جامعة البليدة 2		لونيسي علي

قسم العلوم التجارية

دروس عبر الخط

في مقياس:

قانون المنافسة

موجهة لطلبة سنة أولى ماستر

تخصص: تسويق سياحي وفندقي

من إعداد الأستاذة: قشرو فتيحة

أهداف المقياس:

هذا المقياس موجه لطلبة العلوم التجارية ، سنة أولى ماستر تسويق سياحي وفندقي، وهو يهدف إلى تمكين الطالب من فهم محتوى قانون المنافسة من حيث مفهومه، مضمونه، مجال تطبيقه وأحكامه.

بطاقة معلومات :

بطاقة معلومات:

معلومات حول المقياس:

جامعة بليدة 2

كلية العلوم الإقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير

القسم: علوم تجارية

المقياس:قانون المنافسة

الفئة المستهدفة: السنة أولى ماستر

تخصص:تسويق سياحي وفندقي

الرصيد: 2

المعامل: 1

الحجم الساعي: 3ساعة /أسبوعيا

الوحدة:إستكشافية

معلومات حول الأستاذ:

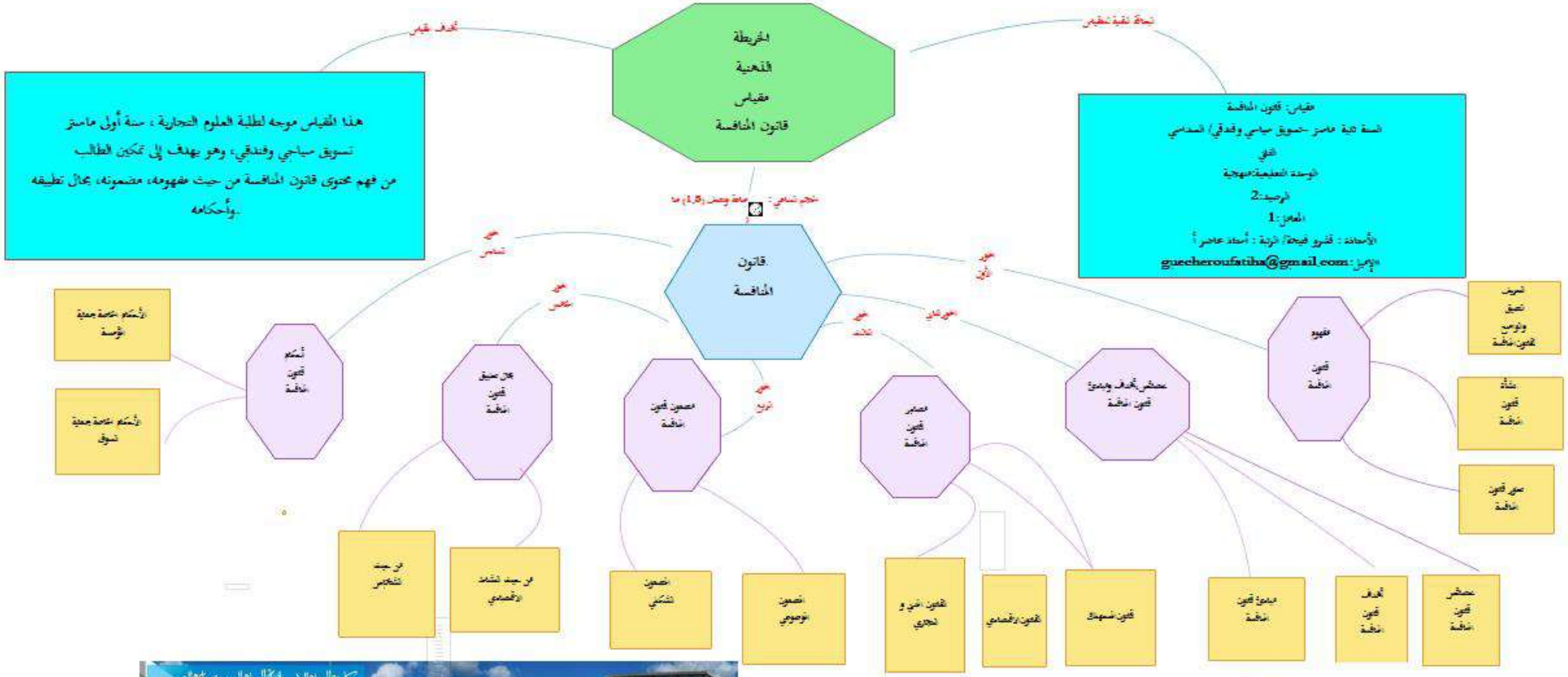
إسم الأستاذة: قشرو فتيحة

رتبة الأستاذة: محاضر أ

المهارات المستهدفة:

مستقل
mostaql.com

المهارات المراد الوصول إليها من هذه المادة التعليمية هي فهم واستيعاب محتوى قانون المنافسة الذي يمكن الطالبة من تطبيقه في مختلف مجالاته بالشكل الصحيح.


الخريطة
الذهنية
مقياس
قانون المنافسة
تعريف المقياس
هذا المقياس موجه لطلبة العلوم التجارية ، سنة أولى ماستر تسويق سياحي وفندقي، وهو يهدف إلى تمكين الطالب من فهم محتوى قانون المنافسة من حيث مفهومه، مضمونه، مجال تطبيقه وأحكامه.
بطاقة تقنية للمقياس
مقياس: قانون المنافسة
السنة ثانية ماستر -تسويق سياحي وفندقي) السداسي
الثاني
الوحدة التعليمية:منهجية
الرصيد:2
المعامل:1
الأستاذة : قشرو فتيحة/ الرتبة : أستاذ محاضر أ
الإيميل: guecheroufatiha@gmail.com
الحجم الساعي : ساعة ونصف (1.5) سا
قانون
المنافسة
المحور الأول
مفهوم
قانون
المنافسة
تعريف
تضيق
وتوسيع
قانون المنافسة
نشأة
قانون
المنافسة
تطور قانون
المنافسة
المحور الثاني
خصائص أهداف ومبادئ
قانون المنافسة
مبادئ قانون
المنافسة
أهداف
قانون
المنافسة
خصائص
قانون
المنافسة
المحور
الثالث
مصادر
قانون
المنافسة
القانون المدني و
التجاري
القانون الاقتصادي
قانون الاستهلاك
المحور
الرابع
مضمون قانون
المنافسة
المضمون
الشكلي
المضمون
الموضوعي
المحور
الخامس
مجال تطبيق
قانون
المنافسة
من حيث
الأشخاص
من حيث النشاط
الاقتصادي
المحور
السادس
أحكام
قانون
المنافسة
الأحكام الخاصة بحماية
المؤسسة
الأحكام الخاصة بحماية
السوق

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة البليدة 2

دليل المــــــادة التعليمية

(SYLLABUS)

1. الطلبة المعنيين

كليـــة	العلوم الإقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير
قســم	العلوم التجارية
مستوى	الثاني
تخصص/ ميدان / شعبة	سنة أولى ماستر تسويق سياحي وفندقي
السداسي	الثاني
السنة الجامعية	2024-2023

2. التعرف على المادة التعليمية

اسم المـــادة	قانون المنافسة
وحدة التعليم	إستكشافية
عدد الأرصدة	02
طبيعة التدريس	حضوري
المعامل	01
الحجم الساعي الأسبوعي	1سا 30 د

3. أستاذ (ة) المادة التعليمية

الاسم و اللقب	قشرو فتيحة
الرتبة	أستاذ محاضر أ
البريد الالكتروني	\
رقم الهاتف	\

4. وصف المادة التعليمية

المكتسبات	يحتاج الطالب إلى التحكم في بعض المصطلحات القانونية لفهم هذه المادة. بالإضافة إلى مكتسبات من المواد التالية: القانون التجاري ، القانون المدني، قانون حماية المستهلك ، قانون الأعمال، قانون الضرائب .
الهدف العام للمادة التعليمية	إن الهدف العام من هذه المادة التعليمية هو تمكين الطالب من فهم محتوى قانون المنافسة من حيث مفهومه مجال تطبيقه وأحكامه .
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	المهارات المراد الوصول إليها من هذه المادة التعليمية هي فهم واستيعاب محتوى قانون المنافسة الذي يمكن الطالبة من تطبيقه في مختلف مجالاته بالشكل الصحيح .

محتوى المادة التعليمية

المحـــورالأول (المحاضرة 1)	مفهوم قانون المنافسة
المحور الثــاني (المحاضرة2)	خصائص ، أهداف ومبادئ قانون المنافسة
المحور الثالث	مصادر قانون المنافسة
المحور الرابع	مضمون قانون المنافسة
المحور الخامس	مجال تطبيق قانون المنافسة
المحور السادس	أحكام قانون المنافسة
المحور السابع	
المحور الثامن	
المحور التاسع	
المحور العاشر	
المحور11	
المحور12	
المحور13	
المحور14	
المحور15	
المحور16	

5. طريقة التقييم

التقييم بالنسبة المئوية	العلامة		التقييم		
امتحان	20/20		وزن المحاضرة	%100	%100
امتحان جزئي	-		-		-
أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)	-				-
أعمال تطبيقية	-				-
المشروع الفردي	-				-
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	-				-
خرجات ميدانية	-				-
المواظبة (الحضور/ الغياب)	-				-
عناصر أخرى (المشاركة)	-				-

6. التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

الأسبوع	محتوى المحاضرة أو الدرس
الأسبوع الأول	- مفهوم قانون المنافسة: التعريف، النشأة
الأسبوع الثاني	- مفهوم قانون المنافسة : تطورقانون المنافسة في التشريع الجزائري
الأسبوع الثالث	- خصائص واهداف قانون المنافسة
الأسبوع الرابع	- مبادىء قانون المنافسة
الأسبوع الخامس	- مصادرقانون المنافسة
الأسبوع السادس	- مضمون قانون المنافسة
الأسبوع السابع	- مجال تطبيق قانون المنافسة: من حيث النشاط الإقتصادي
الأسبوع الثامن	- مجال تطبيق قانون المنافسة: من حيث الأشخاص
الأسبوع التاسع	- أحكام قانون المنافسة الخاصة بالمؤسسة : إتفاق عدم المنافسة
الأسبوع العاشر	- أحكام قانون المنافسة الخاصة بالمؤسسة: المنافسة غير المشروعة ، التطفل التجاري
الأسبوع الحادي عشر	- أحكام قانون المنافسة الخاصة بحماية السوق:مراقبة التجمعات الاقتصادية
الأسبوع الثاني عشر	- أحكام قانون المنافسة الخاصة بحماية السوق: حظر الاتفاقات فيما بين العوان الاقتصاديين
الأسبوع الثالث عشر	-
الأسبوع الرابع عشر	-
الأسبوع الخامس عشر	
الاسبوع السادس عشر	
امتحان نهاية السداسي *(تاريخ الامتحان تحدده الإدارة)*	
الامتحان الاستدراكي للمادة *(تاريخ الامتحان تحدده الإدارة)*	

7. الأعمال الشخصية المقررة للمادة

1	**المشاركة والتفاعل أثناء المحاضرة**
2	**تكليف الطالب ببعض الوظائف ضمن محاور قانون المنافسة**
3	**تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodl**
4	**الحضوروالتفاعل في منصة Moodl**
5	**إنشاء درد شة ومنتدى في منصة Moodl للتعليم الإلكتروني**
6	
7	
8	

8. القواعد الواجب احترامها من طرف الطلبة

القـــــاعدة 01	**إحترام الوقت المحدد للمحاضرة والأعمال الموجهة والإلتزام بالحضور**
القـــــاعدة 02	**إحترام تعليمات الأستاذ وتبرير الغياب**
القـــــاعدة 03	**المشاركة والتفاعل أثناء الحصة**

9. المصادر والمراجع

#	عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
1	قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون	محمد الشريف كتو	دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
2	النظام القانوني لعمليات التركيز الإقتصادي في قانون المنافسة	أسامة فتحي عبادة	دار الفكر والقانون، مصر، 2014.
3	الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر	محمد تيورسي	دار هومة، الجزائر، 2013
4	Droit de la concurrence : les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire,	L. ARCELIN	2ème édition, P.U.R, Paris, France, 2009.
5	Droit de la concurrence	- M.A. Frison-Roche et M.S. Payet	Dalloz, Paris, France, 2006.
6	Concentration des entreprises et droit de la concurrence	- Michel GLAIS	Economica, Paris, France, 2010.
7			
8			

مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية					
رئيس القسم	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى) اللجنة البيداغوجية			الأستاذ مسؤول المادة	نائب العميد المكلف بالبيداغوجيا
	الميدان	الشعبة	التخصص		

ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية.

المحاضرة 01

I-مفهوم قانون المنافسة: التعريف والنشأة

المنافسة هي الديمقراطية الاقتصادية التي تقوم عليها اقتصاديات العالم المختلفة حاليًا. وقانون المنافسة هو التشريع الذي ينظم ممارستها بهدف ضمان أداءها لدوها الفعال في التقدم الاقتصادي وتفادي أن يساء استخدامها لتحقيق مآرب شخصية تؤدي إلى انحراف المنافسة عن دورها الأساسي في السوق.

لهذا فقانون المنافسة هو من أهم الآليات القانونية المعتمدة لتنظيم نشاط المتدخلين في السوق.

تعريف قانون المنافسة:

قانون المنافسة هو القانون الذي يحمي المنافسة الحرة و النزيهة في السوق المعني بضبطها، وجد اتجاهان عند تعريف قانون المنافسة إذ أخذ البعض بالمفهوم الضيق لقانون المنافسة والبعض الآخر أخذ بالمفهوم الواسع.

أ- التعريف الضيق لقانون المنافسة:

قانون المنافسة يشمل مجموعة القواعد القانونية التي تهدف إلى القضاء على الممارسات التي تعيق المنافسة الحرة في السوق، فقانون المنافسة بهذا المفهوم لا يشمل المنافسة الغير مشروعة و المنافسة الممنوعة و المنافسة غير النزيهة، و هو التعريف الذي يعبر على المضمون الحقيقي لقانون المنافسة لكون المنافسة الغير مشروعة تتعلق بإضرار مؤسسة بأخرى عن طريق التعدي على ملكيتها التجارية و الصناعية .

ب- التعريف الواسع لقانون المنافسة:

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.

ونحن نقترح تعريف لقانون المنافسة على النحو التالي: "**مجموعة القواعد القانونية التي تتولى تدعيم وجود منافسة كافية وملائمة داخل السوق وتطبق على المؤسسات المتدخلة فيه** ".

II- نشأة وتطور قانون المنافسة :

1- على المستوى الدولي:

يمكن الرجوع بظهور أولى بوادر قانون المنافسة إلى نهايات القرن التاسع عشر بالولايات المتحدة، و هي فترة بداية صدور القوانين التي تحظر الممارسات الاحتكارية والمتنافية مع حرية المنافسة، و هي بالخصوص ثلاثة قوانين، عرفت بقوانين حظر التجمعات الاحتكارية، فصدر سنة 1896 ما أضحى يعرف بقانون شارمان (Sherman) الذي يحظر الاحتكار، ثم قانون كلايتون (Clayto) سنة 1914 والذي يحظر اللجوء للأسعار التمييزية، و بمقتضاه صدر في ذات السنة القانون المؤسس للجنة التجارة الفيدرالية الذي يحظر اللجوء لأعمال المنافسة غير المشروعة.

أما في أوروبا فإن قانون المنافسة يعد أكثر حداثة، على اعتبار أنه متزامن مع إنشاء السوق الأوروبية المشتركة سنة 1958 بمقتضى اتفاقية روما لسنة 1957، وإن تأخر بالنسبة للقانون الفرنسي حتى سنة 1986، وهي سنة صدور أمر في 01 ديسمبر، الذي أدمج ضمن المواد 410 وما يليها من القانون التجاري الفرنسي.

محاضرة 02: موقف الشريعة الإسلامية من قانون المنافسة

يقوم موقف الشريعة الإسلامية في المجال الاقتصادي على تكريس حرية التجارة والمنافسة ومحاربة الاحتكار، فالاقتصاد الإسلامي يقوم على الحق في ممارسة التجارة . وهو حق ممنوح لكل إنسان لكن لا يجوز الغلو أو التعسف فيه. إذ تقوم السياسة الاقتصادية في الإسلام على إطلاق المبادرة الخاصة وحرية سير السوق لتؤدي دورها طبقا لقانون العرض والطلب فالأساس في الإسلام هو الحرية الاقتصادية.

لكن ممارسة هذه الحرية ليست مطلقة بل قيدتها مبادئ الشريعة الإسلامية بما يحقق الموازنة بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة عن طريق التدخل في حركة السوق إذا ظهرت أوضاع غير طبيعية كاحتكار بعض التجار وتلاعبهم بالأسعار، فتكون في هذه الحالة مصلحة الجماعة مقدمة على مصلحة الفرد فيمكن التدخل لمنع تحقق الاحتكار.

ففي الشريعة الإسلامية يعتبر الاحتكار ظلم يجب محاربته، و لقد حرمت الشريعة الاسلامية الاحتكار و حاربته إذ ورد حديث عن الرسول (صلّى الله عليه وسلّم): " أيما رجل اشترى طعاما فكسبه أربعين يريد به غلاء المسلمين ثم باعه و تصدق بثمنه لم يكن كفارة لما صنع ". يستخلص من هذا الحديث الشريف أن هناك شروطا إعتبار الفعل احتكارا في الشريعة الاسلامية :

- الحد الزمني و هو 40 يوما فاذا لم يبلغ الحبس 40 يوما لم يعتبر احتكارا.
- الشراء إذ ذهب الفقهاء إلى أن الشراء شرط لاعتبار الفعل احتكارا فلو ادخر شخص غذاء من غلته لم يكن محتكرا.

-حاجة الناس للشيء المحبوس .

– طلب الزيادة في الثمن أن يسعى المحتكر إلى الحصول على زيادة في الثمن

خلاصة القول أن الشريعة الإسلامية وضعت ميزانا للعلاقات داخل السوق يقوم على دعامتين أساسيتين:

– اعتبار ممارسة التجارة المصدر الأساسي لكسب الرزق وجلب الثروة، فالرزق الذي يأتي من التجارة يمثل 10/9 من الرزق الاجمالي كما قال (صلّى الله عليه وسلّم). وهذا ما أصبحت تجمع عليه التشريعات الوضعية الحالية التي أصبحت تعتمد على اقتصاد السوق.

– حاربت الشريعة الإسلامية الاحتكار باعتباره يضر بالمنافسة الحرة داخل السوق.

وهذا ما أصبحت تجمع عليه التشريعات الوضعية بعد إقرار الشريعة الإسلامية له منذ عقود.

محاضرة رقم 03: تطور قانون المنافسة في التشريع الجزائري

يرتبط ظهور قانون المنافسة بانتهاج الدولة الجزائرية سياسة الاقتصاد الحر و تعتبر المنافسة أحد أهم مقوماته، لهذا لم يظهر قانون المنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل تسعينات القرن الماضي نظرا لانتهاجها المذهب الاشتراكي، فأول قانون منافسة في الجزائر كان سنة 1995 من خلال القانون رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، و الذي صدر لإرساء قواعد و أسس المنافسة الحرة داخل السوق، و لقد اعترف هذا القانون بحرية المنافسة و تحديد الاسعار حسب قواعد السوق باستثناء بعض السلع الواسعة الاستهلاك كما كرس حرية المبادرة الاقتصادية ، إلا أنه لم يحقق النتائج التي كانت متوقعة عند إصداره لهذا تم إلغائه بالقانون رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل و المتمم و يعود إلغاء هذا القانون للأسباب التالية:

- الرغبة في الفصل بين القواعد المطبقة على الاعمال المقيدة للمنافسة عن تلك المطبقة على الممارسات التجارية غير المشروعة و غير النزيهة ، والتي صدر لتنظيمها القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم .
- إعادة تنظيم نشاط مجلس المنافسة الذي أصبح الهيئة المكلفة بضبط السوق.
- الغاء العقوبات السالبة للحرية ، إذ أصبحت العقوبات التي قد تصدر عن مجلس المنافسة تتمثل في الغرامات دون عقوبة الحبس التي كان يختص بها مجلس المنافسة في ظل قانون 1995.
- تأكيد التوجه نحو الانفتاح الاقتصادي و تحقيق الانسجام مع النصوص القانونية الاقتصادية الكثيرة الصادرة منذ بداية الالفية الحالية .

كما عدل الامر رقم 03-03 بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 و الذي ورد فيه :

- تعريف مصطلح الضبط: "الضبط هو كل إجراء أيا كانت طبيعته ،صادر عن أية هيئة عمومية يهدف بالخصوص إلى تدعيم وضمان توازن قوى السوق وحرية المنافسة، ورفع القيود التي بإمكانها عرقلة الدخول إليها وسيرها المرن، وكذا السماح بالتوزيع الاقتصادي الأمثل لموارد السوق بين مختلف أعوانها وذلك طبقا لأحكام هذا الأمر."

- تدعيم تشكيلة مجلس المنافسة لجعله يضطلع بدوره في ضبط السوق .

-تعزيز استقلالية مجلس المنافسة، كما أنه رفع عدد أعضائه من 9 إلى 12.

-منح مجلس المنافسة صلاحية اتخاذ أي قرار يراه ضروريا يخص ضبط السوق في شكل تعليمة أو منشور.

- رغم أن مجلس المنافسة وضع لدى وزارة التجارة بعدما كان تابعا لرئاسة الحكومة في قانون 1995 إلا أن القانون أكد على استقلاليته عنها لضمان مصداقيته و سيادته في اتخاذ القرار.

- تأكيد الدور المحوري لمجلس المنافسة في ضبط السوق.

- توسيع مجال اختصاص مجلس المنافسة ليشمل الصفقات العمومية.

- تعديل تعريف المؤسسة ليشمل مؤسسات الاستيراد.

كما عدل الامر رقم 03-03 في سنة 2010 بالقانون رقم 10-05 الصادر في 15 أوت 2010 و وتضمنت التعديلات ما يلي :

– توسيع نطاق تطبيق قانون المنافسة إلى أنشطة الفلاحة و الصيد البحري و نشاط استيراد السلع لإعادة بيعها على حالها، وكلاء و وسطاء بيع المواشي و بائعو اللحوم بالجملة و نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية و الصيد البحري.

– تكريس مهام الدولة – وزارة التجارة – و صلاحياتها الضبطية في السوق لتشمل تحديد هوامش الربح للسلع و الخدمات على أساس مبدأي الانصاف و الشفافية المتعارف عليهما عالميا و التأكيد على أن تدخل الدولة في مجال الاسعار يهدف إلى مواجهة الارتفاع غير المبرر و الاضطراب الحاد في السوق .

محاضرة رقم 04 : خصائص و أهداف قانون المنافسة

I- خصائص قانون المنافسة :

ويتميز قانون المنافسة بالخصائص التالية:

1- **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 و هنا يظهر الطابع العام لهذا القانون.

2- **قانون المنافسة ذو طابع تقني** : الذي يظهر في ضرورة القيام بتحليل الاقتصادي لحجم الممارسات و أثارها الاقتصادية لتقدير إن كانت تؤثر على هيكل السوق و سيره العادي.

3- **قانون المنافسة يرتبط بالسياسة الاقتصادية للدولة** : فهو يدور ينص في صميم السياسة الاقتصادية المنتهجة في الدولة.

II- أهداف قانون المنافسة :

حسب المادة الاولى من قانون المنافسة يهدف قانون المنافسة إلى ضمان ممارسة منافسة حرة في السوق المعني عن طريق تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسة مقيدة للمنافسة و مراقبة التجميعات الاقتصادية و تحسين ظروف معيشة المستهلكين، وعليه يمكن إدراج أهداف قانون المنافة في ثلاثة نقاط أساسي:

1- ضمان ممارسة المنافسة الحرة والملائمة داخل السوق:

تظهر أهمية قانون المنافسة في حماية مبدأ المنافسة الحرة في ذاته ،وذلك عن طريق ضمان السير العادي للسوق و عدم وجود ممارسات تقييدية تضر بالقوانين الطبيعية التي يقوم عليها سير السوق في ظل الاقتصاد الليبرالي.

2-تحسين ظروف معيشة المستهلكين:

إن حماية المنافسة داخل السوق ينتج عنه بالضرورة حماية المستهلك. إذ يترتب على عملية منع الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة عرض السلع والخدمات بأكثر أسعار ملائمة وبأفضل الشروط للمستهلك لكون السوق يسير بطريقة سليمة.

3-حماية المتدخلين في السوق:

يمنح قانون المنافسة للمتعاملين الاقتصاديين حماية من التصرفات التقييدية التي حظرها المشرع في قانون المنافسة والتي قد يقوم بها بعض المتدخلين مثل : التواطؤات أو التعسف في وضعية الهيمنة أو التبعية الاقتصادية. فوفر لهم آليات قانونية فعالة يمكن أن يتدخلوا بها لمنع وقوع هذه الأعمال أو الحد من آثارها.

محاضرة رقم 05: مبادئ قانون المنافسة

يقوم قانون المنافسة على مبدأ أساسي و هو مبدأ حرية الاسعار أي خضوع الاسعار لقاعدة العرض و الطلب ، هذا المبدأ يقابله مبدأ حماية الحق في المنافسة.

1- مبدأ حرية الاسعار :

أكدت المادة 4 من القانون رقم 03- 03 المؤرخ في 19 جويلية 20003 والمتعلق بالمنافسة على أن الاسعار تحدد بحرية طبقا لقواعد العرض و الطلب ، وتم تعديل هذه المادة من خلال القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعدل والمتمم لقانون المنافسة رقم 03-03 ، من خلال التأكيد على أن الاسعار تحدد بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة و النزيهة ، لكن في الصياغة الجديدة للمادة اعتمدت عناصر على أساسها تحدد الاسعار الحرة في إطار القانون و ذلك باحترام ما يلي :

- تركيبة الاسعار فيما يخص نشاطات الانتاج و التوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.
- هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع و توزيعها أو تأدية الخدمات .
- شفافية الممارسات التجارية.

فالأصل أن الاسعار تخضع لقاعدة العرض و الطلب و هذا ما ينتج عنه تنافس المتدخلين في السوق على توفير أفضل السلع بأحسن الاسعار للمستهلكين . و بهذا يتأكد الالتزام بتطبيق مبدأ حرية ممارسة التجارة و الصناعة المكرس في الجزائر منذ صدور دستور 1989 و أكد عليه دستور 1996 المعدل.

إلا أن هذا المبدأ الدستوري ليس مطلقا إذ قيده المشرع بأن يمارس في حدود القانون و لقد أكد التعديل الدستوري لسنة 2016 على دور الدولة في ضبط السوق ومنح المشرع في قانون المنافسة الحق للدولة أن تتدخل لتحديد اسعار بعض السلع و الخدمات .

ففي قانون 03-03 نص المشرع في المادة 5 على أن للدولة أن تقوم بتقنين الاسعار و الخدمات ذات الطابع الاستراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة .كما منح للدولة إمكانية التدخل عن طريق اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الاسعار في حالات استثنائية مثلا : كارثة ،اضطراب خطير في السوق ...هذه التدابير تتخذ لمدة 6 أشهر كأقصى تقدير .

إلا أن المادة 5 عدلت بالقانون رقم 05-10 عن طريق منح سلطات أوسع للدولة للتدخل في تحديد الاسعار و يتجلى ذلك في :

- في قانون 2003 اقتصر تدخل الدولة لتقنين الاسعار على السلع الاستراتيجية لكن في قانون 2010 منح المشرع الحق للدولة أن تتدخل في تحديد هوامش و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها دون حصره على لسلع و الخدمات الاستراتيجية .

- قانون 2003 اشترط أن يتم تحديد الاسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة . في حين في تعديل 2010 اكتفى المشرع باشتراط أن يتم تحديد الاسعار بموجب التنظيم . فيمكن أن تحدد الاسعار بتعليمة أو قرار من وزير التجارة مثلا .

كما أنه في 2010 استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة و اكتفى بالنص على أن هذا التحديد يتم بناءا على اقتراح القطاعات المعنية.

- تضمن قانون 2003 أجلا للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها الدولة تسقيف الاسعار مثل حالة الاضطراب الشديد للسوق أو الكوارث و هي 6 أشهر ، في حين في تعديل 2010 لم يحدد أجل لذلك.

- حدد المشرع في تعديل 2010 الاسباب التي قد يتم الاستناد إليها لتسقيف الاسعار و هي :

تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع و الخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس في السوق.

مكافحة المضاربة بكل أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

و عليه في 2010 أدرجت في قانون المنافسة أحكاما تسمح – للإدارة – الممثلة في وزارة التجارة و القطاعات المعنية أن تتدخل مباشرة في تحديد الاسعار دون اللجوء إلى مجلس المنافسة رغم أنه الجهاز المكلف بضبط السوق و هذا لا يتلاءم مع سعي الجزائر إلى تكريس مبادئ اقتصاد السوق .

2- مبدأ حماية الحق في المنافسة:

يقوم قانون المنافسة على الموازنة بين مبدأ حرية الاسعار و حماية السوق الحر في مواجهة كل ما يعرقل سيره الطبيعي.

فالتنافس الشديد الذي قد ينشأ بين المؤسسات الناشطة في السوق التي تسعى إلى كسب أكبر عدد من العملاء قد يؤدي إلى المساس بمصالح الاطراف الاخرى المتدخلة في السوق. لهذا المشرع حضر مختلف الممارسات المقيدة للمنافسة و منح لعدة أطراف حق إخطار مجلس المنافسة إذا توافرت شروطها و ذلك سعيا منه لضمان الحد الضروري من المنافسة الشفافة و الحرة. كما أنه أقر إجراءات رقابية تطبق على التجميعات الاقتصادية لضمان عدم مساسها بالمنافسة الحرة داخل السوق المعني.

محاضرة رقم 06 :مصادر قانون المنافسة

لا تختلف مصادر قانون المنافسة على مصادر القانون عامة بمختلف درجاتها وفي هذا المقام سنذكر فقط القانون الأساسي المنظم للمنافسة و هو القانون رقم 03-03 المعدل والمتمم. إلا أن تشعب العلاقات داخل السوق وتنوع العقود والعلاقات في بعض الأحيان يحتم الرجوع إلى القانون التجاري أو القانون المدني لإيجاد القاعدة القانونية المطبقة على النزاع في حالة عدم ورودها في قانون المنافسة.

كما أن قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية له أهمية كبرى في هذا المجال خاصة الأحكام الواردة فيه المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية وتنظيمه للأسعار وكذلك الأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على استيراد البضائع وتصديرها.

هذه القوانين صدرت بعد قانون المنافسة رقم 03-03 و ذلك لكون المشرع نزع اختصاص اصدار عقوبات جزائية سالبة للحرية من مجلس المنافسة و أوردها في القانون رقم 04-02.

1-العلاقة بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك:

قانون حماية المستهلك يتضمن مجموعة القواعد القانونية التي تطبق على العلاقة بين المشروعات من جهة والمستهلكين من جهة أخرى والتي تهدف إلى حماية المستهلك.

والمستهلك هو كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العينية و ينظم حقوق المستهلك الامر رقم 09-03 الصادر في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك. و لقد عرفت الفقرة الاولى من المادة 3 من هذا القانون المستهلك بكونه : " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة

للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان متكفل به"

هناك علاقة وطيدة بين حماية المستهلك وحماية المنافسة لكونهما ينتميان إلى نفس الفرع القانوني وهو القانون الاقتصادي.

2- العلاقة بين قانون المنافسة و القانون الاقتصادي

يتموقع قانون المنافسة في محور القانون الاقتصادي لكونه مزيج بين القانون الاقتصادي الخاص و القانون الاقتصادي العام فهو ينظم العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية داخل السوق المعني كما يتضمن صلاحيات الضبط التي يتمتع بها مجلس المنافسة .

فقانون المنافسة هو فرع أساسي محوري من فروع القانون الاقتصادي.

3-العلاقة بين قانون المنافسة والقانون المدني والتجاري

العلاقة وطيدة بين قانون المنافسة والقانون التجاري والقانون المدني، لأن قانون المنافسة ينظم العلاقات بين المتدخلين في السوق و الأصل أن هؤلاء المتدخلين هم تجار الذين يطبق عليهم القانون التجاري، فهم ملتزمون باحترام قانون المنافسة والقانون التجاري مع القوانين الملحقة به.

كما أن قانون المنافسة يرتكز على فكرة التعسف في استعمال الحق التي هي فكرة محورية في القانون المدني واستلهم منها تنظيمه للممارسات التقيدية داخل السوق و التي هي تعسف في استعمال الحق في المنافسة ،والقانون المدني ينظم العقود والالتزامات ومن جهته قانون المنافسة يتناول بعض أنواع الاتفاقات المقيدة للمنافسة، فللبحث عن التكييف القانوني للعقد أو الاتفاق لابد أن نرجع إلى القانون المدني.

محاضرة رقم 07 : مضمون قانون المنافسة

يعد قانون المنافسة أحد مظاهر التنظيم الحر للاقتصاد، بما يفترض معه من الحرية التنافسية بين الأعوان الاقتصاديين، و حرية الوصول إلى العملاء، لكن هذا الوضع لا يتحقق في الواقع إلا إذا كانت شروط المنافسة المثالية متاحة لجميع الأعوان الاقتصاديين، لاسيما حرية الدخول للسوق، و نزاهة الممارسة التجارية و الصناعية، و تماثل شروطها بالنسبة لجميع الكيانات المتنافسة، و هي الشروط التي لا يمكن أن تتحقق في الواقع، ما يدعو إلى تدخل الدولة بغرض ضبط العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين المتنافسين من خلال أحكام قانونية ذات مضامين و غايات متعددة.

I- مضمون قانون المنافسة :

يتطلب ضمان أقل قدر من شروط المنافسة الحرة تدخل المشرع بهدف تصحيح بعض الوضعيات التي من شأن استمرارها أن يخل بالمساواة بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق في الوصول إلى العملاء، ويتحقق هذا التدخل من خلال فئتين من الأحكام: موضوعية وشكلية.

1- المضمون الموضوعي لقانون المنافسة

إن قانون المنافسة وفقا لهذا الاعتبار هو قانون ضبط سلوكيات الأعوان الاقتصاديين داخل السوق من خلال حظر الممارسات التي من شأنها عرقلة لعبة المنافسة الحرة، و ينطبق هذا الأمر بالنسبة لحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، و من بينها ما هو

منصوص عليه بمقتضى المادة 6 من قانون 03/03 لاسيما عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار من خلا الاحتكار، أو انخفاضها من خلال الإغراق، وكذا الممارسات التمييزية Pratiques discriminatoires المتمثلة خصوصا في تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، و الأعمال المضيقة للمنافسة Pratiques restrictives de la concurrence المتمثلة خصوصا في الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية، و كذلك بالنسبة لمراقبة التجميعات الاقتصادية Contrôle des concentrations économiques و حظرها في حال ما إذا ترتب عنها تضييقا من محال المنافسة.

2- المضمون الشكلي لقانون المنافسة

يتضمن قانون المنافسة –إلى جانب التدخل لأجل ضبط سلوكيات الأعوان الاقتصاديين– أحكاما تعنى بالجوانب الهيكلية في تنظيم المنافسة، و يظهر ذلك من خلال إنشاء مجلس المنافسة باعتباره السلطة الإدارية المخولة لضمان السير الحسن للمنافسة و تشجيعها، من خلال تمكينه من بعض السلطات لاسيما الرقابة على التجميعات الاقتصادية و مدى أثرها على لعبة المنافسة، و كذلك إمكانية إبداء الرأي في بعض المسائل المرتبطة بالمنافسة لاسيما النصوص التنظيمية، و معالجة القضايا

المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، إلى جانب سلطة التحقيق في مدى تطبيق النصوص القانونية و التنظيمية المتعلقة بالمنافسة.

محاضرة رقم 08 : مجال تطبيق قانون المنافسة

يتحدد مجال تطبيق قانون المنافسة بالاستناد إلى معيارين: أولهما النشاط الاقتصادي، وثانيهما مرتبط بطبيعة الممارسات في حد ذاتها.

I-مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي :

إن فكرة النشاط الاقتصادي التي أقرتها المادة 2 من قانون المنافسة لا تعني بالضرورة أن يكون ثمة مقابل مالي للنشاط، وتكون العبرة في مدى تأثير النشاط على سوق السلعة والخدمة، من ذلك ما ذهب إليه القضاء في فرنسا من أن "إعارة الشركات المنتجة للوقود لموزعي منتجاتها المعتمدين خزانات الوقود بدون مقابل مالي يخضع لأحكام الأمر المتضمن قانون المنافسة." بل أن مجال قانون المنافسة قد يمدد إلى تجمعات غير ربحية مثل النقابات و التعاونيات، متى كان لنشاطها تأثير على سوق الخدمة أو السلعة، مثلما هو الأمر بالنسبة لقرار تنظيم نقابي بمقاطعة بضاعة معينة، حيث قد يعتبر ذلك من الأعمال المدبرة حسب مفهوم المادة من القانون و التي قد تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها، أو الإخلال بها من خلال التأثير على مستوى الطلب، كما يعتبر من قبيل الأعمال المدبرة الاتفاقات بين المؤسسات الاستشفائية حول أسعار الخدمات الطبية، و عليه يكون معيار إعمال قانون المنافسة هو مدى تأثير النشاط الاقتصادي على السوق.

إن القول بمعيار تأثير النشاط الاقتصادي على السوق كأساس لإعمال قواعد حماية المنافسة كفيل بإخراج بعض الأنشطة الاقتصادية من مجال الخضوع لقانون المنافسة متى لم تؤثر على السوق محل الحماية، ويدخل في هذا الإطار اتفاقات التصدير إذا كان محل الاتفاق موجها لغير السوق الوطنية، حتى وإن تم الاتفاق بين أعوان اقتصاديين وطنيين.

II- مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

أورد المشرع الجزائري من خلال المادة الثانية من قانون 03/03 بيان النشاطات المشمولة بمقتضيات القانون، حيث "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." و عليه يكون النشاط الاقتصادي الصرف، سواء الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي هو العبرة عند تحديد مجال إعمال 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 التصديق عليها عن طريق التنظيم..." بما من شأنه أن يشكل استثناء عن مبدأ حرية الأسعار و المنافسة الحرة.

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.

محاضرة رقم 09: أحكام قانون المنافسة

يستند قانون المنافسة عموما إلى فكرة الحرية التنافسية، و التي يحاول المشرع تكريسها قانونيا من خلال أحكام تبتعد بالنشاط الاقتصادي عن التقييد، حتى و إن كانت الحرية المطلقة لا يمكن إعمالها بالنظر إلى ما يمكن أن تخلفه من آثار على مستوى السوق قد تحد من غاية إقرارها، و على هذا الأساس حاول المشرع تكييف هذه الأحكام مع خصوصيات بعض النشاطات و الأوضاع التي قد لا تحقق المنافسة الحرة غاياتها النهائية، و على هذا الأساس سوف نتطرق إلى أحكام المنافسة من خلال الغايات النهائية لهاته الأحكام، حيث يمكن التمييز بين تلك التي تهدف لتضييق المنافسة وحماية المؤسسة أمام المنافسة في حد ذاتها، و تلك التي تهدف إلى تكريس الحرية التنافسية بما يضمن حماية السوق.

I- **الأحكام الخاصة بحماية المؤسسة** :يعتبر عنصر العملاء جوهر نشاط أي مؤسسة وغاية وجودها، بحيث يقع التنافس بين المؤسسات داخل السوق لأجل إما المحافظة عليه، أو تحويل عملاء المؤسسات الأخرى بوسائل قد تكون مشروعة، كما يمكن أن تقع تحت طائلة حظر قانوني تكون غايته حماية مصالح المؤسسات المتضررة، وقد تتحقق حماية المؤسسة وفقا لهذا المنوال من خلال إما إبرام اتفاقات عدم المنافسة Conventions de non-concurrence أو حمايتها أمام المنافسة غير المشروعة Concurrence déloyale، أو ضد التطفل التجاري Parasitisme commercial.

1- اتفاقات عدم المنافسة :

يعتبر اتفاق عدم المنافسات من أهم مظاهر الخروج عن مبدأ حرية المقاولة والتعاقد، باعتباره اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه أحدهما بألا يمارس نشاطا محددا ينافس به نشاط الطرف الآخر، ويرد على الغالب النص عليه بمقتضى شرط ضمن عقد سابق بين الطرفين، وعلى هذا الأساس قد يسمى كذلك شرط عدم المنافسة Clause de non-concurrence.

يتحقق شرط عدم المنافسة في العديد من الوضعيات، لاسيما عند التنازل عن المحلات التجارية، بحيث يغلب في مثل هذه الحالة أن يورد الطرفان شرط امتناع المحيل عن ممارسة النشاط ذاته ضمن حدود معينة، و لمدة متفق عليها، على أساس أن عنصر العملاء هو أهم عناصر المحل التجاري المتنازل عنها، و أن استمرار المحيل في تأدية النشاط ذاته داخل المنطقة نفسها كفيل بأن يحرم المالك الجديد من هذا العنصر بالنظر لاحتمال ارتباط هؤلاء العملاء بالمحيل، غير أن خطورة هدا الشرط بالنسبة لحرية المنافسة تستدعي القول بضرورة إخضاعه لجملة من الشروط، كما قد يتضمن عقد العمل مثل هذه الاشتراطات، و التي تسري بعد انقضاء العقد للحيلولة دون تحويل العامل لعملاء رب العمل بفضل سبق معرفته بهم، و الأمر ذاته بالنسبة لعقود التوزيع، لاسيما في عقد الترخيص التجاري Contrat de franchise، التمثيل التجاري Contrat de représentation commerciale، عقد الوكالة التجارية Contrat d’agence commerciale ، أو عقد الامتياز التجاري Contrat de concession commerciale.

2- المنافسة غير المشروعة:

تقتضي حرية المنافسة فسح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين للوصول إلى العملاء بكل الوسائل التسويقية أو القانونية المتاحة، ما لم يستند في ذلك إلى أساليب غير مشروعة، أو غير قانونية، و عليه فإن لحرية المنافسة حدودا ينبغي التوقف عندها، تتمثل على الخصوص في بعض الوضعيات لا تستجيب مع ما يفترض في الممارسة التجارية من نزاهة، كما أن المنافسة غير المشروعة إذا استوفت شروط تحققها يمكن لمن يأتيها أن يكون محل متابعة قضائية من خلال ما يعرف بدعوى المنافسة غير المشروعة.

يمكن التمييز بين أربعة صور للمنافسة غير المشروعة :

- تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس
- زرع الشكوك في ذهن المستهلك حول هوية المؤسسة
- إحداث خلل في تنظيم المؤسسة المنافسة
- إحداث خلل في السوق بوجه عام

3- التطفل التجاري:Parasitisme commercial

يمكن أن يعرف التطفل التجاري بأنه مجموع الممارسات التي يتدخل من خلالها عون اقتصادي في نظام عون آخر، بغرض الحصول على المنافع الاقتصادية التي تحققها المهارات و المعارف المهنية التي استثمر و اجتهد العون الاقتصادي المتطفل عليه لأجل بلورتها و الانتفاع بها، من دون أن يسهم العون الاقتصادي المتطفل في هذا

الاستثمار أو المجهود، بشرط ألا تكون هذه المهارات من بين الحقوق المحمية بنصوص قانونية خاصة، مثل براءات الاختراع، و حقوق الملكية الصناعية المسجلة، و من دون أن يكون العون الاقتصادي المتطفل منافسا للعون الاقتصادي المتطفل عليه، و إلى ألحق ذلك بنظام المنافسة غير المشروعة.

حظر المشرع الجزائري التطفل التجاري بمقتضى المقطع 3 من المادة 27 من قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و التي جاء فيها من بين الممارسات التجارية غير النزيهة: "استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص أو موافقة من صاحبها."

محاضرة رقم 10 : أحكام قانون المنافسة (تابع)

I- **الأحكام الخاصة بحماية السوق :** تعد حماية الاقتصاد بشكل عام من أهم أهداف اعتماد قانون المنافسة، من حيث التمكين لضمان ظروف تنافسية حقيقية بين الأعوان الاقتصاديين، و هو الهدف الذي يتحقق من خلال الأحكام التي تبناها المشرع الجزائري على غرار ما هو موجود في التشريعات المقارنة، و التي تقوم على حظر الممارسات المقيدة للمنافسة، على خلاف ما ترمي إليه أحكام حماية المؤسسة، من حيث كونها وسائل حماية المتنافس داخل سوق الخدمة أو السلعة، و لا تتحقق حماية السوق إلا باعتماد جملة من الإجراءات يمكن تحديدها كما يلي:

-مراقبة التجميعات الاقتصادية،
-حظر الاتفاقات فيما بين المؤسسات المتنافسة،
-حظر وضعيات الهيمنة الاقتصادية،
-حظر خفض الأسعار لأقل من سعر التكلفة.

1- **مراقبة التجميعات الاقتصادية :** تعرف التجميعات الاقتصادية بأنها كل إجراء يؤدي إلى تحويل حق ملكية أو التمتع بكيان اقتصادي لمصلحة كيان اقتصادي آخر بشكل كلي أو جزئي، أو تشكيل كيان اقتصادي جديد، بما من شأنه المساس بهيكلة السوق، من خلال التقليل من عدد الأعوان الاقتصاديين المتواجدين داخل سوق الخدمة أو السلعة محل التنافس.

يمكن أن تأخذ التجميعات الاقتصادية أشكالا ثلاث أوردتها المادة 15 من الأمر 03/03:

أ - الاندماج: Fusion–absorption: و تتحقق هذه الحالة بالنسبة لتشكيل مؤسستين مستقلتين أو أكثر شخصا قانونيا واحدا، بما يلغي الشخص القانوني المنحل داخل الشخص القانوني الآخر، و يقلل بذلك من عدد الأعوان الاقتصاديين داخل السوق.

ب- السيطرة : Prise de contrôle: تتحقق هذه الحالة في الوضع الذي يتمكن فيها عون اقتصادي من الحصول على غالبية الأسهم أو الحصص داخل الشركة، بما يمكنه مقابل ذلك من السيطرة على أجهزة العون الاقتصادي المنافس من الآخر، الذي يصبح في هذه الحالة مجرد فرع من فروعه.

ت- تشكيل كيان اقتصادي جديد: يتحقق في الوضع الذي يجتمع فيه عونين اقتصاديين أو أكثر لأجل تشكيل شخص قانوني جديد مع انحلال الأعوان الاقتصاديين المشكلين له.

2- حظر الاتفاقات فيما بين الأعوان الاقتصاديين: Interdiction des ententes entre entreprises

ينحصر القصد من الاتفاقات المحظورة االناشئة عن متعاملين اقتصاديين، و التي تأخذ شكل ممارسات و أعمال و اتفاقات و اتفاقيات سواء صريحة أو ضمنية، تكون غايتها أو نتيجتها التقييد من حرية الدخول إلى السوق المعني بالمنافسة، بما يعني الإبقاء على وضعية معينة لهيكلة السوق، من خلال اقتسامه كليا أو الاستئثار بجزء مهم منه فيما بين أعوان محددين، بما يشكل إحدى صور التقييد من المنافسة الحرة.

تتحقق الاتفاقات بالمفهوم المحدد أعلاه من خلال جملة من الممارسات يمكن لنا حصرها فيما يلي:

1- **الاتفاقات التعاقدية: Ententes contractuelles**: تأخذ الاتفاقات في هذا الوضع شكل العقود بالمفهوم المدني، و يمكن في هذا الصدد التمييز بين الأشكال التالية للاتفاقات:

أ- **الاتفاقات الأفقية** : يقصد بها الاتفاقات المنعقدة بين المؤسسات المتنافسة الموجودة في المستوى ذاته داخل السوق، و تكون الغاية منها التأثير على حرية المنافسة، و يدخل في هذا الإطار الاتفاقات المبرمة بصدد تحديد سعر السلع أو الخدمات مثلما هو وارد في نص المادة 6 من قانون 03/03 من ضمن حالات الممارسات المقيدة للمنافسة

ب – **الاتفاقات العمودية** : يقصد بها الاتفاقات المنعقدة بين أعوان اقتصاديين لا يوجدون في المستوى ذاته من السوق، مثلما هو الوضع بالنسبة للمنتج و الموزع، و المقاول من الباطن و المقاول الرئيسي، و من أمثلة الاتفاقات العمودية المتعارضة مع مقتضيات حرية المنافسة التزام الموزع بالسعر المحدد من قبل المنتج و لو تم ذلك من خلال تعليمات وتوصيات، أو حتى خصومات في حال احترام الموزع الثمن المحدد من قبل المنتج.

محاضرة رقم 11: حظر الإتفاقات فيما بين الأعوان الإقتصاديين (تابع)

2- الاتفاقات العضوية : تأخذ الاتفاقات في هذا الوضع شكلا أكثر تنظيما و تعقيدا، بحيث تشكل المؤسسات المتنافسة كيانا مستقلا ذا شخصية معنوية، مثل تأسيس المؤسسات المتنافسة شركة غرضها الاجتماعي تركيز الطلبيات لدى جهة واحدة، و بما يتيح لها ممارسة سياسات تسعير متطابقة تفقد السوق تنافسيته، وفق ما هو معروف بمركزيات البيع، و هو الأمر الذي ينطبق حتى على الأشخاص القانونية غير المكتسبة لصفة التاجر مثل النقابات و المؤسسات الحرفية إذا ما قامت بأعمال من شأنها التأثير على السوق.

3- الأعمال المدبرة : Activités concertées 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 وامتناع عون آخر عن الاستثمار في منطقة أخرى بما يوحي 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.

1-حضر الهيمنة الاقتصادية :

يقصد بالهيمنة الاقتصادية الوضعية التي يهيمن فيها عون اقتصادي على غيره من الأعوان الاقتصاديين داخل السوق بشكل مطلق أو شبه مطلق، و هي الوضعية التي قد تؤدي إلى عرقلة لعبة المنافسة داخل السوق حسب ما يؤكده المشرع الجزائري من خلال المادة الثالثة/ج من قانون 03/03، و عليه فإن الهيمنة الاقتصادية تختلف عن التبعية الاقتصادية من حيث مجال الهيمنة، حيث أن التبعية الاقتصادية تتحقق بالنظر لارتباط عون اقتصادي في أعماله و نتائجه بعون اقتصادي آخر حسبما يفهم من نص المادة الثالثة من قانون 03/03، بحيث لا يكون للعون الاقتصادي التابع حل بديل إذا ما رفض العون الاقتصادي المتبوع التعاقد معه، أما الهيمنة الاقتصادية فهي ارتباط كل أو معظم الأعوان الاقتصاديين داخل السوق بالعضو المهيمن.

كما تختلف وضعية الهيمنة الاقتصادية عن وضعية الاحتكار أو شبه الاحتكار، من حيث توافر قدر من المنافسة بالنسبة لحالة الهيمنة الاقتصادية، غير أن القدرة الاقتصادية للعون الاقتصادي المهيمن تمكنه من تجاوز آثارها، و بالتالي لا يكون العضو المهيمن اقتصاديا معنيا لعبة المنافسة.

4- حظر الأسعار المخفضة بشكل تعسفي :

أقر المشرع الجزائري من خلال نص المادة 12 من قانون 03/03 ممارسة العون الاقتصادي أسعارا مخفضة بشكل تعسفي، و قد وضع لأجل اعتبار السعر مخفضا بشكل تعسفي معيارا موضوعيا متمثلا في سعر التكلفة بما يتضمن الإنتاج و التحويل و التسويق، و يضيف المشرع ضمن سعر التكلفة بمقتضى المادة 19 من قانون 02/04 : "...الحقوق و الرسوم و أعباء النقل..." لكن مع ذلك ينبغي التنبيه إلى أن المقصود بالحظر هو تعميم استعمال الأسعار المخفضة باعتبارها سياسة تجارية ينتهجها العون الاقتصادي، و ليس مجرد الممارسات المنفردة المفتقدة للتعميم، إذ أن ثبوت هذه الممارسة لمدة محدودة أو فيما يتعلق بسلعة أو خدمة واحدة لا يقع بالضرورة تحت الحظر، على اعتبار أن مثل هذه الممارسات المنعزلة ليس من شأنها التأثيرعلى السوق، حتى و إن عدت الأسعار المخفضة بالنسبة لسلعة واحدة بمثابة سعر إغرائي.