حماية المنافسة من الممارسات الاحتكارية (منع الممارسات التقييدية و التمييزية)

Protecting Competition from Monopolistic Practices (Prohibition of Restrictive and Discriminatory Practices)

خالد حطاب ،زكريا محي الدين

[1] جامعة تيسمسيلت، الجزائر، hattabkhaled38@gmail.com

[2] جامعة التكوين المتواصل ومركز بن عكنون، الجزائر، zakariamahi1@outlook.fr

تاريخ الاستلام: 2026/05/15 تاريخ القبول: 2026/.09/.12 تاريخ النشر: 2026/.09/.15

ملخص:

تتمحور قواعد حماية المنافسة حول خلق بيئة اقتصادية عادلة تمنع تغول الشركات الكبرى وتحمي المستهلك، وذلك من خلال حظر "الكارتلات" والاتفاقات السرية التي تهدف لتثبيت الأسعار، ومنع الشركات ذات الهيمنة من إساءة استغلال قوتها عبر أساليب الممارسات التقييدية التي تهدف إلى تحجيم حرية المتنافسين في دخول السوق أو التوسع فيه. كما تمنع القوانين كافة أشكال الممارسات التمييزية التي تقوم على منح شروط تفضيلية (سواء في الأسعار أو المزايا) لبعض المتعاملين دون غيرهم في ظروف متماثلة بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص، بالتوازي مع الرقابة الصارمة على عمليات الاندماج والاستحواذ لضمان عدم تركز القوة في يد جهة واحدة. وتتولى سلطات مختصة إنفاذ هذه القواعد عبر صلاحيات التحقيق وفرض غرامات رادعة، لضمان أن يظل الابتكار والجودة هما المعيار الوحيد للنجاح داخل السوق.

كلمات مفتاحية: الممارسات الاحتكارية، الممارسات التقييدية، الممارسات التمييزية، حماية المنافسة.

Abstract:

Competition protection rules center on creating a fair economic environment that prevents the dominance of major corporations and protects consumers. This is achieved by banning "cartels" and secret agreements aimed at price-fixing, and preventing dominant companies from abusing their market power through restrictive practices designed to limit the freedom of competitors to enter or expand within the market. Furthermore, these laws prohibit all forms of discriminatory practices that involve granting preferential terms (whether in pricing or benefits) to certain dealers over others under identical circumstances, which undermines the principle of equal opportunity. This is coupled with strict oversight of mergers and acquisitions to ensure market power does not concentrate in a single entity. Specialized authorities enforce these rules through investigative powers and deterrent fines, ensuring that innovation and quality remain the sole criteria for success within the market

Keywords: Monopolistic Practices; Restrictive Practices; Discriminatory Practices; Protection of Competition.

المؤلف المرسل: حطاب خالد،زكريا محي الدين

1. مقدمة:

إن التوجه الاقتصادي المعتمد والقائم على اقتصاد السوق يهدف بالأساس إلى حماية المنافسة من خلال القواعد التشريعية التي وضعها المشرع الجزائري تعبيرا منه عن أهمية المنافسة كمحرك لمجموعة وسعة من النشاطات (LINOTTE، 1987). هذه الأهمية تمت ترجمتها من خلال إصدار نصوص قانونية لمواجهة الممارسات الغير مشروعة المهددة للمناخ التنافسي والتي تمحورت بالأساس حول حماية المنافسة من الممارسات الاحتكارية.

حيث إن جل تلك الممارسات تهدف إلى تكريس التسلط الاقتصادي للمؤسسة المعنية مما يسمح لها بتحقيق مصالح غير تلك التي يجب أن تحققها لو احترمت قواعد السوق (سليم، 2008) ، ذلك ما جعل المشرع وعلى غرار أغلب التشريعات المقارنة يطبق عليها قاعدة الحظر المطلق، حتى يمنع عنها الطريق إلى تحقيق هدفها المتمثل في الوصول إلى الاحتكار (فؤاد) ، اقتناعا منه بما ينطوي عليه ذلك الهدف من آثار اقتصادية واجتماعية سيئة (شلبي، 2007)' حيث نرى أن المشرع في سياسته لتجسيد الموازنة بين حرية المنافسة والمصلحة الاقتصادية العامة، غلب الكفة لصالح المصلحة الثانية نظرا لخطورة الأضرار التي تلحقها تلك الممارسات على السوق بصفة عامة وعلى المنافسة بصفة خاصة، مما جعل كل امكانية لتطبيق بعض الاستثناءات عليها تكون معدومة، كون آثارها منحصرة في إلحاق الأضرار فقط دون أي منفعة تذكر.

إن إصدار جملة هذه القواعد القانونية الغاية منها التصدي لمختلف الأعمال الاقتصادية التي تنافي المحافظة على النظام العام الاقتصادي والتي يمكن أن تنبع من المؤسسات الاقتصادية خاصة في ظل التطور الاقتصادي في العصر الراهن الذي يمكن أن يتحول إلى مصدر غموض في المعاملات بين المتدخلين في السوق خاصة عند اللجوء إلى تحديد الممارسات المتعلقة بتطبيق شروط تمييزية أو تقييدية هذه الممارسات عن غيرها من الممارسات المشابهة لها من أجل تمييز هذه الممارسات عن التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية (BUSSY, 1998) أو عن الممارسات الاستثنائية كي تحافظ على بيئة اقتصادية تنافسية تخدم متطلبات النظام العام الاقتصادي.

وبناءا على ما سبق يمكن صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى تنجح الأطر القانونية والآليات الرقابية الحالية في الموازنة بين كفالة حرية المنافسة وبين ردع الممارسات غير المشروعة (الاحتكارية، التقييدية، والتمييزية)، بما يضمن استقرار السوق وحماية الأطراف الضعيفة فيه؟

وفي إطار معالجة هذه الاشكالية، نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- **المعيار القانوني والاقتصادي** :كيف يمكن التمييز بدقة بين "النمو الطبيعي والشرعي" للثروة وبين "الوضع المهيمن" الذي يتحول إلى أداة للممارسات الاحتكارية الضارة؟
- **فاعلية المنع** :ما هي الآليات القانونية الكفيلة بالتصدي للممارسات التقييدية (مثل الكارتلات والاتفاقات السرية) التي تتم بعيداً عن الرقابة الظاهرة؟
- **حماية العدالة التجارية** :كيف يساهم حظر الممارسات التمييزية في خلق تكافؤ فرص حقيقي بين الشركات العملاقة والمؤسسات الناشئة والمتوسطة؟

– **الجانب المؤسساتي** :هل تمتلك سلطات ضبط المنافسة (مجلس المنافسة) الاستقلالية والأدوات الفنية والردعية الكافية لمواجهة القوة المالية والتقنية للشركات الكبرى؟

الفرضيات

تبعا لاشكالية البحث المطروحة فإن الباحث ينطلق من الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

"تعتبر القواعد القانونية المنظمة للمنافسة صمام أمان للاقتصاد؛ حيث أن كفاءة هذه القواعد لا تكمن في منع السيطرة السوقية لذاتها، بل في قدرتها على ضبط سلوك الشركات المهيمنة ومنعها من تحويل قوتها إلى قيود تعيق دخول المنافسين الجدد أو تخل بمبدأ المساواة بين المتعاملين".

الفرضيات الفرعية:

.فرضية فاعلية الردع (حول الممارسات الاحتكارية والتقييدية):

- "إن فاعلية المنظومة القانونية في مواجهة الممارسات الاحتكارية والتقييدية (مثل الاتفاقات السرية) تعتمد بشكل أساسي على **نظام الغرامات التناسبية**)المحسوبة كنسبة من رقم الأعمال)، حيث تشكل هذه العقوبات المالية رادعاً حقيقياً يفوق الربح المتوقع من المخالفة".

.فرضية العدالة الإجرائية (حول الممارسات التمييزية):

- "يساهم حظر الممارسات التمييزية في تقليص الفجوة التنافسية بين الشركات الكبرى والمؤسسات الصغيرة، مما يضمن استمرارية التنوع في السوق ويمنع حدوث عمليات إقصاء قسري للمنافسين الأقل قوة مالية".

.فرضية الدور المؤسساتي (حول سلطة الضبط):

- "إن استقلالية الأجهزة الرقابية (مثل مجلس المنافسة) عن السلطة التنفيذية ومنحها صلاحيات التحقيق الميداني والمبادرة التلقائية، هو المتغير الأساسي في تحويل النصوص القانونية من "نصوص جامدة" إلى "أدوات حماية" فعالة في أرض الواقع".

.فرضية الرقابة الهيكلية (حول الاندماجات) :

- "تعمل الرقابة المسبقة على التركزات الاقتصادية كآلية وقائية تمنع حدوث الاختلالات في بنية السوق قبل وقوعها، وهو ما يقلل الحاجة إلى التدخلات العلاجية اللاحقة التي قد تكون معقدة أو غير مجدية".

تتحقق المنافسة الحرة من خلال فرض المساواة وتكافؤ الفرص وترك حرية الاختيار بين المتدخلين الاقتصاديين، حيث يتمتع كل فرد بحق الدخول إلى السوق أو الانتقال من عمل تجاري إلى غيره من الأعمال، لأن المبدأ هو حرية التجارة والصناعة وبالتالي يفترض عدم وجود عوائق تمنع من الدخول إلى السوق أو ظهور سلوك يتنافى ومبادئ العدالة والإنصاف والعادات التجارية المعمول بها في المجال الاقتصادي.

2- منع الممارسات التقييدية

إن المشرع وضع قواعد للتصدي إلى كل تصرف من شأنه تقييد المنافسة وذلك لما يترتب عليه من أضرار على جميع المتدخلين الاقتصاديين على غرار المهني والمستهلك على حد السواء(Bill, 2001) . هذه القواعد من شأنها حماية المنافسة من الممارسات المقيدة للمعاملات التي تحد من حرية التجارة داخل السوق لمناهضة السلوك الاحتكاري الذي يمكن أن يطرأ في حالات"**الامتناع عن البيع**" **أو** "**البيع المشروط**" ، حيث جاء بالمادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة والذي يقابله الفصل 31 من القانون التونسي المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار أنه" يحجر الامتناع عن بيع مواد أو منتوجات للمستهلك أو إسداء خدمة له طالما أن طلباته لا تكتسي صبغة غير عادية أو أن المنتوجات أو الخدمات موضوع تلك الطلبات لا تخضع لتراتيب خاصة".

1.2 الامتناع عن البيع

اقتضت المادة 11 من الامر 03-03 من فقرته الثانية من نفس القانون" يمنع على كل تاجر أو صناعي أو حرفيوكذلك على كل مسدي خدمات أن يرفض في حدود إمكانياته وحسب الشروط المطابقة للعرف المهني تلبية طلبات شراء منتوجات أو اسداء خدمات لنشاط مهني طالما أن هذه الطلبات لا تكتسي أية صبغة غير عادية وتصدر عن طالبين حسني النية ومادام بيع هذه المنتوجات أو إسداء الخدمات غير محجر بقانون أو بتراتيب صادرة عن السلطة العمومية "بغض النظر إن كان الامتناع عن البيع موجها للمستهلكين أو المهنيين فإن الواضح أن هذا الامتناع أن يحد بشكل جدي من حرية المنافسة (Ferrier, 2002).

إلا أن المشرع بمناسبة تحجيره للامتناع عن البيع ضمن الأحكام المذكورة استعمل عبارات مطلقة نسبيا حيث حصر تلبية طلبات الشراء في حدود إمكانيات المزود وحسب الشروط المطابقة للعرف المهني .أما من جهة المشتري فيجب أن يكون حسن النية وأن لا تكتسي طلباته أية صبغة غير عادية وبالتالي فإن المشرع أراد أن لا يضيق على المستهلك حمايته من الممارسات التقييدية التي يمكن أن تطاله.

من جهة أخرى فإن حماية المنافسة التي يسعى المشرع إلى بلوغها استوجبت عليه وضع شروط لقيام جريمة الامتناع عن البيع حيث أوجب أن لا تكتسي الطلبات أية صبغة غير عادية كما يجب أن يكون المنع مبررا وله سند قانوني يبيحه. كما يجب أن تكون البضاعة متوفرة حقيقة لدى البائع، معنى ذلك أن تكون البضاعة قد تم إعدادها لغاية البيع، وعليه إذا كانت البضاعة معدة للاستهلاك الشخصي وطلبها المشتري سواء كان مهنيا أو مستهلكا، فإنّ في هذه الحالة تسقط جريمة الامتناع عن البيع الا أن البضاعة المعروضة داخل المحل التجاري بدون نية البيع يمكن أن تكون قرينة على أنها معدة للعموم وبالتالي يمكن أن تقوم الجريمة. كما ورد بالفصل 37 المذكور بأن تلبية طلبات الشراء يجب أن تكون في حدود الإمكانية .

إن هذا التوسع في الشروط المرافقة للامتناع عن البيع تجعل من عملية إتيانه أمرا في غاية الصعوبة وهو ما يحتم على مجلس المنافسة كسلطة تسهر على حماية المنافسة والمحافظة على النظام العام الاقتصادي، التدقيق أثناء القيام بمهام ها بخصوص الكشف عن حالات الامتناع عن البيع التي تعتبر ممارسات احتكارية بامتيازوالتي تحد من المنافسة بهدف المضاربة في السلع والبضائع ثم ترويجها إلى المستهلكين بأثمان باهضة (باكير، 1994).

ويمكن أن يكتسي الامتناع عن البيع صبغة غير مباشرة وذلك من خلال اتباع أساليب ملتوية على غرار المماطلة التي اعتبرها مجلس المنافسة في عدة قرارات من قبيل الامتناع عن البيع ، من ذلك القرار الذي جمع بين شركة" فوديس "موزع حصري بجزء من السوق الداخلية بصفتها مدعية وشركة" بلوتونيزي "مورد لعلامة شهيرة لكبسولات القهوة بصفتها مدعى عليها، حيث توصل المجلس إلى القول بأن ما قامت به المدعى عليها يعد امتناعا عن البيع في حق المدعية، ويتمثل الامتناع في مماطلتها بترويدها بكبسولات القهوة لعلامة "لا فازا" والتردد في صيانة المعدات المخصصة لتحضير القهوة والمحتجزة لديها وعدم إصلاحها، الشيء الذي تسبب في تعطل نشاطها وتذمر حرفائها. كما أن إعراض المدعى عليها التعاقد مع المدعية حسب الشروط التي كانت تتعامل بها مع سابقتها في توزيع تلك العلامة وفرضها طرق تعامل تتصف بالإجحاف يعدان من قبيل الممارسات التي تتعارض والمنافسة الشفافة.

2.2 البيع المشروط

أن تحجير" **البيع المشروط**" كممارسة أخرى هو تعبير عن إرادة المشرع الجزائري الموجهة نحو حماية المتدخلين في السوق الاقتصادية سواء تجاه المستهلك من خلال التنصيص صلب المادة 11 فقرة ثانية من القانون المتعلق بالمنافسة أن" **تحجير اشتراط البيع** باشتراء كمية مفروضة أو باشتراء في الوقت نفسه مواد أو منتوجات أو خدمات أخرى، ويحجر كذلك اشتراط اسداء خدمة بإسداء خدمة أخرى أو باشتراء مادة أو منتوج"، أو تجاه المهنيين حيث بالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أنه" يمنع على كل تاجر أو صناعي أو حرفيوكذلك على كل مسدي الخدمات ...أن يربط بيع منتوج أو اسداء خدمة بالاشتراء في الوقت نفسه لمنتوجات أخرى أو باشتراء كمية مفروضة أو بإسداء خدمات أخرى.

وسواء كان الطرف مهنيا أو استهلاكيا فإن البيع المشروط من الممارسات الاحتكارية، ذلك أن الاحتكار هو"حبس الشيء عن البيع والتداول بقصد الغلاء الذي يعد مرادفا للامتناع عن البيع" (البشري، 1977). ولقيام الجريمة يفترض طلبا يتقدم به المشتري، وهذا الشرط لا يختلف في جريمة البيع المشروط عن ما هو في جريمة الامتناع عن البيع، الا أن الاختلاف يتمثل في موقف البائع إزاء طلب المشتري، فلئن تفترض قيام جريمة الامتناع عن البيع موقفا سلبيا يتمثل في رفضه تلبيته فإن البيع المشروط يقوم على موقف إيجابي يتمثل في قبول ذلك ولكن بشروط يحددها البائع بإرادته.

ولقد جرم المشرع التونسي البيوعات المشروطة بهدف تجنب العمليات الاحتكارية التي تؤدي إلى تواجد مراكز احتكارية من شأنها تعطيل السوق وذلك من خلال تحكم مؤسسة ما في كمية السلع التي تدخل السوق مما يؤثر على عملية العرض والطلب وبالتالي عرقلة السير الطبيعي للسوق والحد من المحافظة على النظام العام الاقتصادي . أمّا القانون الفرنسي فقد جرّم البيع المشروط في الفصل L122.1 من مجلة الاستهلاك الفرنسية، وطرح إشكال يتعلق بأصحاب النزل الذين يشترطون إسداء الخدمة المتمثلة في تمكين الحريف من الإقامة بالنزل بإسداء خدمة أخرى المتمثلة في تناول الحريف للطعام داخل مطعم النزل حيث اعتبر فقه القضاء الفرنسي أن مثل هذه الشروط تندرج في إطار جريمة البيع المشروط للخدمات(GUREN, 2000) .

كما اعتبر مجلس المنافسة التونسي في قرار جمع بين الغرفة النقابية الوطنية لنقل البضائع لحساب الغير بصفتها مدعية وشركة "عجيل بصفتها المدعى عليها، أنّ هذه الأخيرة قد قامت بعدة ممارسات مجحفة والتي من بينها تعاطي شراءات مشروطة. وبالرغم من أن

شركة "عجيل" تعتبر مؤسسة عمومية ذات صبغة تجارية وصناعية، إلا أن طلبات تزودها من المواد والخدمات لا تخضع للأمر عدد 3158لسنة 2002 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية .لكنها مع ذلك دأبت على القيام بإعلان طلب عروض لنقل حصتها من المحروقات كل ثلاث سنوات، وتعمدت فرض شروط مجحفة عند عرضها للصفقة موضوع الدعوى، مستغلة في ذلك وضعية الهيمنة التي تحتلها بالسوق المعنية ووضعية التبعية الاقتصادية التي وجد فيها بعض المتعاملين معها.

ومن بين تلك الشروط المجحفة عدم تعاطي كل مترشح للصفقة لنشاط نقل مع منافس لها، ووجوب توفير ورشات لصيانة المعدات أو التعاقد مع صاحب ورشة للغرض ذاته، وتحديد سن قصوى للعربات إضافة إلى الترخيص التي تفرضها من خلال دفتر الشروط رغم أن هذه الشاحنات تخضع لإجراءات فحص فنية صارمة للحصول على رخصة نقل للمواد الخطرةوكذلك شرط أن يكون مالك الشاحنة هو سائقها كلما كان المتقدم للعرض شخصا طبيعيا .وخلص المجلس إلى القول بأن المدعى عليها فرضت شروطا مجحفة أدت إلى الحد من دخول شركات جديدة للصفقة وإزاحة شركات تتعامل معها لفترة زمنية طويلة.

3- منع الممارسات التمييزية

إذا كانت الممارسات التقييدية لا تهم إلا أطراف العقد، فإن الممارسات التمييزية تتعدى أطراف العقد لتشمل الغير الذي قد يتضرر من المعاملات غير العادلة والتي تضر بالمنافسة حيث يفترض أن تكون المنافسة مبنية على المساواة في الفرص بين الفاعلين الاقتصاديين دون تمييز (Georges(G) et René (R), 2001)وذلك لتحقيق حد أدنى في التعامل الاقتصادي دون التعسف في استغلال النفوذ الاقتصادي وجعل قاعدة المساواة وهمية وغير مطابقة للواقع، مما يحدث آثارا خطيرة على المنافسة قد تصل إلى إقصاء جزء من المتنافسين خارج السوق، وهذا ما قد دفع بالمشرع إلى الإسراع بسن قواعد لمجابهة الممارسات التي يمكن أن تؤدي إلى الإخلال بالتوازنات القائمة بين كل من المهنيين والمستهلكين ولوضع حد للتجاوزات و المشاكل التي تفرزها الممارسات التجارية من أجل فرض مبدأ الشفافية في المعاملات.

وبالرغم من عدم تعريف الممارسات التمييزية صلب القانون المتعلق المنافسة، فإنه يمكن التطرق إلى هذا المفهوم من خلال القواعد التي فرضها المشرع لمنع هذه المعاملات بهدف حماية المنافسة حيث تضمّن قانون المنافسة (قواعد تحجر التمييز في المعاملات بين المستهلكين) و(قواعد تحجر التمييز في المعاملات بين المهنيين) وهما النوعان الاتي إيضاحهما في هذه النقطة.

1.3 قواعد تحجر التمييز في المعاملات بين المستهلكين

فرض المشرع الممارسات التي تخل باستقرار التعاملات من خلال حجر التعامل بمكافأة تجاه المستهلكين في الفصل 30 من القانون المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار حيث جاء فيه" يحجر كل بيع أو عرض بيع منتوجات أو سلعوكذلك كل خدمة مسداة للمستهلكين أو معروضة عليهم تعطى مجانا إن عاجلا أو آجلا الحق في مكافأة أو منحة أو هدية تتمثل في منتوج أو سلع أو خدمات الا إذا كانت من نفس المنتوج ".

حيث منع المشرع على كل بائع أن يمنح لكل مستهلك قام باقتناء منتوجه مكافأة أو منحة أو هدية لأن هذا الأسلوب من شأنه أن يضرب المنافسة النزيهة من خلال جعل المستهلكين يقدمون على شراء منتوجات هذا البائع دون غيره، حيث تشكل الهدايا لعملية الشراء بالنسبة لهم فائدة لأنهم سيحصلون على منتجات دون مقابل ولو على حساب جودة المنتوج أو الخدمة . (CAQUELIN, 1987)ويرجع هذا المنع إلى خطورة هذه الممارسات الصادرة عن التجار حيث يمكن بواسطتها التأثير على رضا المستهلك الذي يخشى المشرع عليه من أن يكون اختياره مبنيا على الرغبة في التحصيل على الجائزة أو المنحة ويهمل بالتالي عناصر البيع الأخرى من ثمن ونوعية المنتوج وجودته، فالبيع بمكافأة وإن كان يبدو ظاهريا في جانب المستهلك ولا يضره فإنه في الحقيقة يجعله يتحمل ثمن المكافأة التي عادة ما يقحمه التاجر أو مسدي الخدمات في الثمن الأصلي للبيع خاصة وأن المستهلك قد يكون في غالب الأحيان في غنا عن هذه المكافأة.

ولم يدقق المشرع في مفهوم المكافأة أو المنحة أو الهدية، وعليه يمكن أن تكون شيء مادي يتمثل في منقول أو عقار ومثال ذلك الحصول على قميص بمناسبة اقتناء سروال، كما يمكن أن تكون المكافأة غير مادية عبر اسداء خدمة والتي يمكن إباحتها إذا كانت منفصلة عن عقد البيع (BELABARRE, 2011).

أما بالنسبة للتخفيض في سعر المنتوج أو السلعة فإنه لا يمكن أن يلوج ضمن المكافآت والمنح والهدايا الموجبة للمنع (J.HEMARD, 1971). هذا ما يبين أن "البيع المقترن بهدايا أو المكافآت المجانية مدعوما إعلانات وإشهارات مما يؤثر على قرار الشراء" تمنع ممارسة بيع أو عرض سلعة أو أداء خدمة بمكافأة مجانية ليست من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو الخدمة، أو إذا تجاوزت قيمتها 10% من المبلغ الإجمالي للسلعة أو الخدمة. وتعتبر ممارسة تجارية غير شرعية، وهو نفس الحظر المنصوص عليه في القانون الفرنسي في مادته 35- L121 من قانون المستهلك، إلا أن المشرع الفرنسي أكد على أن تكون الممارسة في علاقة مع المستهلك.

إن حظر البيع بمكافأة يكمن في أن المكافأة مرتبطة حقيقة بوجود التزام شراء وبالتالي الدفع بموجب العقد الرئيسي (Yves R, Cyril N et Sylvie T, 2012)، وتتمثل هذه الممارسة في مكافأة يمنحها العون الاقتصادي في حالة توفر شروط معينة يحددها مسبقا، فيحفز المشترين إلى الاقبال على تحقيق الشرط رغبة في الحصول عليها خاصة إذا كانت ذات قيمة، قد تكون صورة هذه المكافأة في هدية يتحصل عليها بجمع عدد من القسيمات، يجمعها كلما قام بمعاملة، أو بطاقة وفاء يتم وضع علامة عليها كلما قام الزبون بمعاملة، وتجرى المقاصة بين الهدية المالية المحققة من بين الشطب وسعر المقتنيات، أو وضع قطع تشكل صورة في علب المنتجات وكل من يجمع الصورة يتحصل على الهدية، أو منح قسيمة في كل عملية شراء للمشاركة بها في مسابقة للفوز بهدية، أو كأن يشترط التاجر شراء كمية محددة للحصول على الهدية، أو أن تحددوكالة سياحية عددا معينا من السياح إذا تم بلوغه تقدم للجميع وجبة في مطعم راق، ويقع في ذهن الزبون أنه تحصل على هدية لكن في الحقيقة أنها تدخل في سعر العرض المقدم، فهاته الممارسة تؤثر على سعر السلعة أو الخدمة الرئيسي بأن يتم بأكثر من قيمته الفعلية، لما يصور للزبون من تحقيق ميز وفائدة، وهذا يؤدي إلى المضاربة بالأسعار.

وتظهر هذه الممارسة كثيرا في السلع الاستهلاكية، كأن يقدم لتاجر من قارورة مادة تنظيف مجانا، أو كلغ من منتج معين مجانا في نفس قارورة المنتج وتكون المكافأة من قبل المنتج، أو أن يقدم صاحب المحل عرض مكافأة من نفس السلعة إذا اقتنى الشخص كمية

محددة من المنتج، أو كخصم من المبلغ الإجمالي لسعر الحجز في فندق إذا تجاوز عددا معينا من الأيام، وفي هذه الحالات لا تعتبر جرمة إلا إذا تجاوزت المكافأة 10% من قيمة الخدمة أو السلعة.

وجب الإشارة إلى أن المشرع التونسي أورد جملة من الاستثناءات الواردة على قاعدة منع التعامل داخل السوق بمكافأة أو منحة أو هدية تجاه المستهلكين، حيث جاء بالفقرة2 من القانون المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار، أن البضائع زهيدة الثمن أو العينات أو الخدمات ضئيلة القيمة أو المنتوجات المعدة خصيصا للإشهار شرط أن تكون حاملة للعلامة التجارية، كما اقتضى المشرع أن لا تتجاوز قيمة هذه البضائع أو الخدمات حدّا أقصى حدده القرار الصادر عن الوزير المكلف بالتجارة، وتعتبر الغاية من وراء هذا التحديد هو حماية المنافسة من الممارسات الاحتكارية ذلك أن قيمة المكافأة يمكن أن تتغير من وقت لآخر بحسب سعر المنتوج أو الخدمة. وقد قدر المشرع الفرنسي ضمن الأمر المؤرخ في 29 ديسمبر 1986 شرعية المنحة بالرجوع إلى صبغتها الضرورية والازمة للاستعمال العادي للمنتوج أو الخدمة ، ومثال ذلك ضرورة وجود بطارية بلعب الأطفال(M, 2000) .

2.3 قواعد تحجر التمييز في المعاملات بين المهنيين

من جهة أخرى فإن المشرع الجزائري فرض على المهنيين الالتزام بإعلام المستهلكين، ذلك أن تنوع وتعدد السلع أو الخدمات خاصة في ظل التطور التكنولوجي أدى إلى ضرورة تدخل المهني قصد توضيح المنتوج أو الخدمة للمستهلك وذلك عن طريق إعلامه لتفادي إيقاعه في عيب من أجل حماية المستهلك بصفة خاصة والمنافسة بصفة عامة ، حيث يفترض في المستهلك قرينة الجهل على عكس المهني الذي يكون محمول على المعرفة .لذلك أوجب عليه المشرع التونسي ضرورة تقديم المعلومة من خلال إعلام المستهلك بخصائص المنتوج ومميزاته وذلك لقلة خبرة هذا الأخير وعدم تفرقته بين سلعة وأخرى سواء من حيث جودتها وفائدتها)ابراهيم عبد المنعم موسى(. فاتخذ المشرع التونسي بدوره نفس التمشي الذي اعتمده الفقه الفرنسي حيث وردت نقطة بداية إرساء فكرة الالتزام بالإعلام من خلال الفصل 243 من مجلة الالتزامات وعقود الذي أكد على ضرورة الوفاء بالالتزام "مع تمام الأمانة "ليقع تأويل البعض (الزين، 1993) لهذه العبارة على أنها تفيد قيام الالتزام بالإعلام والإرشاد، في حين ردّه البعض الآخر (مليكة، 1994) إلى الفصل 56 من نفس المجلة الذي يعتبر أن المشرع جعل من الكتمان تغريرا وهو ما يعد تكريسا لمبدأ الإعلام.

وقد نشأ هذا الالتزام في ظل أحكام القانون الفرنسي حيث نص القانون المدني الفرنسي المعدل في 10 فيفري 2016 بالفصل L112-1على أنه" يتعين على أي من الأطراف المتعاقدة الذي يحوز معلومة ذات صبغة بالغة لرضا المتعاقد الآخر وجب عليه إعلامه بها ما دام أن الأخير لا يعلمها بوجه مشروع أو بحكم الثقة التي يوليها للمتعاقد معه"، كما تعمق قانون الاستهلاك الفرنسي في هذه المسألة من خلال إلزام المهني بإعلام المستهلك بشكل واضح ومفهوم حول خصائص السلع والخدمات وأسعاره (PELLIER، 2020) ، حيث جاء بالفصلL111-1 منه"كل محترف بائع منتوجات أو مقدم خدمات يجب عليه قبل إبرام العقد أن يضع المستهلك في وضع يسمح له بمعرفة الخصائص الأساسية للمنتوج أو الخدمة".

والملاحظ أن المشرعان التونسي و الجزائري من خلال النصوص المتعلقة بإعلام المستهلك استعملا صيغة الإلزام، وفي ذلك دلالة على انتماء هذه القواعد ضمن النظام العام الاقتصادي الحمائي ، كما أن الإلزام شمل شريحة واسعة من المهنيين وفي ذلك رغبة منه في

بلوغ أقصى درجات الحماية للمستهلك، ولعل ما يبرر ضرورة هذا التدخل لحماية المستهلك عن طريق قواعد النظام العام الاقتصادي الحمائي هو ظهور العادات الاستهلاكية السيئة والمبنية على أساس المحاكاة والانسياق اللاعقلاني وراء الاستهلاك دون الموازنة بين المقدرة الشرائية والحاجيات الفعلية بمعزل عن التأثيرات و الإغراءات المتبعة من طرف مسوقي الإنتاج، وهو ما أدى إلى ظاهرة التداين المفرط . لذلك، تدّخل المشرع لحمايته من عمليات الابتزاز والتحيل والغش التي يكون المستهلك ضحيتها (الشريف، 1996).

ومن بين الالتزامات الأخرى التي فرضها المشرع حتى لا يقع المهنيين في الممارسات التمييزية تجاه المستهلكين يمكن التطرق إلى واجب الضمان الذي نصّ عليه المشرع الجزائري الذي نظم الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من الباب الثاني من قانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03، بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروطوكيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، الذي تضمن 27 مادة، كفلت هذه المواد حق المستهلك في الضمان، حيث ألزمت المتدخل بضمان مطابقة المنتوج لعقد البيع، كما أنه مسؤول عن العيوب الموجودة أثناء تسليم السلعة أو تقديم الخدمة . كذلك خول المرسوم التنفيذي للمستهلك حق تجربة المنتوجات و الخدمات، دون أن يفقد حقه في الضمان، و في حالة وجود عيب في المنتوج ألزم المشرع الضامن أو المتدخل بتنفيذ الضمان وفق ثلاثة أوجه إصلاح المنتوج أو استبداله أو رد ثمنه. في حين أشار المشرع التونسي بالفصل 554 من م.إ.ع، حيث جاء فيه "الخلاج بالضمان أي من له النما فعليه التوا" والمقصود بذلك أن هناك مجموعة من الالتزامات المحمولة على المهني تجاه المستهلك المتمثلة في اتخاذ الإجراءات الكفيلة ونقل ملكية المبيع إلى المستهلك، وعلى وجه الخصوص بضمان الشيء المبيع سواء في ذلك ضمان الاستحقاق أو ضمان العيوب الخفية.

إضافة إلى الضمان القانوني الإلزامي، يمكن للمتدخل أن يقدم ضمانا اضافيا أكثر امتيازا وذلك من أجل كسب رضاء المستهلك، نص المشرع في قانون حماية المستهلك و قمع الغش عليه، كما فصل في أحكامه من خلال المرسوم التنفيذي 13-273.

تجدر الإشارة أن المستهلك يرغب دائما في الاستفادة بالمنتوج لأطول مدة ممكنة، لذلك عمد المشرع على تحقيق رغبته المشروعة و ذلك بنصه على خدمة ما بعد البيع التي تمكن المستهلك من اصلاح المنتوج بعد انتهاء فترة الضمان، أو ان كان العيب غير موجبا للضمان و ذلك خلال مدة حياة المنتوج التقديرية. وقد فرض المشرع هذه الضمانات حماية لمصالح المستهلك المقتني للمنتوج أو الخدمة باعتباره الطرف الضعيف في مواجهة المتدخل.

وقد وضع المشرع جملة من الشروط بحيث لا يكفي وجود العيب لثبوت الضمان حتى يتمكن المستهلك من المطالبة بحق الضمان، اذ لا بد أن تتوفر جملة من الشروط أوردتها مجلة الالتزامات وعقود والتي تتمثل في أن يكون العيب خفيا وأن يكون موجودا قبل إبرام العقد، وأن لا يكون المشتري على علم بالعيب في تاريخ الشراء وأن يبلغ العيب درجة من الخطورة .وإذا أثبت المستهلك العيب المنسوب للشيء المتعاقد عليه، فإنه يكون أمام حالتين ورد ذكرهما بالمادة 384 من القانون المدني الذي اقتضى أنّه في صورة عدم مطابقة المنتوج المسلم للتراتيب القانونية المعمول بها، يتعين على المزود أن يقوم وفق اختيار المستهلك إمّا بتعويض المنتوج أو تصليحه على نفقته، وفي الآجال المعقولة المعمول بها أو إرجاع المنتوج وذلك بقطع النظر عما ينجر عن جبر الضرر لفائدة المستهلك."

وتندرج هذه الأحكام ضمن غاية المشرّع في تحقيق حماية المستهلك وبالتالي حماية المنافسة لضمان الشفافية في المعاملات التجارية التي لا تخلو من ممارسات احتكارية تمييزية بين المهنيين تدّخل المشرع لمنعها من أجل المحافظة على النظام العام الاقتصادي (Jean (C) et Frank(S), 2006).

وقد سعى المشرعين التونسي والجزائري كذلك إلى الحد من "الممارسات التمييزية بين المهنيين" بعدما اشرنا الى تلك الممارسات اتجاه المستهلكين في الأسطر السابقة، والتي منعها في القانون المتعلق بالمنافسة حيث جاء بالفصل 37 فقرة ثانية" كل تاجر أو صناعي أو حرفيوكذلك مسدي خدمات أن يطبّق على طرف اقتصادي أو يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو أساليب بيع أو شراء تمييزية وغير مبررة بمقابل حقيقي مسبّبا على هذا النحو لذلك الطرف ضررا أو فائدة على مستوى المنافسة."

ولم يعرف المشرع التونسي" الطرف الاقتصادي "الذي يقصد به المهني حسب فقه القضاء الفرنسي، وبالتالي يفهم أن المتضرر من الممارسات التمييزية لا يمكن أن يكون المستهلك، وتظهر هذه الممارسات التمييزية بعد انعقاد العقد على عكس الامتناع عن البيع فإن العقد لم يتم أصلا(SEYFERT, 1985) ، كما يفترض أن تتواجد المؤسسات داخل نفس السوق ليتمزجر الممارسات القائمة على تمييز يمكن أن يكون في شكل تصرفات سلبية كأن يشترط المزود التعامل بأمان مشطة.

وتتعدد الممارسات التمييزية التي أوردها المشرع على سبيل الذكر لا الحصر، وحسب فقه القضاء الفرنسي، فإن الامتيازات يمكن أن تنقسم إلى امتيازات كمية وأخرى نوعية. ومن أمثلة الامتيازات الكمية الامتيازات التي يقدمها البائع للتاجر قصد التخفيض في الأسعار أو منحه كميات إضافية، أما الامتيازات النوعية فيمكن أن تتجسد في اعتماد آجال دفع مطولة أو التسيير بصفة استثنائية في شروط البيع والتسليم والصيانة وخدمات ما بعد البيع والضمان.

واعتبر المشرع التونسي أن الممارسات يمكن أن تكون تمييزية إذا كانت" غير مبررة بمقابل حقيقي "معنى ذلك أن الممارسة تصبح تمييزية تقوم منذ خروجها عن نفس طبيعة المعاملات التجارية التي تستوجب منع الحصول أو محاولة الحصول من شريك تجاري على امتياز لا تبرره أي خدمة تجارية فعلية أو لا تتناسب مع القيمة الحقيقية للخدمة المسداة.

وبالتالي فإن تحجير هذه الممارسات يمكن أن يزول عندما تكون مبررة بمقابل حقيقي وهو أمر منطقي في إطار انتهاج سياسة اقتصاد السوق ، لأن المقابل الحقيقي يجعل الأطراف الاقتصادية في مواقع اقتصادية مختلفة بطبيعتها عن بعضها، ويمكن أن يتعلق المقابل الحقيقي بوجود عقد تعاون بين الأطراف ، كما أن عقود التوزيع الحصري يكمن أن تبرر المعاملة الخاصة التي يعامل بها المزودون أعضاء شبكات توزيعهم.

وقد تعرض مجلس المنافسة إلى ممارسات تمييزية بين المهنيين من قبل شركات توزيع النفط، بصفة متفاوتة، بينوكلاء محطات الخدمات الراجعة لها بالنظر والتي تمثلت في الضمان المالي المفروض عليهم .حيث قام المجلس أولا بالتذكير بأن اشتراط الضمان المالي يعتبر من البنود المتعارف عليها في العلاقات التجارية، والذي يعتبر وسيلة ضمان لخلاص الديون التي قد تترتب عن مختلف العمليات المالية الدائرة بين شركات توزيع النفط وكلائها. إلا أن الاختلاف في التعامل بينوكلاء نفس المزع يعد من الممارسات التمييزية التي خلقت

عدم مسلواة بينهم ووضعت الحواجز عند الدخول الى سوق توزيع منتوجات النفط بالتفصيل .وتجسد التمييز في وجود فوارق كبيرة في مبالغ الضمان والتي لم تستند إلى معايير موضوعية.

مما التمسناه أنه كلا من المشرعين التونسي و الجزائري يسعيان إلى رفع كل غموض في المعاملات الاقتصادية داخل السوق بهدف حماية المنافسة والمحافظة على النظام العام الاقتصادي حيث حرصا منذ البداية على سن قواعد تنظم الأسعار من أجل خلق بيئة اقتصادية توازن بين العرض والطلب.

3 خاتمة

يعتبر قانون المنافسة قانون اقتصاد السوق حياده يؤيد المسلواة في المعاملة بين جميع الفاعلين الاقتصاديين من القطاعين العام والخاص. بالنسبة للمؤسسات العمومية الاقتصادية يتم تشجيعها على تبني سلوك عقلاني وأخلاقي يتوافق مع قواعد المنافسة، لاسيما من خلال تجنب أي ممارسة من الممارسات التقييدية التعسفية أو التمييزية التي قد تؤثر على المنافسة في السوق، شأنها شأن كل المؤسسات الخاصة، لكن مع عودة الدولة المنتجة اكتسبت المؤسسة العمومية مكانة متميزة عن غيرها من الفاعلين الاقتصاديين، أصبحت تتمتع بمجموعة من الامتيازات المالية والقانونية، لتمكينها من تحقيق هدفها الاستراتيجي الذي لا يقتصر فقط على تحقيق الربح وإنما قبل كل شيء تحقيق مهمة المصلحة العامة الموكلة إليها، مما يمكن أن ينتج عن ذلك الإخلال بأهم قواعد المنافسة وتشويهها، مما يستدعي تحليل السياسة الجديدة للتدخل الاقتصادي للمؤسسات العامة وإشكالاتها في مجال المنافسة (MAINGUY D, R Jean-Louis, DEPINCE M, 2010).

وعليه فإن تطور المنافسة يرتبط بتطور التشريع المناهض للممارسات الاحتكارية، وقد ظهرت الحاجة إلى حماية المنافسة من هذه الممارسات في البلدان المنتهجة لنظام الاقتصاد الحر ذلك ان التحرر الاقتصادي لا يجب أن يؤدي إلى استغلال فاحش للثروات، وبالتالي احتكار المنتوجات وإثقال كاهل الأطراف الضعيفة في المجتمع خاصة المستهلكين والمهنيين (Paul، 2001)، لذلك كان لا بد على المشرع التدخل من أجل إرساء مبادئ المنافسة الحرة وتنظيم الممارسات التي تمس بالنظام العام الاقتصادي للقضاء على الاحتكار من خلال فرض قواعد لحماية المعاملات الاقتصادية التي تهدف إلى منع الممارسات الاحتكارية سواء كانت هذه الممارسات تقييدية و تمييزية.

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن حماية المنافسة من الممارسات الاحتكارية ليست مجرد أداة لضبط الأسعار، بل هي نظام دفاعي متكامل يهدف إلى حماية "هيكل السوق" وضمان كفاءته. لقد خلص البحث إلى أن الممارسات الاحتكارية، سواء كانت عبر الاتفاقات السرية أو إساءة استغلال الوضع المهيمن، تؤدي إلى تعطيل آليات الابتكار وتكبيد الاقتصاد خسائر هيكلية طويلة الأمد.

أبرز النتائج المتوصل إليها:

التمييز بين القوة السوقية وإساءة الاستغلال: أظهرت الدراسة أن القانون لا يعاقب على "الضخامة" في حد ذاتها، بل على استخدام تلك القوة لإقصاء المنافسين بوسائل غير مشروعة كالأسعار الافتراسية.

أهمية التحليل الاقتصادي: لم يعد النص القانوني الجامد كافياً، بل أصبح "الاقتصاد القياسي" وتحديد الأسواق المعنيةركناً أساسياً في إثبات الجرائم الاحتكارية.

الدور المحوري للرقابة القبلية: ثبت أن منع الاندماجات المشبوهة قبل حدوثها أكثر فاعلية وأقل تكلفة من محاولة تفكيك الكيانات الاحتكارية بعد استقرارها في السوق.

التوصيات المقترحة:

- تبني معيار "رفاهية المستهلك": نوصي بضرورةرتكيز سلطات المنافسة عند إصدار أحكامها على مدى الضرر الواقع على المستهلك النهائي من حيث السعر، الجودة، والتنوع، وليس فقط الضرر الواقع على المنافسين.

- تعزيز "الحوكمة الرقمية" للمنافسة: في ظل اقتصاد المنصات، يجب تطوير أدوات تقنية قوية قادرة على رصد "الاحتكارات الخوارزمية" والاتفاقات التي تتم عبر الذكاء الاصطناعي لتثبيت الأسعار.

- إقرار "التعويضات المدنية": نقترح تفعيل القوانين التي تسمح للمتضررين من الممارسات الاحتكارية (سواء شركات أو أفراد) برفع دعاوى تعويض مدنية، مما يشكل رادعاً إضافياً بجانب الغرامات الحكومية.

- الاستثمار في الخبرات البشرية: ضرورة تأهيل كوادر تجمع بين المعرفة القانونية والخبرة الاقتصادية التحليلية داخل أجهزة حماية المنافسة لضمان دقة التوصيف القانوني للممارسات المعقدة.

خلاصة القول، إن حماية المنافسة هي الصمام الذي يمنع تحول الاقتصاد إلى "إقطاعيات حديثة"، وضمان بقائه ساحة مفتوحة لكل من يمتلك الكفاءة والقدرة على الإبداع، مما يحقق التنمية المستدامة والرفاهية المجتمعية.

قائمة المراجع

- BELABARRE, F. (2011). *Les ventes avec primes.* France: Contrat-Distribution.
- Bill, L. (2001). *Vente commerciale* . Paris: Répertoire du droit commercial, Tome 7, Dalloz.
- BUSSY, J. (1998). *droit des affaires.* France: presses de sciences, P.O et Dalloz.
- CAQUELIN, F. (1987). *La libéralisation du droit des promotions de vente.* France: Gazette du Palais.
Ferrier, D. (2002). *Droit de la distribution.* Paris: coll. Manuels, 3ème éd.
- Georges(G) et René (R). (2001). *traité de droit commercial.* France: Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence.
- GUREN, H. (2000). *« Infractions économiques : concurrence et prix » mémento pratique, concurrence-consommation.* France: Ed.F.Lefebvre.
- J.HEMARD. (1971, Avril 7). Vingt ans de réglementation des ventes avec primes et le décret n°71-270 du 7 avril 1971. 215. Paris, France: Recueil Dalloz.
Jean (C) et Frank(S). (2006). *Droit de la consommation.* Paris: Dalloz.
- LINOTTE, D. (1987). *«Principe d'égalité de liberté de commerce et de l'industrie et droit de la concurrence».* Paris: in. J-M-RAINAUD et R. CRISTINI (dir), Droit public de la concurrence,, Economica, coll. Science et Droit Administratif.

- M, B. (2000). *droit commercial.* Paris: Dalloz.
- MAINGUY D, R Jean-Louis, DEPINCE M. (2010). *Droit de la concurrence.* Paris: Lexis Nexis Litec.
- Paul, N. (2001). *La concurrence et le droit.* Paris: Managements et Société.
- PELLIER, J.-D. (2020). *Les droits du consommateur.* Alger: ITCIS Edition.
- SEYFERT, A. B. (1985). *Les pratiques discriminatoires.* France: Litec(LexisNexis).
- Yves R, Cyril N et Sylvie T. (2012). *Droit Commercia.* Paris: LexisNexis.

– ابراهيم عبد المنعم موسى .(s.d.) .حماية المستهلك -دراسة مقارنة .بيروت، لبنان :منشورات الحلبي الحقوقية.

– البشوي ,ا .(1977) .التسعير في الإسلام .مصر :شركة الإسكندرية للطباعة والنشر.

– الزين ,م .(1993) .النظرية العامة للالتزامات .الوفاء.

– الشريف ,م .ا .(1996) .حماية المستهلك في زمن التحولات الاقتصادية .مجلة القضاء والتشريع.

– باكير ,م .(1994) .حماية المستهلك في القانون التونسي .تونس :مجلة القضاء ولتشريع.

– شلبي ,ا .م .(2007) .، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار :دراسة مقارنة، .الإسكندرية ، مصر :المكتب الجامعي الحديث.

– فؤاد ,أ " .(s.d.) .حرية المنافسة ومنع الاحتكار في نطاق سياسة الاقتصاد الحر "، مأخوذ عن حاتم القرنشلوي وأحمد وهدان وآخرون، "الحماية القانونية للنشاط الاقتصادي "، مرجع سابق، ص 11وما يليها ؛ ياسر السيد "حماية المستهلك من الممارسات الاقتصادية الضارة "، مأخوذ عن حا.

– محمد محي الدين ابراهيم سليم. (2008). التسلط الاقتصادي وأثره على التوازن العقدي. الإسكندرية، مصر: دار المطبوعات الجامعية.

– مليكة ,ب .(1994) .حماية المستهلك في القانون التونسي .تونس :مجلة القضاء والتشريع.