتكريس الحرية الاقتصادية على غرار فئة العمال، ومهما يكن من أمر فإنه ثمة ضرورة للموازنة بين الحرية في ممارسة النشاط الاقتصادي دعما لاقتصاد قوي متنوع من جهة، ومراعاة للضوابط والقيود التي كرسها وأضافها التعديل الدستوري الأخير.¹

ثانيا: الاتفاقيات الدولية

يقصد بالمصادر الدولية في هذا الخصوص الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بمجال الأعمال عموما لاسيما اتفاقيات الشراكة، و الأسواق المشتركة، و تعد الاتفاقيات الدولية مصدر مهما لقانون المنافسة الجزائري على اعتبار أن الجزائر ساهمت في إنشاء عدة تكتلات اقتصادية أهمها الشراكة الأورو متوسطية بين دول حوض المتوسط في إطار مسار برشلونة 1955 التي تهدف الى خلق مجال تجاري حر في المنطقة، وفي هذا الشأن تنبغي الإشارة إلى أهمية الاتفاقية المتوسطية المنشئة للشراكة الجزائرية الأوروبية الموقعة بفالنسيا بتاريخ 22 أبريل 2002، المصادق عليها من طرف الجزائر بتاريخ 27 أبريل 2005، والتي تم بموجبها إنشاء منطقة تبادل حر بين الجزائر والمجموعة الأوروبية، بما يعنيه ذلك من اندماج السوق الجزائري باعتباره فضاء للمنافسة - ضمن السوق الأوروبي ، و الأمر ذاته بالنسبة الى السوق العربية المشتركة²، الأمر الذي جعل العديد من الدول تبرم الكثير من الاتفاقيات الدولية في هذا المجال و الأحكام التي جاءت بها في هذا الشأن لتنظيم المنافسة و إرساء أحكامها.³

¹ زبيري بن قويدر، قراءة في نص المادة 43 من التعديل الدستوري الجزائري لسنة 2016، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 01، جامعة البويرة، 2019، ص 24.

² درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 10.

³ بن لعامر وليد، فعالية الاتفاقيات الدولية في إرساء و تفعيل قواعد الملكية الفكرية الصناعية، مجلة البحوث القانونية و السياسية، المجلد 02، العدد 12، جامعة طاهر مولاي سعيدة، 2019، ص 105.

ثالثا: التشريع

يعتبر قانون 89-12 المتعلق بالأسعار الذي يعتبر بادرة لتنظيم السوق، وقاعدة لتنظيم المنافسة داخل السوق، ولقد حوي من بين نصوصه جملة من الأحكام المتعلقة بالمنافسة، كالممارسات المقيدة للمنافسة، والأسعار، والهيمنة الاقتصادية، وهو اللبنة الأولى لتشكيل قانون المنافسة والذي جسد التحول من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق من خلال تحرير الأسعار ثم الأمر 95-06 الذي حل محله الأمر 03-03 الجزائر على غرار معظم الدول قامت بتنظيم المنافسة، وتسعى من خلال هذا الأمر إضافة إلى ما سبق ذكره -حماية المنافسة، إلى دفع وثيرة النمو الاقتصادي من جهة وتحسين ظروف معيشة المستهلكين من جهة أخرى، وذلك من خلال ما تضمنه من أحكام تنظم السوق وتضبط سلوك الأعوان الاقتصاديين، حيث نصت المادة الأولى من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة على أنه " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين،¹ وقد صدرت هذه النصوص في شكل أوامر، وبالموازاة مع هذه النصوص فقد تم إصدار الكثير من النصوص التطبيقية في مجال المنافسة.

رابعا: اجتهادات سلطات تنظيم المنافسة

يمكن أن تلعب اجتهادات السلطات المسؤولة عن تنظيم و مراقبة المنافسة دورا كبيرا كأحد المصادر المهمة لقانون المنافسة، في أوروبا و فرنسا لعبت القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة دورا كبيرا في إرساء قواعد قانون المنافسة وتوضيحها وكذلك تطورها، حيث ساهمت بالكثير في إبراز مختلف المفاهيم ونطاق التطبيق مختلف القواعد، إضافة إلى دورها في الاستشارة.

¹ بدوي عبد الجليل، نطاق تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص وفقا للأمر 03-03 المعدل و المتمم المتعلق بالمنافسة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 11، المركز الجامعي البيض، 2020، ص 49.

خامسا: الاجتهاد القضائي:

بالرغم من غيابه في الجزائر فلقد لعب دورا كبيرا في أوروبا وعموما وفرنسا خصوصا في خلق وتفسير قواعد قانون المنافسة، سواء ما تعلق بالمنازعات أو في إطار الدور الرقابي.¹

المطلب الرابع: علاقة قانون المنافسة بباقي القوانين الاخرى

يتداخل و يتكامل قانون المنافسة مع العديد من القوانين التي تتقاطع معه في تحديد المفاهيم و القضايا، من أهمها:²

أولا: علاقة قانون المنافسة بالقانون المدني : بالرغم من حداثة قانون المنافسة إلا أنه يستمد أغلب قواعده من القانون المدني والذي يعتبر الشريعة العامة لكل التصرفات القانونية، بحيث تضمن قانون المنافسة أحكام تتعلق بالعقود والبطلان وكذلك أحكام المسؤولية المدنية.

ثانيا: علاقة قانون المنافسة بالقانون التجاري: يتضمن القانون التجاري الأحكام التي تتعلق بالحياة التجارية من شركات وأعمال تجارية وعقود تجارية والمحل التجاري، ومثال ذلك صور الاندماج بين الشركات التي تعد كعمليات تركيز من منظور قانون المنافسة، وبالنسبة للعقود نجد عقد التوزيع الذي يحتل مجالا كبيرا ضمن قانون المنافسة ومثال ذلك عقد الامتياز التجاري.

ثالثا: علاقة قانون المنافسة بالقانون المتعلق بالممارسات التجارية : يشكل القانون 04-02 امتداد للأمر 03-03 الذي يعتبر المصدر الأساسي لقانون المنافسة وأساسه على اعتبار أن قواعده تتعلق بحماية السوق و مبدأ حرية المنافسة.

رابعا: علاقة قانون المنافسة بقانون حماية المستهلك: يختلف قانون المنافسة عن قانون حماية المستهلك في مجال أعمال كليهما، حيث يتحرر مجال قانون المنافسة في ضبط العلاقات فيما بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، أما قانون حماية المستهلك فيضبط علاقات المحترفين بالمستهلكين، غير أن حماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق قد تستجوب بالضرورة حماية المستهلك، ويتضح ذلك من خلال حظر عمليات الاحتكار بهدف رفع الأسعار والبيع بخسارة التي قد تعرقل المنافسة بما قد يؤدي إلى انسحاب الأعوان الاقتصاديين الأقل قدرة اقتصادية

¹ درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 11.

² نفس المرجع، ص 12.

وبالتالي هيمنة الأعوان الاقتصاديين الأكثر قدرة على السوق، بما يستتبعه ذلك من معاودة ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر اقتصاديا، وعليه فقانون المنافسة يوفر حماية غير مباشرة للمستهلك .

خامسا: علاقة قانون المنافسة بقانون الملكية الفكرية : ترتبط تشريعات الملكية الفكرية ارتباطا وثيقا بقانون المنافسة، على اعتبار أن حرية المنافسة تقتضي حرية الابتكار والإبداع غير أن هذه الأخيرة قد تتعارض مع متطلبات حماية المنافسة في السوق كون أن حرية الابتكار لها طابع شخصي وطابع استثنائي، ومثال ذلك ما نصت عليه المادة 49/2 من الأمر 03/07 بحيث يمكن لمجلس المنافسة أو القضاء حسب الحالة سحب استغلال البراءة في حالة مخالفة قواعد المنافسة الحرة هذا، وأقرت المادة 37 من نفس الأمر بطلان البنود التي تتضمنها عقود استغلال براءات الاختراع إذا شكلت ممارسات مقيدة للمنافسة.

المطلب الخامس: مجال و نطاق تطبيق قانون المنافسة

يبين القانون 08/12 الصادر بتاريخ 25/06/2008 المعدل والمتمم للأمر 03/03 الصادر بتاريخ 19/6/2003 المتعلق بالمنافسة نطاق تطبيق قانون المنافسة سواء من حيث الأشخاص أو النشاطات، ويوجد هناك إضافة بالمقارنة مع الأمر 03/03 ففيما يتعلق بالنشاطات أضاف عمليات الاستيراد والصفقات العمومية، وزيادة على ذلك فقد أضاف القانون 10/05 الصادر بتاريخ 25/08/2010 المعدل والمتمم للأمر 03/03 الصادر بتاريخ 19/6/2003 المتعلق بالمنافسة في المادة 2 نشاطات أخرى سوف نذكرها، لذا سنبين تطبيق القانون من حيث الأشخاص ثم مجال تطبيقه من حيث النشاطات.¹

أولا: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

تعد المؤسسة محورا أساسيا لتطبيق قانون المنافسة، و التي لها شكل مشروع اقتصادي بغض النظر عن شكله القانوني وطريقة تمويله، يكفيها ممارسة أنشطة اقتصادية فقط، وهذا ما أدى بالمشروع إلى إطلاق تسمية مؤسسة على شركات المدنية والتجارية، ليشمل المفهوم أيضا الجمعيات والتعاونيات والمهن الحرة، حيث يمكن القول في المسألة ارتباط مفهوم المؤسسة

¹ باطلي غنية، مرجع سابق، ص 336.

بالنشاط الممارسة له أكثر ما هو متعلق بالشكل القانوني المنشئ لها، وهو المفهوم الذي تبناه المشرع الجزائري من خلال نص المادة الثالثة من قانون المنافسة (الأمر 03-03) و التي تنص على " كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات " ، حيث يمكن حتى للشخص الطبيعي أن يشكل مؤسسة مثل الشخص المعنوي، ولا توجد أي أحكام في قانون المنافسة من شأنها أن تمنع الأشخاص المعنوية أو الطبيعية من الحصول على الاعتراف بصفة العارضين أو الطالب في سوق معينة، وبالتالي يدخل في قائمة المؤسسات، العيادة، شركات المحاماة ... إلخ، وبصفة عامة الأعضاء في المهن الحرة، والمهن المنظمة.¹

أورد المشرع الجزائري من خلال المادة الثانية من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة مجموعة النشاطات المشمولة بمقتضيات القانون، حيث نصت المادة على ما يلي " يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون، إذا كانت لا تندرج ضمن إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام." و عليه يكون النشاط الاقتصادي الصرف، سواء الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي هو العبرة عند تحديد مجال أعمال قانون المنافسة، بغض النظر عن طبيعة العون الاقتصادي الممارس لهذا النشاط، من حيث كونه شخصا خاصا أو عاما، فيما عدا الحالات التي يتدخل فيها هذا الأخير باعتباره سلطة عامة حسبما يتضح في قانون الصفقات العمومية في الكثير من الأحكام، كالامتيازات الممنوحة للمنتج الجزائري على حساب المنتجات الأجنبية، أو الشركات الجزائرية على حساب الشركات الأجنبية، و كذلك الأمر بالنسبة للاستثناءات المقررة قانونا لمصلحة دعم أسعار السلع للمنتجات واسعة الاستهلاك، أو التدابير المتضمنة تحديد هوامش الربح للسلع التي تعرف ارتفاعا مفرطا و غير مبرر لأسعارها مثلما ورد بمقتضى الفقرة الأولى من المادة 5 من قانون 03/03 المعدلة بمقتضى المادة 4 من قانون 05/10 حيث: "... يمكن أن تحدد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع و الخدمات أو تسقيفها أو

¹ والي نادية، مرجع سابق، ص 25.

التصديق عليها عن طريق التنظيم... " بما من شأنه أن يشكل استثناء عن مبدأ حرية الأسعار و المنافسة الحرة¹.

إن اصطلاح المؤسسة بمفهوم قانون المنافسة لا يمكن قصره على الأشخاص الطبيعية أو المعنوية الخاصة، بل يمتد إلى كل شخص يمارس نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات، حسب المفهوم الوارد في المادة 3 من قانون 03/03 متى ثبت قيامه بنشاط اقتصادي متمثل في منح سلعة أو تقديم خدمة داخل نطاق سوق معين، ما لم يتقرر ارتباط النشاط بمصلحة عامة، أو كان ضروريا لتحقيقها.

المخاطب الأساسي بقانون المنافسة هي المؤسسة المتدخلة في السوق إلا أن المشرع الجزائري خاطب في مواقع مختلفة الدولة ممثلة في وزارة التجارة باعتبارها المكلفة بتنظيم الأسواق و العلاقات داخلها، و كذلك الجماعات المحلية أحيانا عن طريق منحها حق إخطار و استشارة مجلس المنافسة و كذلك جمعيات حماية المستهلك منحت هذا الحق.

لقد أدرج تعديل قانون المنافسة لسنة 2010 من خلال نص المادة الثانية منه أشخاص عمومية ضمن مجال تطبيقه وذلك بنصه: «... وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية...»، وبالتالي لم يتم استبعاد أشخاص القانون العام، من مجال أحكام قانون المنافسة، وهو ما يترتب عليه التزام الدولة، والولايات والبلديات، والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري بالقانون في حال قيامها بالنشاطات المذكورة في نص المادة الثالثة من قانون المنافسة، وفي هذه الحالة تعتبر كمتدخل في السوق بتسليمه أحكام القانون، وهو ما يعكس ظهور تصور جديد بمفهوم المرفق العام الذي يعمل على تحقيق الموازنة بين متطلبات المرفق العام والمحافظة على المنافسة بإجراء مقارنة بسيطة بين نص المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ونص المادة 02 بعد التعديل بموجب قانون رقم 08-12 فإن النص الأول الذي كان على النحو التالي: «... إذا كانت لا تدرج ضمن إطار ممارسته صلاحيات السلطة العامة أو أداء المرفق العام»، في ظل هذا النص تم استبعاد تطبيق أحكام قانون المنافسة على الأشخاص العمومية في حال ممارستها لصلاحيات السلطة العمومية، لكن تم إدخال تعديل على نص المادة الثانية، بموجب

¹ معلم يوسف، مرجع سابق، ص 62.

تعديل 2008، وذلك بإحلال محل عبارة " ألا يندرج " لتحل محلها عبارة " ألا يعيق " حيث تم إدراج أشخاص القانون العام ضمن نطاق قانون المنافسة مع شرط عدم إعاقة ممارسة السلطة العمومية لصلاحياتها.¹ وبالتالي وفي الإطار نفسه لقد وسع المشرع الجزائري نطاق تطبيق قواعد قانون المنافسة ليشمل نشاط الإدارة العامة الذي يترتب آثارا سلبية على المنافسة الحرة لاسيما في مجال الصفقات العمومية ومجال منع التراخيص وغيرها وهو أمر يدل على أن القانون الجزائري يعترف بما للأعمال الإدارية من آثار على الحياة الاقتصادية، ويدل كذلك على تكريس المشرع لمبدأ إخضاع الإدارة العامة لقواعد قانون المنافسة.²

ثانيا: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاطات

نصت المادة 2 من قانون رقم 05-10 مؤرخ في 18 أوت 2010 المعدل و المتمم للأمر رقم 03-03 "تطبق أحكام هذا الأمر على : "نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبنائو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري، والصفقات العمومية بدءا بنشر الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة"، حيث نفهم من خلالها أنه لم يتم استبعاد القطاع العام من تطبيق قانون المنافسة،³ ويظهر أن هذا القانون لم يتجاهل كالقانون 03/03 أي مرحلة من مراحل النشاط الاقتصادي، حيث أن المؤسسة كما درج على تسميتها قد تكون منتجة لسلع أو موزعة لها أو مؤدية الخدمات، ويشترط في هذا النشاط أن يمارس بصفة دائمة وحقيقية، أي أن النشاط العرضي يخرج من مجال تطبيق الأمر 08/12 ، ويشترط أن الأشخاص المشمولين بأحكام هذا الأمر ينطبق عليهم مفهوم المؤسسة، وسنتطرق إلى نشاطات الإنتاج والتوزيع والاستيراد أولا، ثم نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري والصفقات العمومية.⁴

¹ والي نادية، مرجع سابق، 26.

² مسعد جلال، مدى إخضاع الأشخاص العمومية لقانون المنافسة، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01، جامعة تيزي وزو ، 2014، ص 140.

³ سلطاني نجوى، تأثير قانون المنافسة على المرفق العام، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد التسلسلي 22، جامعة بسكرة، 2020، ص 463.

⁴ باطلي غنية، مرجع سابق، ص 340.

1- نشاطات الإنتاج والتوزيع والاستيراد

حرص المشرع الجزائري على ضمان المنافسة الحرة في جميع القطاعات الاقتصادية دون استثناء قطاع على آخر، بغض النظر عن طبيعة النشاط الاقتصادي، أو وضع شروط خاصة للممارس لها، وهو ما تم النص عليه بموجب المادة 02 من قانون المنافسة، أدرجت نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، و تتمثل في ما يلي:¹

1-1 نشاطات الإنتاج:

وبالاستناد إلى نص المادة الثالثة من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (0)، عرفت الإنتاج كما يلي: « العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه، وهذا قبل تسويقه الأول»، فالإنتاج يشمل جميع النشاطات ذات الطابع الفلاحي، والطابع الصناعي، أما المنتج فتم التطرق إلى تعريفه من خلال نفس المادة الفقرة 10 بما يلي: " كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"،

يتضح أن المشرع الجزائري من خلال تعريفه للمنتج، استخدامه مصطلحا عاما شاملا السلع والخدمات معا، ويذهب مدلول فكرة المنتج، في أي شيء يكون ثمرة انتاج العمليات الصناعية والميكانيكية، أو ثمرة الجهد البشري، كالمنتجات الفلاحية التي تشمل تربية كل انواع المواشي، كما يمكن أن تمتد المنتجات إلى المنتجات الغذائية، وينطبق الأمر أيضا على المواد الصيدلانية والطبية... إلخ.

1-2 نشاطات التوزيع:

يعرف نشاط نشاط التوزيع بأنه مجموعة الأنشطة المتعلقة بحركة وانتقال السلع والخدمات من أماكن الإنتاج إلى أماكن الاستهلاك مع مراعاة الوقت والمكان المناسب كما يعتبر التوزيع همزة

¹ والي نادية، مرجع سابق، ص 30.

وصل بين المنتج والمستهلك،¹ وعليه فنظام التوزيع يتشكل من مجموعة العناصر الأساسية والمترابطة فيما بينها من حلقة الإنتاج إلى المستهلك حيث يقع على عاتقها ضمان الوفرة المنشودة من السلع داخل السوق، وتأتي بعد الانتهاء من عملية التصنيع وهذه المرحلة التي يتلقى فيها الموزع أو التاجر المستورد السلعة حتى تصل إلى يد المستهلك، فالتوزيع يتعلق بمجموعة الأنشطة المتمثلة في نقل السلع والخدمات من المنتج الأولي إلى غاية آخر حلقة في عملية التوزيع وهي إما تاجر التجزئة أو المستهلك، وقد يتولى عملية التوزيع مجموعة من الأشخاص سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين كما قد يكون التوزيع مباشرا بدون وسطاء حيث يتولى المنتج توصيل منتجاته، أو قد يكون بطريق غير مباشر عن طريق موزعين معتمدين يختارهم بنفسه فمن خلال التوزيع تكون السلعة محلا للعديد من عمليات التسويق وقد يتم التوزيع بالجملة أو بالتجزئة، فالموزعون بالجملة يشكلون الشبكة المباشرة التي تتعامل مع المنتج² حيث يلعب تجار الجملة دور محوري في سلسلة التوزيع فدوره لا يتوقف عند نقل المنتجات فقط بل يتعداه إلى عملية مراقبة نوعية المنتجات والمحافظة عليها في شروط الحفظ الخاصة بها، وهذا بدوره يتطلب مراعاة القوانين المنظمة للقطاع فالموزع كالمنتج يترتب على هذا الأخير من التزامات من قبل المستهلك، ويكون ضامنا لسلامة المنتج الذي يوزعه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له ومن أي خطر ينطوي عليه وبالرجوع إلى نص المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم فإن المشرع تضمن بعض الأنشطة التي تدخل في إطار التوزيع منها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها و الوكلاء، ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة حيث عدلت هذه المادة بموجب القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010 المتعلق بالمنافسة و قد قام المشرع بتدراك الأمر بتوسيع مجال تطبيق نص المادة إلى فئات أخرى بإدخاله لهذه النشاطات لأنها ترتبط بسلع وخدمات استراتيجية للغاية بالنسبة لتموين السوق واستقراره والقدرة الشرائية للمستهلك ونظرا لخصوصية نشاط استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها ومن أجل ضبط هذا القطاع صدر المرسوم التنفيذي رقم 141-13

¹ قواسم غالية، التعسف في وضعية الهيمنة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، أطروحة دكتوراه، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2016، ص 41.

² عبير مزغيش، الآليات القانونية لحماية المنافسة الحرة من الممارسات المقيدة للمنافسة و التجميعات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2016، ص 75.

المؤرخ في 10 أبريل 2013 المعدل والمتمم الذي يحدد كفاءات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها حيث أنه لا يمكن ممارسة نشاط بيع مواد أولية على حالتها إلا بتوفير شروط خاصة¹.

1-3 نشاطات الاستيراد:

وسع المشرع الجزائري من النشاطات الخاضعة لأحكام قانون المنافسة بإضافته لنشاط الاستيراد خاصة وأن الجزائر تدفع فاتورة باهظة الثمن في عمليات الاستيراد بحكم التبعية الغذائية التي تعاني منه الجزائر، ضف إلى ذلك الصناعة الجزائرية، تشمل منتجات محددة وحتى لا تتم في الجزائر تقتصر على عمليات التركيب أو الصناعات النصف المصنعة.

أهم بشكل مباشر في ارتفاع فاتورة الاستيراد، أبرام اتفاق الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي الذي صادقت عليه الجزائر سنة 2005، تضمنت انفتاح الأسواق الجزائرية على المنتجات الأوروبية واخضاعها للتخفيض التدريجي للرسوم الجمركية والرسوم ذات الأثر المسائل، مما أدى إلى إغراق الأسواق الجزائرية بالمنتجات الأوروبية، الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى محاولة ضبط هذا المجال، عن طريق اخضاعه لأحكام قانون المنافسة، وإن كان لم يتطرق إلى مفهومه، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 05-467 عرف الاستيراد على النحو التالي: « كل المنتجات التي تمر عبر الحدود وتخضع لمراقبة السلطة العامة للتأكد من المواصفات الوطنية والدولية»..

بمعنى أن حرية الاستيراد ليس معنى اطلاقها، وإنما يخضع لقيود وإجراءات معينة يستوجب احترامها، حيث صدرت نصوص وقواعد المنافسة تحمي وتنظم مجال التنافس في ميدان تداول السلع والخدمات، وما ينجم عنه من اخلال في نزاهته وكذا من خلال البحث في الاتفاقيات والتحالفات التي تكون نتيجتها الفعلية أو المتوقعة منع المنافسة أو تقييدها أو إضعافها بقدر جسيم ، اشترط القانون على المؤسسات التي تقوم بعمليات الاستيراد حيازة المنشآت الأساسية للتخزين والتوزيع المناسبة حتى تسهل للمصالح المؤهلة قانونا للمراقبة بأداء مهمتها على أكمل وجه

¹ المرسوم التنفيذي رقم 13 - 141 المؤرخ في 10 أبريل 2013 المحدد لكفاءات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية و المنتجات و البضائع الموجهة لإعادة بيعها على حالتها، الجريدة الرسمية رقم 21 المؤرخة في 23 أبريل 2013.

وفي ظروف حسنة، ويهدف كذلك إلى محافظة المنتوجات على جودتها وسلامتها، خاصة المتعلقة بالمواد الغذائية والمواد الصيدلانية¹.

4-1 الصفقات العمومية:

أدرج المشرع في تعديل قانون المنافسة لسنة 2010 الصفقات العمومية ضمن النشاطات الخاضعة لقانون المنافسة ابتداء من نشرها إلى غاية المنح النهائي للصفقة .

فالصفقات العمومية هي من أهم الوسائل التي تستعملها الإدارة العامة لممارسة نشاطاتها المتعلقة باستغلال و تسيير المال العام، و الغرض من إخضاع هذه الصفقات إلى اختصاص مجلس المنافسة إلى جانب اختصاص القضاء الإداري العادي أو الاستعجالي، هو منح المجال للمتعاملين الاقتصاديين للطعن و الإخطار بأي تصرف مقيد للمنافسة يتم عند منح أو إبرام الصفقات العمومية، و لقد عرفت المادة 2 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المتعلق بالصفقات العمومية و تفويضات المرفق العامة² الصفقة بكونها " عقود مكتوبة تبرم بمقابل مع متعاملين اقتصاديين بغرض تلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال و اللوازم و الخدمات و الدراسات "، فهي عقد إداري لكن موضوعها اقتصادي لهذا المشرع أخضعها لقانون المنافسة³.

¹ والي نادية، مرجع سابق، ص 33.

² المرسوم الرئاسي رقم 15 247 المتعلق بالصفقات العمومية و تفويضات المرفق العام المؤرخ في 16 سبتمبر 2015، الجريدة الرسمية رقم 50، لسنة 2015.

³ زايدي امال، مرجع سابق، ص 60.

المحور الثالث:

أحكام قانون المنافسة

و تحديد الممارسات

المقيدة للمنافسة

مقدمة:

تهدف مختلف اقتصاديات الدول الى إيجاد طرق حديثة لمختلف أنظمة السوق التي تمر بمرحلة انتقالية، حيث تهدف إلى نشر مناخ المنافسة في أسواقها، ولكن حداثة العهد بهذا النظام جعل من أسواق هذه البلدان مجالاً واسعاً وخصباً للمضاربة والممارسات المضرة و المقيدة التي أضرت بمبادئ السوق، ومست بصفة كبيرة بالمصالح الجوهرية للمستهلك و على تفضيلاته و سلوكه، وتبدو الجزائر نموذجاً لمثل هذه التحديات و التصورات، إذ وبعد مرور أكثر من عقدين على دسترة قانون المنافسة، إلا أن هذا الأخير لازال يعيش على وقع تنامي السلوكيات المخلة و المؤثرة بهيكله و سيرورته، والاضطرابات و التدهور الخطير للقدرة الشرائية للمستهلك، وهو ما أعاد للدولة حق التدخل بعد انسحابها من القطاعات الاقتصادية لفائدة السوق.

ولعل الجدل الدائر حول ضرورة تدخل الدولة لحماية السوق أنتج تراكمًا نظريًا تستند عليه الدولة لتبرير ضبطها للسوق، إذ تعد الحرية الاقتصادية المطلقة من أبرز معالم النظام الاقتصادي الرأسمالي، فهي تضمن قيام المنافسة بين الجميع سعياً وراء الكسب المادي، غير أن انحراف المنافسة عن مسارها بفعل تحكم المنتجين في الموارد الاقتصادية واحتفاظهم بالأسرار الصناعية وتكوين مؤسسات ضخمة عن طريق عمليات التجميع الاقتصادي، أسس لضرورة وجود تنظيم للمنافسة، واستدعى تدخل المشرع لضبط السوق، لأن السوق يمكن أن تهدم نفسها إذا لم تقدم لها السلطة العامة الإطار القانوني، فالنظام الاقتصادي للسوق يفترض تنظيمًا قانونيًا حتى يمكن المحافظة على أوضاع المنافسة فيها، بما يؤدي إلى تجنب الممارسات الضارة بها، وقد بات تقليدًا دستوريًا أن يكون ميدان السياسة الاقتصادية من صلاحيات المشرع، فحماية السوق هي من الخيارات السياسية والاقتصادية السامية في أي دولة، ويعتبر قانون المنافسة الأداة الفعالة في تنظيم المنافسة وتنمية الاقتصاد عمومًا، وعنصرًا أساسيًا في تفعيل نشاط اقتصاد السوق على وجه الخصوص، وإذا كانت معظم قواعده ذات الطابع الموضوعي تجسد التوجه نحو الليبرالية الاقتصادية كخيار اقتصادي، فإن جانبًا آخر من هذا القانون مازال يحتفظ

للدولة بحقها في التدخل و التوجيه لمختلف عمليات النشاط الاقتصادي ومراقبتها وضبطها، حماية لما يعرف بالنظام العام الاقتصادي¹.

المطلب الأول : أحكام قانون المنافسة المتعلقة بالمؤسسة

لقد أولى قانون المنافسة اهتماما كبيرا بحماية المؤسسة من كل أشكال الممارسات و الاعمال التي يمكن أن تؤثر على نشاطها في السوق، و علاقتها مع مختلف الفاعلين في البيئة الاقتصادية، من خلال ادراج أحكام و قوانين تعمل على حماية المنافسة بين مختلف المؤسسات و توفير بيئة أعمال تسودها المنافسة العادلة بين مختلف الأطراف.

لقد اهتم قانون المنافسة بتحديد ومنع الممارسات المنافية للمنافسة والتي تقع تحت طائلة البطلان، ولعل الملاحظة الأولية بخصوص هذه الممارسات تتعلق بتوسيع المشرع لمجال الممارسات المنافية للمنافسة مقارنة بالأمر 06-95 ، وذلك عن طريق إدخال بعض الممارسات ضمن قائمة الممارسات المحظورة، وهو ما يدفعنا إلى بيان صور هذه الممارسات، حيث يقصد بهذه الممارسات مجموع السلوكيات الخطيرة التي يمكنها التأثير على المنافسة الحرة في السوق وبالتالي التأثير على السوق بحد ذاته ، تتمثل حسب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة في² :

✓ حظر الاتفاقيات المحظورة المقيدة للمنافسة

✓ حظر التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق

✓ حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية

✓ حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيا.

حيث سنتطرق الى كل واحدة، و معرفة مدى تأثير كل منها على مختلف أشكال المنافسة، وفقا الى المواد المدرجة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة:

¹ دقايشية زهور، الاليات القانونية الناضمة للسوق و المقيدة لمبدأ حرية المنافسة، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 08، العدد 03، جامعة باتنة 01، 2021، ص 648.

² درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 02

أولاً: الاتفاقيات المحظورة المقيدة للمنافسة

تعتبر قاعدة منع الاتفاقات المقيدة للمنافسة أقدم وأهم الوسائل لمحاربة الممارسة المقيدة للمنافسة الحرة خاصة وأن المنافسة تعتبر في الأصل أساس التجارة وعمادها، لأنها تحت على تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، كما أن لجوء الأعوان الاقتصاديين إلى اتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق وتحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الاقتصاديين الآخرين دفع المشرع إلى اتخاذ التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير الشرعية، من خلال إصدار مجموعة من القواعد بموجب قانون المنافسة تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة.¹

حيث تنص المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أنه «تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة والضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، لاسيما عندما ترمي إلى:

- ◀ الحد من الدخول في السوق وفي ممارسة النشاطات التجارية فيها.
 - ◀ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
 - ◀ اقسام الأسواق أو مصادر التموين.
 - ◀ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد التسوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو الى انخفاضها.
 - ◀ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة.
 - ◀ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية»
- حيث سنحاول من خلال الآتي التعرف على مفهوم الاتفاقيات المحظورة و تحليلها و بيان شروط حظرها، و مختلف الاشكال التي تأخذها و غيرها من العناصر الأخرى:

¹ بوعرورة روميلة، تأثير الاتفاقيات المحظورة على المنافسة و الاستثناءات الواردة عليها، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة منتوري قسنطينة، 2016، ص 54.

1- مفهوم الاتفاقيات المحظورة المقيدة للمنافسة.

تشكل الاتفاقيات المحظورة المنافسة للمنافسة من أهم المواضيع التي شغلت الدراسات الفقهية المختلفة و إن كان هناك اختلافات في اهتماماتها ، إلى جانب التشريع الذي يبحث على وضع تحديد دقيق بوضع نصوص جامدة لتحديد هذه الممارسات ، في حين يبحث الاقتصاديون الى اعتماد مبدأ الملائمة الاقتصادية، إلا أن الهدف واحد يتمثل في وضع اطار خاص لهذه الممارسة و وضع تعريف جامع لها.¹

التعريف الكلاسيكي للاتفاق " هو أنه كل توافق ارادة بين عونين اقتصاديين أو أكثر مستقلين كل واحد عن الآخر، ليقروا اتباع سلوك بصفة مستقلة في السوق"²

و يقصد بالاتفاق " توافق صريح أو ضمني لإرادة مؤسستين أو أكثر يتمتعان بالاستقلالية في اتخاذ القرار، على اتباع سلوك معين أو تحقيق غرض مشترك في السوق يتسم بالطابع المقيد للمنافسة"³.

الاتفاق المحظور ممارسة جماعية مقيدة للمنافسة ترتكبها مؤسسات عديدة مستقلة ضد منافسيها أو منافسيها من أجل الحد من الدخول إلى السوق، أو تقييد ممارسة النشاط التجاري فيه والقضاء على المنافسين، حيث إن عامل تعدد المؤسسات في الاتفاق شرط ضمني نستخلصه من المصطلحات المعبرة عن الأشكال المختلفة التي يمكن أن يتخذها الاتفاق مثلا الاتفاقات و الأعمال المدبرة، فكلها أعمال لا يرتكبها التاجر لوحده، بل ترتكب من طرف مجموعة من المؤسسات من أجل الإضرار بمؤسسة أخرى أو أكثر والتمكن من التحكم في السوق.⁴

وعلى هذا الأساس نجد أن المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المذكورة أعلاه جاءت عامة تقرر منع الاتفاق مهما كان شكله دون أن تضع له تعريفا، ومن حيث طبيعته فإنه ليس من

¹ بوسعيد ماجدة، الاتفاقيات المحظورة المقيدة لمبدأ حرية المنافسة مجلة الفكر للدراسات القانونية و السياسية، العدد 03، جامعة خميس مليانة، 2018، ص 89.

² تواتي محند الشريف ، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة ، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع قانون الاعمال ، كلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة امحمد بوقرة بومرداس ، الجزائر 2006-2007 ، ص 14-15 .

³ - محمد الشريف كتور، قانون المنافسة والممارسات التجارية، منشورات بغدادية ، الجزائر ، 2010 ص 38 .

⁴ بوعرورة روميلة، مرجع سابق، ص 56.

الضروري أن يكون تعاقديا وإنما قد يكون في صورة ترتيبات ودية بين الأطراف المتواطئة، تتمثل في مجرد تشاور بسيط أو تبادل معلومات حول أسس الخطة المراد تبنيها¹.

وبالنسبة لأطراف الاتفاق فقد نص المشرع الجزائري على الصفة التي يجب أن يتصف بها الأشخاص الطبيعية و المعنوية حتى يكون الاتفاق ممنوعا، واستعمل في ذلك مصطلح "مؤسسة"، وعرفها من خلال المادة 3 من الأمر 03-03 بأنها: " كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس النشاط الاقتصادي بصفة دائمة و ليس بصفة عرضية ومؤقتة" وبالنسبة لأشكال الاتفاقات المقيدة للمنافسة ، لم يحدد المشرع كل الاتفاقات نظرا لعدم إمكانية حصرها لكن القانون منع مجموعة منها، وهي بالتحديد تلك التي تهدف إلى تقييد المنافسة أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه دون غيرها، وعليه يمكن تقسيم الاتفاقات إلى اتفاقات عضوية والاتفاقات التعاقدية ، والأعمال المدبرة².

كذلك نلاحظ أن المشرع حظر الاتفاقات التي تهدف أو من شأنها أن ترتب أثرا يعرقل حرية المنافسة أو يحد منها، سواء كانت طبيعة هذه الاتفاقات تعاقدية أو في صورة تفاهم أو ترتيبات ودية بين الأطراف المتواطئة؛ يجري مراعاتها للقوانين الداخلية للمؤسسات المعنية أو للمواثيق المهنية أو النقابية، ومن حيث الشكل يمكن أن تكون الاتفاقات صريحة أو ضمنية، ظاهرة أو مستترة كتابية أو شفوية، أما من حيث الموضوع فقد تكون منصبة على تقييد المنافسة في مجل الإنتاج أو التوزيع أو أداء الخدمات بما فيها الاستيراد، وتلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون أو الجمعيات والاتحادات المهنية، وسواء تم تقييد المنافسة على الصعيد الرأسي أو الأفقي³.

2- شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

يشترط لحظر الاتفاقات و الأعمال المدبرة المقيدة للمنافسة توافر العناصر التالية :

¹ ناصري نبيل , المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06/95 و الأمر 03-03 ، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون ،كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2004 ، ص 64 .

² درماش بن عزز، مرجع سابق، ص 04

³ طالب محمد كريم، الاتفاقيات المتعلقة بالأسعار و المقيدة للمنافسة، مجلة الدراسات و البحوث القانونية، المجلد 03، العدد 02، جامعة مسيلة، 2018، ص 13.

◀ وجود اتفاق ارادي:

إن حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة بين المؤسسات أو الأعوان الاقتصاديين يتطلب قيام هذه الاتفاقات و استيفاء شرط وجودها ، حسبما يتطلبه قانون المنافسة ، و نشير في البداية إلى أن الصياغة العامة التي وردت في المادة 6 و تعدادها لبعض الاتفاقات المقيدة للمنافسة تدل على تنوع الاتفاقات المحظورة و تباين صورها، فيعتبر الاتفاق قائماً بمجرد تبادل الإيجاب و القبول و لا يهم بعد ذلك الشكل الذي يكتسبه هذا الاتفاق، فقد يكون صريحاً أو ضمناً مكتوباً أو شفهيّاً أو اتفاق حقيقي أو عبارة عن عمل مدبر أو ترتيبات أو تفاهات حول عرقلة المنافسة، فالمهم في كل هذه الحالات أن يكون هناك توافق أو تفاهم بين الأطراف من شأنه أن يؤدي إلى إعاقة المنافسة الحرة أو تقييدها¹.

◀ مساس الاتفاق بقواعد المنافسة:

إن المقصود بمساس الاتفاق بقواعد المنافسة هو عدم مشروعيته من هذه الناحية، مع الإشارة إلى أن عدم المشروعية هذه، إنما تقدر وفقاً لقواعد المنافسة، وعليه فإن أطراف الاتفاق قد تراعى فيه الأنظمة الداخلية للمؤسسات المعنية و كذا المواثيق النقابية أو المهنية الخاضعة لها الأطراف المتفقة، و مع ذلك يكون هذا الاتفاق غير مشروع إذا كان يهدف مباشرة إلى المساس بالمنافسة أو يمكن أن يؤثر عليها أو يحد منها، و إن كان لا يهدف مباشرة إلى ذلك، وهذا بالضبط ما نصت عليه المادة 6 من الأمر 03-03 و إن كان يعاب عليها من حيث الصياغة أنها استعملت عبارة "يهدف" أو "يمكن أن يهدف" و الأصح أن الاتفاق يمكن أن يهدف من البداية إلى عرقلة المنافسة و لكنه يؤثر عليها بطريقة غير مباشرة و مهما يكن، فالمقصود هو توافر شرط التأثير على المنافسة سواء أكان هذا التأثير حقيقياً أو مفترضاً.

¹ محمد شريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية – وفقاً للأمر رقم 03-03 و القانون 02-04، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص 37.

غير أنه إذا كان الإجماع حاصل حول عدم مشروعية الاتفاق عندما يؤدي إلى المساس بقواعد المنافسة، فإن نصوص قانون المنافسة لم تحدد درجة هذا الإخلال حتى يعتبر الاتفاق مخالفة تستوجب العقوبة، الأمر الذي يجعل السلطة المختصة تتردد في تقدير وجود المخالفة.¹

◀ وجود العلاقة السببية بين الاتفاق و تقييد المنافسة

يعد عامل وجود علاقة السببية بين محل الاتفاق ذاته أو الآثار الناتجة عنه و بين منع المنافسة أو تقييدها ، في سوق السلعة التي يتناولها الاتفاق ، شرطا أساسيا و ضروريا لتطبيق المادة 6 وما بعدها من قانون المنافسة، و يتحقق هذا الشرط في حالة ما إذا كان الضرر الذي لحق بحرية المنافسة في السوق من فعل الاتفاق المعني القائم بين الأطراف المتواطئة فيه ، و من خلال هذا الشرط نستخلص بأنه يجب أن تكون علاقة السببية بين عملية التشاور و الاتفاق التي تجري بين عدة اطراف و ما ينتج عن هذه العملية من آثار سلبية على حرية المنافسة و المساس بقواعد حسن سير السوق ، و اشتراط هذه العلاقة يفرض على السلطة المكلفة بالرقابة و متابعة الممارسات المعرّقة للمنافسة دراسة الاتفاق و تحليل السوق اعتماد على ما يتوصل اليه من حوصلة اقتصادية على هذا السوق، فإذا لم تقم هذه العلاقة و لم يلحق الاتفاق ضررا بالسير الحسن للمنافسة فمن غير المعقول حظر هذا الاتفاق، نظرا لما له من تأثير ايجابي على المنافسة.² حيث يظهر شرط المساس بالمنافسة كعنصر تناوبي، فتعتبر الممارسة منافية للمنافسة عندما يكون أثرها مقيدا للمنافسة، و لكن كذلك إذا كان موضوعها فقط منافي للمنافسة، فلا يؤخذ أثر الممارسة بعين الاعتبار عند توافر الموضوع المؤدي إلى نفس النتيجة.³

كما يستلزم لوجود ممارسة محظورة إبرام اتفاق أو إنشاء تحالف بين متنافسين في السوق أي كلاهما يتمتع بالاستقلالية الاقتصادية و المالية، فلا يعد اتفاقا محظورا الاتفاقات التي تتم بين الشركة الأم و الشركة التابعة لها، هذا و قد تتخذ هذه الممارسة صورة الأعمال المدبرة Action Concertée التي يصعب إثباتها.

¹ درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 05.

² بوسعيد ماجدة، مرجع سابق، ص 92.

³ لاکلي نادية، شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، مجلة دراسات، المجلد 07، العدد 18، جامعة الجلفة، 2015، ص

3- أشكال الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

بيدوا جليا من التعداد الوارد في المادة 06 من قانون المنافسة الجزائري تعدد أشكال الاتفاقيات فيمكن أن تكون هذه الأخيرة عبارة عن ممارسات وأعمال مديرة، اتفاقيات واتفاقيات (توافقات) صريحة أو ضمنية، حيث إن هذا التعداد يثير تساؤلا هاما حول الفرق بين مختلف هذه المصطلحات المستعملة من قبل المشرع، وأثرها من الناحية العملية وهكذا، حيث يقصد بالممارسات والأعمال المدبرة لغة، الممارسات والأعمال التي يكتشفها صاحبها، وينظمها ويديرها، ويقوم بها بعد التفكير والنظر في عواقبها لأجل هدف معين، ويقصد بها كذلك الممارسات والأعمال التي تحصل بعد التفاهم، أو التوافق للتصرف بصفة مشتركة، كما يقصد بالاتفاقيات والاتفاقيات الإرادة المشتركة لأكثر من طرف لإحداث أثر معين، مهما كان شكلها، وسواء كانت صريحة أو ضمنية أو ملزمة أم لا، على خلاف العقد الذي يكون دائما ملزما¹. ويمكن أن تأخذ هذه الاتفاقيات الأشكال التالية:

3-1 الاتفاقيات العضوية المقيدة للمنافسة

هي الاتفاقيات التي يكون أطرافها مؤسسات، منظمة في هيكل عضوي (Structure Organique)، مثل الشركات المدنية والتجارية، الجمعيات، التجمعات ذات الهدف الاقتصادي المشترك، المنظمات النقابية والاتحادات العمالية... إلخ، وهنا قد يتمثل الاتفاق المحظور في العقد التأسيسي للشخص المعنوي أو في تصرف صادر عن أحد أجهزة التسيير فيه، ففي هذه الحالة فكل طرف في التجمع يحتفظ بشخصيته و استقلاله القانوني، لأنه في حالة التنازل عنهما يصبح التجمع يخضع لأحكام التجميع أو التمركز الاقتصادي، و لهذا فخلافا للتجميع الاتفاق المجسد في صورة تجمع لا يتعدى مجرد تراضي الأطراف من أجل تحقيق مصلحة اقتصادية دون التغيير في الكيان القانوني لأطرافه و لا يمس بالمنافسة، و إن ظروف حظر هذا الشكل من الاتفاق يكون في حالتين:²

¹ عياد كرافلة أبو بكر، الاتفاقيات المحظورة في قانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص 14.

² بوسعيد ماجدة، مرجع سابق، ص 93.

- **الحالة الأولى :** هي الحالة التي يهدف فيها التجمع أساسا إلى اتخاذ القرارات ذات طبيعة مقيدة للمنافسة كقيام التجمع بتحديد كمية الانتاج ، أو تحديد جدول الاسعار .
- **الحالة الثانية :** و هي الحالة التي يتعدى فيها التجمع اختصاصاته و سلطاته ، و يتسبب في عرقلة و تقييد المنافسة بين أعضائه ذاتهم ، و في هذا الإطار يمثل كل تجمع تعدى مهمة الدفاع عن المصالح المهنية المشتركة لأعضائه و يتسبب في تقييد المنافسة يقع في مجال الحظر .

2-3 الاتفاقيات التعاقدية المقيدة للمنافسة

تأخذ الاتفاقيات في هذا الوضع شكل العقود بالمفهوم المدني، يمكن ان تخص أعوانا اقتصاديين متواجدين في نفس مستوى من الإنتاج و التسويق (الاتفاقيات الأفقية) أو تتم بين مستويات مختلفة (الاتفاقيات العمودية)،¹ و يمكن في هذا الصدد التمييز بين الأشكال التالية للاتفاقيات:

الاتفاقيات الأفقية: يقصد بها الاتفاقيات المنعقدة بين المؤسسات المتنافسة الموجودة في المستوى ذاته داخل السوق، و تكون الغاية منها التأثير على حرية المنافسة، و يدخل في هذا الإطار الاتفاقيات المبرمة بصدد تحديد سعر السلع أو الخدمات، مثلما هو وارد في نص المادة 6 من قانون 03/03 من ضمن حالات الممارسات المقيدة للمنافسة، و لا يهم أن يتم هذا التحديد بشكل صريح أو بشكل ضمني، كأن يتم من خلال طلب أحد الأعوان الاقتصاديين من عون اقتصادي تمكينه من سلم التسعير، أو سلم التخفيضات الممنوحة للعملاء، حتى و إن لم يشر في طلبه إلى نيته في تسوية أسعاره بأسعار المؤسسة المنافسة.

الاتفاقيات العمودية: يقصد بها الاتفاقيات المنعقدة بين أعوان اقتصاديين لا يتواجدون في المستوى ذاته من السوق، مثلما هو الوضع بالنسبة للمنتج و الموزع، و المقاول من الباطن و المقاول الرئيسي، و من أمثلة الاتفاقيات العمودية المتعارضة مع مقتضيات حرية المنافسة

¹ بوفامة سميرة، الحظر النسبي للاتفاقيات المقيدة للمنافسة على ضوء النصوص القانونية و الممارسات القضائية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، العدد 02، جامعة باتنة 01، 2020، ص 1368.

التزام الموزع بالسعر المحدد من قبل المنتج و لو تم ذلك من خلال تعليمات و توصيات، أو حتى خصومات في حال احترام الموزع الثمن المحدد من قبل المنتج .

3-3 الأعمال المدبرة: يقصد بالأعمال المدبرة الوضعيات التي يمتنع بمقتضاها الأعوان الاقتصاديون الموجودون في سوق واحدة عن التنافس، دون أن يتقرر ذلك بمقتضى اتفاقيات و عقود ملزمة، و إنما تظهر الأعمال المدبرة من خلال وقائع مثل اعتماد أسعار متطابقة، أو اعتماد ترفيعات متوازية في التسعير، كما قد تتحقق الأعمال المدبرة من خلال امتناع كل عون اقتصادي عن الاستثمار في منطقة معينة من السوق، و امتناع عون آخر عن الاستثمار في منطقة أخرى، بما يوحى بعملية اقتسام للسوق تتعارض مع ما اقتضاه المشرع الجزائري من حظر في هذا الشأن، حسب ما هو وارد في نص المادة 6 المقطع الثالث، و كل هذه الأوضاع من شأنها عرقلة حرية المنافسة.

لقد أفرزت الحياة الاقتصادية عدة صور للاتفاقات و الأعمال المدبرة و في هذا الإطار نص المشرع الجزائري على عدة صور لهذه الممارسات تتمثل في :

- ◀ الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛
- ◀ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني؛
- ◀ اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل؛
- ◀ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها؛
- ◀ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يجرمهم من منافع المنافسة؛
- ◀ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية ؛
- ◀ السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة ؛

هذا و يمكن تقسيمها إلى :¹

أ- الاتفاقات التي تؤدي إلى إبعاد المنافسة بين أطرافها: ويظهر هذا النوع من الاتفاقات في صورتين :

<u>الاتفاق حول تحديد الأسعار في السوق</u>	<u>اقتسام الحصص في السوق</u>
ويقصد به التفاهم المشترك المبرم بين مجموعتين من المؤسسات , يرمي إلى تعطيل قوى السوق المنوط بها تحديد الأسعار أي تعطيل قوى العرض و الطلب على ان يتنازل التجار عن استقلالهم و سلطاتهم التقديرية ² . في وضع الأسعار المناسبة إما بالتشجيع المصطنع لارتفاعها أو لانخفاضها. تجدر الإشارة الى أن المشرع قد جرم هذا النوع من التواطؤ .	وهي تلك التي تسعى إلى اقتسام الأسواق جغرافياً و اقتسام الزبائن كمثل شرط التوزيع الحصري أين تتمتع كل مؤسسة بمنطقة حصرية للتوزيع أو منحها نسبة معينة مما يؤدي الى تحديد مراكز المؤسسات المتنافسة في السوق و من ثمة تمنعهم من ممارسة نشاطهم خارج الحدود التي رسمت لكل منهم وهذا ما يعرف بالتأكد حرية المنافسة .

ب- الاتفاقات التي تهدف إلى إبعاد المتعاملين: و يظهر هذا النوع من الاتفاقات في صورتين

و هما :

<u>عرقلة الدخول إلى السوق</u>	<u>مقاطعة متعامل إقتصادي</u>
بحيث تتخذ هذه الصورة وجهان و هما : <u>الأول</u> يتعلق بعرقلة دخول متعاملين جدد للسوق من أجل ممارسة النشاط أو مهنة و تظهر هذه العراقيل في : - الحصول على ترخيص أو اعتماد من النقابة . - الحصول على البطاقة المهنية . - الاستجابة لشروط معينة موضوعة مسبقاً . أما <u>الوجه الثاني</u> فيظهر في حالة وضع شبكة حصرية.	وهو اتفاق مجموعة من المؤسسات الاقتصادية على مقاطعة أحد المتعاملين الاقتصاديين بهدف إقصائه من السوق. كما قد تتخذ صور أخرى تظهر في الاتفاقات التمييزية التي تتضمن تطبيق شروط غير متكافئة للشركاء التجاريين لنفس الخدمات بما يحرمهم من منافع المنافسة.

¹ درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 07.

² - الملحم أحمد عبد الرحمان , التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على تحديد الأسعار , مجلة الحقوق , جامعة الكويت , عدد 4 , 1995 , ص 50 .

ج- الصور الأخرى : و تتمثل في ما يلي: ¹

<u>اخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبول خدمات إضافية</u>	<u>تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين</u>
<p>تنص المادة 6 من الأمر 03-03 في فقرتها السادسة على حظر الاتفاقيات التي تهدف إلى إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبول خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية، وهذه الاتفاقيات تتجسد بموافقة طرف ما على بيع أحد المنتجات شريطة أن يشتري المشتري منتوجا آخر مختلفا أو على الأقل يوافق على أنه لن يشتري ذلك المنتج من أي مورد آخر.</p>	<p>وهي الاتفاقات التي تبرم بين منتج يتقدم بعقد بيع مشروط بقبول المشتري بأن يتمتع عن التعامل بسلع المنافسين الآخرين، وتكون بأن يوافق المشتري على شراء منتجات أو خدمات من بائع معين لفترة محددة على سبيل الحصر، وهذا يقيد حرية المشتري في البحث عن مصادر تموين و تمويل بديلة للتزويد.</p>

<u>السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة</u>	<u>الاتفاقيات التي تهدف إلى تحديد الاسعار</u>
<p>لم ينص قانون المنافسة لسنة 2003 على الاتفاقات المقيدة للمنافسة في مجال المناقصات والمزايدات، إلا بعد تعديل الأمر رقم 03-03 في سنة 2008 بموجب القانون 08-12 حيث تم إتمام المادة 6، حيث قد يلجا المتقدمين بعروضهم في المناقصات أو المزايدات إلى ممارسات من شأنها أن تقيد المنافسة الحرة للحد من الدخول إلى السوق أو لإخراج أحدهم منه ، كأن يقوم أصحاب العروض بتبادل المعلومات قبل إيداع عروضهم ويتفقوا على الجهة التي ستقدم العرض الأدنى والاتفاق حول تقديم عروض تمويلية ومضخمة طواعية.</p>	<p>لقد جاء في الفقرة الخامسة من المادة 6 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم حظر الاتفاقات التي تهدف إلى عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو إلى انخفاضها. وقد أكد المشرع الجزائري على هذه المسألة في القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث منع الممارسات التي من شأنها أن تؤدي إلى تصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع أو الخدمات، غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار، وكل مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.</p>

¹ بوعرورة رميلة، مرجع سابق، ص 64.

4- تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة حسب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة:

إن تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة لا يتم إلا في الحالات التي يثبت فيها الأطراف وجود علاقة مباشرة بين النص القانوني و الاتفاق المحظور، و على ذلك يلتزم الأطراف المعنية بالاتفاق بإثبات وجود هذا النص المبرر من جهة و أن تكون الممارسة النتيجة المباشرة و الحتمية له، إن وجود نص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقاً له لا يعتبر الاستثناء الوحيد لتبرير الاتفاق المقيد للمنافسة ورفع الحظر عنه، إذ يمكن أن يتحقق ذلك إذا كان الاتفاق من شأنه أن يساهم في تحقيق تقدم اقتصادي أو تقني أو اجتماعي و هذا ما يشكل الاستثناء الثاني و السبب الثاني لتبريره، وعلى ذلك نص المشرع الجزائري صراحة في الفقرة الثانية من المادة 09 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة على أنه " يرخّص بالاتفاقيات و الممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق. لا يستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقيات أو الممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة"

إن القطاع الاقتصادي يؤثر بصفة مباشرة و حساسة في صياغة قواعد المنافسة و تطبيقها فالمنافسة عامل أساسي يسمح بتناسب المنتجات و الخدمات مع متطلبات المستهلك، و لذلك لا ينبغي حظر كل الاتفاقيات المقيدة للمنافسة خاصة إذا كانت هذه الأخيرة تساهم في ضمان التطور الاقتصادي أو التقني أو الاجتماعي، و على ذلك لكي يستفيد أطراف الاتفاق من هذا الترخيص ينبغي عليهم إثبات أن اتفاقهم يعمل على تحقيق هذا التطور بالأشكال الواردة في نص المادة 9 فقرة 2 السالفة الذكر، و يرى بعض أن تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة نتيجة لتحقيقها تطور اقتصادي يواجهه إشكاليين يتمثل الأول في صعوبة تحديد الأهداف الحقيقية للأطراف المعنية بتلك الاتفاقيات، أما الثاني فيتمثل في صعوبة تقدير النتائج الاقتصادية المترتبة عنها.¹

¹ دمانة محمد، تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفقاً للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد 02، جامعة الأغواط، 2015، ص 60.

ثانيا: التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية

إذا كانت الاتفاقات المحظورة والتي تشكل ممارسات منافية لحرية المنافسة يشترط أن تكون بمبادرة مؤسستين أو أكثر أي تعدد المساهمين، فإن الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة لا يشترط فيها تعدد المساهمين، وإنما يشترط أن تكون هذه المؤسسة حائزة على وضعية هيمنة في السوق المحدد، وأن تستغل هذه القوة بطريقة تعسفية اتجاه المنافسين الآخرين¹،

1- مفهوم وضعية الهيمنة

عرف المشرع الجزائري وضعية الهيمنة في المادة الثالثة من الأمر رقم 03-03 بأنها

" الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسها، أو زبائنها أو مموليها"، و يعرف البعض وضعية الهيمنة بأنها: " تلك القوة الاقتصادية التي تحصل عليها مؤسسة و تتيح لها سلطة التخلص من منافسة مؤسسات أخرى موجودة في السوق نفسها"، و عليه تسمح وضعية الهيمنة للمؤسسة المعنية بتجنب الضغوطات التنافسية و سيطرتها على السوق مما يؤدي بالأعوان الاقتصاديين المتعاملين معها إلى الرضوخ لشروطها².

ويتجسد التعسف في سلوكيات المؤسسة المهيمنة ذات الطبيعة المؤثرة على تركيبة السوق حين ينجر عن وضعية الهيمنة ذاتها إضعاف لمستوى المنافسة، والتي لها أثر في العرقلة، باعتماد وسائل مختلفة عن تلك التي تحكم المنافسة العادية للسلع أو الخدمات، على أساس ما يقدمه المتعاملون الاقتصاديون للحفاظ على مستوى المنافسة الذي لا يزال متواجدا في السوق أو لتطویر هذه المنافسة³.

¹ سفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري و القانون المقارن، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2013، ص 54.

² لاکلي نادية، شروط حضر الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة الحقوق و العلوم السياسية، المجلد 05، العدد 01، جامعة خنشلة، 2018، ص 13.

³ بن عبد القادر زهرة، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 05، العدد 01، جامعة شلف، 2019، ص 33.

فقد تتمتع المؤسسة بقوة اقتصادية معتبرة مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة لها في السوق بسبب قدرتها الإنتاجية الفعالة واعتمادها على أجهزة حديثة و عمال أكفاء و غيرها من العوامل التي تساعدها على هيمنة السوق، ولا يمنع قانون المنافسة هذه الهيمنة إذ تشكل هيكل المؤسسة الدافع الأساسي لتواجدها في هذه الوضعية، غير أنه يمنع التعسف في هذه الهيمنة حيث يشكل هذا الأخير ممارسة مقيدة للمنافسة يعاقب عليها القانون. و عليه، لا تشكل هيمنة المؤسسة للسوق ممارسة محظورة إلا في حالة توافرها على بعض الشروط¹.

لقد تدخل المشرع الجزائري لردع هذه الممارسة من خلال نص المادة 7 من الأمر 03-03 المعدل و المتمم وهو " يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد:

- ◀ الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛
- ◀ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني؛
- ◀ اقتسام الأسواق أو مصادر التموين؛
- ◀ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها؛
- ◀ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة.
- ◀ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية"

من خلال نص المادة يتضح يشترط القانون حتى نكون أمام وضعية هيمنة على السوق، وجوب وصول المتعامل الاقتصادي لوضعية مهيمنة في السوق ، وقيام هذا الأخير باستغلال الوضعية لارتكاب تعسف من شأنه أن يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة وتقييدها، وما يلاحظ في نص المادة أن المشرع قد استعمل كلمة " قصد " والتي يفهم منها أن التعسف الناتج عن وضعية

¹ لاكمي نادية، مرجع سابق، ص 12.

هيمنة لا تكون محظورة إلا إذا قصدت المؤسسة ارتكابها فإذا لم يكن لها نية إتيانها فلا محل لإدانتها ومعاقبتها.¹

2- معايير تحديد الوضعية المهيمنة

توجد في الغالب مؤشرات تدل على قيام وضعية الهيمنة داخل السوق، وتقود إلى القول بوجود وضعية هيمنة، وذلك سواء من الناحية المكانية (السوق الجغرافية) أو من الناحية النوعية (سوق المنتجات)، وتنقسم هذه المؤشرات إلى رئيسية وغالبا ما تكون مؤشرات كمية، وأخرى ثانوية أو مكملة وهي في الغالب تكون كيفية أو نوعية، وسواء كانت المؤشرات رئيسية أو ثانوية فهي في الحالتين تتجسد في معايير وميزات تتمتع بها المؤسسة المهيمنة لا تتوافر لدى نظيراتها في السوق² وقد كان المرسوم التنفيذي رقم 314-2000 المؤرخ في: 14/10/2000 الملغي بموجب المادة 73 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة، وذلك في مادته الثانية التي نصت³: المقاييس التي تحدد وضعية هيمنة عون اقتصادي على سوق السلع أو الخدمات أو على جزء منها هي على الخصوص ما يأتي:

- ❖ حصة السوق التي يحوزها العون الاقتصادي مقارنة إلى الحصة التي يحوزها كل عون من الأعوان الاقتصاديون الآخرين الموجودين في نفس السوق.
- ❖ الامتيازات القانونية أو التقنية التي تتوفر لدى العون الاقتصادي المعني.
- ❖ العلاقات المالية أو التعاقدية أو الفعلية التي تربط العون الاقتصادي بعون أو عدة أعوان اقتصاديين والتي تمنحه امتيازات متعددة الأنواع.
- ❖ امتيازات القرب الجغرافي التي سيستفيد منها العون الاقتصادي المعني.

و مهما يكن، فإن تحديد وضعية الهيمنة يرتكز على عنصرين أساسيين، بحيث يتعلق العنصر الأول بالمؤسسة المهيمنة وقدرتها على فرض شروط و معوقات في مواجهة منافسيها الذين

¹ درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 09.

² جلال مسعد، مرجع سابق، ص 135.

³ مرسوم تنفيذي رقم 314-2000 مؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق 14 أكتوبر 2000 يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة و كذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية هيمنة، جريدة رسمية رقم 61 الصادرة في 18 أكتوبر 2000.

يخضعون الى منهجها في السوق، في حين يتعلق العنصر الثاني بالمتعامل مع المؤسسة المهيمنة سواء كان هذا المتعامل منافسا أو زبونا، بحيث تشكل وضعية الهيمنة بالنسبة له حالة غياب الاستبدالية، و الخيار التي قد تنتج عن أسباب قانونية أو واقعية مما تدفعه إلى الخضوع و الاستجابة لشروط المؤسسة المهيمنة التي لا تكون موضوع منافسة الآخرين ، هذا من جهة.

و من جهة أخرى، فإن قيام وضعية الهيمنة يرتبط بتحديد السوق الذي تمارس فيه المؤسسة المعنية هيمنتها، و هذا ما يعرف بالسوق المرجعية *marché référentiel* أو السوق الملائمة *marché pertinent*، أو كما عبر عنه المشرع الجزائري بالسوق المعنية *marché concerné* الذي عرفه في الفقرة ب من المادة 3 من قانون المنافسة على أنه: " كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة و كذلك تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لاسيما بسبب مميزاتها و أسعارها، و الاستعمال الذي خصصت له و المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات "، بمعنى ضرورة وجود سوق معنية تمارس فيها المؤسسة المعنية هيمنتها على باقي المنافسين المتدخلين في نفس السوق، سواء تعلق الأمر بسوق المنتجات أو الخدمات، بحيث يكفي توافر حالة الاستبدالية بالنسبة للمستهلك حتى تتحدد على أساسها وضعية الهيمنة و في هذا الإطار، لا يشترط أن تمتد الهيمنة على المستوى الوطني بل يكفي توافرها على المستوى المحلي¹.

2-1 معيار نصيب المؤسسة من السوق (السوق الجغرافي)

إن تحديد السوق المناسب أو المرجعي يعتبر أداة أساسية في قانون المنافسة ، إذ هو وسيلة قياس المنافسة الحالية أو المحتملة وصولا إلى معرفة ما إذا كان من الضروري مراقبة سلوك صادر من المؤسسة أو عدة مؤسسات ، وإدائته ومعاقبته إذا كان مخلا بالمنافسة أم لا، كما يستخدم أيضا من أجل تقدير كل من أثر التمرکز الاقتصادي والاتفاقات أحيانا على المنافسة وبذلك تشكل الحصة في السوق أو ما يسمى بالمعيار الكمي، المؤشر الرئيسي الذي يجب اللجوء إليه أولا للحكم عما إذا كانت مؤسسة ما تمتلك وضعية الهيمنة ، حيث يمثل نصيب المؤسسة من السوق أكثر الدلالات قوة على قيام وضعية الهيمنة، بحيث تقوم المؤسسة بالسيطرة على نسبة

¹ بن حملة سامي، مفهوم وضعية الهيمنة في قانون المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 27، العدد 04، جامعة قسنطينة، 2016، ص 270.

مئوية عالية من المبيعات التي تحققت في السوق ككل بالمقارنة مع حجم المبيعات المؤسسات الأخرى المنافسة التي تعمل في ذات السوق.¹

2-2 معيار القوة الاقتصادية والمالية :

إن انتهاء المؤسسة لإحدى المجموعات الاقتصادية القوية التي تحتل الصدارة في إحدى قطاعات النشاط الاقتصادي، يعد مؤشرا يمكن الاسترشاد به لتحديد مدى هيمنة المؤسسة المنتمية على السوق. إن كثيرا من المؤسسات قد بدأت في التجمع مع بعضها لزيادة قوتها الاقتصادية والمالية، وأصبحت تعتمد على ضخامة حجم استثماراتها وتعدد أنشطتها وقوتها المالية، حيث تمثل القوة الاقتصادية التي تتمتع بها مؤسسة ما على مستوى السوق مقياسا مهما لتقدير مدى حيازتها لوضعية الهيمنة، فالانتماء إلى مجموعة اقتصادية قوية لها في المجال الاقتصادي وضعية قيادية على المستوى الوطني هو مؤشر ضمن مؤشرات أخرى لإثبات وضعية الهيمنة . ويمكن قياس معيار القوة الاقتصادية من خلال عناصر متعددة ، رقم الأعمال المحقق، المجموعة المؤسسات التي ينتمي إليها ، و عدد وأهمية الاتفاقات المالية والاقتصادية والمالية المبرمة مع المجموعات الأخرى ، مدى توافر عوائق دخول منافسين آخرين في السوق ، القدرة على رفع الأسعار أو ممارسة التمييز الغير العادل بين الأعوان ، سهولة الحصول على مصادر التمويل² .

2-3 معايير نوعية أخرى:

هناك عدة عوامل أخرى من النظام النوعي تساهم في تحديد وضعية الهيمنة دون أن تكون كافية في حد ذاتها ونذكر على الخصوص: الامتيازات التجارية، المالية أو التقنية للمؤسسة. ويمكن إجمال هذه المعايير النوعية فيما يلي³:

- الامتيازات التجارية والمالية أو التقنية التي تتمتع بها المؤسسة في مواجهة منافسيها.

¹ بعوش دليلة، المفهوم القانوني للتعسف في استغلال وضعية الهيمنة في السوق، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة قسنطينة، 2016، ص 81.

² شايب بوزيان، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة القانون، المجلد 06، العدد 01، جامعة غليزان، 2017، ص 84.

³ بن عبد القادر زهرة، مرجع سابق، ص 40.

- اشتهاار المنتج التجاري للشركة المعنية مهما كان سببه.
- القدرة التي تتمتع بها المؤسسة في الاحتفاظ بمستوى معين من الأسعار مؤثر عند تغيير الأسعار المتبعة من طرف المؤسسات المنافسة.
- امتيازات القرب الجغرافي .

3- الاعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة

نص المشرع الجزائري بموجب المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على بعض صور الممارسات التعسفية التي تجسد الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة، وهي تعد بمثابة أمثلة غير واردة على سبيل الحصر، ويمكن تصنيفها إلى طائفتين، تتمثل الأولى في الممارسات متعلقة بالأسعار وشروط البيع، والثانية في الممارسات الخاصة بالعلاقات التجارية مع الشركاء الاقتصاديين.¹

3-1 الممارسات متعلقة بالأسعار وشروط البيع

و تتمثل في العناصر الآتية:

- **الرفع المفرط للأسعار:** إن وضعية الهيمنة تبرز كذلك في سلطة أو مقدرة اقتصادية تؤهل من يحوزها أن يتحكم في الأسعار برفعها ويعيق المنافسة الفعلية في السوق المعنية ، ويتصرف بطريقة منفردة ومستقلة اتجاه منافسيه وزبائنه، لذلك تعد الممارسات الصادرة عن المؤسسة المهيمنة الرامية إلى رفع أسعار المنتجات والخدمات اصطناعيا ممارسات تعسفية تخضع للحظر المنصوص عليه في المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، حيث يمكن لمؤسسة أن تستغل وضعيتها لرفع أسعار منتجاتها مخالفة في ذلك القواعد التنافسية في تحديد الأسعار، وقد تبرر ذلك بحرصها على تحسين منتجاتها أو على الحفاظ على مناصب الشغل أو على أي سبب آخر.²

¹ شايب بوزيان، مرجع سابق، ص 90.

² أقواسم الغالية ، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة محمد بوقرة بومرداس ، 2007، ص 174.

● **خفض الأسعار (حالة البيع بالخسارة):** ويقصد به قيام العون الاقتصادي ببيع أحد منتجاته بسعر منخفض جدا بهدف إخراج المنافسين من السوق أو عمل عائقا لدخول السوق بالنسبة للمنافسين الجدد والمحتمل دخولهم السوق، أو من أجل إغلاق المنشآت الصغيرة لدى بعض البائعين ، وبعد إغلاقها يقوم برفع السعر مرة أخرى كما يعرف بأنه التسعير بأقل من التكلفة بقصد تدمير المنافسة، والتخلص من المنافسين في محاولة إحداث سعر مرتفع عن السعر السائد وصولا إلى احتكار السوق، حيث يرد هذا النوع من البيوع ضمن الممارسات التعسفية الممنوعة التي قد تنتج عن وضعية الهيمنة، ذلك أن تقييد المنافسة في السوق بواسطة البيع بالخسارة وإن جاز نظريا أن يقوم بارتكابه عون اقتصادي مما كانت مكانته الاقتصادية ، إلا أنه عمليا لا يمكن القيام به إلا من طرف عون اقتصادي له من القوة الاقتصادية ما يسمح له من امتصاص الخسارة التي تترتب عليه نتيجة هذا البيع ، ومنع المنافسين الجدد من دخول هذه السوق.¹

● **الممارسات المتعلقة بشروط البيع:** ان قيام العون الاقتصادي بإدراج شرط الإعفاء من المسؤولية في الشروط العامة للبيع ، وذلك على حساب المستهلك ، أو إدراج شرط عدم المنافسة لمدة طويلة بشكل ممارسة تعسفية، حيث يعاقب المشرع الجزائي على كل شروط البيع التي تسمح لمؤسسة في وضعية الهيمنة أن تعيق تطور المنافسين الموجودين أو المحتمل وجودهم.²

2-3 الممارسات الخاصة بالعلاقات التجارية مع الشركاء الاقتصاديين

ينتج عن المنازعات التجارية بين الشركاء الاقتصاديين شكاوى متعلقة بالتعسف في وضعية الهيمنة، وهي رفض البيع، وقطع العلاقات التجارية مجرد رفض المتعامل الخضوع للشروط تجارية غير شرعية، والإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى وفرض شروط خاصة على الموزعين، نصّ المشرّع الجزائيّ على حماية المستهلك حيال رفض البيع أو أداء الخدمة

¹ شايب بوزيان، مرجع سابق، ص 91.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

في المادة 15 من القانون رقم 02/04؛ فالنزاهة التي يسعى المشرع الجزائري إلى تحقيقها في الممارسات التجارية تجبر العون الاقتصادي من باب العدالة معاملة الأشخاص على قدم المساواة دون اعتبار لأي تمييز مهما كان نوعه.¹

● **رفض البيع:** يعد رفض البيع ممارسة تجارية غير شرعية ويمكن أن يشكل تعسفا في وضعية الهيمنة إذا صدر عن مؤسسة مهيمنة على السوق، ومركز تحكم يؤهله للثأثير على غيره من التجار، وقد يتم ذلك بتضافر جهود عدة تجار من خلال اتحاده، وثمة العديد من الأسباب التي تجعل العون الاقتصادي المهيمن يرفض البيع، ومن ذلك أن رفض البيع قد يستهدف منع ممارسة النشاطات التجارية في السوق، أو يقصد منه تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني حسب المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، كما قد يستخدم رفض البيع من العون الاقتصادي محل التطبيق ممارسات أخرى مثل فرض أسعار إعادة البيع، أو لوضع عراقيل الدخول السوق، غير أن رفض البيع لا يعد محظورا في حد ذاته، إذا كان له مبررا تجاريا معقولا مثل الحفاظ على المكانة التجارية أو الحد من تدني الأسعار في السوق، أو كان في مقدور الغير الحصول على المنتج من موردين آخرين، أما إذا كان الغرض منه هو تقييد عملية المنافسة فهو في هذه الحالة يعد تصرفا محظورا، وفي هذا الصدد أعاب مجلس المنافسة الجزائري على المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية ENIE لاقترافها تعسفا ناتجا عن وضعية هيمنتها حين لجأت إلى التمييز بين العملاء التجاريين يرفض البيع لبعضهم بالنظر للأخرين، حيث لم يشفع للمؤسسة تذرعها بعدم توفر المنتجات، وشكل ذلك رفضا صريحا للبيع.²

● **قطع العلاقات التجارية:** تعد الممارسة التعسفية الخاصة بقطع العلاقة التجارية عملا محظورا، وذلك مجرد رفض المتعامل الاستجابة لشروط تجارية غير شرعية،

¹ محمودي فاطمة، رفض العون الاقتصادي البيع أو أداء الخدمة للمستهلك، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة العدد 29، مركز جيل البحث العلمي، 2018، ص 43.

² شايب بوزيان، مرجع سابق، ص 91.

وحتى تتحقق إدانة المؤسسة، يجب على المؤسسة التي تدعي قطع العلاقات التجارية معها، أن تثبت تمتع المؤسسة بوضعية الهيمنة، وأن لا يكون قطع هذه العلاقة التجارية نتيجة لانقضاء العقد المبرم بينهما أو كان بسبب مشروع ما، وفي المقابل لا يشكل تصرف المؤسسة المهيمنة تعسفا في استغلال وضعية الهيمنة في حالة قيامها بقطع العلاقات التجارية مع شركائها الاقتصاديين، ولم يكن الهدف من ورائه هو استبعادهم من منافسته من السوق المعتبرة قانونا.¹

- **الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى وفرض شروط خاصة على الموزعين:** يمثل فرض سعر إعادة البيع أو إلزام شروط خاصة على الموزعين إحدى الضغوط الممارسة من طرف المؤسسة المهيمنة على السوق على باقي المؤسسات، إذ أن المؤسسات المتواجدة في تلك الوضعية تمارس أحيانا، ضغوطا على باقي المتعاملين الاقتصاديين بهدف القضاء على المنافسين، وفي هذا الصدد أدان مجلس الدولة الفرنسي شركة Sacobs Standard France التي كانت في وضعية هيمنة على سوق مزيج الكاكاو، لأنها قيدت الحرية التجارية لأحد عملائها الذي فرضت عليه إعادة بيع منتج بعد أن يكون قد قام بتغليفه، وحرمانه من بيعه على الحالة التي كان عليها قبل الشراء، حيث أن إلزام العميل هذا التغليف، كان القصد من ورائه منعه من المنافسة المباشرة للشركة الممونة.²

ثالثا: التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية

لقد تم تكريس فكرة التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية لأول مرة في فرنسا، بموجب صدور الأمر رقم 86-1243 المتعلق بحرية الاسعار والمنافسة، باعتبارها مخالفة مستقلة وقائمة بحد ذاتها وذلك نظرا للتحويلات الاقتصادية لتلك الفترة، حيث تعود هذه الفكرة إلى انشاء مراكز الشراء والمشكلة من مجموع المحلات، هذه المراكز كانت تختار مموئها وتقرض عليهم شروط صارمة باعتبارها متمتعة بقوة اقتصادية، إلا أنها كانت تنفذ من العقاب على

¹ سامي عبد الباقي ابو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية القاهرة، 2010 . ص 182.

² شايب بوزيان، مرجع سابق، ص 93.

اعتبار أن قانون المنافسة كان يشترط أن تكون المؤسسة المنافسة في وضعية هيمنة على السوق، حتى تتمكن المؤسسة الأخرى من الادعاء عليها أنها في وضعية تبعية اقتصادية.¹

1- تعريف وضعية التبعية الاقتصادية

عرف المشرع الجزائري التبعية الاقتصادية من خلال نص المادة 3 من الأمر 03/03 على أنها: "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".

وترجع التبعية الاقتصادية الى القوة الاقتصادية للكون الاقتصادي المتبوع بالمقارنة مع العون الاقتصادي التابع، هذه القوة التي تمكنه من امتلاك قوة تفاوضية تمكنه في نهاية الأمر من فرض اشتراطاته التعاقدية على الطرف الآخر، لكن ينبغي التنويه إلى أن ما يقع محل الحظر ليس التبعية الاقتصادية في حد ذاتها، وإنما استغلالها في تحصيل مزايا تعاقدية و من ثم تنافسية غير مبررة، و عليه فإن الحظر لا يقع إلى بتحقق وضعية التبعية الاقتصادية، ثم التعسف في استغلالها.²

إن وضعية التبعية الاقتصادية وفقا لمفهوم النص تفترض وجود علاقة تجارية بين المؤسسة التابعة و المتبوعة، هذه العلاقة حددتها المادة السابقة من زاوية المؤسسة المتبوعة، فذكرت بأنها قد تكون زبونا أو ممونا، الأمر الذي يوحى باتساع نطاق وضعية التبعية الاقتصادية بإمكان تحقيقها في شتى العلاقات التجارية،³ و في الواقع فإن هذه العلاقة التجارية قد تترجم في صيغ متعددة، إذ أنها قد تتحقق بتبعية موزع لممون، كما في الحالة التي يمثل فيها منتج الممون نسبة كبيرة من رقم أعمال الموزع، بحيث لا يمكنه إلا أن يكون في وضعية تبعية، كما قد يحدث العكس و تتحقق تبعية ممون لموزع، كأن تشكل المؤسسة الموزع أهمية كبيرة في تجارة الممون.

¹ جواد عفاف، حماية المنافسة من الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 01، 2018، ص 08.

² درماش بن عزرز، مرجع سابق، ص 09.

³ بوحلايس الهام، الاختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة منتوري، السنة الجامعية 2004-2005، ص 50.

من خلال ما سبق يمكن القول أن وضعية التبعية الاقتصادية لا تتحقق إلا إذا توافر ما يلي:¹

- ❖ طرفان كلاهما مؤسسة: أحدهما المؤسسة المتبوعة وهي صاحبة القوة الاقتصادية التي تستغل وضعية التبعية الاقتصادية وتتعسف فيها، والأخرى المؤسسة التابعة وهي المؤسسة التي يمارس عليها التعسف، باعتبارها الحلقة الأضعف في العلاقة التجارية.
- ❖ لا تحدث وضعية التبعية الاقتصادية إلا في مجال العلاقات التجارية، وقد حدد المشرع بصورة أدق طبيعة هذه العلاقة حينما أشار إلى رفض التعاقد بمعنى هي علاقة تنشأ بمناسبة إبرام عقد تجاري، خاصة مع بروز مصطلح زبون وممون وبالتالي تستبعد كل معاملة غير تجارية .

2- دوافع التبعية الاقتصادية:

و نعني بها الأسباب التي تجعل المؤسسة في حالة تبعية وهي:²

- ◀ **دافع ندرة المنتج ينشئ التبعية الاقتصادية**: ويتجسد بتوفر سلعة لدى ممون معين فقط دون غيره هنا يكون الموزعون في حالة تبعية اقتصادية إزاء هذا الممون، و هي نادرة الحدوث يفترض لتحقيقها وجود أزمة في الإنتاج أو في التموين من المواد الأولية.
- ◀ **دافع علاقة العمل**: وتتجسد في أن يجمع بين المنتج و الموزع مثلا علاقة عمل طويلة الأمد، حيث تتخذ صورة من صور عقود التوزيع المختلفة كعقد التوزيع الحصري أو الانتقائي و هي العقود التي تجعل أحد الطرفين في وضعية تبعية، حيث يجب التأكد عند إبرامها من عاملين أساسيين هما:
 - أثر العقد على المنافسة في كامل شبكة التوزيع حيث أن إبرام مجموعة من العقود التي تبرمها نفس الشبكة يؤثر سلبا على المنافسة.
 - العلامة التجارية نفسها أو بين منتجات مماثلة لا تنتمي إلى نفس العلامة.
- ◀ **دافع جودة السلعة و قوة الشراء**: إن الجودة تعبر عن مدى تلبية المنتج لحاجاته و رغباته فهي لا تقل أهمية بالنسبة للمستهلك الذي لم يعد تخفى عليه، بل أصبحت هي

¹ بن عبد القادر زهرة، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، مجلة الشريعة و الاقتصاد، المجلد 06، العدد 11، جامعة العلوم الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة، 2017، ص 119.

² قني سعدية، شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد 02، العدد 02، جامعة تبسة، 2017، ص 13.

العامل المحدد لاختياراته، لذا أصبح لا يمكن للموزع الاستغناء عن الجودة إذا أراد الاستمرار في مزاوله نشاطه التجاري، أي علاقة الموزع بالمنتج لسلع تحمل علامات تجارية مشهورة و ذات جودة عالية هذه الأخيرة التي تتمثل في متطلبات السلامة، الأمان ، المظهر الخارجي أما الخدمات فتتجسد في المدة التي تستغرقها الخدمة و مدى استجابتها لمتطلبات الزبون المتغيرة، أما قوة الشراء تكمن أهميته بارتباطه بالمساحات الكبرى التي تتمتع بها المؤسسة في مجال التوزيع، حين يتحكم ذلك و يؤثر على المنتجين ، المزارعين و الصناع الذين لا يمكنهم التخلي عن التعامل مع هؤلاء الموزعين الكبار أي مراكز الشراء الكبرى دون أن ينتج عن ذلك انخفاض ملموس في رقم أعماله.

بناء على ما تم التطرق إليه نجد أن وضعية التبعية الاقتصادية هي في حد ذاتها لا تعد أمر محظور فالسيطرة أو التفوق بالنسبة للمؤسسة المتبوعة يعتبر مطلباً مشروعاً طالما تتعامل في الميدان الاقتصادي ، فما هو محظور هو تعسف المؤسسة المهيمنة الناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية.

3- أشكال التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية

كأصل عام، فإن كل شخص حر في العمل ومن حقه ممارسة أعمال يحصل من خلالها على منفعه، ويتبادل بها مصالحه مع الآخرين، فطالما كانت الأعمال مشروعة، يكون من حق كل شخص ممارستها دون أن يتعرض لأي قيد أو اعتداء، وكذلك الحال في مجال المنافسة فالمؤسسات حرة في ممارسة أعمالها، طالما كانت في إطارها المشروع لكن الخروج عن حدود المنافسة الحرة، بأعمال تؤدي إلى تقييدها وعرقلتها، هو الأمر المعاقب عليه.

وتأسيساً على ذلك فإنه ليس محظوراً تبعية مؤسسة لمؤسسة أخرى اقتصادياً، ولكن الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية والمفضي إلى تقييد المنافسة والإخلال بقواعدها في السوق هو المحظور، والمشكل لممارسة مقيدة للمنافسة في مفهوم المادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق

بالمنافسة¹، لذلك فإن المشرع و حتى تسهل عملية تحديد مدى وجود هذه الممارسة، فقد جاء في المادة 11 من الأمر 03-03 على سبيل المثال بعض أوجه التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية بحيث نصت على: " يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة .

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- ◀ رفض البيع بدون مبرر شرعي؛
- ◀ البيع المتلازم أو التمييزي؛
- ◀ البيع المشروط باقتناء كمية دنيا؛
- ◀ الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى؛
- ◀ قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة؛
- ◀ كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل سوق. "

3-1 رفض البيع بدون مبرر شرعي: تجنب المشرع الجزائري تعريف صورة رفض البيع بدون مبرر شرعي، ويمكننا أن نعرفه بأنه: " امتناع المؤسسة المتبوعة عن البيع للمؤسسة التابعة لها اقتصاديا، دون مبرر شرعي وبشكل تعسفي، مع غياب الحل البديل للمؤسسة التابعة" و يمكننا استخلاص العناصر التي تقوم عليها هذه الممارسة من خلال ما يلي:²

- رفض أو امتناع المؤسسة المتبوعة إبرام عقد البيع مع المؤسسة التابعة لها اقتصاديا
- التبعية الاقتصادية بحيث لا تملك المؤسسة المتبوعة إمكانية ربط علاقة اقتصادية بديلة مع مؤسسة أخرى.
- أن يكون رفض المؤسسة المتبوعة تعسفا لا يستند إلى مبررات مقنعة والمجلس المنافسة السلطة التقديرية في ذلك.

¹ مزغيش عبيد، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة الفكر، المجلد 09، العدد 02، جامعة بسكرة، 2014، ص 512.

² بن عبد القادر زهرة، مرجع سابق، ص 130.

الأصل أن رفض البيع إذا تم دون سبب مبرر ومعلل، يعتبر شكلا من أشكال رفض البيع المنافى والمخل بأحكام المنافسة الحرة إلا أنه هناك حالات يكون رفض البيع فيها مشروعاً:¹

- أن يكون للطلب الصفة الغير عادية: ونكون بصدد طلب شراء سلع وخدمات غير عادي إذا خالف العون الاقتصادي ما جرى العمل به في الغرف التجاري، أو كانت مواعيد تسليم البضاعة أو الخدمة وكذا كفاءات الدفع غير عادية وغير مشروعة، كما أنه قد يتخذ الطلب الصفة الغير عادية إذا تم مثلا بكمية غير طبيعية كالطلب الضئيل الكمية، أو العكس طلب كميات كبيرة وبصفة غير عادية دون تقديم الضمانات الكافية للدفع للعون الاقتصادي، هذا الأخير الذي يحق له رفض البيع دون أن يكون أمام ممارسة محظورة.

- رفض البيع تطبيقاً لنص قانوني: يكون رفض العون الاقتصادي للبيع مبرراً ومشروعاً إذا تم تطبيقاً لنص منظمة لبعض السلع ذات الطبيعة الخاصة.

- سوء النية: ويتم الكشف عن سوء نية المشتري بالنظر إلى مواقفه من خلال تعاملاته السابقة، كمخالفته الالتزامات التعاقدية، بعدم دفع ثمن طلبات سابقة أو سوء تنفيذ عقد توزيع سابق، وتقدر سوء نية وقت طلب السلعة من صاحب الامتياز، ويكون الزبون سيء النية كذلك إذا كان هدفه الإضرار بالبائع لإعادة بيع المنتج بسعر منخفض جداً وبصفة غير عادية مما يعود سلباً على البائع.

3-2 البيع المتلازم أو التمييزي: حيث سنحاول تناول كل واحد على حدى:

3-2-1 البيع المتلازم: عرفت المحكمة العليا الأمريكية البيع المرتبط أو المتلازم بأنه:

"اتفاق بين اثنين (بائع ومشتري) لبيع منتج يسمى "المنتج الرابط" بشرط قيام المشتري بشراء منتج آخر مختلف عنه ولا يحتاجه المشتري يسمى المنتج المربوط، أو على الأقل يتعهد المشتري بأن لا يشتري هذا المنتج من بائع آخر".²

كما أنه يعرف بأنه هو "الأسلوب التجاري الذي تلجأ إليه المؤسسة الممونة والتي تكون في مركز قوة من أجل إلزام المؤسسات التابعة لها اقتصادياً على قبول شروطها التعسفية، والمتمثلة

¹ جواد عفاف، مرجع سابق، ص 37.

² بخدة كمال، الممارسات التعسفية على أساس التعامل في ظل قانون المنافسة الجزائري، مجلة القانون، المجلد 06، العدد 01، جامعة غليزان، 2017، ص 338.

في بيع أحد المنتجات مرافقا لمنتوج آخر، هذا الأخير يكون من نوع مخالف حيث تكون المؤسسات التابعة في غالب الأحيان ليست بحاجة اليه، مما يسمح للمؤسسة الممونة تحقيق اعمال مربحة"¹

وهو كذلك عبارة عن "محاولة ربط بيع المنتج أو تقديم الخدمة المعنية بشراء منتجات أخرى، فيقرن بيع المنتج أو الخدمة محل الطلب بشراء المنتجات الأخرى، ومن شأن هذه الالتزامات أو المنتجات المعلق عليها إبرام العقد أنها ليست مرتبطة لا بطبيعتها او بموجب الاستخدام التجاري لها بمحل التعامل الأصلي"².

3-2-2-3 البيع التمييزي: هو ذلك البيع الذي يتحقق في كل حالة تحصل فيها مؤسسة أو عدة مؤسسات دون الأخرى على شروط خاصة للبيع، تتمثل في منحها امتيازات تتمثل في أسعار خاصة، أو تسهيلات في الدفع... الخ، مما يجعلها في وضعية أفضل من غيرها من المؤسسات³. ويعرف بأنه " ذلك البيع الذي تمنح بموجبه المؤسسة المتبوعة لأحد زبائنها الذي تربطه معها علاقة تجارية جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات "، ويمكن أن نستخلص أن البيع التمييزي ينطوي على ممارس تفضيلية تسمح للزبون الذي حضي بها أن يكون في وضعية تنافسية أفضل من غيره من المؤسسات الأخرى، مما يعد مساسا بمبدأ المنافسة.

3-3 البيع المشروط بإقتناء كمية دنيا: في إطار اقتصاد السوق وحسب قواعد المنافسة، فإنه لا يجوز لأي مؤسسة ممونة ومن أجل التعاقد مع أخرى أن تفرض عليها شراء كمية معينة من المنتجات تحدها المؤسسة الأولى بنفسها، والبيع بهذا الأسلوب الممنوع يضعنا أمام فرضيتين وهما:⁴

- **الفرضية الأولى** هي أن تكون كمية المنتجات التي تريد المؤسسة الممونة تزويد المؤسسة الزبونة بها كبيرة تفوق طلب هذه الأخيرة، مما يترتب عليه دفع المؤسسة

¹ LUC B, Vente commerciales les droit commerciales, Répertoire de droit commerciale 29, année, tome, Dalloz, paris 2001, p 13

² بخدة كمال، مرجع سابق، ص 338.

³ درموش بن عزرز، مرجع سابق، ص 14.

⁴ علال سميحة، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، ص 21.

الزبونة لمبالغ طائلة من أجل حصولها على هذه المنتجات، وهذا الأمر من شأنه أن يرهق الجانب الإيجابي لذمتها المالية هذا من جهة، ومن جهة ثانية وجود فائض من السلع يعود على هذه الأخيرة بخسارة أكيدة نتيجة كسادها في المخازن لعدم تمكنها من بيعها أو أن عملية البيع ستكون بالخسارة.

- **الفرضية الثانية** فيحدث العكس، بحيث تكون كمية المنتجات التي تفرضها المؤسسة المدونة على المؤسسة الزبونة تقل عن تلك التي تريد هذه الأخيرة شراءها، وبالتالي فإن عملية البيع تكون مرتبطة بقبول المؤسسة الزبونة بهذه الكمية الضئيلة التي تحدها المؤسسة المونة، ولا تلبي حاجات المؤسسة الزبونة، هذا من شأنه أن ينمي وضعية الهيمنة من خلال تحكم المؤسسة الممونة في كمية السلع التي تدخل للسوق ومنه التحكم في عملية العرض والطلب، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار نتيجة لقلّة المنتجات وبالتالي عرقلة السير الطبيعي للسوق. هذه الممارسة من شأنها أن تؤدي إلى اضمحلال إرادة المؤسسة الزبونة وبروز إرادة المؤسسة الممونة نتيجة لأسلوب الضغط الذي تمارسه هذه الأخيرة والذي يدفع بالأولى للرضوخ له من أجل المحافظة على نشاطها التجاري، وهذا ما هو إلا دليل على التعسف في استغلال وضعية التبعية.

4-3 **الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى**: يتحقق هذا البيع في الحالة التي يفرض فيها المنتج مثلاً على الموزع الذي يتعامل معه أن يعيد هذا الأخير بيع المنتج بحدّ أدنى لا يجوز له النزول عنه، مما يؤدي إلى تقوية وضعية المنتج تجاه الموزع، و يؤدي إلى وجود حاجز يعرقل إمكانية انخفاض الأسعار وفقاً لقانون السوق، حيث من خلال المادة 11 يمكننا استنباط تعريف للإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى بأنه ممارسة يفرض من خلالها العون الاقتصادي المستغل لوضعية التبعية الاقتصادية على عون تابع له اقتصادياً السعر الذي يبيع به، وتظهر هذه الممارسة غالباً بين الممونين وشبكات التوزيع المرتبط معهم بعقود بيع، بحيث لا يمكن لهذه الأخيرة البيع بأقل من السعر المحدد من طرف الممون، وهذه الأسعار تكون موحدة بحيث تطبقها المؤسسة الممونة على كل الموزعين المتعاملين معها. وهذا بعد خرقاً لمبدأ المنافسة الحرة والذي يقتضي أن كل بائع وكل مقدم خدمة يحتفظ بحريته في تحديد الأسعار بطريقة مختلفة على منافسيه، وبالتالي عند

فرض المنتج أو الممون على الموزع البيع بسعر محدد يتم القضاء على حرية تحديد الأسعار باعتبار هذه الأخيرة ستكون محددة مسبقا وهذا ما يتعارض مع مبدأ حرية الأسعار الذي نص عليه المشرع الجزائري كأساس لتحقيق المنافسة الحرة في مجال التوزيع، فالمادة الرابعة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تنص على أنه "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة غير أنه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 5 أدناه يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي ، بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس ، يمكن أخذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة". وعليه تخضع أسعار السلع والخدمات لقواعد السوق وقانون العرض والطلب على أن يتم ذلك بصورة نزيهة وشفافة، ومبدأ حرية الأسعار يطبق بصفة عامة على المنتوجات سلعا كانت أو خدمات، غير أن هذا المبدأ ترد عليه فيود واستثناءات، حيث يمكن للدولة التدخل لتقنين أسعار بعض المنتجات والخدمات ذات الاستهلاك الواسع.¹

قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة: و معنى ذلك أن توجد علاقة تجارية بين متعاملين، و أن يقوم أحدهما مهما كانت صفته بقطع هذه العلاقة لمجرد رفض المتعامل الآخر الخضوع لشروط غير مبررة، و لقيام هذه الصورة يستلزم:²

← أن تكون العلاقة التجارية قائمة قبل حالة القطع المفاجئ، وهذا خلافا لباقي الممارسات التي تكون فيها العلاقة مؤقتة و غير مستمرة وكذلك في العلاقات العابرة و غير الثابتة .

← وجود علاقة تجارية مبرمة كعملية القيام بتمويل منتج أو تقديم خدمة .

¹ جواد عفاف، مرجع سابق، ص 64.

² درموش بن عزرز، مرجع سابق، ص 26.

← قطع العلاقات التجارية دون سابق إنذار كتابي .

بالرغم من أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على حالة التهديد بقطع العلاقة التجارية إلا أنه يستشف ذلك من نص المادة 18 من قانون 04-02 و التي نصت على ما يلي :

" يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو شراء تميزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة"

رابعا : تطبيق أسعار مخفضة بصفة تعسفية

عندما تعرض مؤسسات متنافسة منتجات بديلة في السوق، من حقها أن تحدد ثمن بيع المنتج بكل حرية، و من الطبيعي أن يكون هناك اختلاف في الأسعار المقترحة، و هذا يعود أساسا إلى اختلاف التكاليف التي تكبدها كل منتج، التكنولوجيا المستعملة و كذلك جودة المواد في حد ذاتها، و هذا التباين في الأسعار يفيد المستهلك و يكون لصالحه ويمنحه اختيار أكبر خاصة عندما تنخفض الأسعار بسبب كثرة العرض. كقاعدة عامة البيع بسعر أقل يعبر عن أفضل انتاجية و أحسن تسيير لمختلف شبكات التوزيع، إلا أن هذه الممارسة لا تحقق دائما الأهداف المنتظرة منها، اذ كثيرا ما تعتمد كوسيلة لإبعاد منافسين جدد من دخول السوق، أو ابعاد مؤسسات منافسة، و يتم ذلك عندما تكون الأسعار المطبقة غير مطابقة لواقع السوق، و في هذه الوضعية تتحول هذه الممارسة من ممارسة مشروعة إلى ممارسة غير مشروعة ، و قد تتخذ شكل ممارسة البيع المخفض بشكل تعسفي،¹ حيث حظر قانون المنافسة هذه الممارسة بأحكام المادة 12 منه و التي تنص على " يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول الى السوق"

¹ مختور دليلة، حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي: استثناء حرية الأسعار، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، المجلد 08، العدد الخاص، جامعة بجاية، 2017، ص 228.

حيث يمكن تعريفه بأنه " هي ممارسة مقيدة للمنافسة ترتكبها مؤسسة ضد مؤسسة أخرى من خلال عرض أو ممارسة بيع بأسعار مخفضة للمستهلك انخفاضا يصل إلى درجة البيع بسعر يقل عن سعر التكلفة الاجمالية مما يخل بمبادئ المنافسة الحرة، و التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين ممارسة مقيدة للحرية التنافسية الهدف منها إزاحة المنافسين الآخرين و السيطرة على السوق و العودة بعد ذلك إلى السعر العادي إن لم يكن أكثر ارتفاعا لتدارك هامش الخسارة "¹ فالبيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي هو ذلك البيع الذي تعرض فيه المؤسسة ببيع سلعة للمستهلك بسعر يقل عن سعر الإنتاج والتحويل والتسويق الذي يؤدي إلى عرقلة المنافسة، حيث أن هدف المؤسسة من وراء تخفيض السعر إما إخراج مؤسسة أخرى من السوق، أو منع دخول أحد منتوجاتها إليه، أو يمكن أن يكون لهذا التخفيض أثر تقييد المنافسة في السوق، لذا حظر المشرع الجزائري هذه الممارسة حماية لمصالح الاعوان الاقتصاديين في السوق، من جهة حماية مصالح المؤسسات المتنافسة، لأن هذه الممارسة قد تؤدي إلى ابعاد مجموعة من المؤسسات، وكثيرا ما تصدر هذه الممارسة قصد تحقيق إحتكار في السوق، حيث تتعمد المؤسسة الخسارة، إذ غالبا ما يكون التخفيض لا يؤثر سلبا عليها نظرا لقوتها الاقتصادية، كما أنها على علم أنه بعد القضاء على المنافسة في السوق وفرض الهيمنة عليه سوف تبقى هي المحتكرة الوحيدة لسوق، وبإمكانها رفع الأسعار حسب رغبتها، وذلك من أجل تغطية الخسارة التي لحقت بها من جراء التخفيض المتعمد، ومن جهة ثانية حماية مصالح المستهلكين، لأن هذه الممارسة وإن سمحت له في البداية اقتناء سلع بأسعار مخفضة، إلا أن ذلك لن يدوم لفترة طويلة، فبمجرد تحقيق المؤسسة أهدافها سترفع الأسعار، وسيتم ذلك على حساب المستهلك النهائي.² حيث نكون بصدد بيع محظور إذا كان البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي، وقد حددت المادة 12 من الأمر 03-03، الحالات التي يكون فيها البيع محظورا سواء كان القائم بالبيع منتجا أو مسوقا أو محولا، حيث يكون سعر السلعة المعروض أو المطبق يقل عن المصاريف التي بذلت في إنتاجها أو تحويلها وتسويقها، و يقصد بسعر التكلفة الحقيقي : "سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء

¹ لعور بدر، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين، وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، المجلد 09، العدد 01، جامعة بسكرة، ص 361.

² مختور دليلة، مرجع سابق، ص 229.

أعباء النقل"، هذا ويعتبر سعر التكلفة الحقيقي بمثابة عتبة المنافس، حيث نقول أنه عندما يلجأ العون الاقتصادي إلى بيع سلعته بسعر أدنى من سعر التكلفة الحقيقي المتمثل في الثمن المسجل على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل، فإنه بدون شك يؤثر على الأعوان الاقتصاديين المنافسين له في الأسواق خاصة الأقل منه قوة.¹ حيث إن عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفياً وإن كان يحقق مصلحة آنية للمستهلك، فإنه بالمقابل يرمي أو يهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق مرتكبا بذلك ممارسة مقيدة للمنافسة، والتي تتعارض مع أهداف المنافسة المشروعة في السوق، مما يؤدي إلى إحداث أضرار بالاقتصاد الوطني، ولتحديد طبيعة هذا الضرر أكد المشرع على أن تتم الممارسة في إحدى الصورتين وهما؛ إما من أجل إبعاد إحدى المؤسسات من السوق أو عرقلة أحد منتوجات مؤسسة أخرى من الدخول في السوق، كما أنه ولأهمية هذا الضرر المترتب عن عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفياً فإن المشرع حرص على اعتباره سواء كان واقعا أو وشيك الوقوع لنص المادة على ذلك: **تهدف أو يمكن أن تؤدي** وفي الأخير نخلص إلى القول أنه لكي يكون هناك حظر لعرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفياً لا بد أن يكون هناك مجموعة من الشروط لا اعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة، لأن الأصل في البيع بأسعار منخفضة في مواسم التصفية السنوية، أو خلال بعض المناسبات الدينية أو الوطنية كالأعياد أو المهرجانات لا يعد من قبيل المساس بالمنافسة.²

المطلب الثاني : أحكام قانون المنافسة و حظر التجميعات الاقتصادية

أصبح تجمع الشركات يمثل اليوم الصورة المثلى لتكتل الشركات التجارية في ظل المنافسة الاقتصادية التي تفرضها باقي التجمعات والتكتلات الاقتصادية، فلم يعد للشركات التجارية إدارة مشروعاتها الاقتصادية بصفة منفردة، فالتجمع والتكتل أصبح حتمية اقتصادية على الشركات حتى تحافظ على مشروعاتها الاقتصادية على الأقل، أو تامين وضعيتها الاقتصادية وتعزيز قدرتها التنافسية، فضلا عن الدعم المالي والتقني الذي يحققه التجمع باعتبار أن

¹ حوت فيروز، حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفياً، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد 03، المركز الجامعي تيبازة، 2017، ص 388.

² بوشريط حسناء، دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفياً للمستهلك، العدد 50، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، 2018، ص 211.

الشركات المكونة له تخضع لإدارة اقتصادية تضعها الشركة الأم ، و لأهمية الروابط المالية التي تظهر بين الشركات في الحياة التجارية، والتي تؤدي في الغالب إلى إنشاء تجمعات للشركات، فقد وضع المشرع الجزائري أحكاما خاصة في القانون التجاري، من أجل بيان ماهية تجمع الشركات وكيفية تأسيسه وتنظيمه من وجهة نظر قانونية، إضافة إلى ما نص عليه قانون المنافسة الذي أشار إلى هذه الصورة ضمن أحكام التركيز الاقتصادي باعتبار، أن تجمع الشركات يمثل أحد صور ظاهرة التركيز الاقتصادي، وهذا بغية إخضاعه إلى رقابة مجلس المنافسة حتى لا تؤدي عملية إنشاء تجمع الشركات إلى المساس بالمنافسة.¹

أولاً: مفهوم التجميع (التركيز) الاقتصادي

ظهر مصطلح التركيز الاقتصادي للمشاريع الاقتصادية في منتصف القرن الماضي، نتيجة ما شهدته اقتصاديات الدول المتقدمة من أزمات مالية، أدى إلى تجمع المشاريع لتجاوز تلك الأزمة، فضلا عن تبني سياسات الانتفاع الاقتصادي وقرار مبدأ المنافسة الحرة.²

حيث يعرف بأنه: «تجميع عدد من المشروعات المشتغلة بصناعة معينة في مشروع واحد أو مشروعات قليلة بدلا من تشتتها بين مشروعات كثيرة، بحيث يزداد عدد المشروعات الكبيرة أو يزداد حجم المشروعات الموجودة، ومن ثم يزداد الإنتاج الكبير ويقل الإنتاج الصغير»³

ويعرف التركيز الاقتصادي من الناحية الاقتصادية بأنه " ظاهرة تكتل أو تجميع مؤسستين أو أكثر ضمن تشكيلة قانونية معينة بغية إحداث تغيير دائم في هيكل السوق، مع فقدان كل المؤسسات المتجمعة لاستقلاليتيها تعزيزا للقوة الاقتصادية لمجموعها"⁴

أما من الناحية القانونية حاول من خلاله المشرع الجزائري أن يعطي تعريفا للتركيز الاقتصادي تضمنه قانون المنافسة السنة 1995¹ من خلال نص المادة 11 منه، بحيث جعل التركيز

¹ بن حملة سامي، تجمع الشركات التجارية كآلية للتركيز الاقتصادي في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 08، العدد 02، جامعة أدرار، 2009، ص 02.

² - أكرم محمد حسين، أحكام التركيز الاقتصادي للمشاريع، دراسة مقارنة، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد 32، العدد 2، 2017، ص 4.

³ عمارة كريمة، اندماج الشركات كآلية للتركيز الاقتصادي، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية، العدد 12، جامعة الجلفة، 2018، ص 393.

⁴ درموش بن عزرز، مرجع سابق، ص 28.

الاقتصادي عبارة عن عقد يتم من خلاله تحويل ملكية أصول أو حقوق وسندات من عون اقتصادي إلى آخر قصد تمكينه من مراقبته أو ممارسة نفوذ عليه، ويؤدي ذلك إلى المساس بالمنافسة، والحصول على وضعية الهيمنة في السوق، غير أن المشرع الجزائري قد تخطى هذا التعريف ليتبنى تعريفاً جديداً للتركيز الاقتصادي يشمل كل وضعيات التكتل والتكامل بين المؤسسات سواء بصورتها الكلاسيكية أو الحديثة، وذلك بصدر قانون المنافسة الجديد (الامر 03-03) خلال نص المادة 15 منه التي ورد "يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا:

- ◀ اندمجت مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل.
- ◀ حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو جزء منها، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى.
- ◀ أنشئت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة.

كان في السابق الدافع الرئيسي الذي يحفز الشركات التجارية على التكتل والتركز هو الرغبة في احتكار السوق، لكن هذا الدافع أصبح اليوم محظورا بموجب معظم التشريعات القانونية، وذلك لحماية المستهلكين، ومنع السيطرة على رأس المال، إلا أنه في الوقت الراهن ظهرت دوافع يمكن أن تصنف على أنها إيجابية، حيث أصبحت الشركات تتكتل وتندمج فيما بينها لتحقيق الأهداف التي تعجز عن تحقيقها بمفردها عن طريق توحيد جهود الإنتاج، من أجل احتلال وضعيات اقتصادية مفضلة في أسواق المنتجات والخدمات تمكنها من مواجهة المنافسة التي تفرضها باقي التجمعات الاقتصادية فالتكتل اليوم بات من المظاهر الصحية من أجل ضمان القدرة على النمو والاستمرارية، وتحقيق نوع من التوازن والاستقرار في الأسواق التجارية. ويهدف التكتل غالبا إلى تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير ووضع حد للمنافسة بين الشركات العاملة في نفس النشاط، أو بقصد احتكار منتج أو خدمات معينة، أو بهدف خفض

¹ القانون رقم 95/06 المنافسة المؤرخ في 22/01/1995 الصادر في الجريدة الرسمية ع 09 بتاريخ 22/02/1995 المتضمن قانون المنافسة.

تكاليف النشاط وتوحيد سياسة الإنتاج، ويسمح ذلك للشركات المتكثلة باقتحام أسواق جديدة واستقطاب رؤوس أموال إضافية كما أنه يزود الشركة بوسائل تكنولوجية متطورة.

فالقدره على مقاومة المنافسة تكاد تنعدم لدى الشركات التي تنشط منعزلة غير متكثله، وذلك لأن التكتل يخفف حجم المنافسة بين الوحدات الاقتصادية لاسيما المتماثلة الغرض، فالتنافس بين الشركات قد يكون في الكثير من الأحيان انتحاريا، خاصة إذا كان النشاط يمارس في سوق ضيقة تكون فيها الشركات المتنافسة عاجزة عن الانتقال بنشاطها خارج حدود الدولة، فبالرغم من الميزات التي يحققها مبدأ المنافسة إلا أنها قد تحمل بين طياتها مجموعة من المخاطر يمكن أن تلحق أضرارا بالمتنافسين وحتى على الاقتصاد الوطني.¹

ثانيا: صور التجميعات الاقتصادية:

يبرز من نص المادة 15 من الأمر المتعلق بالمنافسة أعلاه، وجود ثلاثة أشكال قانونية للتجميع الاقتصادي، هي:²

1- الاندماج la fusion

يعرف الاندماج على أنه اتفاق بمقتضاه تتحد شركتان قائمتان على الأقل في شركة واحدة تكون لها شخصية معنوية جديدة بعد اتخاذ إجراءات التأسيس، أو أن تبتلع شركة تسمى الشركة الدامجة شركة أخرى تسمى المندمجة، ويطلق على الصورة الأولى الاندماج بطريق المزج وعلى الصورة الثانية الاندماج بطريق الضم، والاندماج بصورتيه يتم من خلال عقد بين الشركات المشتركة فيه يتم عرضه على الجمعية العامة غير العادية لهما الأحد الموافقة عليه.³ و يعرف كذلك بأنه "اتفاق شركتان أو أكثر أن تقوم احدهما بشراء أصول الأخرى مقابل أسهم

¹ عمارة كريمة، مرجع سابق، ص 395.

² شمس الدين بشير، رقابة التجميعات كآلية قانونية لوقاية النظام العام التنافسي، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 13، العدد

25، جامعة بسكرة، 2021، ص 550.

³ عمارة كريمة، مرجع سابق، ص 394.

أو دفعها نقداً أو قد تقوم الشركتان – أو باقي الشركات - بحل الأصول المملوكة لهما والخصوم المستحقة عليهما وينتج عن ذلك كيان جديد"¹

يشكل الاندماج الوسيلة التقليدية أو النموذجية لتجميع المؤسسات، ويقصد به "عقد بمقتضاه تنضم شركة تجارية أو أكثر إلى شركة أخرى، فتزول الشخصية المعنوية للشركة المندمجة، وتنقل أصولها وخصومها إلى الشركة الدامجة، أو تمتزج بمقتضاه شركتان أو أكثر، فتزول الشخصية المعنوية لكليهما وتنقل أصولهما وخصومهما إلى شركة جديدة، إلى جانب هذا الاندماج القانوني، تأخذ سلطة المنافسة الفرنسية بنوع آخر من الاندماج يسمى بالاندماج الواقعي أو الفعلي *la fusion de fait*، والذي يقصد به "اجتماع نشاطات مؤسسات مستقلة من قبل على مستوى نفس التجمع الاقتصادي، وتأخذ سلط المنافسة في اعتبارها لتكييف هذا النوع من الاندماج عدة عوامل أهمها : وجود تعويض للأرباح والخسائر بين المؤسسات المجتمعة، توزيع الموارد بين هذه الكيانات أو مسؤوليتها التضامنية.

2- ممارسة المراقبة أو ملكية الرقابة:

يمكن أن يتحقق التجميع الاقتصادي حسب المادة 15 أعلاه، عن طريق حصول شخص طبيعي أو مؤسسة على مراقبة مؤسسة أخرى، وقد حددت المادة 16 من الأمر المتعلق بالمنافسة مفهوم هذه المراقبة بنصها على أنه: "يقصد بالمراقبة المذكورة في الحالة 2 من المادة 15 أعلاه، المراقبة الناتجة عن قانون العقود أو عن طرق أخرى تعطي بصفة فردية أو جماعية حسب الظروف الواقعة، إمكانية ممارسة النفوذ الأكيد والدائم على نشاط مؤسسة لاسيما فيما يتعلق بما يأتي:

- ◀ حقوق الملكية أو حقوق الانتفاع على ممتلكات مؤسسة أو على جزء منها
- ◀ حقوق أو عقود المؤسسة التي سترتب عليها النفوذ الأكيد على أجهزة المؤسسة من ناحية تشكيلها أو مداولاتها أو قراراتها.

¹ أحمد علي إبراهيم، الاندماج بين الشركات، بحث منشور في المحلة العلمية للاقتصاد التجارة، ع 03، مصر، سنة 2013، ص 478.

وعليه، يمكن أن نستخلص من الجمع بين المادتين 15 و16 من الأمر المتعلق بالمنافسة، أن المشرع لا يعتبر الحصول على مراقبة مؤسسة ما في حد ذاته تجميعاً اقتصادياً خاضعاً لمراقبة مجلس المنافسة، بل لا بد أن يفضي إلى ممارسة النفوذ الأكيد على هذه المؤسسة، وحسب المادة 15 أعلاه، يمكن الحصول على المراقبة من خلال عدة وسائل عددها على سبيل المثال لا الحصر، يمكن إدراجها تحت عنصرين؛

- وسائل مالية، تتمثل في أخذ أسهم في رأس مال المؤسسة أو شراء عناصر من أصولها.

- وسائل تعاقدية، تتمثل في بعض العقود التي قد تبرمها مؤسسة ما مع مؤسسة أخرى تعطيها سلطة المراقبة عليها مثل عقد التوزيع الحصري، عقد الاعضاء التعاقد من الباطن ... الخ

3- المؤسسة المشتركة:

قد تلجأ المؤسسات الناشطة في السوق إلى التكتل مع بعضها البعض عن طريق إنشاء مؤسسة مشتركة بينها، مما يسمح لها بتجميع وسائلها وقدراتها التكنولوجية والمالية من أجل التمرکز في السوق كشريك اقتصادي مسيطر على هذه الأخيرة، خاصة في مواجهة المنافسة الخارجية، فإشياء المؤسسات المشتركة يعتبر الوسيلة الأمثل للوصول إلى هذه الغاية، لأنها تسمح بنقل التكنولوجيا وتعزيز البحث والتطوير، بالإضافة لكونها تسهل الدخول إلى أسواق جديدة، مع ضمان استقلالها القانوني لكنها تخضع عامة لمراقبة المؤسسات الأم، فإذا أنشئت مؤسسة مشتركة عن مؤسستين، فإن كل واحدة منها تملك نصف أسهم الفرع المشترك وكذا حقوق الانتخاب في جمعية المؤسسة المشتركة¹.

ان إنشاء المؤسسات المشتركة يحقق العديد من المزايا للمؤسسات الأم، حيث يسمح لها بتوحيد وتعبئة مواردها الاقتصادية، ومن ثم زيادة تنافسيتها وقوتها الاقتصادية في السوق، إلا أنها قد تتضمن أخطاراً مستقبلية على المنافسة، تظهر أساساً على صعيد تغيير بنية السوق وما قد ينجر عنه من ظهور وضعيات احتكارية أو للهيمنة، لذلك أخضعها المشرع إلى الرقابة القبلية لمجلس المنافسة².

¹ جلال مسعد، مرجع سابق، ص 199.

² شمس الدين بشير، مرجع سابق، ص 552.

ثالثاً: نطاق تطبيق الرقابة على التجميعات الاقتصادية

يظهر هدف المراقبة في تجنيب السوق الوضع المسيطر، حيث تزيد فرص وقوعها نتيجة القوة الاقتصادية التي تكتسبها المؤسسات بالتغيير في تركيبة السوق، وتركيز مصدر القرار فيه وكنتيجة لذلك اختار المشرع وضعية الهيمنة فهي تمثل القوة الاقتصادية التي تسعى لتحقيقها المؤسسات بواسطة تجميع طاقتها ما يؤدي إلى التعسف الذي يصعب فيما بعد تجاوزه آثاره لذلك تصدى لها المشرع قبل وقوعها حيث اشترط الترخيص المسبق لإتمامها وهي نقطة الاختلاف مع التعسف في وضعية الهيمنة كممارسة مقيدة للمنافسة التي تراقب بعد وقوعها في

السوق¹. و سعياً من المشرع إلى تأطير الحرية الاقتصادية للمؤسسات التي تنتهج أسلوب التجميع، من جهة، وتقادياً لما قد ينجم عنه من آثار سلبية تضر بالمنافسة، من جهة أخرى، فإنه عمد إلى الاعتراف بشرعية التجميعات ولم يحظرها مثلما فعل بشأن الممارسات المقيدة للمنافسة، ولكنه في مقابل ذلك أخضعها إلى رقابة مسبقة من طرف مجلس المنافسة وفق مجموعة من الشروط والإجراءات القانونية².

حفاظاً على المسار التنافسي الطبيعي في السوق، خول القانون للسلطات العمومية حق مراقبة أو مراجعة مشاريع وعمليات التجميع الاقتصادي وتحقيقاً لهذه الغاية، ألزم المشرع الشركات والمؤسسات بالتبليغ المسبق عن كل مشروع يتعلق بالتجميع يكون من شأنه المساس بالمنافسة، وبالأخص، دعم سيطرة وهيمنة مؤسسة ما على سوق ما، إلى السلطة العامة ممثلة في مجلس المنافسة، والذي يبيت في طلب الإذن بالتجميع في أجل قدره ثلاثة أشهر بعد أخذ رأي وزير التجارة في الموضوع، و بالتالي يمكن للمجلس أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معلل، كما يمكنه أن يقبل هذا الشكل من التركيز الاقتصادي وفق شروط تجعله لا يمس بقواعد اللعبة التنافسية³.

¹ شعبان العايب، دور مجلس المنافسة بمراقبة التجميعات الاقتصادية في القانون الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة الوادي، 2016، ص 41.

² غربي علي، مجلس المنافسة كآلية لمراقبة التجميعات الاقتصادية، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية – العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 03، جامعة الجلفة، 2018، ص 144.

³ والي عبد اللطيف، رقابة التجميعات الاقتصادية كآلية لحماية المنافسة، مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية، العدد 05، المركز الجامعي تيندوق، 2018، ص 136.

لا تعتبر التجميعات الاقتصادية محضرة في حد ذاتها، بفعل الآثار الاقتصادية النافعة التي قد تترتب عنها، لذلك لم يخضعها المشرع لرقابة آلية، بل أوجب توافر شرطين نصت عليهما المادتين 17 و18 من الأمر المتعلق بالمنافسة، هما مساس التجميع المعني بالمنافسة وتجاوزه العتبة القانونية. و تتمثل في :

1- الأثر السلبي لعمليات التجميع على المنافسة: نصت المادة 17 من الأمر 03-03

" كل تجميع من شأن المساس بالمنافسة ولاسيما يعزز وضعية هيمنة مؤسسة على السوق ما يجب أن يقدمه أصحابه إلى مجلس المنافسة الذي يبت فيه في أجل ثلاثة أشهر"، وبمفهوم المخالفة فإنه يخرج عن نطاق الرقابة عمليات التجميع التي لا تشكل مساسا بالمنافسة، أي لا تشكل هيمنة قوية في السوق، إلى جانب صور أخرى التي ترك تقديرها لمجلس المنافسة، وهذا ما يستشف من العبارات لاسيما للدلالة على وجود صور أخرى للتأثير على المنافسة كحالات التبعية الاقتصادية، وهو نفس التوجه الذي أخذه المشرع الأوروبي والفرنسي الذي خلص إلى وضع مفهوم التأثير على المنافسة والمساس بها كبديل عن المفاهيم التي عرفها التشريعات السابقة كمفهوم العرقلة الواضحة والمنافسة غير المشروعة والأجر بعين الاعتبار حالة المنافسة الكافية والمنافسة الفعلية ، وقد انتقد هذا التوجه باعتباره يعطي لسلطة المنافسة صلاحيات واسعة في تقدير حالة المساس بالمنافسة داخل السوق الذي نشأ وتوثر فيه.¹

تهتم أولا سلطة مراقبة السوق بدراسة مدى تأثير المشروع المقترح على المنافسة في السوق المعنية، وذلك على أساس أعمال النسبة المحددة في المادة 18 والمتمثلة في السيطرة على السوق في أكثر من 40 % من المبيعات والمشتريات، ووفق الدراسة يمكن تقرير مدى هيمنة المشروع على السوق وإمكانية مساس التجميع بالمنافسة حسب المادة 17 من قانون المنافسة من خلال الآثار السلبية للمشروع، إذ يمكن التوصل إلى نتيجة تتمثل، اما عدم التأثير على المنافسة و أما إمكانية ازاحة المتنافسين والقضاء على المنافسة في السوق.²

¹ Dominique LEGAIS Droit Commercial et des Affaires , 16 éd, Dalloz, Paris, 2005, p.323.

² ايت منصور كمال، دور مجلس المنافسة في مراقبة التجميعات الاقتصادية، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، المجلد 12، العدد 2، جامعة بجاية، 2015، ص 153.

2- تجاوز التجميع المعني العتبة القانونية:¹

لا تخضع التجميعات الاقتصادية للرقابة القبلية لمجلس المنافسة إلا إذا كانت تتجاوز العتبة القانونية المحددة في المادة 18 من الأمر المتعلق بالمنافسة، وهي 40 بالمئة من المبيعات أو المشتريات المنجزة في السوق المرجعي، حيث تنص هذه الأخيرة على أنه "تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40 بالمئة من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة"، وعليه اعتمد المشرع في هذا الإطار معيارا كميا، يقوم على تحديد عتبة المراقبة بنسبة معينة من حصة السوق التي يرمي أطراف التجميع إلى تحقيقها، حددها ب 40 بالمئة من المبيعات أو المشتريات المنجزة في هذه السوق. تبدو هذه النسبة على قدر من المعقولية والانسجام مع مبدأ حرية التجارة والصناعة، حيث من شأنها الموازنة أو المصالحة بين متطلبي منح أكبر قدر من الحرية للأعوان الاقتصاديين في تجميع طاقاتهم الاقتصادية للاستفادة من مزايا التجميع، ووقاية السير التنافسي للأسواق من الأخطار التنافسية التي قد تتضمنها هذه التجميعات.

تبرز أهمية هذا المعيار الهيكلي حصة السوق من حيث أنه يعكس بدقة أهمية المؤسسات أطراف التجميع و السوق المعنية، كما يأخذ في الاعتبار حجم وبنية هذه السوق، مما يرفع من فعاليته في تصفية التجميعات القابلة للإضرار بالمنافسة. أما عن عيوبه، فتتمثل في كونه صعب الأعمال بسبب صعوبة جمع المعطيات التي يركز عليها.

¹ شمس الدين بشير، مرجع سابق، ص 554.

المحور الرابع:

مجلس المنافسة كسلطة

ضابطة للسوق

مقدمة:

إن إنشاء مجلس المنافسة اقتضته حالة دخول الاقتصاد الجزائري في نظام اقتصاد السوق الذي يقوم على حرية التجارة و المنافسة الحرة و النزيهة، مما استدعى إيجاد هيئة تقوم بمراقبة السوق، هذه الرقابة تمكنه كسلطة ضبط مستقلة من تحقيق غاية ردع جملة مخالفات قانون المنافسة، إذ يختص بمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة، وكذا التجميعات الاقتصادية، ولذلك فإن معظم الدول التي انتهجت نظام اقتصاد السوق القائم على حرية التجارة، والصناعة وضعت قانون للمنافسة، وأسست سلطة تسعى للسهر على السير الحسن للمنافسة، ومسايرة لها أنشأت الجزائر مجلس المنافسة بمقتضى الأمر 06 /95 الملغي، وأبقى عليها الأمر 03/ 03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، وكلفها بحماية المنافسة، وترقيتها.¹

وعليه يقال أن كثرة المنافسة تقتل المنافسة، وفي إطار مكافحة الممارسات غير المشروعة التي تخل بسير السوق تم إنشاء مجلس منافسة كسلطة لضبط السوق ، وهي تعتبر آلية ضبطية تعوض انسحاب الدولة عن التدخل في المجالات الاقتصادية، هدف المشرع بإنشائها المحافظة على التوازن الذي قد يختل في أغلب الأحيان نتيجة تبني مبدأ حرية المنافسة بغية الحفاظ على المصلحة الاقتصادية العامة من جهة ومن جهة أخرى صيانة مصلحة المستهلك ، ويعتبر مجلس المنافسة كسلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي بموجب المادة (09) من القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 و المتعلق بالمنافسة.²

المطلب الأول: مفاهيم حول مجلس المنافسة**أولاً: تعريف مجلس المنافسة**

يعتبر هذا المجلس سلطة الضبط العام للمنافسة، ويدخل في إطار ما يعرف بالسلطات الإدارية المستقلة، والتي تعتبر نموذجاً حديثاً لتنظيم المجال الاقتصادي والمالي، وهو ما كرسته المادة 23 من القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 والمتعلق بالمنافسة، والتي تنص على: "تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص مجلس المنافسة تتمتع بالشخصية

¹ صافة خيرة، دور مجلس المنافسة في ردع مخالفات قانون المنافسة، مجلة البحوث و العلوم السياسية، المجلد 03، العدد02، جامعة تيارت، 2018، ص 302.

² بوحوية امال، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة في السوق، مجلة الحقوق و الحريات، المجلد 01، العدد02، جامعة بسكرة، 2013، ص110.

القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة"، والمقصود بالسلطة هنا منح المجلس القدرة على اتخاذ القرارات، حتى يتمكن من مزاولة صلاحياته، باعتباره إدارة من إدارات الدولة فقط، وليس السلطة بمعناها التقليدي والتي تحتكرها فقط السلطات الثلاث المعروفة في الدولة، لقد تم تكريس دور مجلس المنافسة في إطار توسيع الطابع التنافسي للأسواق والأنشطة الاقتصادية، من خلال تدعيم القواعد الهادفة إلى تصحيح مختلف الممارسات التي من شأنها أن تعرقل المنافسة الحرة والنزيهة، لذلك جعل المشرع الجزائري من هذا المجلس سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي، مع الاعتراف له بممارسة السلطة القمعية لضبط مجال المنافسة.¹

ثانيا: الطبيعة القانونية للمجلس المنافسة

لاعتبار مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة، يتعين البحث عن مدى توفر الخصائص الضرورية التالية:

1- **خاصية السلطة** : باعتبار مجلس المنافسة يمتلك سلطة فعلية في اتخاذ القرارات متى اختلت المنافسة في السوق، فهذا يدل على أن مجلس المنافسة ليس مجرد هيئة استشارية فقط، و إنما أصبح سلطة مختصة بمنع كل أنواع الاختلالات التي يمكن أن تعرقل السير الحسن للسوق هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن فكرة السلطة التي يحوزها المجلس تبرز أكثر في سلطة القمع، والعقاب التي زود بها والتي كانت في السابق من اختصاص السلطة القضائية.² كان في السابق وزير التجارة هو السلطة المختصة بضبط السوق، ثم حل محله مجلس المنافسة والذي يتمتع بسلطة فعالة لضبط المنافسة في السوق، والتي تشمل جميع القطاعات الاقتصادية، وهو ما أكدته المادة 02 من القانون رقم 05-10 المعدل والمتمم للقانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، إذ تطبق أحكام قانون المنافسة على جميع القطاعات الاقتصادية المتعلقة بنشاط الإنتاج والتوزيع والخدمات والاستيراد والصفقات العمومية وجميع النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، لنلاحظ جليا توسيع مجال صلاحية مجلس المنافسة. كما يتمتع أيضا مجلس المنافسة باختصاص

¹ بلحارث ليندة، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة معارف، جامعة البويرة، 2016، ص 228.
² درموش بن عزوز، مرجع سابق، ص 05.

تنظيمي من خلال إمكانيته اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو تعليمة أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة.¹

2- الطابع الإداري لمجلس المنافسة: إن إنشاء سلطة جديدة يتطلب أكثر من مجرد صدور قانون عادي بل يحتاج إلى وسيلة دستورية أكبر وهي السلطة التأسيسية ، وما يلاحظ بخصوص إنشاء مجلس المنافسة، أنه تم إنشائه بموجب قانون عادي، إذن المقصود من عبارة "السلطة" في هذه الهيئة ليست السلطة بالمعنى التقليدي للسلطة التي تتمتع بها السلطات الثلاثة التقليدية، بل بمفهوم إعطاء مجلس المنافسة القدرة على اتخاذ القرار، لتمكينه من مباشرة اختصاصاته، وعلى هذا الأساس فلا يعتبر مجلس المنافسة بسلطة رابعة ، بل يعتبر إدارة من إدارات الدولة وإنما يتمتع بسلطة إصدار قرارات يعود اختصاصها الأصلي للسلطة التنفيذية، والتي تتمثل أساسا في منع وقمع كل الممارسات التي من شأنها المماس بالمنافسة، والتي كانت في ظل قانون الأسعار لسنة 1989 تعود للقاضي الجزائي، لذا يمكن اعتبار مجلس المنافسة سلطة بأتم معنى الكلمة. وبخصوص الطابع الإداري لمجلس المنافسة نجد أن المشرع أضفى عليه صراحة هذا الطابع وهو ما تبينه المادة 23 من الأمر رقم 03-03 والتي تنص: " تنشأ سلطة إدارية مستقلة..." وبالتالي تعتبر القرارات التي يصدرها المجلس بهدف ضبط السوق قرارات إدارية، شأنها شأن القرارات التي تصدرها الهيئات الإدارية التقليدية.²

3- خاصية الاستقلالية:

يقصد بمصطلح الاستقلالية من الناحية القانونية عدم خضوع مجلس المنافسة للسلطة الرئاسية و السلطة الوصائية و هو ما تأكده صراحة المادة 23 من الأمر 03-03 المعدل و المتمم : " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص مجلس المنافسة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة و يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر " و أيضا المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 مؤرخ في 8 شعبان عام 1432 الموافق 10 يوليو سنة 2011، يحدد تنظيم مجلس

¹ بلحارت ليندة، مرجع سابق، ص 228.

² محمدي سميرة، دور مجلس المنافسة في حماية الحقوق و الحريات في المجال الاقتصادي، مجلة معارف، المجلد 09، العدد 16، جامعة البويرة، 2014، ص 56.

المنافسة وسيره المعدل و المتمم ب : مرسوم تنفيذي رقم 15-79 مؤرخ في 8 مارس سنة 2015، و التي تنص على : " مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي ويوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة " ¹، تتجلى استقلالية مجلس المنافسة اتجاه السلطة التنفيذية بالدرجة الأولى باستقلالية أعضائه ، وذلك من خلال تحديد الطابع الجماعي له، معتمدا على معيار التخصص الذي يعتبر من أهم معايير التي تضمن استقلالية المجلس، حيث تم إشراك في عضوية مجلس المنافسة أشخاص يختارون حسب كفاءتهم في مجال القانون والاقتصاد والمنافسة والتوزيع والاستهلاك، وهو ما يساعد مجلس المنافسة في حماية حقوق وحرريات المستهلكين والأعوان الاقتصاديين الناشطين في السوق من جهة، وضمان ضبط اقتصادي فعال من جهة أخرى.

تتجلى أيضا ميزة أخرى تضمن هذه الاستقلالية وهي تحديد المشرع مدة عهدة أعضاء مجلس المنافسة ، إذ لا يمكن عزلهم من طرف السلطة التي عينتهم إلا في حالات استثنائية، وهو ما يعتبر ضمانا قانونية من شأنه أن يبعد أعضاء مجلس المنافسة الأعضاء عن الخضوع لسلطة التي عينتهم خوفا من عزلهم، فبتحديد المشرع هذه العهدة ضمن ذلك أداء أعضاء مجلس المنافسة لوظيفتهم بشكل قانوني، وهو ما يؤدي بالنتيجة إلى ضمان المحافظة على حقوق وحرريات الأعوان الاقتصاديين، وحماية حقوق المستهلكين عن طريق سهره على حماية وجود منافسة شريفة في السوق بين هؤلاء الأعوان. ²

ثالثا: تشكيلة مجلس المنافسة

يفهم من نص المادة 24 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب أحكام المادة 10 من قانون 08-12 المتعلق بالمنافسة و التي تنص على " ، يتكون مجلس المنافسة من اثني عشر (12) عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية:

¹ - جهيد سحوت , عن المركز القانوني لمجلس المنافسة الجزائري " النصوص و الواقع " , مجلة دفاتر السياسة و القانون , دورية دولية متخصصة محكمة في الحقوق والعلوم السياسية تصدر عن جامعة قاصدي مرباح ورقلة , عدد 19، 2018, ص 427/ 428 .

² محمدي سميرة، مرجع سابق، ص 57.

أ- ستة (06) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل على شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ماثلة وخبرة مهنية مدة ثمانية (08) سنوات على الأقل في المجال القانوني و/أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجالات المنافسة والتوزيع والاستهلاك، وفي مجال الملكية الفكرية؛

ب- أربعة (04) أعضاء يختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة خمس (05) سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف، والخدمات والمهن الحرة؛

ج- عضوان (02) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين؛ يمكن لأعضاء مجلس المنافسة ممارسة وظائفهم بصفة دائمة¹، حيث أن مجلس المنافسة يتشكل من مجموعة من الأعضاء يمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات تشمل الفئة الأولى مجموعة من الأعضاء، والفئة الثانية المقررين، والفئة الثالثة تمثل ممثلين عن جمعيات المستهلكين، و تتمثل في:²

← الفئة الأولى: وتضم 06 أعضاء يتم اختيارهم من بين الشخصيات والكفاءات

الجامعية التي تثبت خبرة مهنية لا تقل عن 8 سنوات في المجال القانوني والاقتصادي ولها دراية في مجال المنافسة، لتوزيع، الاستهلاك، الملكية الفكرية³.

← الفئة الثانية: وتضم أربعة (04) أعضاء يختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين، أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة خمس (05) سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف، والخدمات والمهن الحرة

← الفئة الثالثة: وتضم عضوان (02) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين .

أهم ما يميز تشكيلة الهيئة التداولية أنه أصبح يغلب عليها طابع الخبرة و التخصص خلافا

للطابع القضائي الذي كان يميز تشكيلة مجلس المنافسة قبل الأمر 03-03.

¹ - تم تعديلها عن طريق المادتين 10 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 و 5 من القانون رقم 10-05

² - درموش بن عزوز، مرجع سابق، ص 05.

³ - سامي بن حملة، المرجع السابق، ص 132 .

المطلب الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة

يسهر مجلس المنافسة على ضمان تطبيق قواعد المنافسة، في جميع القطاعات الاقتصادية وضمان التوازن والشفافية بين الأعوان الاقتصاديين ما يحمي حقوق مختلف الأطراف الموجودة في السوق من الانتهاكات والتعسف، ومن أجل ذلك منح له المشرع صلاحيات متعددة، كذلك التي تدخل في مجال الرقابة والتنظيم، كما خول له المشرع سلطة قمع الممارسات المنافية للمنافسة المرتكبة من قبل المتعاملين الاقتصاديين.¹ حيث تنص المادة 24 من الأمر 03-03 على أنه: " يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي أو بمبادرة منه أوكل طلب منه ذلك في أي مسألة أو أي عمل تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة، وتشجيعها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاطات التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة فيها بما فيها الكفاية يمكن أن يستعين مجلس المنافسة بأي خبير أو يستمع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات، كما يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تدرج ضمن اختصاصه".

كما تنص المادة 35 من الأمر 03-03 على أنه: "يبيد مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت منه الحكومة ذلك و يبدي كل اقتراحات في مجالات المنافسة" ويمكن أيضا أن تستشير في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية و النقابية و كل جمعيات المستهلكين.²

أولا: صلاحيات الرقابة والتنظيم لمجلس المنافسة

منح المشرع المجلس المنافسة صلاحيات اتخاذ قرارات قصد تمكينه من أداء وظيفته والتي تمثل أساسا في ضبط المنافسة في السوق، فله أن يتخذ قرارات متعلقة بمراقبة التجميعات الاقتصادية، حيث إن ظهر له أن هذا التجميع يسمح للمؤسسات الاقتصادية التي طلبته في المساهمة الفعالة في تطوير وترقية الاقتصاد يقرر الترخيص به، لكن إن لم تتم مراقبة هذه

¹ محمدي سميرة، مرجع سابق، ص 58.

² بريك عبد الرحمان، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة و صلاحياتها في التشريع الجزائري، المجلد 2، العدد 1، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المركز الجامعي بريك، 2019، ص 155.

التجميعات، فإنها يمكن أن تمس بالمنافسة عن طريق تعزيز وضعيه الهيمنة في السوق، ومن أجل تقادي ذلك يتدخل مجلس المنافسة بموجب ترخيص مسبق ، حيث منح له المشرع السلطة التقديرية في إمكانية قبول أو رفض الترخيص بخصوصها مع ضرورة تسبب قراره في هذه الحالة)، وذلك بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة، أو الوزير المكلف بالقطاع المعني بعملية التجميع، ويمكن لمجلس المنافسة كذلك أن يتخذ قرارات الترخيص ببعض الممارسات المحظورة ، إن رأى أن من شأنها أن ترمي إلى التقدم التقني والاقتصادي، وأمام صعوبة وضع مفهوم دقيق لمفهوم التقدم التقني والاقتصادي، يأتي دور مجلس المنافسة في تحديد أهم معايير وأسسه ، حيث كلما ظهر التطور الاقتصادي والتقني في الاتفاق له أن يرخص بالنشاط المحظور، وإن تبين له العكس كأن يمس بالحقوق والحريات الاقتصادية من خلال تعزيز وضعيه الهيمنة مثلا في هذه الحالة يرفض المجلس الترخيص بمثل هذا النشاط. منح المشرع المجلس المنافسة كذلك صلاحيات اتخاذ بعض التدابير الأولية، والتي تهدف إلى الحفاظ على الحقوق المشروعة والحريات الأساسية للأفراد، وبالتالي تعتبر مثل هذه التدابير حل وقائي يرمي إلى منع تفاقم المخالفة التي من شأنها المساس بحقوق وحريات الأعوان الاقتصادي والمستهلك من جهة، وكذا الحفاظ على الصالح العام الاقتصادي من جهة أخرى.¹

ثانيا: الاختصاص القمعي لمجلس المنافسة

السلطة القمعية للهيئات الإدارية المستقلة هي تلك الأهلية التي يمنحها القانون لهذه الهيئات للمعاقبة على خرق القوانين والأنظمة، وتتجاوز هذه السلطة القمعية المبدأ التقليدي الذي يقضي بالاختصاص الاستثنائي للقضاء في مجال الردع، وأن الجزاء الذي يوقعه القضاء هو الطريق المألوف لإجبار الأفراد على الامتثال لقرارات السلطة العامة، ومن أجل قيام مجلس المنافسة بالمهام المنوطة به فقد خوله المشرع جملة من الصلاحيات أهمها السلطة القمعية، والتي يمارسها بواسطة عدة آليات قانونية تتمثل في تدابير وقائية وعقوبات ردعية تمكنه من متابعة وقمع الممارسات غير المشروعة التي ترتكبها المؤسسات في إطار القيام بنشاطاتها الاقتصادية، مما يؤدي إلى إقصاء منافسيها ومن ثم القضاء على المنافسة في السوق.

¹ محمدي سميرة، مرجع سابق، ص 59.

إن تخويل مجلس المنافسة للسلطة العقابية يجعل منه يتجاوز المبدأ التقليدي الذي يقضي بالاختصاص الاستثنائي للقضاء في مجال الردع.

فيمكن مجلس المنافسة بسلطة توقيع عقوبات إدارية، فعند استلامه الدعوى، وإذا رأى المجلس أن الوقائع الواردة مدعومة بأدلة مقنعة يتخذ قرارات تتضمن المر بوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة، في أجل يحدده القرار، وفي حالة عدم تنفيذ الأوامر من قبل العون الاقتصادي، يتخذ المجلس عقوبات مالية، وكما يمكنه إقرار تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية، و باستحداث المشرع لهذه الهيئة التي خول إليها السلطة القمعية يكون قد وضع حدا لما كانت تتمتع به المحاكم من صلاحيات في مجال متابعة الممارسات التجارية المعرّقة للمنافسة حسب قانون الأسعار لعام 1989 الذي كان يعتبر الممارسات المنافسة للمنافسة بمثابة جرائم تخضع لما تخضع إليه الجرائم العادية.¹

من أجل ممارسة السلطة القمعية التي يتمتع بها مجلس المنافسة فقد خوله المشرع إصدار تدابير وقائية وعقوبات ردعية بشأن الممارسات المقيدة للمنافسة تتسم بالطابع الإداري باعتبارها تصدر عن هيئة إدارية، في ظل ضمان احترام الحقوق والحريات، حيث تهدف التدابير الوقائية إلى الوقاية من ضرر لا يمكن دفعه، وتتخذ في الغالب الطابع الاستعجالي يتخذها مجلس المنافسة قبل فصله في موضوع النزاع، حيث تنص المادة 45 من الأمر 03/03 على " يتخذ مجلس المنافسة أوامر معلقة ترمي إلى وضع حد للممارسات المعاينة المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض والملفات المرفوعة إليه أو التي يبادر هو بها من اختصاصه".

يستخلص من هذا النص أن المشرع خول مجلس المنافسة إصدار أوامر من أجل وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة والتي ترتكبها المؤسسات، بالإضافة الى العقوبات التي تتسم بالطابع القمعي و تتمثل أساسا في الغرامات المالية²، و الجدول التالي يوضح أهم الغرامات التي يوقعها مجلس المنافسة:

¹ نجاة طباع، مجلس المنافسة سلطة ضبط للسوق التنافسية، مجلة تحولات، المجلد 03، العدد 02، جامعة ورقلة، 2020، ص 14.
² بزاز وليد، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة و ضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة باتنة، 2019، ص 368.

مبلغ الغرامة المالية	طبيعة المخالفة
غرامة لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية من غير الرسوم أو غرامة تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق دون أن تتجاوز 4 أضعاف هذا الربح، وإذا كان رقم أعمال غير محدد فإن الغرامة لا تتجاوز 6000000 دج	الممارسات المقيدة للمنافسة
2000.000 دج	مساهمة الأشخاص الطبيعية بصفة احتيالية في تنظيم ممارسات مقيدة للمنافسة وتنفيذها
غرامة تهديدية لا تقل عن 150000 دج عن كل يوم تأخير	عدم تنفيذ الأوامر والتدابير المؤقتة الرامية إلى الحد من الممارسات المقيدة للمنافسة
غرامة لا تتجاوز 800.000 دج، ويمكن الحكم بغرامة تهديدية لا تقل عن 100.000 دج عن كل يوم تأخير	مؤسسات تعتمد تقديم معلومات خاطئة أو تتهاون في تقديمها في الأجل
7% من رقم الأعمال المحقق في الجزائر في آخر سنة مالية ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع	التجميع بدون ترخيص من مجلس المنافسة
5% من رقم الأعمال المحقق في الجزائر	عدم الإلتزام بشروط منح ترخيص التجميع

المطلب الثالث: آليات مجلس المنافسة لضبط السوق

لا نعني بضبط المنافسة من قبل مجلس المنافسة انتقاء المؤسسات والأعوان الاقتصاديين من خلال منح التراخيص للدخول إلى السوق، وذلك بوضع قيود أمام هذه الأخيرة للدخول إليه، وإنما ترمي إلى تحقيق الأهداف المسطرة لقانون المنافسة، حيث تظهر سلطة الضبط التي يمارسها مجلس المنافسة في عدة مجالات أهمها الترخيص بعمليات التجميع الاقتصادي، كما يرخص بتجميع المؤسسات الناتج عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي، وكما يرخص أيضا بالتجميعات والاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق.

حيث نشير أن اعتبار المشرع لمجلس المنافسة كسلطة ضبط للسوق التنافسية كان صراحة بموجب نص المادة 18 من القانون رقم 08-12 المعدلة والمتممة للمادة 34 من الأمر رقم 03-

03 التي جاء فيها: " يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح و إبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف آخر معني بهدف تشجيع و ضمان الضبط الفعال للسوق"، فيتمتع مجلس المنافسة بسلطة توقيع عقوبات إدارية، فعند استلامه الدعوى، وإذا رأى المجلس أن الوقائع الواردة مدعمة بأدلة مقنعة يتخذ قرارات تتضمن المر بوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة، في أجل يحدده القرار، وفي حالة عدم تنفيذ الأوامر من قبل العون الاقتصادي، يتخذ المجلس عقوبات مالية، وكما يمكنه إقرار تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية.¹

أولاً: الآليات الرقابية لمجلس المنافسة على السوق

تعتبر الرقابة من أحد وسائل الضبط الاقتصادية ذات الطابع الوقائي ، حيث يتم من خلالها قياس مدى التزام المؤسسات بمدى تأديتها لالتزاماتها | بالشروط الموضوعية سلفاً في الترخيص الذي منحته لها، وذلك بهدف كشف الانحرافات، وكذا اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لمحاولة تعديلها وعليه الرقابة أداة تعمل على تحديد وقياس درجة أداء النشاطات التي تتم في السوق من أجل تحقيق أهدافها.

ومن وسائل الرقابة التي أقرها المشرع الترخيص المسبق على التجمعات الاقتصادية حيث أُلزم المشرع المؤسسات بالتبليغ المسبق على كل مشروع يتعلق بالتجميع من شأنه المساس بالمنافسة، وعليه الترخيص هو إذن يمنحه مجلس المنافسة باعتباره السلطة الإدارية المختصة بموجب الأمر 03-03 ويمنح الترخيص بعد التأكد من توفر الشروط اللازمة لمنحه بموجب مقرر معلل بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة، كما يمكن له أن يضع شروطاً من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة، وما يجدر الإشارة إليه أن المشرع لم يحدد فيما إذا كان المجلس المنافسة صلاحية سحب الرخصة ، خاصة أن المشرع منح سلطة الترخيص التلقائي من طرف الوزير بالتجميع الذي كان محل رفض من المجلس.²

¹ نجاة طباع، مرجع سابق، ص14.

² بوحوية امال، مرجع سابق، ص 121.

ثانيا: الآليات الردعية لمجلس المنافسة لضبط السوق

أقر المشرع الجزائري أسلوبين يتميزان بالطابع القمعي وهي تتدرج ضمن أساليب الردع الإداري وهي تتمثل في شكل غرامات مالية و نشر القرارات ، ويتخذ مجلس المنافسة هذه العقوبات بعد إجراء تحقيق الذي يكون نتيجة إخطار من طرف الوزير المكلف بالتجارة ، أو المؤسسات الاقتصادية ، أو جمعيات حماية المستهلك ، أو الجماعات المحلية، كما يمكن لمجلس المنافسة أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه.¹

وبخصوص التشريع الجزائري يمكن القول بأن ظهور الصلاحيات القمعية لمجلس المنافسة في القانون قد جاء عقب ظاهرة إزالة التجريم عن الممارسات المقيدة للمنافسة والتي كانت تعتبر بمثابة جرائم اقتصادية تستدعي تدخل القاضي الجزائي لقمعها، حيث كان قانون الأسعار لسنة 1989 يمنح صلاحية قمع الممارسات التي تخل بحرية المنافسة للقاضي الجزائي والذي كان ينطق بعقوبات الحبس والغرامات المالية ضد الأشخاص مرتكبة هذه الممارسات²، لكن بعد استحداث المشرع لجهاز جديد وهو مجلس المنافسة أسندت له هذه المهمة كما تم تزويده بنفس السلطات التي كان يتمتع بها القاضي الجزائي. فالردع الإداري قد انتشر وكسب مجالا أوسع مع إنشاء السلطات الإدارية المستقلة أو سلطات ضبط النشاط الاقتصادي والتي عهد إليها المشرع مهام ضبط جديدة في إطار الانتقال من مرحلة الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، يتعلق الأمر بمهام مراقبة السوق، مراقبة المؤسسات ونظام السوق، التحكيم بين مصالح مختلفة، تنظيم النشاط وأخيرا وخاصة استعمال السلطات القمعية، وانطلاقا من ذلك فإن نظام العقاب الإداري يهدف إلى التقليل من تضخم التشريع العقابي الناتج عن تبني سياسة جنائية صارمة تهدف إلى تجريم كل سلوك مناف، كما أنه يصبح بديلا حقيقيا للعقاب الجزائي بالنسبة لبعض الجرائم الأقل خطورة.²

¹ نفس المرجع، ص 124.

² قهار كميّة روضة، الاختصاص الردعي لمجلس المنافسة ودوره في حماية قواعد المنافسة، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 26، البليلة، 2018، ص 02.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية:

- 1- البياتي.م.ع، التحليل الاقتصادي المعاصر، مطبعة ألوان الرياض، السعودية، 1993.
- 2- توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التوريق وتحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.
- 3- حسين عمر، موسوعة المصطلحات الاقتصادية، مكتبة القاهرة الحديثة، طبعة 2، القاهرة، 1997.
- 4- محمد حسين فتحي، الممارسات الاحتكارية و التحالفات التجارية لتقويض حرتي التجارة والمنافسة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990.
- 5- عبد السلام أبو قحف، التنافسية و تغيير قواعد اللعبة، مطبعة الاشعاع، الإسكندرية، 1996.
- 6- عفاف عبد الجبار سعيد، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، دار وائل للنشر، ط03، 2004.
- 7- عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوجدوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1989.
- 8- واضح فواز، محاضرات في الاقتصاد الجزئي، مطبوعة محاضرات، المركز الجامعي ميلة، 2017.
- 9- شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012.
- 10- سامي عبد الباقي ابو صالح ، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية دار النهضة العربية القاهرة، 2010 .
- 11- والي نادية، محاضرات في قانون المنافسة، مطبوعة محاضرات، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، 2019.

ثانياً: المقالات العلمية

- 1- المعهد العربي للتخطيط، سياسات التنظيم و المنافسة، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في أقطار الوطن العربي، العدد الثامن و العشرون، الكويت، أبريل 2004.
- 2- سايحي الخامسة، أثر تحليل المنافسة على أداء صناعة الهاتف النقال في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 49، جامعة بسكرة، 2017.
- 3- محمد حجازي، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية بين النص و الممارسة، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد الرابع عشر، جامعة بسكرة، 2017.
- 4- بوبكر ياسين، أثر هيكل المنافسة في القطاع الصناعي على تحسين جودة المنتجات، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 02، جامعة الجلفة، 2018.

- 5- منصوري الزين، دور الدولة في تنظيم المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، العدد الحادي عشر، جامعة بسكرة، 2012.
- 6- سعد عباس حمزة، احتكار القلة و مدى انطباقه على سوق الهاتف النقال في العراق، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 84، جامعة المسنصرية، العراق، 2010.
- 7- بنتيت أحمد، جودة المنتج كمصدر للميزة التنافسية في سوق احتكار القلة، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد، 13، جامعة الشلف، 2015.
- 8- طيطوس فتحي، فعالية قانون المنافسة في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية، المجلد 03، العدد 01، المركز الجامعي أفلو، 2020.
- 9- جلال مسعد، مكانة المستهلك في ظل قانون المنافسة الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 11، العدد 03، جامعة الوادي، 2020.
- 10- دمانة محمد، تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، العدد 02، جامعة عمار ثليجي الاغواط، 2015.
- 11- عزرز كريمة، مفهوم المؤسسة و معايير تكييفها ضمن قانون المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 32، العدد 02، جامعة منتوري قسنطينة، 2021.
- 12- يوسف معلم، تأثيرات الوسائل الحديثة للإعلان التجاري و سلبية الدولة في التعامل معها، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، العدد 07، جامعة منتوري قسنطينة، 2019.
- 13- عاشور نصر الدين، ضمانات حماية المستهلك بموجب قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، جامعة بسكرة، 2017.
- 14- مولاي مرزوق، نشأة مجلس المنافسة في التشريعات المقارنة و التشريع الجزائري، مجلة الحقوق و الحريات، العدد 02، جامعة بسكرة، 2014.
- 15- زبييري بن قويدر، قراءة في نص المادة 43 من التعديل الدستوري الجزائري لسنة 2016، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 01، جامعة البويرة، 2019.
- 16- بن لعامر وليد، فعالية الاتفاقات الدولية في إرساء و تفعيل قواعد الملكية الفكرية الصناعية، مجلة البحوث القانونية و السياسية، المجلد 02، العدد 12، جامعة طاهر مولاي سعيدة، 2019.
- 17- بدوي عبد الجليل، نطاق تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص وفقا للأمر 03-03 المعدل و المتمم المتعلق بالمنافسة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 11، المركز الجامعي البيض، 2020.
- 18- مسعد جلال، مدى اخضاع الأشخاص العمومية لقانون المنافسة، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01، جامعة تيزي وزو، 2014.

- 19- سلطاني نجوى، تأثير قانون المنافسة على المرفق العام، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد التسلسلي 22، جامعة بسكرة، 2020.
- 20- دقايشية زهور، الاليات القانونية الناضمة للسوق و المقيدة لمبدأ حرية المنافسة، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 08، العدد 03، جامعة باتنة 01، 2021.
- 21- بوعرورة روميلة، تأثير الاتفاقيات المحظورة على المنافسة و الاستثناءات الواردة عليها، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة منتوري قسنطينة، 2016.
- 22- بوسعيد ماجدة، الاتفاقيات المحظورة المقيدة لمبدأ حرية المنافسة مجلة الفكر للدراسات القانونية و السياسية، العدد 03، جامعة خميس مليانة، 2018.
- 23- تواتي محند الشريف ، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة ، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع قانون الاعمال ، كلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة امحمد بوقرة بومرداس ، الجزائر 2006-2007 .
- 24- ناصري نبيل , المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06/95 و الأمر 03-03 ، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون ،كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2004.
- 25- طالب محمد كريم، الاتفاقيات المتعلقة بالأسعار و المقيدة للمنافسة، مجلة الدراسات و البحوث القانونية، المجلد 03، العدد 02، جامعة مسيلة، 2018.
- 26- لاکلي نادية، شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، مجلة دراسات، المجلد 07، العدد 18، جامعة الجلفة، 2015.
- 27- بوفامة سميرة، الحظر النسبي للاتفاقيات المقيدة للمنافسة على ضوء النصوص القانونية و الممارسات القضائية، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 07، العدد 02، جامعة باتنة 01، 2020.
- 28- - الملحم أحمد عبد الرحمان , التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على تحديد الأسعار , مجلة الحقوق , جامعة الكويت , عدد 4 , 1995 .
- 29- دمانة محمد، تبرير الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد 02، جامعة الاغواط، 2015.
- 30- لاکلي نادية، شروط حضر الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة الحقوق و العلوم السياسية، المجلد 05، العدد 01، جامعة خنشلة، 2018.
- 31- بن عبد القادر زهرة، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 05، العدد 01، جامعة شلف، 2019.
- 32- بن حملة سامي، مفهوم وضعية الهيمنة في قانون المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 27، العدد 04، جامعة قسنطينة، 2016.

- 33- بعوش دليّة، المفهوم القانوني للتعسف في استغلال وضعيّة الهيمنة في السوق، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة قسنطينة، 2016.
- 34- شايب بوزيان، الاستغلال التعسفي لوضعيّة الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة القانون، المجلد 06، العدد 01، جامعة غليزان، 2017..
- 35- محمودي فاطمة، رفض العون الاقتصادي للبيع أو أداء الخدمة للمستهلك، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة العدد 29، مركز جيل البحث العلمي، 2018.
- 36- بن عبد القادر زهرة، التعسف في استغلال وضعيّة التبعية الاقتصادية، مجلة الشريعة و الاقتصاد، المجلد 06، العدد 11، جامعة العلوم الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة، 2017.
- 37- قني سعديّة، شروط الاستغلال التعسفي لوضعيّة التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد 02، العدد 02، جامعة تبسة، 2017.
- 38- مزغيش عبيد، التعسف في استغلال وضعيّة التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة الفكر، المجلد 09، العدد 02، جامعة بسكرة، 2014.
- 39- بخدة كمال، الممارسات التعسفية على أساس التعامل في ظل قانون المنافسة الجزائري، مجلة القانون، المجلد 06، العدد 01، جامعة غليزان، 2017.
- 40- مختور دليّة، حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي: استثناء لحرية الأسعار، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، المجلد 08، العدد الخاص، جامعة بجاية، 2017.
- 41- لعور بدرّة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين، وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، المجلد 09، العدد 01، جامعة بسكرة، 2014.
- 42- حوت فيروز، حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيًا، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد 03، المركز الجامعي تيبازة، 2017.
- 43- بوشريط حسناء، دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيًا للمستهلك، العدد 50، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، 2018.
- 44- بن حملة سامي، تجمع الشركات التجارية كألية للتركيز الاقتصادي في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 08، العدد 02، جامعة أدرار، 2009.
- 45- أكرم محمد حسين، أحكام التركيز الاقتصادي للمشاريع، دراسة مقارنة، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد 32، العدد 2، 2017.
- 46- عمارة كريمة، اندماج الشركات كألية للتركيز الاقتصادي، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية، العدد 12، جامعة الجلفة، 2018.
- 47- شمس الدين بشير، رقابة التجميعات كألية قانونية لوقاية النظام العام التنافسي، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 13، العدد 25، جامعة بسكرة، 2021.

- 48- أحمد علي إبراهيم، الاندماج بين الشركات، بحث منشور في المحلة العلمية للاقتصاد التجارة، ع 03، مصر، سنة 2013، 478.
- 49- شعبان العايب، دور مجلس المنافسة بمراقبة التجميعات الاقتصادية في القانون الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة الوادي، 2016.
- 50- غربي علي، مجلس المنافسة كألية لمراقبة التجميعات الاقتصادية، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية - العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 03، جامعة الجلفة، 2018.
- 51- والي عبد اللطيف، رقابة التجميعات الاقتصادية كألية لحماية المنافسة، مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية، العدد 05، المركز الجامعي تيندوق، 2018.
- 52- ايت منصور كمال، دور مجلس المنافسة في مراقبة التجميعات الاقتصادية، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، المجلد 12، العدد 2، جامعة بجاية، 2015.
- 53- صافة خيرة، دور مجلس المنافسة في ردع مخالفات قانون المنافسة، مجلة البحوث و العلوم السياسية، المجلد 03، العدد 02، جامعة تيارت، 2018.
- 54- بوحوية امال، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة في السوق، مجلة الحقوق و الحريات، المجلد 01، العدد 02، جامعة بسكرة، 2013.
- 55- بلحارث ليندة، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة معارف، جامعة البويرة، 2016.
- 56- محمدي سميرة، دور مجلس المنافسة في حماية الحقوق و الحريات في المجال الاقتصادي، مجلة معارف، المجلد 09، العدد 16، جامعة البويرة، 2014.
- 57- جهيد سحوت , عن المركز القانوني لمجلس المنافسة الجزائري " النصوص و الواقع " , مجلة دفاتر السياسة و القانون , دورية دولية متخصصة محكمة في الحقوق و العلوم السياسية تصدر عن جامعة قاصدي مرباح ورقلة , عدد 19، 2018.
- 58- بريك عبد الرحمان، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة و صلاحيتها في التشريع الجزائري، المجلد 2، العدد 1، مجلة طنبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المركز الجامعي بريكة، 2019.
- 59- نجاة طباع، مجلس المنافسة سلطة ضبط للسوق التنافسية، مجلة تحولات، المجلد 03، العدد 02، جامعة ورقلة، 2020.
- 60- بزاز وليد، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة و ضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة باتنة، 2019.
- 61- قهار كميلى روضة، الاختصاص الردعي لمجلس المنافسة ودوره في حماية قواعد المنافسة، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 26، البلية، 2018.
- 62- باطللي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة الفكر، المجلد 10، العدد 01، جامعة بسكرة، 2015.

ثالثا: المذكرات و الاطروحات

- 1- لحول سامية ، التسويق و المزايا التنافسية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة باتنة، 2007.
- 2- شيقارة هجيرة، الإستراتيجية التنافسية ودورها في أداء المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005.
- 3- فرحات غول، مؤشرات تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل العولمة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006.
- 4- نحاسية رتيبة، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003.
- 5- كرزابي زوليخة سامية، نظرية الألعاب الاستراتيجية كطريقة مساعدة على اتخاذ القرارات دراسة حالة احتكار القلعة لمؤسسة صناعة الأجور "تافنة" بولاية تلمسان، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، 2011.
- 6- جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.
- 7- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة 1، 2014.
- 8- قواسم غالية، التعسف في وضعية الهيمنة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي ، أطروحة دكتوراه، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2016.
- 9- عبير مزغيش، الآليات القانونية لحماية المنافسة الحرة من الممارسات المقيدة للمنافسة و التجميعات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2016.
- 10- عياد كرافلة أبو بكر، الاتفاقيات المحظورة في قانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
- 11- شفار نبيهة، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري و القانون المقارن، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2013.
- 12- اقواسم الغالية ، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة محمد بوقرة بومرداس ، 2007.
- 13- جواد عفاف، حماية المنافسة من الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 01، 2018.
- 14- بوحلايس الهام، الاختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة منتوري، السنة الجامعية 2004-2005.

15- علال سميحة، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005.

رابعاً: مداخلات في ملتقيات علمية

1- موساوي زهية، نظرية الموارد والتجديد في التحليل الإستراتيجي للمنظمات، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 8-9 مارس 2005.

2- أحمد بلالي، إستراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 8-9 مارس 2005.

3- سحنون جمال الدين، تحليل التنافسية على مستوى القطاع الصناعي، ملتقى دولي حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر 2010.

خامساً: القوانين و التشريعات

1- قانون رقم 89 – 12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار (الجريدة الرسمية العدد 29 لسنة 1989) – ملغى –

2- قانون رقم 90 -10 المؤرخ في 14 أفريل 1990 المتعلق بالنقد و القرض.

3- المرسوم التشريعي رقم 93 – 12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار.

4- الامر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة (الجريدة الرسمية العدد 09 لسنة 1995)، - ملغى -

5- الامر رقم 03-03 الصادر في 19 جويلية 2003، (الجريدة الرسمية العدد 43 لسنة 2003) المعدل بالقانون رقم 08 – 12 الصادر في 25 جويلية 2008 (الجريدة الرسمية العدد 36 لسنة 2008) و بالقانون رقم 10-05 الصادر في 15 أوت 2010 (الجريدة الرسمية العدد 46 لسنة 2010).

6- المرسوم التنفيذي رقم 13 – 141 المؤرخ في 10 أفريل 2013 المحدد لكيفيات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية و المنتجات و البضائع الموجهة لاعادة بيعها على حالتها، الجريدة الرسمية رقم 21 المؤرخة في 23 أفريل 2013 .

7- المرسوم الرئاسي رقم 15 247 المتعلق بالصفقات العمومية و تفويضات المرفق العام المؤرخ في 16 سبتمبر 2015، الجريدة الرسمية رقم 50، لسنة 2015 .

8- مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق 14 أكتوبر 2000 يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة و كذلك مقاييس

الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية هيمنة ، جريدة رسمية رقم 61 الصادرة في 18 أكتوبر 2000.

9- القانون رقم 95/06 المنافسة، المؤرخ في 22/01/1995 الصادر في الجريدة الرسمية ع 09 بتاريخ 22/02/1995 المتضمن قانون المنافسة.

سادسا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Jean- Claude Tarondeau, Stratégie industrielle, Edition Vuibert, Paris, 2 ème édition, 1998.
- 2- BERTRAND NEZEYS, la compétitivité internationale, Economica, paris.
- 3- LUC B, Vente commerciales les droit commerciales, Répertoire de droit commerciale 29, année, tome, Dalloz, paris 2001.
- 4- Dominique LEGAIS Droit Commercial et des Affaires , 16 éd, Dalloz, Paris, 2005.

سابعا: مواقع الانترنت:

- 1- ملخص محاضرات قانون المنافسة، جامعة الجلفة، <http://elearning.univ-djelfa.dz/mod/resource/view.php?id=19591>، تاريخ الاطلاع: 15 – 08-2021
- 2- درماش بن عزوز، محاضرات قانون المنافسة، مطبوعة محاضرات، جامعة الجلفة، <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xvRMV aZC4xcJ:elearning.univ-djelfa.dz/course/view> ، تاريخ الاطلاع: 15-08-2021.

الملاحق

أمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جمادى
الأولى عام 1429 الموافق 19 جويلية
سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج. رقم
43 المؤرخة في 20 جويلية 2008)

أمر رقم 03 - 03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المادتان 122 و124 منه،
- وبمقتضى الأمر رقم 65-278 المؤرخ في 22 رجب عام 1385 الموافق 16 نوفمبر سنة 1965 والمتضمن التنظيم القضائي، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 83-17 المؤرخ في 5 شوال عام 1403 الموافق 16 يوليو سنة 1983 والمتضمن قانون المياه، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،
- وبمقتضى القانون رقم 90-10 المؤرخ في 19 رمضان عام 1410 الموافق 14 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالنقد و القرض، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 90-22 المؤرخ في 27 محرم عام 1411 الموافق 18 غشت سنة 1990 والمتعلق بالسجل التجاري، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالمنافسة،

المادة 18 : يمكن أن تكون البضائع المقبولة في المنطقة الحرة موضوع تنازل أو تحويل بين متعاملين متواجدين في المنطقة الحرة.

المادة 19 : يجب أن تصرح الهيئة المستخدمة بالمستخدمين التقنيين ومستخدمي التآطير ذوي الجنسية الأجنبية العاملين في المنطقة الحرة عند توظيفهم، لدى مستغل المنطقة الذي يبلغ بذلك مصالح التشغيل المختصة إقليميا.

تخضع إقامة المسيرين والمستخدمين الأجانب وكذا أسرهم لإتمام الشكليات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 20 : بغض النظر عن كل حكم تشريعي آخر مخالف، تخضع علاقات العمل بين الأجراء والمتعاملين المتواجدين في منطقة حرة لعقود عمل مبرمة بحرية بين الطرفين.

تبقى اليد العاملة الوطنية خاضعة لأحكام التشريع الوطني في مجال الأعباء الاجتماعية والضمان الاجتماعي.

المادة 21 : يتعين على الأشخاص ذوي الجنسية الأجنبية الذين يختارون نظام ضمان غير النظام الجزائري أن يقدموا إلى هيئة الضمان الاجتماعي المختصة طلب عدم الانتساب.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 22 : يستفيد المتعاملون الذين يمارسون عملهم في المنطقة الحرة من الضمانات المنصوص عليها في التشريع المعمول به وفي الاتفاقيات الثنائية للحماية المتبادلة للاستثمارات وفي الاتفاقيات المتعددة الأطراف لضمان الاستثمارات وتسوية النزاعات التي صدقت عليها الجزائر.

المادة 23 : تحدد كيفيات تطبيق أحكام هذا الأمر، عند الحاجة، عن طريق التنظيم.

المادة 24 : ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة

المادة 3 : يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي :

أ - المؤسسة : كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات،

ب - السوق : كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية،

ج - وضعية الهيمنة : هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه و تعطيلها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها أو ممونيها،

د - وضعية التبعية الاقتصادية : هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا.

الباب الثاني

مبادئ المنافسة

الفصل الأول

حرية الأسعار

المادة 4 : تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.

غير أنه ، يمكن أن تقيّد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 5 أدناه.

المادة 5 : يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي، بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

كما يمكن اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية.

تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

- و بمقتضى القانون العضوي رقم 98-01 المؤرخ في 4 صفر عام 1419 الموافق 30 مايو سنة 1998 والمتعلق باختصاصات مجلس الدولة و تنظيمه وعمله،

- و بمقتضى القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1421 الموافق 5 غشت سنة 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و بالموصلات السلكية واللاسلكية،

- و بمقتضى القانون رقم 2000-06 المؤرخ في 27 رمضان عام 1421 الموافق 23 ديسمبر سنة 2000 والمتضمن قانون المالية لسنة 2001، لاسيما المادتان 32 و 33 منه،

- و بمقتضى القانون رقم 01-10 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1422 الموافق 3 يوليو سنة 2001 والمتضمن قانون المناجم،

- و بمقتضى الأمر رقم 01-04 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 غشت سنة 2001 والمتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصصتها،

- و بمقتضى القانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة،

- و بمقتضى القانون رقم 02-01 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1422 الموافق 5 فبراير سنة 2002 والمتعلق بالكهرباء و توزيع الغاز بواسطة القنوات،

- و بمقتضى القانون رقم 02-11 المؤرخ في 20 شوال عام 1423 الموافق 24 ديسمبر سنة 2002 والمتضمن قانون المالية لسنة 2003، لاسيما المادة 102 منه،

- و بعد الاستماع إلى مجلس الوزراء،

يصدر الأوامر الآتي نصه :

الباب الأول

أحكام عامة

المادة الأولى : يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة و مراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين.

المادة 2 : يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون، إذا كانت لا تندرج ضمن إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام.

الفصل الثاني

الممارسات المقيدة للمنافسة

المادة 6 : تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، لاسيما عندما ترمي إلى :

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،

- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل،

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها،

- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرّمهم من منافع المنافسة،

- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

المادة 7 : يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد :

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،

- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل،

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار و لانخفاضها،

- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرّمهم من منافع المنافسة،

- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

المادة 8 : يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناء على طلب المؤسسات المعنية واستنادا إلى المعلومات

المقدمة له، أن اتفاقا ما أو عملا مدبرا أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و 7 أعلاه، لا تستدعي تدخله.

تحدد كيمييات تقديم طلب الاستفادة من أحكام الفقرة السابقة بموجب مرسوم.

المادة 9 : لا تخضع لأحكام المادتين 6 و 7 أعلاه، الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له.

يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق. لا تستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات و الممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة.

المادة 10 : يعتبر عرقلة حرية المنافسة أو حد منها أو إخلال بها كل عقد شراء استثنائي يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق.

المادة 11 : يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال و ضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة.

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في :

- رفض البيع بدون مبرر شرعي،

- البيع المتلازم أو التمييزي،

- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا،

- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى،

- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة،

- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل سوق.

المادة 12 : يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق.

المادة 19 : يمكن مجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معلل، بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة.

و يمكن أن يقبل مجلس المنافسة التجميع وفق شروط من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة. كما يمكن المؤسسات المكونة للتجميع أن تلتزم من تلقاء نفسها بتعهدات من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة.

يمكن الطعن في قرار رفض التجميع أمام مجلس الدولة.

المادة 20 : لا يمكن أن يتخذ أصحاب عملية التجميع أي تدبير يجعل التجميع لا رجعة فيه، خلال المدة المحددة لصدور قرار مجلس المنافسة.

المادة 21 : يمكن أن ترخص الحكومة تلقائيا، إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك، أو بناء على طلب من الأطراف المعنية، بالتجميع الذي كان محل رفض من مجلس المنافسة، وذلك بناء على تقرير الوزير المكلف بالتجارة والوزير الذي يتبعه القطاع المعني بالتجميع.

المادة 22 : تحدد شروط طلب الترخيص بعمليات التجميع وكيفيةه بموجب مرسوم.

الباب الثالث

مجلس المنافسة

المادة 23 : تنشأ لدى رئيس الحكومة سلطة إدارية تدعى في صلب النص "مجلس المنافسة"، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي.

يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر.

المادة 24 : يتكون مجلس المنافسة من تسعة (9) أعضاء يتبعون الفئات الآتية :

1 - عضوان (2) يعملان أو عملا في مجلس الدولة، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار،

2 - سبعة (7) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية أو في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك من ضمنهم عضو يختار بناء على اقتراح الوزير المكلف بالداخلية.

يمارس أعضاء المجلس وظائفهم بصفة دائمة.

المادة 13 : دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و 9 من هذا الأمر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12 أعلاه.

المادة 14 : تعتبر الممارسات المنصوص عليها في المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12، أعلاه ممارسات مقيدة للمنافسة.

الفصل الثالث

التجميعات الاقتصادية

المادة 15 : يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا :

(1) اندمجت مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل،

(2) حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو جزء منها، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى،

(3) أنشئت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة.

المادة 16 : يقصد بالمراقبة المذكورة في الحالة 2 من المادة 15 أعلاه، المراقبة الناتجة عن قانون العقود أو عن طرق أخرى تعطي بصفة فردية أو جماعية حسب الظروف الواقعة، إمكانية ممارسة النفوذ الأكيد والدائم على نشاط مؤسسة، لا سيما فيما يتعلق بما يأتي :

1- حقوق الملكية أو حقوق الانتفاع على ممتلكات مؤسسة أو على جزء منها،

2- حقوق أو عقود المؤسسة التي يترتب عليها النفوذ الأكيد على أجهزة المؤسسة من ناحية تشكيلها أو مداولاتها أو قراراتها.

المادة 17 : كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، ولاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما، يجب أن يقدمه أصحابه إلى مجلس المنافسة الذي يبت فيه في أجل ثلاثة (3) أشهر.

المادة 18 : تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40 ٪ من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة.

المادة 30 : يستمع مجلس المنافسة حضوريا إلى الأطراف المعنية في القضايا المرفوعة إليه و التي يجب عليها تقديم مذكرة بذلك. و يمكن أن تعين هذه الأطراف ممثلا عنها أو تحضر مع محاميها أو مع أي شخص تختاره.

للأطراف المعنية و ممثل الوزير المكلف بالتجارة حق الاطلاع على الملف و الحصول على نسخة منه.

غير أنه، يمكن الرئيس، بمبادرة منه أو بطلب من الأطراف المعنية، رفض تسليم المستندات أو الوثائق التي تمس بسرية المهنة. وفي هذه الحالة، تسحب هذه المستندات أو الوثائق من الملف ولا يمكن أن يكون قرار مجلس المنافسة مؤسساً على المستندات أو الوثائق المسحوبة من الملف.

المادة 31 : يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره بموجب مرسوم.

المادة 32 : يحدد القانون الأساسي و نظام أجور أعضاء مجلس المنافسة بموجب مرسوم.

المادة 33 : تسجل ميزانية مجلس المنافسة ضمن أبواب ميزانية مصالح رئيس الحكومة.

رئيس مجلس المنافسة هو الأمر الرئيسي بالصرف.

تخضع ميزانية مجلس المنافسة للقواعد العامة للتسيير المطبقة على ميزانية الدولة.

الفصل الثاني

صلاحيات مجلس المنافسة

المادة 34 : يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار و الاقتراح و إبداء الرأي بمبادرة منه أو كلما طلب منه ذلك، في أي مسألة أو أي عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة و تشجيعها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة فيها بما فيه الكفاية.

يمكن أن يستعين مجلس المنافسة بأي خبير أو يستمع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات.

كما يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه.

المادة 25 : يعين رئيس المجلس و نائب الرئيس و الأعضاء الآخرون بموجب مرسوم رئاسي لمدة خمس (5) سنوات قابلة للتجديد.

وتنهي مهامهم بالأشكال نفسها.

المادة 26 : يعين لدى مجلس المنافسة أمين عام و مقررون بموجب مرسوم رئاسي.

يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلا له و ممثلا إضافيا لدى مجلس المنافسة بموجب قرار.

ويشارك هؤلاء في أشغال مجلس المنافسة دون أن يكون لهم الحق في التصويت.

الفصل الأول

سير مجلس المنافسة

المادة 27 : يرفع مجلس المنافسة تقريرا سنويا عن نشاطه الى الهيئة التشريعية و إلى رئيس الحكومة و إلى الوزير المكلف بالتجارة.

يعلن التقرير بعد شهر من تبليغه إلى السلطات المذكورة أعلاه. وينشر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. كما يمكن نشره كله أو مستخرجات منه في أي وسيلة من وسائل الإعلام الأخرى.

المادة 28 : يشرف على أعمال مجلس المنافسة الرئيس أو نائب الرئيس الذي يخلفه في حالة غيابه أو حدوث مانع له.

لا تصح جلسات مجلس المنافسة إلا بحضور ستة (6) أعضاء منه على الأقل.

جلسات مجلس المنافسة ليست علنية.

تتخذ قرارات مجلس المنافسة بالأغلبية البسيطة، وفي حالة تساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 29 : لا يمكن أي عضو في مجلس المنافسة أن يشارك في مداولة تتعلق بقضية له فيها مصلحة أو يكون بينه و بين أحد أطرافها صلة قرابة إلى الدرجة الرابعة أو يكون قد مثّل أو يمثّل أحد الأطراف المعنية.

يلزم أعضاء مجلس المنافسة بالسر المهني.

تتنافى وظيفة عضو مجلس المنافسة مع أي نشاط مهني آخر.

المادة 40 : مع مراعاة مبدأ المعاملة بالمثل، يمكن مجلس المنافسة، في حدود اختصاصاته و بالاتصال مع السلطات المختصة، إرسال معلومات أو وثائق يحوزها أو يمكن له جمعها، إلى السلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة التي لها نفس الاختصاصات إذا طلبت منه ذلك، بشرط ضمان السر المهني.

المادة 41 : يمكن مجلس المنافسة، وفق نفس الشروط المنصوص عليها في المادة 40 أعلاه، بناء على طلب السلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة، أن يقوم بنفسه أو بتكليف منه، بالتحقيقات في الممارسات المقيدة للمنافسة.

يتم التحقيق ضمن نفس الشروط والإجراءات المنصوص عليها في صلاحيات مجلس المنافسة.

المادة 42 : لا تطبق أحكام المادتين 40 و 41 أعلاه، إذا كانت المعلومات أو الوثائق أو التحقيقات المطلوبة تمس بالسيادة الوطنية أو بالمصالح الاقتصادية للجزائر أو بالنظام العام الداخلي.

المادة 43 : يمكن مجلس المنافسة، من أجل تطبيق المادتين 40 و 41 أعلاه، إبرام الاتفاقيات التي تنظم علاقاته بالسلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة التي لها نفس الاختصاصات.

المادة 44 : يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة. ويمكن المجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من هذا الأمر، إذا كانت لها مصلحة في ذلك.

ينظر مجلس المنافسة إذا كانت الممارسات والأعمال المرفوعة إليه تدخل ضمن إطار تطبيق المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12 أعلاه، أو تستند على المادة 9 أعلاه.

يمكن أن يصرح المجلس بموجب قرار معلل بعدم قبول الإخطار إذا ما ارتأى أن الوقائع المذكورة لا تدخل ضمن اختصاصه أو غير مدعمة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية.

لا يمكن أن ترفع إلى مجلس المنافسة الدعاوى التي تجاوزت مدتها ثلاث (3) سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معارضة أو عقوبة.

المادة 45 : يتخذ مجلس المنافسة أوامر معللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المعارضة المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض والملفات المرفوعة إليه أو التي يبادر هو بها، من اختصاصه.

المادة 35 : يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك، ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة.

و يمكن أن تستشيرها أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين.

المادة 36 : يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها على الخصوص :

- إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما، أو دخول سوق ما، إلى قيود من ناحية الكم،

- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات،

- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات،

- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع.

المادة 37 : يمكن أن يقوم مجلس المنافسة بتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة بالمنافسة. وإذا أثبتت هذه التحقيقات أن تطبيق هذه النصوص تترتب عليه قيود على المنافسة، فإن مجلس المنافسة يباشر كل العمليات لوضع حد لهذه القيود.

المادة 38 : يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر. ولا يبدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضوري، إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية.

تبلغ الجهات القضائية مجلس المنافسة، بناء على طلبه، المحاضر أو تقارير التحقيق ذات الصلة بالوقائع المرفوعة إليه.

المادة 39 : عندما ترفع قضية أمام مجلس المنافسة حول ممارسة تتعلق بقطاع نشاط يكون تحت مراقبة سلطة ضبط، فإن المجلس يرسل نسخة من الملف إلى السلطة المعنية لإبداء الرأي.

يقوم مجلس المنافسة، في إطار مهامه، بتوطيد علاقات التعاون والتشاور وتبادل المعلومات مع سلطات الضبط.

المادة 51 : يمكن المقرر القيام بفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع من ذلك بحجة السر المهني.

ويمكنه أن يطالب باستلام أية وثيقة حيثما وجدت ومهما تكن طبيعتها وحجز المستندات التي تساعد على أداء مهامه. وتضاف المستندات المحجوزة إلى التقرير أو ترجع في نهاية التحقيق.

يمكن أن يطلب المقرر كل المعلومات الضرورية لتحقيقه من أي مؤسسة أو أي شخص آخر. ويحدد الأجل التي يجب أن تسلم له فيها هذه المعلومات.

المادة 52 : يحرر المقرر تقريرا أوليا يتضمن عرض الوقائع وكذا المآخذ المسجلة. ويبلغ رئيس المجلس التقرير إلى الأطراف المعنية، وإلى الوزير المكلف بالتجارة وكذا إلى جميع الأطراف ذات المصلحة، الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز ثلاثة (3) أشهر.

المادة 53 : تكون جلسات الاستماع التي قام بها المقرر، عند الاقتضاء، محررة في محضر يوقعه الأشخاص الذين استمع إليهم. وفي حالة رفضهم التوقيع يثبت ذلك في المحضر.

يمكن الأشخاص الذين يستمع إليهم الاستعانة بمستشار.

المادة 54 : يقوم المقرر عند اختتام التحقيق بإيداع تقرير معلل لدى مجلس المنافسة يتضمن المآخذ المسجلة، ومرجع المخالفات المرتكبة واقتراح القرار وكذا، عند الاقتضاء، اقتراح تدابير تنظيمية طبقا لأحكام المادة 37 أعلاه.

المادة 55 : يبلغ رئيس مجلس المنافسة التقرير إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين، ويحدد لهم كذلك تاريخ الجلسة المتعلقة بالقضية.

يمكن أن تطلع الأطراف على الملاحظات المكتوبة المذكورة في الفقرة الأولى أعلاه، قبل خمسة عشر (15) يوما من تاريخ الجلسة.

يمكن المقرر إبداء رأيه في الملاحظات المحتملة المكتوبة المذكورة في الفقرة الأولى أعلاه.

كما يمكن أن يقرر المجلس عقوبات مالية إما نافذة فورا وإما في الأجل التي يحددها عند عدم تطبيق الأوامر.

و يمكنه أيضا أن يأمر بنشر قراره أو مستخرجا منه أو توزيعه أو تعليقه.

المادة 46 : يمكن مجلس المنافسة، بطلب من المدعي أو من الوزير المكلف بالتجارة، اتخاذ تدابير مؤقتة للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة موضوع التحقيق، إذا اقتضت ذلك الظروف المستعجلة لتفادي وقوع ضرر محقق غير ممكن إصلاحه، لفائدة المؤسسات التي تأثرت مصالحها من جراء هذه الممارسات أو عند الإضرار بالمصلحة الاقتصادية العامة.

المادة 47 : تبلغ القرارات التي يتخذها مجلس المنافسة إلى الأطراف المعنية لتنفيذها، بواسطة إرسال موصى عليه مع وصل بالاستلام وترسل إلى الوزير المكلف بالتجارة الذي يسهر على تنفيذها.

يجب أن تبين هذه القرارات، تحت طائلة البطلان، آجال الطعن وكذلك أسماء الجهات المرسل إليها، وصفاتها وعناوينها.

المادة 48 : يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 49 : ينشر الوزير المكلف بالتجارة القرارات في مجال المنافسة الصادرة عن مجلس المنافسة ومجلس قضاء الجزائر في النشرة الرسمية للمنافسة. كما يمكن نشر مستخرج من القرارات عن طريق الصحف أو بواسطة أي وسيلة إعلامية أخرى.

الفصل الثالث

إجراءات التحقيق

المادة 50 : يحقق المقرر في الطلبات و الشكاوى المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة التي يسندها إليه رئيس مجلس المنافسة .

إذا ارتأى عدم قبولها طبقا لأحكام المادة 44، (الفقرة 3)، فإنه يعلم بذلك مجلس المنافسة برأي معلل.

يتم التحقيق في القضايا التابعة لقطاعات نشاط موضوعة تحت رقابة سلطة ضبط بالتنسيق مع مصالح السلطة المعنية.

الفصل الرابع

العقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة و التجميعات

المادة 56 : يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة كما هو منصوص عليها في المادة 14 أعلاه، بغرامة لا تفوق 7 % من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة. وإذا كان مرتكب المخالفة شخصا طبيعيا أو معنويا أو منظمة مهنية لا تملك رقم أعمال محددًا، فالغرامة لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

المادة 57 : يعاقب بغرامة قدرها مليوني دينار (2.000.000 دج) كل شخص طبيعي ساهم شخصيا بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة وفي تنفيذها كما هي محددة في هذا الأمر.

المادة 58 : يمكن مجلس المنافسة، إذا لم تحترم الأوامر والإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 أعلاه في الأجل المحددة، أن يقرر عقوبات تهديدية في حدود مبلغ مائة ألف دينار (100.000 دج) عن كل يوم تأخير.

المادة 59 : يمكن مجلس المنافسة إقرار غرامة لا تتجاوز مبلغ خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) بناء على تقرير المقرر، ضد المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها، طبقا لأحكام المادة 51 أعلاه، أو التي لا تقدم المعلومات المطلوبة في الأجل المحددة من قبل المقرر.

يمكن المجلس أيضا أن يقرر غرامة تهديدية تقدر بخمسين ألف دينار (50.000 دج) عن كل يوم تأخير.

المادة 60 : يمكن مجلس المنافسة أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية، وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر.

لا تطبق أحكام الفقرة الأولى أعلاه، في حالة العود مهما تكن طبيعة المخالفات المرتكبة.

المادة 61 : يعاقب على عمليات التجميع المنصوص عليها في أحكام المادة 17 أعلاه والتي أنجزت بدون ترخيص من مجلس المنافسة، بغرامة مالية يمكن أن تصل إلى 7 % من رقم الأعمال من غير

الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو ضد المؤسسة التي تكوّنت من عملية التجميع.

المادة 62 : يمكن مجلس المنافسة في حالة عدم احترام الشروط أو الالتزامات المنصوص عليها في المادة 19 أعلاه، إقرار عقوبة مالية يمكن أن تصل إلى 5% من رقم الأعمال من غير الرسوم المحققة في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو المؤسسة التي تكوّنت من عملية التجميع.

الفصل الخامس

إجراءات الطعن في قرارات مجلس المنافسة

المادة 63 : تكون قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية، من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة وذلك في أجل لا يتجاوز شهرا واحدا ابتداء من تاريخ استلام القرار. ويرفع الطعن في الإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادة 46 أعلاه في أجل ثمانية (8) أيام.

لا يترتب على الطعن لدى مجلس قضاء الجزائر أي أثر موقوف لقرارات مجلس المنافسة. غير أنه يمكن رئيس مجلس قضاء الجزائر، في أجل لا يتجاوز خمسة عشر (15) يوما، أن يوقف تنفيذ التدابير المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 أعلاه، الصادرة عن مجلس المنافسة عندما تقتضي ذلك الظروف أو الوقائع الخطيرة.

المادة 64 : يرفع الطعن أمام مجلس قضاء الجزائر ضد قرارات مجلس المنافسة من قبل أطراف القضية طبقا لأحكام قانون الإجراءات المدنية.

المادة 65 : بمجرد إيداع الطعن، ترسل نسخة منه إلى رئيس مجلس المنافسة وإلى الوزير المكلف بالتجارة عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية.

يرسل رئيس مجلس المنافسة ملف القضية، موضوع الطعن، إلى رئيس مجلس قضاء الجزائر في الأجل التي يحددها هذا الأخير.

المادة 66 : يرسل المستشار المقرر نسخة من جميع المستندات الجديدة المتبادلة بين أطراف القضية، إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى رئيس مجلس المنافسة قصد الحصول على الملاحظات المحتملة.

يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه، وكذا النصوص المتخذة لتطبيقه، باستثناء المرسومين التنفيذيين الآتين اللذين يلغيان :

- رقم 2000-314 المؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق 14 أكتوبر سنة 2000 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة،

- ورقم 2000-315 المؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق 14 أكتوبر سنة 2000 الذي يحدد مقاييس تقدير مشاريع التجميع أو التجميعات.

المادة 74 : ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة



أمر رقم 03 - 04 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور ، لاسيما المواد 19 و 37 و 122 و 124 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية ، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني ، المعدل و المتمم ،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري ، المعدل و المتمم ،

- وبمقتضى القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك ، المعدل والمتمم،

المادة 67 : يمكن الوزير المكلف بالتجارة ورئيس مجلس المنافسة تقديم ملاحظات مكتوبة في أجل يحددها المستشار المقرر.

تبلغ هذه الملاحظات إلى أطراف القضية .

المادة 68 : يمكن الأطراف الذين كانوا معنيين أمام مجلس المنافسة و الذين ليسوا أطرافا في الطعن، التدخل في الدعوى، أو أن يلحقوا بها في أية مرحلة من مراحل الإجراء الجاري، طبقا لأحكام قانون الإجراءات المدنية.

المادة 69 : يتم طلب وقف التنفيذ المنصوص عليه في الفقرة 2 من المادة 63 أعلاه، طبقا لأحكام قانون الاجراءات المدنية.

يودع صاحب الطعن الرئيسي أو الوزير المكلف بالتجارة طلب وقف التنفيذ ولا يقبل الطلب إلا بعد تقديم الطعن الذي يجب أن يرفق بقرار مجلس المنافسة.

يطلب رئيس مجلس قضاء الجزائر رأي الوزير المكلف بالتجارة في طلب وقف التنفيذ عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية.

المادة 70 : ترسل القرارات الصادرة عن مجلس قضاء الجزائر إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى رئيس مجلس المنافسة.

الباب الرابع

أحكام انتقالية و ختامية

المادة 71 : تحصل مبالغ الغرامات والغرامات التهديدية التي يقررها مجلس المنافسة بوصفها ديونا مستحقة للدولة.

المادة 72 : يستمر التحقيق في القضايا المرفوعة أمام مجلس المنافسة ومجلس قضاء الجزائر قبل العمل بهذا الأمر، طبقا لأحكام الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالمنافسة والنصوص المتخذة لتطبيقه.

المادة 73 : تلغى كل الأحكام المخالفة لأحكام هذا الأمر، لاسيما أحكام الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه.

يبقى العمل جاريا بصفة انتقالية بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25