مجلة الدراسات القانونية المقارنة
EISSN:2600-6154 المجلد12/ العـــدد01(2026)، ص.ص.21-39 ISSN:2478-0022

# نحو قانون منافسة خاص بالمنصات الرقمية

# *Towards a competition law for digital platforms*

**نجية لطاش**

***Latache Nadjia***

**أستاذ محاضر قسم "ب"، التخصص: القانون خاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر (الجزائر)**

***Lecturer Class B, Option : Private law, Faculty of law, University of Youcef Benkhedda, Algiers 1 (ALGERIA)***

***Email:n.latache@univ_alger.dz***

**تاريخ إرسال المقال:2026/03/14 تاريخ القبول:2026/05/03 تاريخ النشر:2026/06/08**

**ملخص:**

تعتبر المنصات الرقمية من بين الأنظمة الأكثر إثارة للجدل في مجال المنافسة، نظرا كونها أصبحت الركيزة الأساسية للاقتصاد العالمي بما تمتلكه من حصص ضخمة ورؤوس أموال كبيرة وتأثير في المجتمع بصفة عامة سوآء على المنصات الصغيرة أو على المستهلك مباشرة، عن طريق سيطرة منصة من المنصات على الولوج والتحكم في السوق الرقمية مما يؤدي إلى التحكم في الأسعار، انخفاض الجودة، تراجع الابتكار وفرص دخول الشركات الناشئة إلى هذه السوق، هذه الإشكاليات كشفت عن وجود هفوات قانونية وصعوبة في تطبيق قواعد قانون المنافسة على هذا السوق الرقمي، فتسارعت بعض التشريعات إلى تأطيره ومحاولة تدارك هذه النقائص بتكييف قانون المنافسة بقواعد تتلاءم مع خصوصية هذا النموذج الاقتصادي الجديد.

**كلمات مفتاحية:**

قانون المنافسة، المنصات الرقمية، التحكم في الوصول، حارس البوابة، تأثير الشبكة.

***Abstract:***

*Digital platforms are among the most controversial systems in the field of competition, as they have become the main pillar of the global economy, with their vast market shares, significant capital, and broad influence on society in general. This impact extends both to smaller platforms and directly to consumers, through the dominance of a single platform over access to and control of the digital market Such dominance leads to price manipulation, declining quality, reduced innovation, and fewer opportunities for startups to enter this market.*

**المؤلف المرسل**: نجية لطاش ***Email***: *n.latache@univ_alger.dz*

*These challenges have exposed legal loopholes and highlighted the difficulty of applying traditional competition law to the digital market. In response, some legislations have rushed to regulate this sector and address these shortcomings by adapting competition law with rules tailored to the specific nature of this new economic model.*

***Keywords:***

*Competition law; digital platforms; access control; gatekeeper; network effect.*

**مقدمة:**

الانتقال من مرحلة الى أخرى في فترة وجيزة هو ما يشهده الانسان ويخشاه، فالانتقال من الحاسوب كآلة تقنية معقدة ومكلفة ومخصصة للعلماء فقط إلى جهاز منتشر في كل مكان سهل الاستخدام يأخذ شكلا أخف وأسرع كالهاتف النقال الذكي أو جهاز اللوحة الالكترونية، إلى جانب الانتقال من برامج معقدة وتطبيقات مختصة إلى خدمات سهلة، جعل دول العالم تهتم أكثر باقتصاد التكنولوجيا بشكل متسارع على وتيرة فاقت كل التوقعات باعتباره نموذجا اقتصاديا مربحا معاصرا وجديدا، بل أصبح في الوقت الراهن يمثل تحديا سياسيا، جغرافيا، اقتصاديا، وحتى الجانب القانوني واجتماعي نظرا لشمولها وارتباطها بكل الميادين، فأصبحت الخدمات الرقمية للمنصات الالكترونية الركيزة الأساسية للاقتصاد العالمي إلى جانب أنها تتيح التواصل مع المستهلكين فهي تساهم في توسيع التجارة الالكترونية.

هذا ما خلق هاجسا لدى السلطات للتصدي ومواجهة هيمنة المنصات خاصة منها الامريكية والصينية، بوضع آليات للدفاع عن القيم والمبادئ الأساسية بعدما اثبتت التجربة بأن المنصات تتحكم بالمعلومات والبيانات وبالتالي التحكم في المجتمعات بصفة عامة، فتكون الأولوية لمن حاز على الحصص الأكبر مما يجعل منه مجالا للتسابق بين الدول لا غنى عنه وهو ما يبرر العدد الهائل للمنصات الرقمية المستثمرة في مجال التجارة الالكترونية بل في بعض الأحيان تتعدد أوجه الاستثمار فيها، فتتحول المنصات من وسائط إلى منصات خالقة لعالم كبير من الخدمات يضم مساحة للإعلانات المبوبة ومواقع للمواعدة وخدمة للبيع والتجارة، ومساحة للمؤتمرات المرئية ومساحات للخدمات السحابية، والمتشبعة بطريقة تقنية فائقة التكنولوجيا متداخلة خوارزمية تستثمر فيها ارقام هائلة من رؤوس الأموال.

هذه النماذج الجديدة التي صعب على المشرع والفقه على حد السواء إعطاء تعريف جامع موحد شامل لها، بل أصبح هذا السعي عقيما واكتفى هؤلاء بوضع الأطر القانونية لحماية البنية الرقمية بالتنقل إلى حماية متنوعة من حماية المستهلك الى حماية التجار، حماية العملاء، حماية البيانات الى مكافحة خطاب الكراهية.

فإذا سلمنا بأن السوق الافتراضية لا بد أن تخضع لأحكام وقواعد قانون المنافسة لضمان حماية السوق والمستهلك، **ما الذي يحول دون تطبيق القواعد الكلاسيكية لقانون المنافسة على هذا النموذج الاقتصادي الجديد، وما هي الحلول المقترحة لمنع تمييع قانون المنافسة في سوق المنصات الرقمية؟**

في محاولة كسوة المنصات بلباس قانوني بشكل يتلاءم مع هذا النموذج الاقتصادي الجديد، بالتحول من تطبيق القواعد العامة للمنافسة إلى إرساء نظام قانوني خاص يأخذ بعين الاعتبار الخصائص البنيوية والاقتصادية للمنصات الرقمية، ارتأينا تقسيم الدراسة الى مبحثين نتطرق أولا الى تبيان صعوبة تطبيق قانون المنافسة في سوق المنصات الرقمية (المبحث الأول) ثم نحاول عرض بعض الحلول الاستباقية في الوقت الراهن (المبحث الثاني)

**المبحث الأول: صعوبة تطبيق قانون المنافسة في سوق المنصات الرقمية**

ترتكز حماية المنافسة في الأصل على نص واحد يتعلق الأمر بقانون المنافسة الذي يهدف الى تحديد شروط المنافسة في السوق قصد زيادة النجاعة الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلك من خلال منع كل الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، منع التعسف والهيمنة ومراقبة التجميعات الاقتصادية فهو بذلك سوق وضع لحماية السوق والاقتصاد الكلاسيكي، ترتبط دراسته بدراسة السوق المعنية، دراسة تفصيلية تتميز بتحديد مفهومه وابعاده وسلطته واثار تقسيم حصصه بين المتعاملين بداخله، ولم يعد تحديد السوق المعنية يطرح اشكالا في تطبيق قواعد المنافسة في الاقتصاد الكلاسيكي إذ اتفق الفقه وتبنت أغلبية التشريعات على غرار التشريع الجزائري تعريفا متقاربا في تحديد وتعريف السوق بأبعاده المادية والفضائية، حيث يرتكز بعده المادي في ازدواجية المعايير القائمة على فكرة الاستبدالية المبنية على وجهين، وعلى أساس المعطيات الشخصية المرتبطة بقبول المستهلك أو رفضه تعويضية سلعة بالسلعة أخرى مماثلة، أو على أساس المعطيات الموضوعية القائمة على مميزات وصفات مرتبطة بالفكرة التعويضية والمميزات التقنية والاقتصادية للمنتوج، أما بالنسبة للبعد الفضائي فهو ذلك الرقعة الجغرافية التي يمتد في مجالها تطبيق قواعد المنافسة في شروط متجانسة[1].

أما المنصات الرقمية فتتميز عن المؤسسات في سوق الاقتصاد الكلاسيكي بأنها مؤسسات من نوع خاص في شكل وسيط إجباري بين البائع والمستهلك وبين التطبيق والمستخدم وهو ما يمثل خصوصية هذا النموذج الاقتصادي الجديد (المطلب الأول) وينطوي على إشكالات نظرية وعملية تحول دون تطبيق قواعد قانون المنافسة على المنصات الرقمية (المطلب الثاني).

**المطلب الأول: خصوصية النموذج الاقتصادي للمنصات الرقمية لتعددها واختلاف أشكالها**

لم يتعرض قانون المنافسة في صورته التقليدية الكلاسيكية إلى تعريف المنصات الرقمية، ومفاهيم أخرى جديدة لصيقة بالسوق الرقمية كمصطلح "تأثير الشبكة"، و"حارس البوابة"، وهي مفاهيم غيرت موازين السوق المعنية التقليدية بل هي ما تشكل خصوصيته، فمن الصعب إعطاء تعريف موحد وشامل لهذه المنصات نظرا للاختلاف والتعدد والتعقيد، تتميز هذه المنصات بانها ثنائية و/او متعددة الأوجه" (BIFACE)، تربط بين طرفين أو أكثر ذات طبيعة القانونية مختلفة، فتكون الخدمة مجانية لاحد الأطراف المستخدمين وفي نفس الوقت تكون نفس الخدمة بسعر جد مرتفع لطرف آخر وهو ما يضفي عليها صفة "الوساطة" ، ويجعل مفهوم المنصة يأخذ اشكالا متعددة ومختلفة ذات دلالات من زوايا متعددة تبرر هذه الخصوصية:

من منظور المجتمع المدني فالمنصات لها دلالات متعددة للإشارة الى المنصات المعروفة في عالم الانترنت (GAFAM)[2]، التي أصبحت شكلا من أشكال المراقبة والرقابة والدعاية المضللة:

-تتجسد المراقبة في جمع بيانات المستخدمين ومتابعة تواصلهم وسلوكهم.

-الرقابة تكون عن طريق حذف وتقييد المحتوى غير المرغوب فيه أو المخالف بالمعايير سياسية محددة مسبقا.

-الدعاية بحيث تستخدم لنشر رسائل تخدم جهة معينة وأفكار محددة

-المعلومات المضللة بنشر محتوى خاطئ أو محتوى تمييزي مؤثر

إذن فأدوار هذه المنصة أصبح يتعدى التواصل البريء ليصل إلى مستوى التأثير السياسي والاجتماعي سواء بضبط المعلومات أو بتوجيهها أو بالتلاعب بها.

من منظور المختصين والفقه إن تعميم المفهوم وإعطاء تعريف موحد يخلق خلطا مفاهيميا، فالمنصات تختلف فيما بينها من حيث نماذج الاعمال وآليات العمل ومجالات التدخل فجمعها في مفهوم واحد يجعل التحليل العلمي ضعيفا، مما يستدعي تفكيك مفهوم المنصات إلى عناصر أو فئات أكثر تحديدا ثم إعادة بناءها بشكل علمي أدق يسمح بإجراء تحليلات القانونية واقتصادية أكثر تماسكا وقابلية للتطبيق، لذلك ميز هؤلاء بين عدة أنواع ومنصات نذكر منها:

-منصات الإعلان: مثل GOOGLE جوجل وهي منصة تتاجر بالمعلومات التي يقدمها المستخدمون، كوسيط بينهم وبين الشركات الإعلامية

-المنصات الصناعية: مثل SIEMENS، وهي منصات تربط العمليات التصنيعية ببعضها أي تتعامل مع سلسلة الإنتاج.

-منصات المنتجات: مثل SPOTIFY وهي منصات تسوق الوصول الى السلع أو الموارد فهي لا تبيع المنتوج نفسه بل تبيع حق الوصول اليه.

-المنصات الخفيفة أو المخففة: مثل AIR BNB وهي منصات لا تملك الأصول التي تجني منها أرباحها.

- منصات السحابة: مثل AMAZON WEB SERVICES وهي منصات تستضيف محتويات وبيانات وتخزنها ثم تقوم بمعالجتها بأنظمة قوية عبر الأنترنت بدل الاعتماد على أجهزة محلية، وتعد هذه المنصات العمود الفقري للاقتصاد الرقمي اذ تعتمد عليها كل المنصات الأخرى، هذا التصنيف الوظيفي يظهر ويبرر الطبيعة المعقدة لهذه المنصات وهو أيضا ما يفسر سبب الغموض الذي يحول دون إعطاء تعريف واضح لها[3].

من المنظور القانوني رغم أن التعريف لا يدخل في مهام المشرع الا أنه سجلت بعض المحاولات من خلال نصوص تشريعية وتنظيمية، على غرار التشريع الجزائري من خلال نص تطبيقي للقانون 22-18 المتعلق بالاستثمار، المتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 22-298[4] حيث أعطى تعريف وظيفي للمنصة الرقمية الخاصة بالاستثمار في الباب الثالث المعنون بـ "المنصة الرقمية للمستثمر" في المادة 27 منه التي عرفتها بالأداة الالكترونية لضمان إزالة الطابع المادي لجميع الإجراءات، وفي الفقرة الثالثة من نفس المادة أشار النص إلى أنها مرتبطة مع الأنظمة المعلوماتية الخاصة بالهيئات والإدارات ذات العلاقة مع فعل الاستثمار.

أما نظيره الفرنسي فقد عرف المنصة في التقنين العام للضرائب من خلال المادة 242 مكرر وكذلك المادة 111-7 من تقنين الاستهلاك[5] وهو أيضا تعريف وظيفي مرتبط بمجال الضرائب ولحماية المستهلك.

في حين عرف مجلس الدولة الفرنسي المنصة الرقمية بأنها خدمة تتيح المحتوى للعموم وتهدف إلى ابرازه أو تصنيفه من أجل اتخاذ قرار بالشراء أو الاستخدام، كما عرفته محكمة النقض الفرنسية بأنه خدمة تبني علاقة أو تقرب بين فئتين مختلفتين من الوكلاء، كل هذه التعريفات تدور حول فكرة الوساطة والتي مفادها أن المنصة هي وسيط بين فئتين من الفاعلين بوضعهما في اتصال مباشر.

هذا المفهوم تطور بظهور (Netflix) حيث أصبحت هذه المنصة تنتج محتوى خاص بها، تنتج أفلاما ومسلسلات من انتاجها الخاص وتستخدم المنصة أيضا لإشهار وعرض أفلام ومسلسلات من إنتاج غيرها مما يسمح لها بتكوين مخزن ضخم من المعلومات المحفوظة لأعضائها وهو ما يزيد من ثقة مستخدمي هذه المنصة، هذا التشابك والتداخل في المنصات أدى إلى ضرورة وجود قانون خاص للمنصات وبضرورة تدخل المشرع لتنظيمها[6]

إذن فخصوصية هذا النموذج الاقتصادي المعاصر الذي ينطوي على التعدد، اختلاف اشكاله، تشعبه وإمكانية الجمع بين العديد من الأشكال في منصة واحدة، يجسد إشكالات نظرية وعملية مرتبطة بتطبيق قانون المنافسة في سوق المنصات الرقمية.

**المطلب الثاني: الإشكالات النظرية والعملية المرتبطة بتطبيق قواعد قانون المنافسة**

عرفنا أن خصوصية المنصات الرقمية كنموذج اقتصادي مستقل عن النموذج الاقتصادي التقليدي أدى الى رصد عدة إشكالات من الناحية النظرية والعملية لتطبيق قواعد قانون المنافسة والتي تعد جوهرية باعتبارها معايير القانونية وضعها الفقه وتبناها المشرع لتطبيقه التطبيق الصحيح، نذكر بعض هذه الإشكالات في تطبيق القواعد الجوهرية:

أولا: إشكالية تحديد البعد المادي والبعد الفضائي لسوق المنصات الرقمية: إن تحديد السوق بالغ الأهمية من الناحية الاقتصادية والقانونية على السواء فهو العنصر الذي يحدد قوة وضعية المؤسسات مع بعضها في النشاط نفسه مما يساعد ويسهل على السلطات المكلفة بضبط هذا المجال من مراقبة السوق وحمايته من الممارسات المقيدة للمنافسة، هذا التعريف التقليدي الذي أخذ به المشرع الجزائري من خلال المادة الثالثة من الامر 03-03[7] المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، وهو المأخوذ به في جل الأنظمة العالمية على غرار تعريف اللجنة الأوروبية[8]، فالسوق بمفهومه التقليدي هو البعد المادي والفضائي الذي يلتقي فيه العرض والطلب لمنتوج أو خدمة معنية، رغم دقة التعاريف في هذا المجال إلا انه لم يعد يكفي هذا الاطار القانوني لتغطية وشمولية المفهوم الجديد الذي جاء به التعامل في فضاء السوق الرقمية.

تظهر خصوصية سوق المنصات الرقمية في العلاقة الجد معقدة بين الأطراف الفاعلين فيه حيث تكون النشاطات الاقتصادية مرتبطة بسوقين أو أكثر، وبين طرفيه أو أكثر في رقعة وفضاء لا يمكن تحديده، يتأثر بالدخول والولوج إلى المنصات وهو ما يسمى بـ "التأثير الشبكة"[9]، بتعبير آخر يقوم المستخدمون الذين يرغبون في الولوج الى المحتوى المبرمج في المنصة، هذا الولوج يؤثر على القيمة التجارية للمنصة فتقوم هذه الأخيرة باستغلال هذا الولوج ببيع الفضاء الاشهاري في المنصة للراغبين بالإشهار لسلعهم بسعر جد مرتفع، ليتم استغلال ولوج المستخدمين في المنصة المجاني كطريقة لاستقطاب مستغلي المنصة لبيع الفضاءات فيها، وهو الربح المنشود من انشائها بالدرجة الأولى ، فهي معادلة تناسبية كلما زاد عدد المستخدمين في الولوج الى المنصة –مجانا– كلما زاد شراء الفضاءات الاشهارية –بسعر مرتفع–، بالإضافة الى ذلك حاول الفقه ربط عرقلة المنافسة بحرية الولوج سواء داخل الفضاء بتحديد الولوج الجغرافي، وتجميد الولوج أو التحديد الجغرافي واعتبره نوع من أنواع عرقلة الدخول إلى السوق وبالتالي يحد من المنافسة المرجوة في هذا السوق[10].

إن رسم الخريطة التصنيفية للمنصات الرقمية هو حل لبداية تحديد السوق المعنية لكل شكل من هذه المنصات وهو ما اقترحه أغلب الفقه في هذا المجال فالبعد المادي والبعد الفضائي لم يعد كافيا وشاملا لكل الممارسات التجارية المتعلقة بالمنصات الرقمية لوجود التعقيد والتنوع في هذه المنصات [11] .

ثانيا: إشكالية تطبيق مبدأ التعويضية وفكرة الاستبدالية في المنصات الرقمية: هو عنصر جوهري في تحديد السوق المعنية بل أساسي، وقد عرفه المشرع الجزائري من خلال الامر 03-03 المعدل والمتمم بأنه: "... وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة، أو **تعويضية استبدالية**، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية،" وهو التعريف ذاته الذي نصت عليه اللجنة الأوروبية [12] والذي مفاده انه المكان الجغرافي الذي يلتقي فيه العرض والطلب لخدمة أو منتوج تعويضية استبدالية.

تشعب واختلاف أشكال سوق المنصات الرقمية وتميزها بأنها سوق متعدد أو ثنائي الأوجه (Biface) يحول دون تطبيق فكرة الاستبدالية، وأيضا عدم ارتباطها بعنصر "سعر" السلعة والخدمة أو على رؤوس الأموال الضخمة، فالأطراف لا يعقدون معاملات مالية مباشرة مع باقي أطراف المنصة ولكن وجودهم ضروري جدا لزيادة قيمة المنصة للراغبين في الإشهار بمنتوجهم [13]، يتعلق الأمر بامتلاك سرعة الولوج للبيانات، **فللبيانات** ثقل اقتصادي كبير باعتبارها تمثل حصة المؤسسة في هذا السوق المتشعب وتستعمل هذه البيانات في قياس الولوج في المنصات وقد تستعمل لإدراج المؤسسة في السوق أو منعها الولوج أي تحد من الوصول اليها.

ثالثا: إشكالية صعوبة تحديد قيام مسؤولية المؤسسة وصعوبة إثبات التعسف: تعدد أوجه سوق المنصات الرقمية يحول دون القدرة على تتبع المعاملات التي من شأنها عرقلة المنافسات، يتعلق الأمر في الواقع بـ " تأثير الشبكة "، حيث أن ولوج عدد كبير من المستخدمين على المنصة الرقمية بصفة مجانية هو الذي يزيد من قيمة الخدمة فيصبح الاستخدام المتكرر لمنصة واحدة دون غيرها يحد ويعرقل ولوج مؤسسات أخرى في نفس المنصة، بل أكثر من ذلك أن مجرد ولوج عدد كبير من المستخدمين قد يؤدي إلى إعادة ترتيب المؤسسات في المنصة وهو ما يسمي بالقائمة المرجعية la liste de référencement، وهو ترتيب آلي **ذاتي** للمحتويات الذي يستعمل كوسيلة خطيرة في السوق الرقمية في صورتين إما بتكرار إظهار وابراز مؤسسة أو أفكارها، فتعزز نجاحها في السوق، أو العكس بإخفاء أو الإبعاد المتكرر لمؤسسة ولإفشال موقعها التجاري الالكتروني، مستعملا كأداة لمنع الولوج الحر لكل المؤسسات داخل المنصة وهو ما يمثل عرقلة وتقييد للمنافسة[14].

رابعا: إشكالية غياب مفهوم حارس البوابة أو المؤسسة المتحكمة في الوصول Gatekeepers: إن قانون المنافسة في الاقتصاد الكلاسيكي لا ينطوي على تعريف للمنصة باعتبارها مؤسسة فاعلة في السوق ولكن بخصائص متميزة ولم يضع أحكاما لتحديد المؤسسة المتحكمة في الوصول، وهي المنصة الرقمية التي تحتل موقعا محوريا في السوق الرقمية، بحيث تتمتع بالقدرة على التحكم في شروط الولوج اليه مما يخلق علاقة تبعية اقتصادية للمتعاملين الآخرين، فالتحكم في البيانات والتحكم في التطوير السريع للخوارزميات بالإضافة الى عامل تأثير الشبكة يؤدي الى التحكم في الوصول فتصبح المؤسسة المتحكمة في الوصول مهيمنة على السوق الرقمية يطلق عليها وصف "حارس البوابة "، وهو مفهوم أوسع من مفهوم الهيمنة وأدق في الاقتصاد الرقمي[15]، وهو ما دفع بعض الدول على غرار الدول الاتحاد الأوروبي وضع معايير كمية وموضوعية لتحديد حارس البوابة ولإثبات التعسف وبالتالي إثبات وجود حالة عرقلة للدخول لسوق المنصة الرقمية إلا أنها لا تكفي في هذا المجال الذي يعد مجالا تقنيا وخوارزميا معقدا يصعب تحديده وهو ما سوف نتطرق له من خلال المبحث الثاني.

**المبحث الثاني: استراتيجية الانتقال من قانون المنافسة الكلاسيكي إلى قانون منافسة خاص بالمنصات الرقمية**

إن الصعوبات والاشكاليات التي يثيرها هذا النموذج الاقتصادي الجديد أدى بكل دول العالم إلى محاولة تنظيم هذه المنصات الرقمية من أجل حماية المنافسة ومنع الاستغلال والاحتكار، بما يتلائم بالمعطيات الجديدة التي يفرضها الاقتصاد الرقمي عن طريق وضع قواعد هجينة hybride تجمع بين القواعد الكلاسيكية لقانون المنافسة لسد الهفوات المرتبطة باقتصاد الرقمنة، ومن خلال هذه الدراسة لا بد من إبراز التجربة الأوروبية التي وضعت تنظيما في هذا المجال Platform to Business (P2B) وهي نصوص نحاول دراستها كنموذج تنظيمي وضع معايير كمية وموضوعية لتحديد المنصات "المتحكمة في الوصول" في السوق الرقمية (المطلب الأول)، ثم نتطرق بعد ذلك إلى استقراء محاولة الجزائر في التلائم مع هذا الواقع الجديد (المطلب الثاني)

**المطلب الأول: الاستباقية الأوروبية في ضبط معالم قانون المنافسة خاص بالمنصات الرقمية**

إن التجربة الأوروبية هي تجربة رائدة في مجال تنظيم المنصات الرقمية الكبرى لا يمكن دراسة قانون المنافسة في مجال المنصات الرقمية دون لرجوع للنصوص تعتبر ركائز لسوق المنصات، وهما نصان:

النص الأول: هو القانون المنصات الرقمية (DMA: Digital markets Act) بموجب التنظيم رقم 1150-2019[16] هدفه الحد من الهيمنة التعسفية للمنصات الكبرى ومنع الاحتكار وإعادة التوازن في السوق الرقمية.

النص الثاني: هو القانون الخدمات الرقمية (DSA: Digital Services Act) بموجب التنظيم رقم 2022-1925 [17] هدفه فرض الشفافية وتحديد المسؤولية، وحماية المستخدمين بجعل المنصات أكثر التزاما أمام التنظيمات المذكورة أعلاه.

هذه اللوائح لا تسعى فقط إلى تصحيح اختلالات السوق الرقمية بل أبعد من ذلك تضبط الأخلاقيات في قالب تنظيم النشاط الرقمي وتمنع التعسف في استغلال هذه المنصات لمواقعها، والأمثلة لا تقل في هذا المجال فقد أثبتت التجربة أن المنصات العالمية الكبرى مثل Amazon, Apple, Meta وغيرها من المنصات المتحكمة في الوصول والولوج في الأسواق الرقمية وتمتلك خصائص احتكارية قوية ناهيك عن الحصة المالية الكبيرة بل تأثير الشبكة قوي، ولوج عالي، تحكم في البيانات لاستخدامها في عرقلة الدخول السلس لباقي الشركات والمنصات في هذا العالم الافتراضي، مما يضعف قابلية المنافسة، ويخلق ممارسة مقيدة للمنافسة لا يمكن ردعها بالقواعد القديمة المطبقة في الواقع غير الافتراضي فالتنظيم (DMA)، هي قواعد استباقية ex ante موحدة على المستوى الأوروبي لتجنب تجزئة السوق الداخلية وإحداث توازن بين ضرورة تطبيق قواعد المنافسة وحرية الابتكار والتكنولوجيا[18].

هذه النصوص وضعت طفرة في هذا المجال بوضع مجموعة من **المعايير الكمية والموضوعية** نصت عليها اللائحة التنظيمية (DMA) 2022-1925 السالفة الذكر، تتلخص في النقاط الآتية:

**أولا**: أن يكون للشركة وزن ثقيل وحصة كبيرة في السوق الرقمية أي لها تأثير واسع على السوق خاصة منها سوق الاتحاد الأوروبي، وتكون كذلك إذا:

1-تجاوز امتلاك المنصة لرقم أعمال قيمته السوقية 7.5 مليار يورو وهو رقم معتبر يدل على ضخامة حصة المنصة في السوق الرقمية.

2-تجاوز عدد المستخدمين الناشطين 75 مليون مستخدم شهريا داخل الاتحاد الأوروبي وذلك في ثلاث دول أعضاء على الأقل

**ثانيا**: أن تكون المنصة المتحكمة في الوصول بوابة وصول رئيسية أي نقطة دخول رئيسية وتكون كذلك إذا تمكن عددا كبيرا من الشركات الوصول إلى المستخدمين النهائيين وقد حدد هذا العدد بأكثر من 45 مليون مستخدم نهائي نشط شهريا، وأكثر من 10 آلاف شركة نشطة داخل الإتحاد الأوروبي.

**ثالثا**: أن تتمتع المنصة المتحكمة في الوصول بموقع قوي، مستقر، مستمر، وتكون كذلك عندما:

1-تنشط منذ ثلاث سنوات على الأقل.

2-يصعب منافستها بسبب حواجز ممارسة نفوذ احتكاري فعلي.

إذا توفرت في المنصة هذه المعايير الكمية والموضوعية فقد وصلت المنصة إلى "العتبة" التي تستدعي تدخل السلطات المعنية لتنظيم الوصول في هذه المنصة، هذا التدخل "المبكر" يعطي للمفوضية الأوروبية الاسبقية لردع كل محاولة هيمنة مستقبلية، فهو تدخل وقائي ضد منصات يتوقع أنها ستصبح مهيمنة قريبا،

ثم تبدأ إجراءات **الامتثال** لمجموعة من الالتزامات المنصوص عليها في التنظيم، وهي قواعد لتعزيز حرية الاختيار لدى المستخدمين ومنع تعسف المنصات في فرض احتكار أو تقييد للسوق الرقمية.

عند بلوغ المنصة العتبة الموضحة أعلاه تصبح المنصة محل متابعة خاصة تبدأ بمنح المنصة 6 ستة أشهر للامتثال لمجموعة من الالتزامات المنصوص عليها في التنظيم، تبدأ:

- تقديم ضمانات بعدم الهيمنة: تتلخص هذه الضمانات في نقاط جاءت بها للائحة 2022-1925 نظمتها الفقرات من 54 إلى 67 من التنظيم:

-التزام المنصات الكبرى بعدم منع المستخدمين من تغيير التطبيقات أو الخدمات.

-عدم فرض قيود تقنية أو تجارية تمنع الانتقال من مزّود خدمة إلى آخر وهو ما يعزز المنافسة بين المنصات

-تمكين المستخدمين والشركات من الوصول الفوري والمجاني إلى بياناتهم المخزنة في هذه المنصات.

-التزام المنصة بمنح المستخدمين والشركات إمكانية نقل بياناتهم إلى طرف ثالث.

-الالتزام بتوفير الوصول غير التميزي، بمنح شروط أو أسعار غير عادلة أو منح ميزة غير مبررة.

-الالتزام بدمج قواعد التنظيم في تصميم أنظمتهم منذ البداية "مبدأ الامتثال عبر التصميم".

هذه الالتزامات تملى على المنصات الاحتكارية أو التي يرتقب أن تصبح احتكارية في **المستقبل** في حالة تكرر هذا الامتثال (ثلاث مرات خلال ثمان سنوات) يمكن في هذه الحالة للمفوضية الأوروبية اتخاذ إجراءات تصحيحية قوية وصارمة.

- القيام بالإجراءات التصحيحية: تتلخص هذه الإجراءات التصحيحية حسب ما جاء في الفقرة 75 من التنظيم، في إجبار المنصة على تغيير طريقة عملها والحد من ممارساتها المعرقلة للمنافسة وبالتالي هي إجراءات لضبط سلوكيات المنصة (behavioral)، وإجراءات تصحيحية هيكلية (structural) بإجبار المنصة على بيع جزء من أعمالها أو منعها من الاستحواذ على حصص السوق الرقمي.

إذا لم تتوصل المفوضية بهذه الإجراءات من ردع هذه المنصة المحتكرة تنتقل إلى مرحلة أخرى وهي مرحلة فتح التحقيق وتعديل التدابير.

- فتح التحقيق وتعديل التدابير: نظمتها الفقرات من 80 الى 85 من التنظيم حيث تبدأ هذه المرحلة بتوجيه تهمة "عدم الامتثال المنهجي" للمنصة لتي تجاوزت العتبة ولم تقم بالإجراءات التصحيحية وفي هذه المرحلة لا بد على الشركة أن تقدم ضمانات طوعية لإصلاح الوضعية، ويبقى للمفوضية حرية إجراء تحقيق ومراجعة القانونية دوريا بما يتناسب مع التطور التكنولوجي المراد التحقيق فيه وتمتلك السلطات المخولة بالتحقيق والرقابة بالصلاحيات واسعة في هذا المجال حيث يكون لها حق طلب أي وثيقة أو بيانات أو خوارزميات من المنصة ولها أيضا الحق في إجراء التفتيش وتسجيل الشهادات وتعيين الخبرة، هنا إما أن تلتزم المنصة بضماناتها الطوعية المقدمة أو تقوم للمفوضية بفرض عقوبات رادعة.
- العقوبات والغرامات المالية: تطبيقا لأحكام الفقرات من 86 و87 من التنظيم إذا لم تتمثل المنصة للالتزامات القانونية المفروضة فإنها قد تصل إلى فرض عقوبات ثقيلة من الناحية الاقتصادية تتلخص في:

1-غرامة مالية ضخمة تقدر حتى عشرة بالمئة من الارادات العالمية للشركة.

2-غرامات يومية متراكمة الى أن يتم الامتثال للالتزامات.

3-إحالة عند الاقتضاء القضية على محكمة العدل الأوروبية وفي هذه الحالة تصدر المحكمة إرشادات تفسيرية (guide line) تطبيقا لأحكام الفقرات من 94 إلى 96 من التنظيم، لمساعدة المنصات لفهم التزاماتها أو تقوم بتكليف هيئات التقييس الأوروبية بوضع معايير تقنية تسهل تطبيق هذه القواعد بصورة سريعة وعادلة، وكأنها محاولة لإحداث توازن بين صرامة القانون والسرعة الإجرائية ومواكبة التطوّر التكنولوجي.

**المطلب الثاني: الاستباقية والاستشرافية في الجزائر الرقمية**

لم تعد السياسات الحديثة تنتهج التفكير التقليدي القائم على رد الفعل ومعالجة الأزمات بعد وقوعها، بل أصبحت قادرة على مواكبة التحولات وردع آثارها السلبية، فبرز مفهوم الاستشرافية والاستباقية كآليتين أساسيتين في الحوكمة الرشيدة في عصر الرقمنة المبني على أساس الاستمرارية في فهم المستقبل والاستعداد له فتكون بذلك قادرة على حماية مصالحها، ضمان استقرارها وتحقيق تنميتها المستدامة.

الجزائر على غرار باقي الدول الحديثة بادرت في التدخل المسبق والاستعداد لكل المخاطر المستقبلية قبل تحققها بتبني فكرة الاستباقية في فرش الأرضية القانونية المتكاملة للأبعاد الأساسية الأربعة المتمثلة في التحول الرقمي وحماية المعطيات الشخصية والأمن السيبراني والسيادة الرقمية، وأيضا من خلال إنشاء هيئات متخصصة في رسم الاستراتيجيات تحليل الاتجاهات الكبرى، وتحليل المخاطر والفرص والقيام بدراسات مستقبلية وفقا لاستراتيجيات مضبوطة وذاك ما

نصت عليه المادة 4 المطة 8 من المرسوم الرئاسي 23-314[19] المتضمن انشاء محافظة سامية للرقمنة: "- إنجاز وتشجيع كل الدراسات الاستشرافية حول تطوير الرقمنة وضمان اليقظة التكنولوجية".

هاته الآليات الأساسية المتبناة من شانها تعزيز فعالية القرار وحماية الحقوق والحريات بضمان الأمن والاستقرار وفي نفس الوقت مواكبة التطور التكنولوجي بسياسة حكيمة تهدف إلى عصرنة كل القطاعات وتحريك مناخ الأعمال ومواجهة موجة احتكارات السوق الرقمية العالمية.

فكانت الأولوية في مراجعة السياسة الأمنية للأمن السيبراني والتصدي بكل الوسائل والآليات للجرائم المنظمة والجرائم الالكترونية والحد من انتشارها بإدراج آليات متطورة تطور هذا العدو الافتراضي المشترك، وقد بدأ فعلا المشرع الجزائري في وضع حوكمة رقمية منذ سنوات بسلسلة من النصوص التشريعية والتنظيمية كآليات القانونية لفرش الأرضية القانونية تتلاءم مع هذا المسعى في السنوات الأخيرة، وذلك بنصوص القانونية تنظم عملية التحول الرقمي[20]، وهي باقة مشكلة من النصوص نذكر البعض منها على سبيل المثال فقط فيما يلي:

-المرسوم التنفيذي رقم 98-257[21] الذي جاء لضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها وفك احتكار الدولة لهذا القطاع الحساس، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 307-2000[22].

-صدور القانون 09-04 [23] المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وهو القانون جاء لتجسيد اتفاقية بوداباست[24] الاتفاقية المتعلقة بالجريمة الالكترونية لسنة 2001 الذي جاء بضرورة تفعيل التعاون القضائي والأمن الدولي وإداري وتنسيق العمليات والوقاية ومساعدة الجهات التقنية للجهات القضائية والأمنية، مع إمكانية تكليفها بالقيام بخبرات قضائية في حالة الاعتداءات على المنظومة المعلوماتية على نحو يهدد مؤسسات الدولة أو الدفاع الوطني أو المصالح الاستراتيجية للاقتصاد الوطني.

-صدور القانون التجارة الالكترونية 18-05[25] المتعلق بالتجارة الالكترونية.

-صدور قانون 26-02 [26] يحدد القواعد العامة المتعلقة بخدمات الثقة للمعاملات الإلكترونية وبالتعريف الإلكتروني، الذي يعد من أحد الركائز الأساسية في الحوكمة الرقمية.

وفي هذا السياق لم يعد كافيا الاكتفاء بمقاربة أحادية ترتكز على أحد الأسس التالية إما على الرقمنة أو على الأمن أو على الحماية القانونية للمعطيات ذات الطابع الشخصي، بل بات من الضروري اعتماد مقاربة شاملة متكاملة تشمل هذه الركائز وتقوم على التوفيق بين هذه الابعاد الأساسية بشكل متكامل.

ومن هنا برزت ضرورة انشاء هيئات وطنية متخصصة تتقاسم الأدوار وتتكامل فيما بينها ضمن منظومة واحدة وهي المنظومة الوطنية لحوكمة البيانات بشكل يمنع التداخل في الاختصاصات أو التضارب فيما بينها.

وانطلاقا من هذا التوجه تبنى المشرع الجزائري بشكل صريح من خلال المرسوم الرئاسي 25-320[27] المتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، إرساء مؤسسات القانونية متعدد المستويات يشكل العمود الفقري لهذه المنظومة والذي جمع بين الهيئات والمؤسسات القائمة بهذه المنظومة بشكل شامل وبين تكاملها وتتمثل هذه الهيئات في:

-السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي: المنشئة بموجب القانون 18-07[28] المعدل والمتمم، وباعتبار هذه السلطة الضامن القانوني لحماية الحقوق والحريات الأساسية للأفراد في مجال معالجة البيانات.

-المجلس الوطني لأمن الأنظمة المعلوماتية: المحدثة بموجب المرسوم الرئاسي 20-05[29] يتعلق بوضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية والذي منحه دورا استراتيجيا في رسم السياسة الوطنية للأمن السيبراني.

-الوكالة الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية: أحدثت بالنص السابق الذكر المرسوم الرئاسي 20-05 الذي منحه صفة الذرع التنفيذي والتقني المكلف بالتنفيذ العملي لكل إجراءات الحماية من الحوادث السيبرانية.

-المحافظة السامية للرقمنة والتي أنشئت بموجب المرسوم الرئاسي 23-314 السالف الذكر: وهي تتولى قيادة وتنسيق مشروع التحول لرقمي عن طريق وضع الاستراتيجية الوطنية في مجال الرقمنة.

تعمل هذه المؤسسات في مجال متكامل يضمن الانسجام لبلوغ اهداف التحول الرقمي والتنمية الرقمية المستدامة، حيث نصت المواد من 14 إلى 17 في الفصل الثالث "الهيئات المشرفة على المنظومة الوطنية لحوكمة البيانات" من المرسوم الرئاسي 25- 320 السالف الذكر، على طريقة العمل المتكامل والمتناسق بين هاته الهيئات.

وهو مسعى بدأ جني ثماره حسب النتائج المنشورة في الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي 2025-2030[30] نسخة أوت 2024 التي جاء فيها مخطط يعرض المكاسب المحددة والتحديات القائمة وهو ما يجسد فعلا فكرة "الاستشرافية" فحوكمة القطاع الاقتصادي الرقمي هو نهج لمخطط مدروس يحقق التناغم بين الثورة الرقمية والاقتصاد وبين الحوكمة الرقمية والمجتمع الرقمي ككل، كما قامت بدمج المبادئ والأهداف لخلق مناخ أعمال ملائم للسوق الرقمية وملائم كذلك لاستقبال واستقطاب الاستثمارات المحلية والأجنبية.

وباستقراء هذه الاستراتيجية نلتمس تحديات متعددة على الصعيد الوطني والدولي من خلال ضمان اتصال عالي الجودة للجميع وخدمات عمومية مرقمنة بالكامل واقتصاد رقمي وطني خالق للثروة مع الحفاظ على البعد الاجتماعي.

وتأمل الجزائر لتجسيد هذه الاستراتيجية باتباع خطوات مضبوطة وبخطى ثابتة من خلال النقاط التالية:

-تقليص معاملات الدفع النقدي وتشجيع وسائل استخدام الدفع الالكتروني لترقية الشمول المالي.

-زيادة استخدام الأنظمة الرقمية في التسيير الداخلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتعزيز التنافسية، تخفيض التكاليف، وتحسين الإنتاجية.

-تعزيز إنشاء المؤسسات الناشئة الناشطة في مجال الرقمنة.

-مساعدة المؤسسات المحلية في البروز في المجال الرقمي على الصعيد الدولي.

-رفع الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتحفيز النمو الاقتصادي وتعزيز تنمية الاقتصاد الوطني.

وحسب نفس المصدر " الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي 2025-2030 " فتسطير الواقع والآفاق المأمول تحقيقها، أبدت نتائجها وثمارها بإنجاز 200000 ألف كيلومتر من شبكة الألياف البصرية وربط 5.74 مليون أسرة بالأنترنت الثابت، ورفع سرعة التدفق إلى 10.8 ميغا بايت في الثانية وتحسين النطاق الترددي الدوري الذي بلغ 9.8 تيرابايتس في الثانية[31].

إلى جانب بناء البنية التحتية اهتم المشرع بريادة الأعمال عن طريق دعم الشركات الناشئة بتوفير الدعم التقني والتمويل المادي، وفتح الأسواق، تشجيع نماذج الأعمال الرقمية، وتنظيم تظاهرات علمية على المستوى المحلي والافريقي على غرار التظاهرات العالمية[32]، عن طريق تنظيم الهاكاثون الوطني للابتكار الرقمي[33] وهي مبادرة وطنية حميدة لقت نجاحا بامتياز، هدفها تمكين الشاب المبدع من ابتكار حلول معاصرة تتلائم مع العالم الرقمي بأفكار مبتكرة وحلول تكنولوجية مستدامة ضمان عدم احتكار الشركات الكبرى للموارد الرقمية في السوق الجزائرية.

حتى وإن كان هذا المسعى يبرز الإرادة القوية في التأطير القانوني للرقمنة والتجارة الالكترونية، إلا أنه لا تزال البيئة القانونية لقانون الأعمال -بالأخص في هذا المجال- تفتقر إلى نصوص تتمم النصوص الموجودة خاصة منها قانون المنافسة، فالسوق الجزائرية رغم حداثتها باعتبارها سوق فتية لا يستهان بها إذ هي واجهة لمنصات عديدة وقبلة لمنصات عالمية تريد الدخول والولوج إلى عالم السوق الرقمية الجزائرية، من المنصات الموجودة في ساحة السوق الرقمية في الوقت الحاضر منصة Jumia Algeria، وهي منصة عالمية تضم عشرات من الدول الإفريقية من بينها الجزائر رأسمالها مشترك أمريكي أوروبي، هي شركة ذات القانون ألماني مقرها في نيجيريا، شركة تقرب بين الباعة والمشترين في هذه المنطقة.

توجد منصات محلية تتنافس السوق الرقمية الجزائرية نذكر منها Foorshop و Funshop وهي منصات للبيع تنافس المنصة العالمية Jumia، كما هناك نوع آخر من المنصات المحلية نذكر منها:

-منصات إنشاء المتاجر الالكترونية نذكر منها Flex.dz.com و Forweb.

-منصات التسويق بالعمولة نذكر منها Safirclick و Sawa9ly.

-منصات للمساعدة في إدارة العمليات مثل Shop4dz و Ecomanager.

إن تنوع والتعدد المنصات في السوق الرقمي الجزائري يولد حتمية الاستباقية في تأطير القانوني لهذا الفضاء الذي يمثل سوقا جوهريا لا يستهان به في الاقتصاد الرقمي، تشعب واختلاف أشكال سوق المنصات الرقمية وتميزها بأنها سوق

متعدد أو ثنائي الأوجه يحول دون تطبيق فكرة الاستبدالية، وأيضا عدم ارتباطها بعنصر "سعر" السلعة والخدمة أو على رؤوس الأموال الضخمة، فالأطراف لا يعقدون معاملات مالية مباشرة مع باقي أطراف المنصة ولكن وجودهم ضروري جدا لزيادة قيمة المنصة للمتعاملين فيها[34]، يتعلق الأمر بامتلاك سرعة الولوج للبيانات، **فللبيانات** ثقل اقتصادي كبير على اعتبار انها تمثل حصة المؤسسة في هذا السوق المتشعب وتستعمل هذه البيانات في قياس الولوج في المنصات وقد تستعمل لإدراج المؤسسة في السوق أو منعها الولوج اليها أي تحد من الوصول اليها، كما سبق تفصيله أعلاه في هذه الدراسة.

لكن في الحقيقة أن التنظيم القانوني لم يعد يكفي لحماية السوق الجزائرية الرقمية من احتكار المؤسسات الحارسة للبوابة، فحماية المنافسة من النظام العام تهدف إلى حماية المستهلك والمؤسسات الصغيرة والناشئة، وتسعى أحكام قانون المنافسة إلى مراقبة ارتفاع الأسعار التي يحدثه حارس البوابة دون وجود بديل حقيقي في السوق الرقمية وهو ما يؤدي إلى انخفاض جودة الخدمات وبالتالي تراجع الابتكار وتدني المنتجات المعروضة على المستهلك الجزائري، فلا بد من حماية المستهلك بزرع ثقافة الوعي في اختيار المنصات الرقمية العادلة وزرع روح المقاولاتية والمبادرة، ومن جهة أخرى لا بد من وضع معايير وأحكام تتمم قواعد قانون المنافسة التقليدي والتي من شأنها أن تحدد معايير حارس البوابة في نفس الوقت هذا الاحتكار يؤدي إلى انخفاض جودة الخدمات وتراجع الابتكار وتدني المنتجات، فاحتكار الشركات الكبرى للبنية التحتية والبيانات يحد فرص دخول الشركات الناشئة خاصة منها المحلية إلى السوق الرقمية.

وفي نفس السياق إعطاء صلاحيات أوسع لمجلس المنافسة باعتباره سلطة الضبط الشاملة للسوق والتي تقوم بمهامها بالتعاون مع باقي الهيئات المذكور أعلاه المشرفة على المنظومة الوطنية لحوكمة البيانات، وتعزيز التعاون الدولي المشترك في هذا المجال لمكافحة احتكار الأسواق الرقمية العالمية، والاستفادة من تجارب الدول لتحديث قانون المنافسة بما يتلائم مع النموذج الاقتصادي الجديد.

**خاتمة:**

لا يمكن الجزم أن النموذج الاقتصادي الجديد هو مجرد موضة عابرة مؤقتة مقابل النموذج الاقتصادي الكلاسيكي المستمر والدائم إلا أن التصادم بين النموذجين يثير زوبعة تتسبب في الغموض وعدم الوضوح في تطبيق القوانين.

حيث استطعنا من خلال ما سبق تناوله إبراز أن هذا النموذج الجديد جاء حقيقة بصعوبة تحول دون تطبيق القواعد القانونية الكلاسيكية مما يؤدي إلى اختلال التوازن بين محرك التقدم الاقتصادي ومحرك الابتكار التكنولوجي، إذ لا

بد تطوير حوكمة مرنة عادلة قابلة لتجاوز صعوبات وإشكالات تطبيق القواعد الكلاسيكية على النماذج الجديدة المعاصرة، وفي نفس الوقت إبقاء التوازن المرجو من هذه الحوكمة في إطار بحفظ القيم الإنسانية ويعزز التنمية المستدامة.

كما عرفنا من خلال ما سبق ذكره أن الجزائر رغم وجود الإرادة السياسية في تجسيد الاستباقية والاستشرافية بفرش الأرضية القانونية اللازمة، إلا أنها لا بد أن تستلهم من تجارب الدول السابقة في تنظيم هذا المجال بإدراج قواعد قانونية خاصة بالمنصات الرقمية، أو إدراج قواعد مكملة في قانون المنافسة تكون هذه القواعد محددة لمفاهيم جديدة جاء بها هذا النموذج الاقتصادي الجديد خاصة فيما يتعلق بتحديد المفاهيم المتعلقة بالمنصات كالمنصات الوسيطة والمتعددة الجوانب والأوجه والمنصات المتحكمة في الوصول، حارس البوابة، إلى جانب تحديد معايير الهيمنة، معايير التحكم في الوصول، معايير التحكم في البيانات، معايير التحكم في الخوارزميات، التحكم في تأثير الشبكة وغيرها من المصطلحات القانونية المرتبطة بهذا المجال.

إلى جانب تكملة قواعد قانون المنافسة بتوسيع صلاحيات مجلس المنافسة وإعطاءه مجال لفرض التزامات سلوكية على المنصات المتحكمة "حارس البوابة".

بهذا الشكل يضمن المشرع الجزائري على غرار باقي التشريعات من نقل قواعد قانون المنافسة من منطق العقاب إلى منطق الوقاية والتنظيم المسبق لحماية الحقوق الأساسية لكل المتعاملين في السوق وبالدرجة الأولى الحقوق الأساسية للمستهلك بما يضمن توزيع المنافع الاقتصادية بطريقة متوازنة وخلق بيئة رقمية تتناسب ومجتمعنا الإسلامي المحافظ دون ردع الابتكار والتطور.

**الهوامش:**

[1] لطاش نجية، قانون المنافسة، انعكاسات القانونية لمفاهيم نظرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2022، ص ص 60 – 71.

[2] GAFAM: Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft

[3] Emmanuel Netter, les qualifications juridiques face à la diversité des plateformes : essai d'une cartographie fondé sur la rivalité des ressources, Paris, 2025, p27.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 22-298 المؤرخ 08 سبتمبر 2022 يحدد تنظيم الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها، ج ر ع 60 الصادرة بتاريخ 18 سبتمبر 2022، ص 6.

[5] L'art 242 bis du code général des impôts (CGI) et l'art l.111-7 du code de la consommation.

[6] Emmanuel Netter, ibid, p33.

[7] الأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2003، ص 21.

[8] Communication relative à la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JOCE n° C372,9 dec ,1997, p5..71، انظر أيضا في الموضوع، لطاش نجية، المرجع السابق، ص ص 60،

[9] Suzanne Lequette, Droit du numérique, LGDJ, 2025. P455.

[10] Suzanne Lequette, ibrid, p 457: "... Blocage géographique des sites web et ce de manière à cloisonner numériquement les marchés nationaux en contrariété avec la libre circulation de biens et de services ».

[11] Emmanuel Netter, ibrid, p37.

[12] Communication relative à la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JOCE n°729, p60.

[13] Djellel Messad éps Mahtout, le droit de la concurrence dans le contexte de l'économie numérique, Revue de droit et des sciences politiques, vol 8, n° 2/2021, p 716.

[14] Suzanne Lequette, op.cit, p P458:"...la position dominante de Booking.com sur le marché de la réservation hôtelière en ligne a ete établie en raison de ses parts de marché mais aussi au vu de sa notoriété et du nombre de ses référencements d'hôtels"
[15] Suzanne Lequette, op.cit, p456
[16] Le règlement n° 2019-1150 du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne, JOUE n° L.186, 11juill.2019, p57.
[17] Le règlement n° 2022-1925 du 25 sept 2022, Relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique
[18] Suzanne Lequette, op.cit, P459.
[19] المرسوم التنفيذي رقم 23-314 المؤرخ 06 سبتمبر 2023، يتضمن إنشاء محافظة سامية للرقمنة، وتحديد مهامها وتنظيمها وسيرها، ج ر ع 59 الصادرة 10 سبتمبر 2023، ص9.

[20]صالح حميداتو، سارة ميمي، عطية العربي، التجارة الالكترونية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية، نوفمبر 2022، المجلد 2، العدد2.

[21] المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ 25اوت 1998 يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات "الانترنات" واستغلالها، ج ر ع 63 الصادرة 26 اوت 1998، ص 5.

[22] المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ 14 أكتوبر 2000 المعدل للمرسوم التنفيذي 98-257 يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات "الانترنات" واستغلالها، ج ر ع 60 الصادرة بتاريخ 15 أكتوبر 2000، ص 14.

[23] القانون رقم 09-04 المؤرخ 05 أوت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر ع 47 الصادرة 16 أوت 2009

[24] Convention Budapest, https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/libe/dv/7_conv_budapest_/7_conv_budapest_fr.pdf

[25] القانون رقم 18-05 المؤرخ 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر ع 28 الصادرة 16 ماي 2018، ص 4.

[26] القانون رقم 26-02 المؤرخ 17 فبراير 2026، يحدد القواعد العامة المتعلقة بخدمات الثقة للمعاملات الإلكترونية وبالتعريف الإلكتروني، ج ر ع 14، الصادرة بتاريخ 18 فبراير 2026، ص 6.

[27] المرسوم الرئاسي رقم 25-320 المؤرخ 30 ديسمبر 2025، يتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، ج ر ع 87 الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر 2025، ص 4.

[28] القانون رقم 18-07 المعدل والمتمم، المؤرخ 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ع 34 الصادرة 10 جويلية 2018، ص11.

[29]المرسوم الرئاسي 20-05 المؤرخ 20 جانفي 2020، يتعلق بوضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية، ج ر ع 04 الصادرة 26 جانفي 2020، ص 5.

[30] Stratégie Nationale de la transformation numérique en Algérie, pour une Algérie numérique 2030, version validée Aout 2024.
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://webservices.dz/images/faq/hcn/SNTN-Fr.pdf

[31]حسب الاحصائيات المقدمة في الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي في الجزائر 2023-2025، نسخة أوت 2024، ص05.

[32] Européen Big Data hackathon.
[33] Hackathon Innovotech Algerie 2025
https://www.aps.dz/fr/algerie/education-et-technologie/mibuu2r6-cloture-du-hackathon-national-d-innovation-tech-innov-distinction-de-9-equipes-laureates
[34] Djellel Messad éps Mahtout, le droit de la concurrence dans le contexte de l'économie numérique, Revue de droit et des sciences politiques, vol 8, n° 2/2021, p 716.

**قائمة المصادر والمراجع باللغة العربية:**

**النصوص القانونية والتنظيمية:**

- الأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2003، ص 21.

- القانون رقم 09-04 المؤرخ 05 أوت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر ع 47 الصادرة 16 أوت 2009
- القانون رقم 18-05 المؤرخ 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر ع 28 الصادرة 16 ماي 2018، ص 4.
- القانون رقم 18-07 المعدل والمتمم، المؤرخ 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ع 34 الصادرة 10 جويلية 2018، ص11.
- القانون رقم 26-02 المؤرخ 17 فبراير 2026، يحدد القواعد العامة المتعلقة بخدمات الثقة للمعاملات الإلكترونية وبالتعريف الإلكتروني، ج ر ع 14، الصادرة بتاريخ 18 فبراير 2026، ص 6.
- المرسوم الرئاسي 20-05 المؤرخ 20 جانفي 2020، يتعلق بوضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية، ج ر ع 04 الصادرة 26 جانفي 2020، ص 5.
- المرسوم الرئاسي رقم 25-320 المؤرخ 30 ديسمبر 2025، يتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، ج ر ع 87 الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر 2025، ص 4.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ 25اوت 1998 يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات "الانترنات" واستغلالها، ج ر ع 63 الصادرة 26 اوت 1998، ص 5.
- المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ 14 أكتوبر 2000 المعدل للمرسوم التنفيذي 98-257 يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات "الانترنات" واستغلالها، ج ر ع 60 الصادرة بتاريخ 15 أكتوبر 2000، ص 14.
- المرسوم التنفيذي رقم 22-298 المؤرخ 08 سبتمبر 2022 يحدد تنظيم الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها، ج ر ع 60 الصادرة بتاريخ 18 سبتمبر 2022، ص 6
- المرسوم التنفيذي رقم 23-314 المؤرخ 06 سبتمبر 2023، يتضمن إنشاء محافظة سامية للرقمنة، وتحديد مهامها وتنظيمها وسيرها، ج ر ع 59 الصادرة 10 سبتمبر 2023، ص9.
- الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي في الجزائر 2023-2025، نسخة أوت 2024، ص05.

**الكتب والمقالات:**

- لطاش نجية، قانون المنافسة، انعكاسات القانونية لمفاهيم نظرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2022.
- صالح حميداتو، سارة ميمي، عطية العربي، التجارة الالكترونية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية، نوفمبر 2022، المجلد 2، العدد 2.

**قائمة المصادر والمراجع باللغة الأجنبية:**

- Convention Budapest, https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/libe/dv/7_conv_budapest_/7_conv_budapest_fr.pdf
- Le règlement n° 2019/1150 du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne, JOUE n° L.186, 11juill.2019, p57.
- Le règlement n° 2022-1925 du 25 sept 2022, Relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique
- Communication relative à la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JOCE n° C372,9 dec ,1997.
- Stratégie Nationale de la transformation numérique en Algérie, pour une Algérie numérique 2030, version validée Aout 2024.
- chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://webservices.dz/imaes/faq/hcn/SNTN-Fr.pdf
- Emmanuel Netter, les qualifications juridiques face à la diversité des plateformes: essai d'une cartographie fondé sur la rivalité des ressources, Paris, 2025, p27.
- -Suzanne Lequette, Droit du numérique, LGDJ, 2025.
- Djellel Messad éps Mahtout, le droit de la concurrence dans le contexte de l'économie numérique, Revue de droit et des sciences politiques, vol 8, n° 2/2021, p 716.
- Hackathon Innovotech Algerie 2025
- https://www.aps.dz/fr/algerie/education-et-technologie/mibuu2r6-cloture-du-hackathon-national-d-innovation-tech-innov-distinction-de-9-equipes-laureates