

## حرية المنافسة التجارية: حق بقيود قانونية

## Freedom of commercial competition: a right with legal restrictions

د. طيطوس فتحي<sup>1</sup>

جامعة سعيدة، الجزائر

fethitaitous@yahoo.fr

تاريخ الوصول: 2020/01/29 القبول : 2021/01/10 النشر علي الخط: 2021/06/15

Received: 29/01/2020 Accepted : 10/01/2021 Published online : 15/06/2021

## ملخص:

إنّ مبدأ حرية المنافسة يحوّل لكلّ تاجر الحق في استعمال كلّ الوسائل التي يراها مناسبة لاستقطاب الزبائن، وذلك ببحثه المتواصل لإيجاد أحسن الطرق لتحسين منتوجه أو خدمته.

إلا أن المنافسة كعمل مشروع، قد تتعدى حدود طبيعتها لتتحول إلى عمل غير مشروع نتيجة لجوء البعض إلى وسائل تتنافى وأعراف وعادات التجارة من جهة وتتنافى والشرف المهني كذلك من جهة أخرى، ولذا لا تتردد الدول في تنظيمها للمنافسة بين التجار حماية لهم وللمستهلكين وللإقتصاد الوطني لضمان استعمالها في الحدود المشروعة، وذلك من خلال قانون يضبطها.

**الكلمات المفتاحية:** حرية المنافسة - العون الاقتصادي - المنتج - المستهلك - المنافسة المشروعة.

## Abstract :

The principle of freedom of competition gives every trader the right to use all the means he deems appropriate to attract customers, through his continuous research to find the best way to improve his product or service. However, competition as a legitimate business may go beyond the limits of its nature to turn into an unlawful work as a result of some resorting to methods that contradict the customs and traditions of trade on the one hand and are incompatible with professional honor as well on the other hand, and therefore countries do not hesitate to organize them to compete with merchants to protect them and consumers and the national economy to ensure their use Within the legitimate limits, through a law that regulates it.

**Key words:** freedom of competition - economic aid - product - consumer - legitimate competition.

## مقدمة

تعد المنافسة روح التجارة بل هي محرك الحريات الاقتصادية للأفراد والجماعات، و رغم تواجدها بين التجار والمنتجين في ميدان التجارة والصناعة وميادين الاستغلال الأخرى من زراعة وغيرها فقد تكون أيضا بين المستهلك و العون الاقتصادي، فهي من ناحية تعتبر أمر طبيعي لما تخلقه من أساليب تؤدي إلى التقدم الاقتصادي ووفرة الإنتاج وتنوعه، ومن ناحية أخرى ضرورة لتقدم الإنتاج في ميادينه المختلفة ولنمو التجارة الداخلية والخارجية.

إن مبدأ حرية المنافسة يخول لكل تاجر الحق في استعمال كل الوسائل التي يراها مناسبة لاستقطاب الزبائن، وذلك ببحثه المتواصل لإيجاد أحسن الطرق لتحسين منتوجه أو خدمته.

إلا أن المنافسة كعمل مشروع، قد تتعدى حدود طبيعتها لتتحول إلى عمل غير مشروع نتيجة لجوء البعض إلى وسائل تنافى وأعراف وعادات التجارة من جهة وتنافى والشرف المهني كذلك من جهة أخرى، ولذا لا تتردد الدول في تنظيمها للمنافسة بين التجار حماية لهم وللمستهلكين وللأقتصاد الوطني لضمان استعمالها في الحدود المشروعة، وذلك من خلال قانون يضبطها. وإذا كان قانون المنافسة يهدف إلى تنظيم المنافسة حماية للمتعاملين الاقتصاديين من جهة وحماية للمستهلكين من جهة أخرى فإن هذا يحتتم علينا طرح الإشكالية التالية:

هل المنافسة حق له ضوابط أم قانون له قواعد؟ ومن أجل تحليل هذه الإشكالية لا بد من طرح عدة تساؤلات — ما هي المنافسة والمبادئ التي تقوم عليها؟ وهل حرية المنافسة مطلقة أم مقيدة؟ وما مدى حماية قانون المنافسة للنظام العام الاقتصادي والتنافسي أمام حرية المنافسة؟ وما هي الممارسات التجارية المقيدة للمنافسة؟

وسنحاول الإجابة على هذه التساؤلات من خلال البحث المتواضع التالي والمقسم إلى مبحثين اثنين الأول تناولنا فيه ماهية المنافسة والأسس التي تقوم عليها والثاني تناولنا فيه حماية قانون المنافسة للنظام العام التنافسي والممارسات التجارية المنافية لقواعد المنافسة.

### المبحث الأول: ماهية المنافسة والأسس التي تقوم عليها

إذا بحثنا عن أصل مفهوم المنافسة فإنها تضرب بجذورها في أعماق التاريخ الإنساني لأنها من سنن الفطرة الكونية للبشر، ولقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي خاصة، حتى اتسمت بكونها أحد الشروط اللازمة للاعتراف<sup>(1)</sup> لذا برزت أهميتها في مجال التنمية الاقتصادية.

والسؤال الذي يطرح هنا ما هي المنافسة؟ (مطلب أول: ماهية المنافسة) وما هي المبادئ والأسس التي تقوم عليها؟ (مطلب ثاني: المبادئ الأساسية التي تقوم عليها المنافسة).

#### المطلب الأول: ماهية المنافسة

للبحث في أي موضوع لا بد من تحديد ماهيته ومفهومه ومن أجل ذلك خصصنا المطلب الأول من هذا المبحث لتعريف المنافسة وتحديد أنواعها ثم إعطاء لمحة أو تقديم لقانون المنافسة.

#### الفرع الأول: تعريف المنافسة وأنواعها

<sup>1</sup> - حلو أبو حلو، الملتقى الدولي "حول النظام العام والعلاقات القانونية"، النظام العام في مجال المنافسة والاستهلاك، 23-24 أبريل 2007، جامعة تلمسان، ص. 23.

المنافسة لغتها معناها نزعة فطرية تدعوا إلى بذل الجهد في سبيل التفوق والمنافسة و تقابل التنافس، وفي القرآن الكريم بعد التصوير القرآني للقيم التي يلقاها المؤمنون، حثهم الله سبحانه وتعالى على التنافس في عمل الخير حتى ينالوه وفي ذلك تقول الآية الكريمة: **حِتَامُهُ مِسْكٌ ۚ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ** (الآية 26 من سورة المطففين).

وأصل الاصطلاح: (concurrency) مشتقة من الاصطلاح اللاتيني (Cum-ludere) والتي تعني: (jouer ensemble) بمعنى يلعب في جماعة أو يجري مع: (Courir avec) أو يسرع في جماعة: (accourir ensemble)، لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه تعني حالة خصومة وتنافس وصراع، وفي حالة عداا مستمرة<sup>(1)</sup>.

أما في الاصطلاح فتعرف المنافسة على أنها: **"تنافس بين عدة متعاملين اقتصاديين في نفس السوق بغية الوصول إلى الزبائن لإشباع حاجاتهم من المنتجات والخدمات"**، فظاهرة المنافسة لا يمكن أن نتصورها إلا في ظل اقتصاد السوق المتمركز على آلية العرض والطلب، وفي مناخ يوفر للمتعاملين هامشا من الحرية، من خلال إتاحة الفرص أمامهم للتعبير عن مبادراتهم الإنتاجية، وإمكانية تطويرها<sup>(2)</sup>.

ويعرف البعض المنافسة على أنها: تزاحم التجار أو الصناع على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد من العملاء، ويحقق التجار هذه الغاية مستندين إلى مبدأ حرية المنافسة وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين، وإذا تحقق هذا التنافس بشرف وأمانة أي وفقا لأحكام القانون والعادات التجارية والاتفاقات الخاصة، أدى ذلك إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الأثمان، وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات وبالتالي ازدهار التجارة ورفاهية الجمهور<sup>(3)</sup>.

- إذا فالمنافسة تقتضي أن:

- 1- أن يكون النشاطان متماثلان أي ينتجان سلعة أو خدمة متماثلة.
- 2- أن يتم ارتكاب الأعمال لمصلحة نشاط آخر، ومقتضى ذلك أن يكون النشاطان قائمين في قوت ارتكاب العمل ويجب أن يكون لمرتكب العمل نشاط يهدف إلى تحقيق مصلحة وإلا غاب عنصر المنافسة.
- 3- لكي يتوفر عنصر المنافسة لا بد أن يكون لمرتكب العمل مصلحة في تحويل عملاء المحل ضحية العمل إلى محله الخاص وتمثل هذه المصلحة في الحياة التجارية في تحقيق رقم أعمال أكبر بقيمة زيادة الأرباح.

<sup>1</sup> - أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص.123.

<sup>2</sup> - قادة شهيدة "قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك" الملتقى الوطني 2001- الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، ص.ص. 72-73.

<sup>3</sup> - حلو أبو حلو، مرجع سابق.

- وقد تكون المنافسة مشروعة عندما تتبع من الحق الأصيل الذي يتمتع به كل إنسان في ممارسة التجارة، فطالما كانت ممارسة التجارة (بعمل كل ما هو مشروع) أمراً فإنه يجب التسليم بحرية الأفراد والمشروعات التي تمارس هذه التجارة بعمل كل ما هو مشروع لجذب العملاء<sup>(1)</sup>.

ومن هنا يفرض حق المنافسة نفسه باعتبارها قيمة موضوعية لها ذاتيتها، والحق في المنافسة وليد الغريزة التي فطر عليها فلا بد من إشباعها شأن الغرائز الأخرى<sup>(2)</sup>.

لا يخفى على أحد ما لهذه المنافسة من آثار حسنة تتجلى في تقدم التجارة، وازدهارها وفي تعميم الرفاه وتحسين الإنتاج لأنها تقوم على الأخلاق والشرف والاستقامة والخلق والإبداع، إلا أن المنافسة كعمل مشروع، قد تتعدى حدودها الطبيعية لتتحول إلى عمل غير مشروع نتيجة لجوء البعض إلى وسائل تتنافى وأعراف وعادات التجارة وتتنافى والشرف المهني، وهنا تكون أمام ما يسمى بالمنافسة الغير مشروعة والتي هي حسب المادة 33 من القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية والأسماء التجارية، وأعمال المنافسة غير المشروعة بأنها: "يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة، يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية والتجارية".

ولقد نصت اتفاقية بروكسل المؤرخة في 14 سبتمبر 1900 في مادتها 10 الفقرة 2 تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية".

أما الأستاذ شكري أحمد السباعي فيعرف المنافسة الغير مشروعة بأنها: "الترحم على الحرفاء أو الزبناء عن طريقة استخدام منافية للقانون والدين أو العرف والعادات أو الاستقامة التجارية أو الشرف المهني".

- إذا فالمنافسة الغير مشروعة تكون بإضرار المنافس لمنافسه، بصفة مباشرة، باستعمال الوسائل المحرمة، كمحاولة خلق الالتباس، التشهير وتحويل الأجزاء، والاستعمال غير المشروع للمعلومات أو اللوائح الداخلية، أو بصفة غير مباشرة بواسطة التشويق، كتحويل حملة إعلانية، استعمال للعالمية التجارية، أو منتج محمي وإغراق السوق بالبضاعة.

وبعد تحديد معنى المنافسة القانونية الصحيحة وبالمقابل معنى المنافسة غير القانونية المخالفة للنصوص القانونية أو الناحية غير المشروعة، فلا بد من الوقوف عن مصطلح المنافسة التامة، فما هي هذه المنافسة التامة؟

تقوم نظرية المنافسة التامة على معايير موضوعية، تفترض وجود عدد كبير جدا من

المشاركين، ليس لكل منها تأثير بمفرده على قوى السوق نظرا لصغر حجم كمية المنتجات

التي ينتجها كل مشروع، فيأخذ سعر السوق كما هو، ويطوع نفسه وفقا لذلك، الأمر الذي يتضح منه عدم مزاحمة حقيقية في السوق، بسبب هذه المشروعات الصغيرة.

<sup>1</sup> M. Lecene-Villemonteix, Droit de la concurrence, 1<sup>re</sup> édition, Gualino, 2019, p.123 : « La concurrence déloyale peut être constituée par de nombreux procédés, tels que le parasitisme, le dénigrement, le débauchage du personnel d'une entreprise concurrente afin d'entraîner sa désorganisation, la confusion, etc.»

<sup>2</sup> - أشرف وفاء المنافسة المشروعة في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص. 24.

كما أن المنافسة التامة تفترض كذلك وجود عدد كبير من المستهلكين الذين لا يتصل كل منهم بالآخر، و يتخذ كل منهم قراراته بالشراء منفردا عن بقية المشتريين<sup>(1)</sup>

- ولتحقيق المنافس لا بد من توافر الشروط أربع التالية:

(1)- وجود عدد كبير من المشتريين و البائعين للسلعة أو الخدمة

(2)- توافر مناخ الحرية التامة لانتقال عناصر الإنتاج.

(3)- تجانس المبلغ والخدمات.

(4)- إمكانية الحصول على المعلومات وتوافر البيانات المتعلقة بالسلعة وكذلك توافر المعلومات الأساسية عن السوق وهذا

بالنسبة للمنتج والمستهلك ليمكنوا من دراسات البيانات والمعلومات عن السوق والسلعة ويتخذوا قراراتهم السليم بتحديد الكمية التي يرغب في بيعها أو شرائها.

ومن خلال هذه الشروط يتضح مدى صعوبة تحقيق المنافسة التامة لاختلافها عن الواقع العملي السائد في السوق.

### الفرع الثاني: تقديم قانون المنافسة:

إن المنافسة الغير المشروعة وما أنجر عليها من مشاكل أوجب تدخل المشرع، لوضع قانون يحمي المنافسين أنفسهم من

بعضهم البعض، وكذا يحمي المستهلكين فما هو هذا القانون؟ وكيف ظهر؟

إن هذا القانون هو فرع مستحدث ذو طابع اقتصادي متصل بقانون الأعمال، كانت بداية في الولايات المتحدة الأمريكية،

مع الثورة الصناعية، ونمو الاقتصاد الوطني وتحديد مع قانون (Sherman- act) لمكافحة الاحتكار والنفوذ الضخمة التي

أخذت تسيطر على القطاعات وذلك في سنة 1890، وقانون (clytonact) سنة 1914، وعرفت هذه القوانين بالمضادات

التراس (antitrust)، وتزامنت مع فكرة (consumurism) والتي استهدفت حماية المستهلك من تكتلات المهنيين.

أما في فرنسا فإن الاهتمام بالموضوع لم يكن إلا مع مرسوم 19 أوت 1953 والذي تضمن بعض الأحكام المحددة

للمنافسة إلى غاية سنة 1986 حيث صدر أمر نظم المنافسة بصفة شاملة على مبادئ أساسية وهي شرعية حرة متوازنة.<sup>(2)</sup>

أما في الجزائر فبعد إلغاء الأمر 37/75 الخاص بالأسعار، وقمع الغش صدر القانون 12/89 والذي أسس لحرية الأسعار،

إلى أن صدر الأمر 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة، والذي هدف إلى تنظيم المنافسة الحرة وترقيتها

واشتمل على المنافسة الحرة ومنع الأعمال المنافية للمنافسة الحرة (كالتواطؤ، وضع الهيمنة و التركيز)، بالإضافة إلى تأسيسه لهيئة

مجلس المنافسة كآلية قائمة على ضبط وتنظيم المنافسة من المواد 16 إلى 25 منه<sup>(3)</sup>.

1 Pironon Valérie, droit de la concurrence, Gualino , extenso éditions , Paris , 2009,p.39.

<sup>2</sup> M. Cayot, M. Depincé, D. Mainguy ,Droit de la concurrence,Dalloz,2015,p.136 : " Pour rappel, sachez qu'il est possible de protéger un signe distinctif telle une marque à l'aide d'une action en contrefaçon. Pour éviter toute confusion lorsque la marque porte le nom d'une personne, le mieux reste d'y ajouter un prénom. »

<sup>3</sup>توات نور الدين، الجمعيات و قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص.124.

وكما صدر أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة حيث قام فيه المشرع بالفصل بين الممارسات المنافسة لقواعد المنافسة والتي يحكمها أمر 03-03 وبين مخالفة القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها والتي خصص لها الأمر رقم 02-04 والمؤرخ في 23 جوان 2004 والمتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وغاية المشرع من ذلك هي تنظيم المنافسة وترقيتها ومنع الممارسات الغير مشروعة التي تحد وتقيّد حرية المنافسة.

### المطلب الثاني: المبادئ الأساسية التي تقوم عليها المنافسة

لقد جاء قانون المنافسة من أجل تنظيم المنافسة وترقيتها والذي سيؤدي بدوره إلى التقدم الاقتصادي ووفرة الإنتاج وتنوعه وكذا لنمو التجارة الداخلية والخارجية، ولن يتحقق ذلك إلا بتوافر مبدئين أساسيين حددهم القانون وهما: مبدأ حرية المنافسة وكذلك مبدأ حرية الأسعار.

### الفرع الأول: مبدأ حرية المنافسة:

إن حرية المنافسة من المبادئ المستقر عليها في الأنشطة التجارية، إلا أن هذه الحرية لا تترك على إطلاقها بل لا بد من تقييدها (-وذلك لتفادي المنافسة الغير مشروعة) ويتم ذلك بمقتضى القانون الذي يوفر للمتعاملين الاقتصاديين الحرية<sup>(1)</sup>، مما يتيح الفرص أمامهم من أجل عرض مبادراتهم الإنتاجية من نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات قصد تموين المستهلك بحاجاته، ويتم ذلك في إطار قانوني منظم، والسؤال الذي يطرح هنا: ما هو المضمون القانوني لمبدأ حرية المنافسة؟

### أولاً- المضمون القانوني لمبدأ حرية المنافسة:

ويتمثل هذا المبدأ القانوني فيما يلي:

إن مبدأ حرية المنافسة هو تجسيد لحرية التجارة والصناعة وهو المبدأ المكرس في المادة 37 من الدستور -"حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"- وكما يعلم الجميع أن الدستور يعلو على جميع القوانين ولا يمكن مخالفة مبادئه، فإذا نص الدستور في مادته 37 على مبدأ حرية المنافسة فيصبح بذلك هذا المبدأ دستوري لا بد من احترامه وعدم مخالفته.

فمبدأ حرية المنافسة إذا كان تجسيدا لحرية التجارة والصناعة فهذا يدل على إباحة المنافسة في هذا المجال وحرية العمل فيه.<sup>(2)</sup>

وهذه الفكرة مستوحاة من حرية العمل والمقاولة إذ يسمح لكل فرد من اختيار النشاط المهني الذي يرضيه وتنظيمه بحرية ولا شك أن هذه الخيرة لا تنتج أثارها إلا بالتسليم بفكرة جوهرية، تحكم روابط التعاقد "حرية التعاقد"<sup>(3)</sup> تجسيدا للمبدأ المنصوص عليه في المادة 106 من القانون المدني: العقد شريعة المتعاقدين".

1- Duong Lénny , « la sécurité juridique et les standards du droit économique : la notion du raisonnable », in, sécurité juridique et droit économique, sous dir, Boy L., Racine JB., Siirainen F, Larcier, France, 2008, p.211.

<sup>2</sup> Catherine Prieto , la sécurité juridique en droit de concurrence , in , sécurité juridique et droit économique, sous dir, Boy L., Racine JB., Siirainen F, Larcier, France, 2008, p.32

<sup>3</sup> Azoulai Loic , normalité de la sécurité juridique , in, le droit économiques insécurité juridique ou nouvelle sécurité juridique .in , sécurité juridique et droit économique, sous dir, Boy L., Racine JB., Siirainen F, Larcier, France, 2008, p.56.

## ثالثاً- شرعية الأضرار الناتجة عن المنافسة المشروعة :

إن جوهر نظرية المنافسة هي شرعية الأضرار الناتجة عن المنافسة المشروعة ومعنى هذه الفكرة أن المتعامل المنافس يكون عمله مشروع إذ هو سعي إلى جذب زبائن من غيره من المتنافسين مادامت الوسيلة التي يستعملها مشروعة ولم يتعسف في استعمال حقه في المنافسة وهنا لا يمكن للمتعامل الثاني الذي فقد عملائه أن يحمل المتنافس الأول المسؤولية ويطالبه بالتعويض عن الضرر الذي لحق به وفي هذا الصدد هناك مبدأ فرنسي قائل: "إن العملاء لمن يعرف كيف يصل إليهم" وهو ما يؤكد القضاء الفرنسي إذ يرى أن مبدأ حرية المنافسة يقي في الاقتصاد الحر ركيزة أساسية للعلاقات التجارية بين المتعاملين فموجب هذه الحرية يمكن لأي تاجر أو صناعي جذب زبائن المنافس الآخر دون أن يستطيع هذا الأخير أن يقاضيه وهو ما يعبر عنه كذلك: "إذ أي مؤسسة لها التخصيص على زبائنهم" فمحور حرية المنافسة إذاً: هم العملاء وما يمكن ملاحظته هنا هو:

1- حرية المنافسة هي التي تسمح للمتعاملين الاقتصاديين باللجوء إلى السوق للتنافس مع باقي المتنافسين (هذا بعد إيجابي).

2- إن اكتساب زبون من أحد المتعاملين هو خسارة للمنافس الآخر (هذا يعد سلباً)<sup>(1)</sup>

## أ - حدود حرية المنافسة:

إن حرية المنافسة متجسد في الواقع العملي في اجتذاب الزبائن، وحرية المنافسة هي حق يؤكد القانون لكن ليس بصفة مطلقة بل ترد عليه قيود تحد منه وذلك لتفادي الاستعمال السيئ والسلوكات الغير مشروعة لبعض المتعاملين في السوق فمبدأ حرية المنافسة لا يسمح باستعمال كل الوسائل للتنافس بل لابد من احترام الممارسات التجارية المشروعة<sup>(2)</sup>.

فالمبدأ العام هو حرية المنافسة والاستثناء هو عدم إطلاق المنافسة لتفادي السلوكات والتصرفات الغير مشروعة لمنع الوصول إلى المنافسة المتوحشة والتي تخلق بدورها الفوضى وألا توازن في السوق.

والغاية من ذلك هو الحصول على منافسة سلمية وفعالة وكذا المحافظة على القواعد الحرة للعبة التنافسية ومعاقبة التجاوزات.<sup>(3)</sup>

## ب - شروط وطبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة:

لم يضع المشرع قواعد خاصة لتنظيم المسؤولية الناجمة عن أعمال المنافسة غير المشروعة، لذا أسس القضاء الفرنسي دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد المسؤولية المدنية اعتماداً على المواد (1382-1383) كأساس لنظرية المنافسة.

حيث ورد في نص المادة 1383: "كل فعل أيا كان يقع من الإنسان ويحدث ضرراً للغير يلزم من وقع منه هذا الفعل الضار بخطئه أن يعرض للضرر".

<sup>1</sup>-Chevallier Jacques , Le droit économiques insécurité juridique ou nouvelle sécurité juridique .in ,sécurité juridique et droit économique, sous dir,Boy L.,Racine JB.,Siriaïnen F, Larcier,France ,2008,p.123.

<sup>2</sup> Didier PH, Regard juridique sur l'accès au droit , in in ,l'accès au règles droit , RTDV civ.,2000, p.325

<sup>3</sup> - عبد الناصر فتحي الجلودي، الاحتكار المحظور و تأثيره على حرية التجارة، دراسة قانونية مقارني، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص. 112.

وتقابلها المادة 124 من القانون المدني:

كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه أو يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه التعويض" وشروط دعوى المنافسة هي نفس شروط دعوى المسؤولية المدنية من خطأ وضرر وعلاقة بسببه.

### 1- الخطأ:

وهو ترك ما كان يجب فعله أو بفعل ما كان يجب الإمساك عنه وشروط الخطأ من أهم شروط المنافسة الغير مشروعة. وعموما فإنه لا توجد قائمة بالأعمال التي تعتبر مخالفة لمبدأ المنافسة المشروعة وما على المضرور في هذه الحالة إلا إثبات الخطأ.

### 2- الضرر:

يتمثل الضرر في مجال المنافسة الغير مشروعة في فقد التاجر لزيائنه ضحية الأعمال غير مشروعة وإن إثبات الضرر يكون بكافة وسائل الإثبات والضرر الموجب للتعويض هو الضرر المحقق الوقوع أي الذي وقع فعلا، أو سيقع حتما وهو ما يسمى بالضرر المستقبل، أما الضرر الاحتمالي أي الضرر الغير المحقق فهو قد يقع وقد لا يقع فلا يكون التعويض واجبا إلا إذا وقع فعلا. (1)

### 3- العلاقة السببية بين الخطأ والضرر:

يعتبر شرط أساسي لقبول دعوى المسؤولية التقصيرية، وإن تحويل العلاقة بين الأخطاء المرتكبة والضرر ليست بالأمر السهل إذ قد تكون الأسباب عديدة فكيف تحدد أثر الخطأ في إحداث الضرر وتبقي عملية الحسم في ذلك للقضاء. (2)

### الفرع الثاني: حرية الأسعار:

لا بد من التفرقة بين مبدأ حرية الأسعار أو مبدأ تحرير الأسعار ومبدأ إلزامية الإعلام عن الأسعار. - إن مبدأ إلزامية الإعلام عن أسعار المنتجات والخدمات المعبر عنه والإعلام الجبري للأسعار، يعتبر من القواعد التي تقوم عليها شفافية الممارسات التجارية.

هذا المبدأ منصوص عليه في المادة 53 من قانون المنافسة رقم 96-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، ولكن بعد صدور قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 فإن المشروع قد خصصه للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث فصلها عن الممارسات المنافسة لقواعد المنافسة التي أصبح يحكمها الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالمنافسة فالمادة 04 من قانون 02-04 تنص على:

"يؤدي البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"

وهذا الالتزام الذي يقع على عاتق البائع يهدف في الأساس إلى خدمة المستهلك من حيث المبدأ "أن كل متعاقد يجب أن يتصرف بعلم اليقين" وهو مستوحى من قانون العقود، وكذلك من أجل تفادي المفاجأة غير الآمنة، حيث قد يضطر المستهلك أو

<sup>1</sup>-Glais Michel , Laurent philipe , Traité d'économie et de droit de la concurrence, P.F.U., 1ère édition, 1983, p.125.

2- صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، الجزء الاول، طبعة 2، دار الهدى، الجزائر، 2010، ص.123.

المشتري إلى اقتناء السلعة أو الخدمة وهو يخرج خاصة في حالة ما إذا كانت إمكانيته المالية لا تتوافق مع السعر الحقيقي أو الخدمة المراد اقتناءها.<sup>(1)</sup>

وهناك طرق خاصة يتم بها إعلام المستهلك بأسعار السلع والخدمات وذلك عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة وواضحة بالنسبة للمستهلك، بحيث تكون هذه الأسعار والتعريفات مرئية وباستطاعة المستهلك قراءتها. حيث أن عرض السلعة والتعريفات مرئية وباستطاعة المستهلك قراءتها.

حيث أن عرض السلعة أو الخدمة مع تبيان سعرها للجمهور يعتبر وسيلة للتعبير عن الإيجاب من طرف المهني، فإذا كان هناك قبول من المشتري تم البيع في هذه الحالة ولا يكون للأول الرجوع أو رفض البيع.

أما بالنسبة لمبدأ تحرير الأسعار أو حرية الأسعار فهو مبدأ من مبادئ المنافسة أو التي تقوم عليها المنافسة، ونعني أن العون الاقتصادي حر في وضع الأسعار للسلع والخدمات التي يقدمها للمستهلكين، ولكن من الناحية العملية يجب أن يجري السعر الموجودة في السوق التي يضعها المتعاملين الاقتصاديين المنافسين له، لكن قد تتدخل الدولة لضبط وتحديد السعر عندما يكون السعر غير فعلي، وذلك من أجل تجسيد شفافية ونظامية السوق.<sup>(2)</sup>

فمبدأ تحرير الأسعار يعني عدم تدخل السلطات العمومية في تحديد الأسعار إلا في الحالات القصوى، وهو المبدأ المنصوص عليه في المادة الرابعة<sup>3</sup> من القانون رقم 03-03.

### المبحث الثاني: قانون المنافسة والنظام العام التنافسي

إن حماية مصالح المستهلكين والأعوان الاقتصاديين هو الهدف الأساسي الذي يرمي النظام العام إلى تحديده وذلك من خلال ضمان التنظيم الأفضل للاقتصاد، وهو ما يهدف إليه كذلك قانون المنافسة من خلال خدمة المستهلك وكذا تنظيم المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، والأهم من كل ذلك هو منعه للممارسات المنافية للمنافسة.

والإشكال الذي يطرح هنا يكون عن مفهوم النظام العام الاقتصادي "وكذا كيف يحمي قانون المنافسة المستهلك؟ وما هي أهم الممارسات المنافية لقواعد المنافسة؟

<sup>1</sup> - أشرف وفاء، المنافسة المشروعة في القانون الدولي الخاص، القاهرة، دار النهضة العربية 2000.

<sup>2</sup> - Patrick Hubert, Frédéric Marty, La concurrence au secours de l'économie numérique, Ed. Fauves, 2019, p.321 : « L'ordre public économique est lié à la défense d'une concurrence suffisante sur les marchés comme en atteste la jurisprudence constitutionnelle, administrative et judiciaire en matière de concentrations économiques et de pratiques anticoncurrentielles. Mais l'ordre public économique va au-delà de la concurrence. D'autres impératifs que doivent prendre en considération les régulateurs enrichissent son contenu et sa fonction. La préservation et le rétablissement de l'ordre public économique constituent l'objet même de la régulation économique. De même que l'ordre public est indissociable de la police, l'ordre public économique fait le lien entre la notion de police appliquée à l'économie et la notion juridique de régulation. »

<sup>3</sup> - نص المادة الرابعة من القانون رقم 03/03 ينص على ما يلي: "تحدد بصفة حرة أسعار والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة" غير انه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 5

## المطلب الأول: حماية قانون المنافسة للنظام العام التنافسي

لا بد من تعريف النظام العام الاقتصادي أولاً، وهو ما تناوله في الفرع الأول ثم تعرض إلى حماية قانون المنافسة للمستهلكين والأعوان الاقتصاديين بمعنى حماية النظام العام الاقتصادي وذلك في الفرع الثاني.

## الفرع الأول: تعريف النظام العام الاقتصادي:

للنظام العام مفهوم نسبي متطور ومتغير، يتغير الزمان والمكان لارتباطه بصميم المصالح العليا للمجتمع والأسس الجوهرية لنظام الحكم، لذا اختلاف الفقهاء حول تعريفه كذا تحديد مضمونه ونطاقه، ولم يعطوه تعريفاً دقيقاً وإنما قربوا معناه فقط إلى الأذهان وذلك عندما وجدوا أن أساسه هو فكرة المصلحة العامة، مهما كانت هذه المصلحة سياسية كتنظيم الدولة وطريقة مباشرة سيادتها أو اجتماعية كتنظيم الأسرة أو اقتصادية كتنظيم الإنتاج الوطني أو غيرها.<sup>(1)</sup>

ولقد وردت عدة تعريفات فقهية نذكر منها:

"مجموع المصالح الأساسية للجماعة، أي مجموع الأساس والدعامات التي تقوم عليها بناء الجماعة وكيانها بحيث لا تتصور بقاء هذا الكيان سليماً دون استقراره عليها."<sup>(2)</sup>

وكما يعرف أيضاً بأنه مجموع المبادئ الأساسية العليا للنظام القانوني في الدولة والتي يقوم عليها نظام المجتمع سياسياً واقتصادياً وقانونياً وأخلاقياً ويكون الدستور الدور الحاسم في تكوين النظام العام هذا عن النظام العام بصفة عامة، أما عن النظام العام الاقتصادي، فإنه يهدف إلى حماية الأسس الاقتصادية في الدولة.<sup>(3)</sup>

وتظهر أهمية النظام العام الاقتصادي في مجال حماية المستهلك حيث يهدف إلى حماية مصالح المستهلكين الذين يكونون في وضع ضعيف أو نقص في مواجهة المتعاقدين الذين يوجدون في مركز قوة، وهم المهنيين أو التجار، كما أن النظام العام الاقتصادي يهدف إلى حماية الأعوان الاقتصاديين من خلال ضمان تنظيم أفضل للاقتصاد، فالنظام العام الاقتصادي يهدف إلى حماية مصالح معينة وهي مصالح المستهلكين والأعوان الاقتصاديين وقانون المنافسة، بدوره يستهدف حماية مصالح كل من المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين وذلك من خلال وضع ضوابط لتنظيم المنافسة وتمنع التجاوزات وبذلك تمهد السوق للمستهلك، وبهذا يمكن القول أن قانون المنافسة يحمي النظام العام الاقتصادي.

<sup>1</sup>-Marie Malaurie-Vignal, Droit de la concurrence interne et européen, 8<sup>e</sup> édition, Sirey, 2019, p. 123: "Le droit de la concurrence est considéré à juste titre comme étant le cœur de l'ordre public économique, cependant le droit de la concurrence est trop souvent limité à la seule prise en compte du droit antitrust. Dans la défense de l'ordre public économique, il n'est pas et ne peut être ainsi limité, le droit des pratiques restrictives de concurrence et, dans une moindre mesure, le droit de la concurrence déloyale contribuent aussi à la sauvegarde de l'ordre public économique."

<sup>2</sup>- جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، جامعة تيزي وزو، 2011-2012، ص. 37.

<sup>3</sup>- F. Terré, P. Simler, Y. Lequette [1996], *Droit Civil, Les obligations*, Paris, Dalloz, Précis droit privé, p. 300, n° 357 : « Cet ordre public économique de direction résulte de la « croyance que l'État peut orienter la vie contractuelle dans une direction favorable à l'utilité sociale et qu'il devait intervenir dans les rapports contractuels mettant aux prises des parties de puissance économique inégales afin de protéger la partie faible ».

## الفرع الثاني: حماية المستهلكين والأعوان الاقتصاديين:

يهدف قانون المنافسة من خلال نصوصه إلى حماية النظام العام الاقتصادي وذلك:

## أولاً - حماية المستهلكين:

إن قانون المنافسة يهدف إلى خدمة المستهلك وهو ما أشارت إليه المادة الأولى من الأمر 95-06 وأيضاً المادة الأولى من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة "...تحسين معيشة المستهلكين".

- والحالات التي يخدم فيها قانون المنافسة المستهلك عديدة ونذكر منها:

- أ- الالتزام بالإعلام على الأسعار ومنع الغش:

## 1- الإعلام على الأسعار:

فهذا الالتزام يهدف في الأساس إلى خدمة المستهلك، وذلك بإلزامية البائع بالإعلام على أسعار المنتجات والخدمات، والملاحظ أن المشرع الجزائري في قانون المنافسة وحماية المستهلك ألزم البائع بالإضافة إلى تحديد السعر الحقيقي بكل مضامينه وبصورة واضحة ذكر شرط البيع.<sup>(1)</sup>

## 2- قمع الغش:

وذلك من خلال منع الممارسات التجارية التدليسية، وهذا ما نصت عليه المادة 67 من الأمر 95-06 ولها علاقة بغش البضاعة، ومن قبيل هذه الممارسات تحرير فواتير مزورة ولا تعكس حقيقة البيانات والأسعار التي بيعت بها السلعة، بالإضافة إلى كل المناورات الرامية إلى إخفاء الشروط الحقيقية للعملية التجارية، كإتلاف الوثائق التجارية الضرورية وإخفائها وتزويرها. وإن هذه الأحكام تتوافق مع القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني بخصوص التدليس وكل هذه النصوص جاءت في الأصل لحماية الممارسة التجارية نزاهتها أي خدمة للمستهلك، وبذلك الحفاظ على النظام العام والوصول إلى نظامية السوق ومحاربة الخديعة والتضليل الذي يمس بالمستهلك.<sup>(2)</sup>

## ب- منع العمال المنافسة لنزاهة الأعمال التجارية والأوضاع المؤدية إلى تعسفات المهنيين:

كثيراً ما يلجأ المهنيين إلى ممارسات تكون محصلتها التأثير على السوق بالتضييق حيث تعزز مراكزهم السوق ولكن تزيد في ضعف المستهلك مما يدفعه إلى الإذعان لشروطهم ومن هذه الممارسات.

## 1- استغلال الوضعية المهيمنة:

وهي المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر (95-06) والأمر (03-03) وتعتمد على استغلال النفوذ الاقتصادي الناتج عن عدم التوازن بين المؤسسة المهيمنة وباقي المتعاملين ولها عدة صور.

<sup>1</sup> - باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة الفكر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة بسكرة، العدد 12، 2018، ص.ص. 338 و

339 .

<sup>2</sup> - بوزيد صابرينة، قانون المنافسة: لا أمن قانوني أم تصور جديد للأمن القانوني؟، مذكرة ماجستير، جامعة قلمة، 2015-2016، ص. 247.

\* رفض البيع بدون مبرر شرعي: وهو ما تمنعه المادة 1/7 حيث لا يجوز للمهني الذي يقوم بعرض السلعة أو الخدمة أن يمتنع عن تلبية حاجات المستهلك بدون عذر.

\* البيع المتلازم أو التمييزي وهو البيع الذي يدفع المهني المستهلك قبول سلعة إضافية لما يقتنيه دون حاجة إليها.

\* البيع المشروط باقتناء كمية دنيا

\* قطع العلاقات التجارية لمجرد رفض الخضوع لشروط تجارية غير شرعية.

## 2- الاتفاقات التواطئية المعرقلة لحرية المنافسة:

وهو ما نصت عليه المادة (06) من قانون المنافسة، سواء كانت صريحة أو ضمنية بين المؤسسات والتي تؤدي إلى إحداث خلل في السوق كغلق الأبواب على المتنافسين أو اقتسام السوق، تقليص أو مراقبة الإنتاج، عرقلة الإنتاج، عرقلة تحديد الأسعار.<sup>(1)</sup>

## 3- الاندماجات أو التمركرات:

وهذا ما نصت عليه المادة 11 من الأمر 06-95 والمادة 17 من الأمر 03-03 لأن هذه الاندماجات أو التمركرات من شأنها المساس بحرية المنافسة وتكريس الهيمنة في السوق مما يؤدي إلى فرض شروط تعسفية على المستهلكين الذين هم في مركز ضعيف، فكل مشروع للتجمع يجب تقديمه لمجلس المنافسة حتى يستطيع أن يقره، ويجب أن لا يصل استحواذها على 30% وهذا ما اقرته المادة 12 من الأمر 06-95، لكن ما الملاحظ أن المادة 18 من الأمر 03-03 جعلت النسبة تصل إلى 40% من المبيعات في السوق، ولكن إذا رأى المجلس أن هذا التجمع فيه تحقيق لنوعية الإنتاج ويقدم خدمة للمستهلك فإنه يقره.

## ثانيا- حماية الأعوان الاقتصاديين:

إن قانون المنافسة يعتبر آلية قانونية تجسيد نظامية المنافسة وترقيتها بمنعه للممارسات التجارية المتعسفة والمعرقلة للمنافسة، وأيضا يمنع بعض الاتفاقيات التي ترمي إلى إخراج بعض المتعاملين من السوق الذي يؤدي إلى احتكار هذا الأخير، فكل هذا يعتبر حماية للمتعاملين الاقتصاديين، يوفرها لهم قانون المنافسة وفي ذلك أيضا حماية للنظام العام الاقتصادي ومن الأمثلة التي تبرز فيها حماية قانون المنافسة لهؤلاء الأعوان كثيرة.

إن أمر 03-03 لا يهدف فقط إلى تنظيم أو تحديد شروط المنافسة في السوق لتفادي الممارسات المقيدة للمنافسة، وإنما قرر عقوبات بشأن الأعوان الاقتصادية الذين يلجؤون إلى مثل هذه الممارسات حيث خصصت المادتين 56-57 من الأمر (03-03) لتبيان هذه العقوبات وفي ذلك طبعاً حماية الأعوان الاقتصاديين الذين يدخلون السوق وهم مطمئنين.

لقد خصص الأمر 03-03 النص الثاني منه لبيان بعض الممارسات المقيدة للمنافسة التي قد يلجأ إليها بعض الأعوان الاقتصاديين في كل من المادتين 6-7 من هذا الأمر والملاحظ أنها جاءت ممارسات منافية للمنافسة لم تتضمنها المادتين 6-7 من الأمر (06-95) المتعلق بالمنافسة وهذا يدل على زيادة اهتمام المشرع بحماية المتعاملين في السوق.

كما يمكن للمتعاملين الاقتصاديين في حالة وجود منافسة غير مشروعة اللجوء إلى رفع دعوى بشأن ذلك للحصول على تعويض استناداً إلى نص المادة 124 من القانون المدني والتي تعتبر الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة.

## المطلب الثاني: الممارسات التجارية المنافية لقواعد المنافسة

<sup>1</sup> - تيورسي محمد، قواعد المنافسة و النظام العام الاقتصادي -دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2010-2011، ص. ص. 79-80.

إلى غاية 2003 كانت الممارسات التجارية المخالفة لقانون تقع تحت طائلة قانون واحد وهو أمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، وبصدر الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، فصل المشرع بين الممارسات المنافية لقواعد المنافسة ونزاهتها والتي خصص لها القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و ما بين المنافسة المشروعة.

وبالرجوع إلى الأمر (03-03) يمكن صوغ الممارسات المنافية لقواعد المنافسة في فئتين وهما:

1- الممارسات المقيدة للمنافسة.

2- التجمع الغير مصرح به.

### الفرع الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة:

من أهم الممارسات المقيدة للمنافسة التي تبينها أمر 03-03 نذكر:

#### أولاً- الأعمال والاتفاقيات غير المشروعة:

لقد نصت المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على حظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها.
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
- اقتسام السوق أو مصادر التمويل.
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة.
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لتوفر لهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو بحسب الأعراف.<sup>(1)</sup>

وقد استثنت المادة 09 من نفس الأمر 03-03 من هذا الحظر الاتفاقيات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي أئخذ طبقاً له، كما رخصت الفقرة الثانية من هذه المادة الاتفاقيات والممارسات التي يستطيع أن يبين أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل أو التي تسمح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق كما أوضحت هذه الفقرة أن هذا الحكم لا تستفيد منه إلا الاتفاقيات والممارسات التي تكون محل ترخيص من مجلس المنافسة ويكون الترخيص وفق ما نصت عليه المادة 08 من الأمر رقم 03-03.

#### ثانياً- التعسف الناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكارها:

نص المادة 07 من الأمر (03-03) على حظر كل تعسف ناتج عن وهيمنة على السوق أو احتكارها أو على جزء منها قصد:

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

<sup>1</sup> - أمر (03-03) المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة المادة 06.

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل.
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار وانخفاضها.
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة.
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

وقد عرفت المادة 03 الفقرة "ب" من الأمر (03-03) المقصود بالسوق: "كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية للممارسات مقيدة للمنافسات وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك ممانعة أو تعويضية، لاسيما مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصص له والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية".

- وتطبيق على التعسف الناتج عن وضعية هيمنة أو احتكار نفس القواعد المطبقة على الأعمال المقيدة للمنافسة فيما يخص الاستثناءات والترخيص.

ولقد عرفت المادة 03 فقرة "ج" وضعية الهيمنة على أنها الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها أو ممونيها<sup>1</sup>.

#### ثالثاً- إبرام عقد بيع استثنائي لاحتكار التوزيع:

لقد اعتبر بعض الفقه الجزائري أن المادة 10 هي عرقلة حقيقية لحرية المنافسة أو على الأقل حداً منها أو إخلالاً بها لأنه من شأن كل عقد شراء استثنائي (contrat de vente exclusif) يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق.<sup>(1)</sup>

#### رابعاً- التعسف في استغلال وضعية التبعية:

تحظر المادة 11 من الأمر 03-03 على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة، وقد عرفت المادة 03 في فقرتها "وضعية التبعية الاقتصادية كما يلي: هي العلاقة التجارية التي يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا.

#### خامساً- البيع بثمان أقل من سعر التكلفة:

تحظر المادة 12 من الأمر (03-03) عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق.

#### الفرع الثاني: التجمع الغير مرخص به :

<sup>1</sup> - محمد الشريف كتبو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 و القانون 02/04، منشورات البغداددي، 2010، ص.132.

تنص المادة 17 من الأمر (03-03) على أن تجمع المؤسسات الذي من شأنه المساس بالمنافسة هو الذي يعزز هيمنة مؤسسة في السوق تقضي: "كل تجمع من شأنه المساس بالمنافسة ولاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما يجب أن يقدمه أصحابها إلى مجلس المنافسة الذي يثبت فيه في أجل ثلاثة (03) أشهر".

وأوضحت المادة 18 من نفس الأمر أن أحكام المادة 17 أعلاه تطبق كلما كان التجمع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة.

- والتجمعات تتم حسب المادة 15 كما يلي:

1- إذ اندمجت مؤسستان أو أكثر مستقلة من قبل.

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

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

ومما سبق يمكن القول أن أي تجمع للمؤسسات يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة بشكل مخالف، إذا تم دون الحصول على ترخيص مسبق من مجلس المنافسة.

كما يمكن لمجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع كما يمكن له أن يرفضه وهذا ما نصت عليه المادة 19 من الأمر 03-03 في الفقرة الأولى المذكور أعلاه.

- يمكن لمجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معلل، بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة".

## خاتمة:

إن ترك نظام السوق تحركه ممارسات عشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة وما ينتج عنه آثار ضارة على المستهلكين وصغار المنتجين.

ولا يمكن التسليم من أن التنظيم القانوني لقواعد المنافسة هو فقط مواجهة التصرفات والممارسات الضارة القانونية، بل يجب أن يهدف هذا التنظيم أيضا إلى منع وقوع تلك التصرفات أو الممارسات بإجراء وقائي لحماية المنافسة الحرة.

والأحكام المتعلقة بتنظيم المنافسة تحتاج إلى أجهزة قادرة على تنفيذها بفاعلية كبيرة خاصة أنها أحكام تتميز بالدقة والتعقيد فقانون تنظيم وحماية المنافسة يتضمن التدخل لإرسال قواعد المنافسة في السوق وهذا التدخل غير مرغوب فيه إذا لم يكن من خلال أدوات دقيقة وواضحة وفاعلة، كما أن تطور الثقافة الاقتصادية داخل المجتمع مهم حتى يحقق القانون أهدافه من المساواة والعدالة وتوفير الفرص أمام المشروعات المنافسة.

وبذلك يمكن القول أن المنافسة هي حق خالص يثبت للجميع ولكن في نفس الوقت له قانون يضبطه.

## قائمة المراجع

أولا- باللغة العربية:

## 1- الكتب والمؤلفات:

1- أحمد محرز: الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.

2- أشرف وفا: المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص دار النهضة العربية القاهرة، 2000.

## 2- مقالات:

- قادة شهيدة قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، مخبر القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة تلمسان سنة 2001.

## 3- القوانين:

- 1- القانون المدني الجزائري الصادر بالأمر رقم 75-57 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بالقانون رقم (05-10) المؤرخ في 13 جمادي الأولى عام 1426 الموافق لـ 20 يونيو سنة 2005.
- 2- القانون رقم (04-02) المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالقواعد العامة المطلقة الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد رقم 41 سنة 2004.
- 3- الأمر رقم (95-06) المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة جريدة رسمية رقم العدد 09 سنة 1995 والمعدل والمتمم بالقانون (03-03) المؤرخ في 25 أكتوبر 2003 المتعلق بالمنافسة.
- 4- الأمر رقم (03-03) المؤرخ في 19 جمادي الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة.

## ثانيا- باللغة الفرنسية:

1-F. Terré, P. Simler, Y. Lequette [1996], *Droit Civil, Les obligations*, Paris, Dalloz, Précis droit privé, p. 300, n° 357.

[M. Lecene-Villemonteix](#), [Droit de la concurrence](#), 1<sup>re</sup> édition, **Gualino**, 2019.2-

[Marie Malaurie-Vignal](#), *Droit de la concurrence interne et européen*, 8<sup>e</sup> édition, Sirey, 2019.3-

4-Patrick Hubert, Frédéric Marty, *La concurrence au secours de l'économie numérique*, Ed. Fauves, 2019.

Pironon Valérie, *droit de la concurrence*, Gualino, extenso éditions, Paris, 2009 5-