وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة دكتور مولاي طاهر- سعيدة –

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مبادئ المنافسة وأثرها على الاستثمار

مذكرة لنيل شهادة الماستر

تخصص: قانون الأعمال

من إعداد الطالب: صبان محي الدين

تحت إشراف الأستاذ: د.عثماني عبد الرحمان

أعضاء لجنة المناقشة:

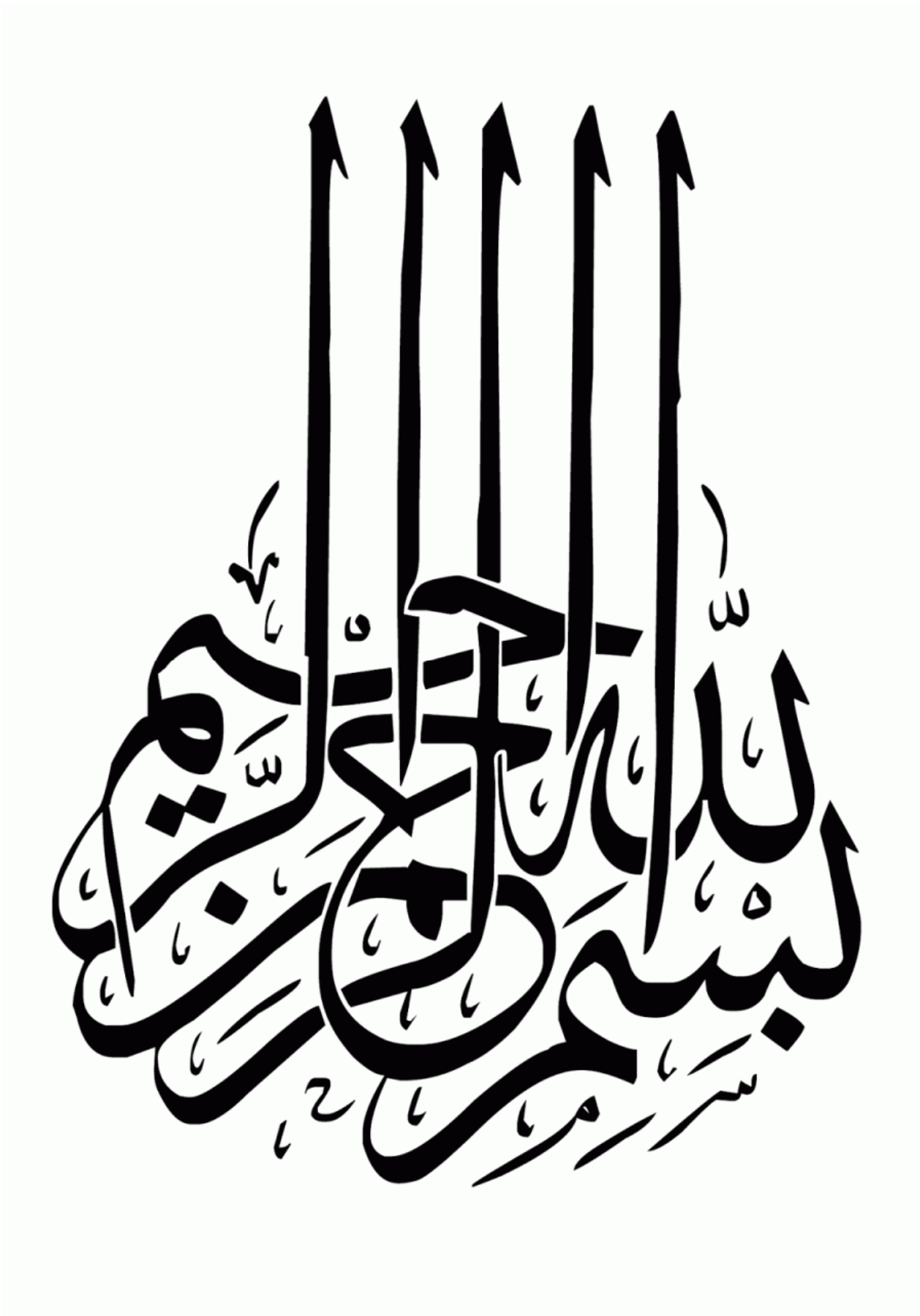
الأستاذ:.....د.بن زايد أمحمد.....رئيسا

الأستاذ:..... د.عثماني عبد الرحمن.....مشرفا ومقررا

الأستاذة:.....د.بلعابد عايدة.....عضوا مناقشا

الأستاذ:..... د.هبري سحانين..... عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020- 2021


بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

قال تعالى في محكم تنزيله بعد بسم الله الرحمن الرحيم

﴿...و ما توفيقي إلا بالله عليه توكلت و إليه أنيب...﴾سورة هود
الآية 88

نحمد الله عز وجل و نثني عليه على منه و كرمه في إنجاز
مذكرتي على الوجه الذي يرضاه ، فإذا كان كاملا فمن الله وحده
وإن طاله النقص والقصور فمن نفسي.

إلى الوالدين الكريمين شكرا و عرفانا حفظهما الله و أدام الله
عليهما وافر الصحة.

إلى من كانوا سنداً لي ، كل الذين أحبوني وشجعوني.

شكر و عرفان

عرفانا بالجميل أتقدم بأصدق عبارات الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف

الدكتور" عثماني عبد الرحمان " على قبوله الإشراف

على هذا العمل وعلى حسن نصحه و توجيهه سائل المولى عز و جل أن يبارك له في عمره وأن يمتعه بالصحة والعافية ، وأن يجزيه خير الجزاء.

كما أتقدم بشكري الجزيل إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على كل المجهودات المبذولة في سبيل مناقشة هذا العمل وتقييمه فلهم مني فائق الشكر والاحترام.

قائمة المختصرات

ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ص: الصفحة.

ص ص : من الصفحة إلى الصفحة.

ط: طبعة.

ط ب ر : طبعة بدون رقم

ط ب س : طبعة بدون سنة

ق م : قانون المنافسة

مقدمه

مقدمة:

يتمثل قانون المنافسة في مجموعة الأحكام القانونية، و التنظيمية المطبقة على المؤسسات في إطار نشاطها داخل السوق، والتي يكون الغرض منها ضبط التنافس فيما بينها.

أما المنافسة بوجه عام ولكونها من سنن الفطرة الكونية للبشر، فلا يمكن إلّا أن تكون وضعية تنافس اقتصادي بين المؤسسات، بهدف عرض منتجات السلع والخدمات داخل السوق الواحدة ،تلبية للحاجيات ذاتها على أن تكون لكل مؤسسة سيان الحظوظ من الربح أو الخسارة، وهي الوضعية التي تقابل وضعية الاحتكار، سواء كان هذا الاحتكار من الدولة ، وهنا تخضع لأعمال قواعد سياسة التخطيط، أو كان الاحتكار لمصلحة مؤسسة خاصة فتكون أمام وضعية هيمنة اقتصادية لا تتحقق معها ظروف المنافسة الكاملة.

في هذا الإطار سعت الجزائر إلى إجراء إصلاحات اقتصادية، أدت إلى بروز فرع قانوني جديد إلا وهو قانون المنافسة الذي تضمن الأمر رقم 95 / 06 المؤرخ في 25 / 01 / 1995 المتعلق بالمنافسة الذي جاء لوضع قواعد وأسس المنافسة بدل التشريع القديم المتعلق بالأسعار، إذ يعد من النصوص الرسمية التي اعترفت ضمنيا بمبدأ حرية المبادرة قبل أن يكرسها دستور 16 نوفمبر 1996 بصفة صريحة في المادة 37 منه إلا أنه يعاب على هذا الأمر، عدم منعه لممارسات تقيد المنافسة وعدم توضيحه لبعض المفاهيم ،والإجراءات التي تكفل التطبيق السليم للقواعد التي جاء بها، من هنا ظهرت الحاجة إلى قانون جديد للمنافسة تمثل في الأمر رقم 03 / 03 المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم بالقانون 08 / 12 المعدل بالقانون 10 / 05 الجزائري، يلغي القانون السابق ويتبنى المبادئ نفسها، وذلك طبقا للباب الثاني المعنون تحت "مبادئ المنافسة" من الأمر 03 /03 والتي تم الاعتماد عليها، إلا و هي مبدأ حرية المنافسة والتي تعتبر حرية كل شخص في مزاولة أي نشاط من اختياره، ودون رقابة أو ترخيص مسبق وبالتالي باتت المنافسة أمرا طبيعيا ومبدأ أساسيا في عالم الاقتصاد .

والمبدأ الثاني هو حرية الأسعار الذي تضمنه الأمر 03 /03 المتعلق بالمنافسة، حيث نصت المادة 04 منه على أنه «: تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة».

حيث إن تجسيد المشرع الجزائري لمبدأ حرية الأسعار راجع لإدراك هذا الأخير لما للسعر من أهمية وتأثير في المنافسة، حيث يستعمل السعر كوسيلة لتغيير معطيات السوق .

إلا انه إذا كانت هذه المبادئ تشكل الأصل فإنها لا تؤخذ على إطلاقها، إذ ترد عليها قيود تحد من حرية مبادئ المنافسة لكن إذا كانت حرية مزاولة النشاط الاقتصادي وحرية المنافسة وحرية وضع الأسعار من سنن الفطرة الكونية، إلا أن الحرية أيا كان مجال إعمالها، لابد من تنظيم يحميها من الاعتداء، ولذلك تعددت النصوص التشريعية المتضمنة لها، والتي تتمثل في وضع قيود على حرية التجارة منها، على سبيل ضرورة الحصول على ترخيص مسبقة لممارسة نشاط معين وقد يحضر القانون أعمالا معينة أو تنظيم أسعار بعض السلع، ولا يعد ذلك اعتداء من المشرع على تلك الحرية إنما لا يجب أن يتعدى وصفها كاستثناء على المبدأ ، كما أنه إذا كانت مبادئ المنافسة أمرا ضروريا ومشروعا، فإن هذه المبادئ لها حدود وقيود ينبغي على المتعاملين الاقتصاديين احترمها، وذلك بمراعاة أن تكون المنافسة في حدود القانون والعادات التجارية دون التعدي والمساس بحقوق المتنافسين الآخرين.

بالتالي فإن تكريس مبادئ المنافسة له تأثير مباشر على إنجاز الاستثمار، حيث يتم حظر مجموعة من الممارسات التي تهدد المستثمر: الاحتكار، الممارسات المقيدة للدخول في السوق، الاتفاقات التي تحد من ممارسة النشاط والدخول في السوق.

من جانب آخر حرية الاستثمار تؤثر في حرية المنافسة حيث تقييد الاستثمار يؤدي إلى انعدام المنافسة وتكون مبادئ المنافسة خيالية، مما يؤدي إلى بروز الاحتكار.

عليه قد أنشأ المشِرع الجزائري بذلك مجلس المنافسة عام 1995 كإحدى سلطات الضبط الاقتصادي السباقة للظهور، قصد الضبط الفعال للمنافسة داخل السوق في الجزائر، على أن يحل محل التدخل المباشر للدولة في تنظيمها .

بالتالي حماية للمستثمرين من المنافسة غير المشروعة خول القانون رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي تعتبر كغيرها من الدعاوى القضائية يمكن أن تثار عندما يكون هناك تعدي بأساليب مخالفة للقانون ومخالفة للعرف التجاري .

تظهر أهمية دراسة مبادئ المنافسة وأثرها على الاستثمار في القانون الجزائري، لأنه من المواضيع ذات الأهمية التي يعتمد عليها اقتصاد الدولة، وأيضا نشر ثقافة قانونية في مجال المنافسة والتعريف بالهيئة المختصة في حالة وجود نزاع.

أهداف الدراسة فرضتها طبيعة المعاملات التجارية في ظل المنافسة الحرة التي عرفتها الجزائر طيلة هذه الفترة خاصة ومع وجود المنافسة غير المشروعة جعلت منها مجالا لدرسة طبيعة المعاملات وكيفية ضبطها ووضع حد لها من خلال مجموعة من الآليات ممثلة في مجلس المنافسة ، والتي تدور بين الوقاية من جهة والردع من جهة ثانية.

من أهم الأسباب الشخصية التي دفعتني إلى اختيار الموضوع، هو إنشدادي الشخصي له، وإشباع فضولي حوله هذا الموضوع .

من الأسباب الموضوعية التي دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع هو قلة البحوث حوله، أشير إلى أهميته البالغة، وخاصة تحرير التجارة وتطور ثقافة المنافسة في الجزائر، واعتمدنا في موضوعنا هذا على المنهج الوصفي .

من هذا المنطلق يمكننا طرح الإشكال التالي المتمثل في ماذا تكمن عواقب مبادئ المنافسة على الاستثمار ؟ والذي سنتناول فيه ما هي مبادئ المنافسة والقيود الواردة عليها ؟.

وبالتالي للإجابة على هذا الإشكال المطروح، سنتعرض في المرحلة الأولى إلى المحددات المفاهمية الاستثمار (الفصل الأول) .

في مرحلة ثانية القيود الواردة على مبادئ المنافسة وآثار تلك المبادئ على الاستثمار (الفصل الثاني) .

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للمنافسة والمبادئ التي تقوم عليها

تمهيد:

في محاولة من المشرع الجزائري للسيطرة على العلاقات الاقتصادية داخل الأسواق وتنظيمها، أخضع عملية المنافسة لقانون خاص، وهو قانون المنافسة، من أجل الحفاظ على المنافسة داخل السوق وبالتالي إعطاء المؤسسات وصولاً كافياً لزيادة قدراتها الربحية، تبع ذلك التجارة الاقتصادية في الجزائر، مما أدى إلى ظهور النصوص القانونية التي أرست هذا الاتجاه، حيث تضمن قانون الأسعار 12/89 من خلال ما تضمنه لبعض قواعد المنافسة. القانون الجزائري الأول للمنافسة هو القانون 06/95، الذي ألغي بالمرسوم رقم 03/03[1] المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 12-08[2] المتعلق بالمنافسة، والذي وسّع نطاق النشاطات التي تخضع لقانون المنافسة بإضافة نشاط الاستيراد، كان آخر تعديل لقانون المنافسة هو القانون رقم 10-05.[3]

وبالتالي للتطرق لهذا لا بد أن نعرف ماهية المنافسة (المبحث الأول)، والمبادئ التي تقوم عليها المنافسة (المبحث الثاني).

[1] أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2008)

[2] لقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 المعدل و المتمم للأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة.

[3] أمر رقم 10-05 مؤرخ في 26 غشت سنة 2010، يتمم القانون رقم 06-01 المؤرخ في 20 فبراير سنة 2006 و المتعلق بالوقاية من الفساد و مكافحته. (ج ر رقم 50 المؤرخة في 01 سبتمبر 2010).

المبحث الاول : ماهية المنافسة

تمهيد:

تمتاز قواعد قانون المنافسة بنوع من الخصوصية، تبدأ من حيث الدور الذي يجب أن تلعبه في تنظيم العلاقات الإقتصادية داخل السوق، وطبيعة النظام الإقتصادي الذي تتدخل فيه، ما ينجم عن ذلك من متغيرات وممارسات تأثر على مضمون هذه الأحكام، وذلك أن قانون المنافسة يعتبر فرعا قانونيا حديثا نسبيا في النظام القانوني الجزائري، أملته ضرورات مجتمعية واقتصادية، يجب معرفة تطور المنافسة وتدوينها (المطلب الأول)، وكذا الأساس القانوني للمنافسة (المطلب الثاني) .

المطلب الأول : تطور المنافسة و تدوينها

يرتبط ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية عموما بانتهاج اقتصاد حر تكون المنافسة داخله إحدى أهم مقوماته.

وعلى هذا الأساس لم يكن من المتوقع ظهور قانون المنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل التسعينات القرن الماضي على اعتبار سيادة المذهب الاشتراكي، وبالتالي نظام اقتصادي احتكاري تزاول من خلاله الدولة نشاط التوزيع والإنتاج دون مزاحمة من الكيانات الاقتصادية الخاصة، وعليه كان ظهور أول قانون للمنافسة في الجزائر سنة 1995 من خلال القانون 95 – 06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، إلا أن هذا القانون ألغي وعوض بالقانون 03 – 03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، حيث يلاحظ أن المشرع الجزائري فصل بمقتضى هذا القانون بين الممارسات التجارية التي أفرد لها قانونا خاص يتمثل في القانون 04 –02[1] المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وخصص قانون المنافسة للأحكام المتعلقة بمبادئ المنافسة ومجلس المنافسة.

[1] قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004).

الفرع الأول: تعريف قانون المنافسة

قبل التعريف بقانون المنافسة يجدر بنا تعريف المنافسة بشكل عام، سواء على الصعيد اللغوي أو على الصعيد الاقتصادي، باعتبار هذه الأخيرة تشكل نظاما اقتصاديا.

أولا: تعريف المنافسة:

على الصعيد اللغوي، " نفس الشيء نفاسة؛ أي كان عظيم القيمة فهو نفيس، ونافس في الشيء: بالغ ورغب فيه؛ أي سابقه وباراه فيه من غير أن يلحق الضرر به"[1] فالمنافسة تعبر عن السعي نحو الرفع من قيمة العمل على نحو يظهر فيه التميز والإبداع.

أما على الصعيد الاقتصادي أو التجاري تحديدا، فالمنافسة تعني: " ذلك التزاحم الناشئ بين التجار أو الصناع قصد تسويق وترويج أكبر قدر ممكن من منتجاتهم أو خدماتهم، سواء المادية منها كالبضائع والسلع أو المعنوية كالخدمات، ويحقق التجار هذه الغاية بالعامل الأساسي الذي يحركه، ألا وهو حرية المنافسة فيما بينهم وحرية الاختيار المكفولة لجمهور المستهلكين"[2]

فالمنافسة هي نظام اقتصادي يسمح بتحقيق الفعالية الاقتصادية، وتأخذ المنافسة أشكالا متعددة من أهمها:

– **المنافسة التامة:** وتشمل الأسواق التي لا يكون للبائع أو المشتري أي سيطرة على الأسعار التي يتقاضاها أو يدفعها.

[1] محمد إبراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، ملتقى حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ضوء التحولات بالمنطقة العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية بالتعاون مع الجامعة البريطانية في مصر، شرم الشيخ، جمهورية مصر العربية، ديسمبر، 2011، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة2012، ص 145.

[2] قادري لطفي محمد الصالح، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2017، ص 21.

– **المنافسة الاحتكارية:** وتشمل الأسواق التي تتميز بوجود عدد كبير من البائعين والمنتجين وبتمايز فيما بين السلع المتواجدة في السوق بحيث يفضل كل مشتري التعامل مع بائع معين، ولكن في الوقت ذاته يلقي منافسة كبيرة من الآخرين بسبب قابلية المنتجات للإبدال فيما بينها.

–منافسة القلة: وتشمل الأسواق التي تتميز بقلة عدد البائعين في السوق إلى درجة تجعلهم غي مستقلين عن يعضهم، وهذا ما يدفع كل منهم إلى الأخذ في الاعتبار عند وضع سياسته سياسة المنتجين الآخرين.

ثانيا: تعريف قانون المنافسة

توصف تشريعات المنافسة بأنها: " آليات قانونية تهدف إلى حماية المنافسة ذاتها بهدف تنمية الاقتصاد الوطني وتحقيق التقدم، فالمنافسة هي الديمقراطية الاقتصادية، وهي إحدى المبادئ الأساسية التي تتبناها الدول المتقدمة في تعاملاتها الحالية "[1].

على ضوء ما تقدم وعلى ضوء المادة الأولى من الأمر03-03[2] المتعلق بالمنافسة يمكن وصف قانون المنافسة بأنه: "جملة القواعد القانونية التي تهدف إلى حماية المنافسة في السوق قصد الوصول إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية وترقية معيشة المستهلكين ".

الفرع الثاني: التطور التشريعي لقانون المنافسة في الجزائر

إن دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة منحها المشرع للتاجر بهدف حمايته من ادعاءات منافسيه التي تهدف إلى إبعاده من النشاط بطرق غير مشروعة، وهي بذلك ذات مجال أضيق من قانون المنافسة الذي يهدف إلى حماية السوق.

[1] لينا حسن ذكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار (دراسة مقارنة في القانون المصري والفرنسي والأوروبي)، دار النهضة العربية، القاهرة 2006، ص8.

[2] أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2008)

في بداية إنشائه سنة 1995 تلقى مجلس المنافسة العديد من الإخطارات تتعلق بمنافسة غير مشروعة، فبموجب إخطار صادر عن شركة (أورونجينا الجزائر) ضد السيد سعيد زعيم صرح صاحب شركة أورونجينا صرح فيه صاحب شركة أورونجينا أنه اتفق بصفته المالك الوحيد لهذه العلامة مع السيد "زعيم محمد" لمنحه امتياز لاستغلالها لمدة سنتين، وذلك بموجب عقد رسمي بينهما، غير أن عدم احترام مقاييس الصنع أدى بالمالك الأصلي إلى فسخ العقد، ومع ذلك واصل السيد زعيم – حسب الإخطار استغلال العلامة عن طريق التدليس فيما فند الطرف المشتكى منه استغلال علامة (أورونجينا)، مؤكدا أنه يملك هو الآخر شركة تحمل اسم (اونجينا الجزائر)، وبأنها مسجلة بصفة قانونية لدى المركز الوطني للسجل التجاري، وقد قضى المجلس بخصوص الإخطار بالرفض لعدم الاختصاص بقوله: " اعتبارا أن الوقائع كما هي مطروحة لا يمكن وصفها بممارسات منافية للمنافسة بالمفهوم الوارد في المواد 6،7،10 من الأمر 95-06 ولا تدخل بالتالي في مجال اختصاصه "[1]

المطلب الثاني: الأساس القانوني للمنافسة

يعد التشريع المصدر الأول والمباشر بين مصادر القانون وفق التشريع الجزائري، ويعتبر قانون المنافسة قانونا مقننا تضمنه الأمر03-03 المتعلق بالمنافسة، ومع ذلك فإن تعدد المجالات الخاضعة للمنافسة من ناحية والعلاقة المباشرة بين هذا القانون وفروع القانون الأخرى من ناحية أخرى تفرز تعددا ضمن مصادر قانون المنافسة، كما تعد أيضا الاتفاقات الدولية أو الإقليمية ذات الصلة بالمنافسة، والتي صادقت عليها الجزائر مصدرا من مصادر قانون المنافسة.

الفرع الأول: المصادر الداخلية لقانون المنافسة

1- الدستور: يعد الدستور مصدرا غير مباشر لقانون المنافسة، حيث تضمن مبدأ حرية التجارة والصناعة ضمن المادة 61 منه (دستور 2020)، والتي ورد فيه حرية التجارة والاستثمار والمقاولة

[1] التقرير السنوي لمجلس المنافسة الجزائري لسنة2000، ص 33، غير منشور.

مضمونة، وتمارس في إطار القانون، أيضا تأكيدا على ضبط السوق ومنع الاحتكار والمنافسة غير النزيهة، ويعد الدستور مصدرا غير مباشر لقانون المنافسة من حيث وجوب موافقة مختلف الأحكام المتعلقة بالمنافسة والصادرة عن مختلف النصوص التشريعية والتنظيمية لأحكام الدستور تحت طائلة الحكم بعدم دستوريتها.

2- التشريع: يعد الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة وكذا مختلف نصوصه التطبيقية مصدرا أولا ومباشرا يستند إليه القاضي أو هيئة المنافسة عند فصلهما في القضايا المتعلقة بالمنافسة، حيث تضمن هذا الأمر جملة القواعد الموضوعية والإجرائية التي يتم الاستناد عليها في هذا الإطار، إلى جانب الأمر المتعلق بالمنافسة، والذي يعد من القواعد الخاصة في مجال المنافسة، تمثل بعض القوانين الأخرى قواعد عامة في مجال المنافسة؛ ومن بين النصوص ذات العلاقة المباشرة بالمنافسة، نذكر القانون المدني (سيما نظرية العقد ونظرية المسؤولية القانون التجاري (فيما يتعلق مثلا بالشركات والتجمعات الاقتصادية)، القانون الإداري (وذلك بخصوص تطبيق قانون المنافسة على الأشخاص العمومية)، قانون الإجراءات الجزائية (حيث أحال المشرع بخصوص بعض الإجراءات إلى قانون الممارسات التجارية الذي يحيل بدوره إلى قانون الإجراءات الجزائية)، قانون الإجراءات المدنية والإدارية (وذلك في الحالات التي يختص فيها القضاء الإداري)، القانون المتعلق بالممارسات التجارية (باعتبار العلاقة المباشرة بين النصين)...إلخ.

3- الاجتهاد القضائي: يعتبر التشريع المتعلق بالمنافسة في الجزائر وغيرها من الدول تشريعا حديثا مقارنة بالتشريعات الأخرى، الأمر الذي يؤدي إلى وجود غموض بخصوص بعض النصوص أو وجود ثغرات تدفع القاضي أو هيئة المنافسة إلى محاولة إيجاد تفسير لتلك النصوص أو إيجاد حل للقضية المعروضة.

وعليه يمثل الاجتهاد القضائي مصدرا هاما من مصادر قانون المنافسة والتشريعات الاقتصادية على العموم، وقد يتعدى الاجتهاد القضائي ضمن قانون المنافسة المفهوم المستقر لديه ضمن القواعد

العامة أي القرار الصادر على مستوى الهيئة القضائية العليا بغرفها المجتمعة، ليشمل أيضا القرارات التي تصدرها الهيئات ذات الصلة بالمنافسة، أي مجلس المنافسة وسلطات الضبط الاقتصادي.

4-الفقه: يساهم الفقه كثيرا في تفسير بعض النصوص المتعلقة بالمنافسة، وإن كان لا يمكن اعتباره مصدرا مباشرا لقانون المنافسة، إلا أنه ساهم كثيرا في تطور التشريعات المتعلقة بالمنافسة لاسيما عل مستوى الدول المتقدمة.

الفرع الثاني: المصادر الدولية لقانون المنافسة

ويتعلق الأمر بمختلف الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر والمتعلقة بالمنافسة، لاسيما اتفاقية الشراكة مع الجزائرية الأوروبية الموقعة بتاريخ22 أفريل 2002، والمصادق عليها من قبل الجزائر سنة 2005، حيث تسري الاتفاقية على كل الدول المنضمة إليها وفي حال تعارض القوانين الداخلية لهذه الدول مع أحكامها تطبق أحكام الاتفاقية بالأولوية[1].

المبحث الثاني: مبادئ المنافسة

فكما جاء في الأمر "03/03" فإن مبادئ المنافسة تتمثل في حرية الأسعار، والذي يعتبر هذا المبدأ من أهم مبادئ المنافسة بحيث نصت المادة 04 من هذا الأمر أن أسعار السلع والخدمات تحدد بصفه حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة، إلا أن هذه الحرية مشترطة بالامتثال إلى أسس وقواعد الإنصاف والشفافية، ولم يكن للجزائر عهد بتحرير الأسعار في ظل النظام الاشتراكي الذي كان مطبق بعد الاستقلال إلا بصدور قانون 89-12 الملغى المتعلق بالأسعار فمبدأ حرية المنافسة مبدأ اقتصادي أدخل إلى المجال القانوني بواسطة مبدأ أساسي هو مبدأ حرية التجارة والصناعة، الذي أعطى للنشاط التنافسي أساسه القانوني والشرعي، وإن كنا قد سلمنا بمبدأ حرية التجارة والصناعة فإننا قد نكون سلمنا

[1] قادري لطفي محمد الصالح، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم: تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص55.

في نفس الوقت بحرية المنافسة داخل السوق، فحرية المنافسة أوسع وأشمل من حرية التجارة والصناعة، فلم يكن هناك عهد بمبدأ حرية التجارة والصناعة في ظل نظام الاقتصاد الاشتراكي إذ لم يتبنى هذا المبدأ إلا بالشروع في فتح السوق في وجه الاستثمارات الخاصة، أي بالشروع في تطبيق سياسة اقتصاد السوق، فكرس المشرع هذا المبدأ من خلال نص المادة 37 من دستور 1996 من خلال تكريس حرية التجارة والصناعة و وسع المشرع من نطاق هذه الحرية سنة 2020 من خلال المادة 61 من الدستور التي تعدل المادة 37 لتصبح حرية التجارة والاستثمار.

فمن هنا يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: المطلب الأول تحت عنوان حرية الأسعار، والمطلب الثاني معنون بحرية المنافسة

المطلب الأول: حرية الأسعار

إن مبدأ حرية الأسعار هو أساس المنافسة وهو ما أكدته المادة 04 من الأمر 95-06، وتضمنه أيضا الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والذي ألغى الآمر 95-06

إن تجسيد المشروع الجزائري[1] لمبدأ حرية الأسعار في النظام القانوني الجزائري راجع لإدراك هذا الأخير لما للسعر من أهمية وتأثير في المنافسة، حيث يستعمل السعر كوسيلة لتغيير معطيات السوق فالسعر عنصر متغير عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي يتغير بتغير قيمه الشيء المباع، إلا أنه إذا كان مبدأ حرية الأسعار يشكل أصلا فان هذا المبدأ لا يأخذ على إطلاقه، إذ بإمكان الدولة التدخل عن طريق التنظيم في أحوال ومقتضيات معينة.

[1] هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الأعمال، كليه الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة المسيلة 2013-2014 ص9.

تحديد سعر المنتج الجديد بمراعاة حجم الطلب المتوقع والطلب الممكن، وتكلفة إنتاج وبيع السلعة، الأهداف التسويقية المطلوب تحقيقها بما تشمله من سياسات الترويج والتوزيع. لكن الطريقة الصحيحة لوضع الأسعار للسلع ان تخصص لجنة متخصصة في تحديد الأسعار، فتقوم هذه اللجنة بدراسة العوامل التي لها تاثير في تكوين القيمة فتقوم بدراسة ذلك على الطريقة التالية:

1. وضع السعر طبقا لدراسة النفقات المصروفة على السلعة بالإضافة إلى ملاحظة الجودة وملاحظة نسبة العرض والطلب ومقدار تاثيره في القيمة، فيجب ان تحدد الأسعار للسلع وفقا للعوامل المؤثرة في تحديد القيمة.

2. ان تكون تلك اللجنة على اطلاع كامل عن اسعار السوق الحالية فان سعر السوق له دور كبير أيضا في تحديد القيمة المناسبة للسلعة، فانها تاخذ بنظر الاعتبار عدم اختلاف السعر الذي تحدده اللجنة عن سعر السوق بشكل كبير فلا بد ان يكون متناسباً مع الأسعار السوقية.

3. ينبغي للجنة ان تقوم بنصيحة الشركات بان تقتصر في نفقة الإنتاج على اقل ما يمكن حتى يتسنى لها ان تبيعها بسعر مناسب وتتمكن من كسب ربح مناسب أيضا من دون ان ترتفع.

4. ان تقوم اللجنة بوضع نسبة من الربح للباعة بحيث لا يجوز للباعة طلب نسبة ربح أكثر من ذلك حتى لا يتحقق الإجحاف لا بالبائع ولا المشتري

الفرع الأول: مفهوم السعر

أولا: تعريف السعر لغة

السعر هو التعبير النقدي لقيمة السلعة في وقت ومكان معين، وهو العنصر الوحيد من المزيج التسويقي الذي يمثل إيرادات المنشأة. [1]

[1]a 06 :2621http://www.tejarh.c/supject/3065 le 18/05/20

ثانيا: تعريف السعر اصطلاحا:

من الناحية القانونية، لا توجد تعريفات خاصة بالسعر، فلا قانون المنافسة أو الاستهلاك أو القوانين الأخرى تعرضت لذلك، أما من الناحية الاقتصادية، فقد حظي السعر باهتمام كبير من طرف الباحثين، سواء من وجهة نظر اقتصاديين أو المسوقين.

حيث يعرف علم الاقتصاد بأنه: " التعبير النقدي لقيمة السلع أو البضائع، وبالتالي كلما ارتفعت قيمة السلعة ارتفع سعرها والعكس صحيح"، [1] وقد طرحت أسئلة كثيرة عند تطبيق ذلك على سبيل المثال: هل الأساس الذي يبنى عليه السعر يجب أن يكون القيمة الفردية أو القيمة الاجتماعية؟ ولماذا تبيع بعض البلدان منتجاتها في السوق الدولية بأقل تكلفة من السوق المحلية؟ وغيرها من الأسئلة التي يقوم علم الاقتصاد بتقديم أجوبة عنها وعن غيرها من الأسئلة.

ويفرق علم الاقتصاد الحديث بين سياسة الأسعار في اقتصاد السوق، إذ تغلب على السوق شروط العرض والطلب، ويفعل قانونهما مفعوله كاملا، وتبقى الأسعار بحالة من التغيير المستمر وفق شروط العرض والطلب، وسياسة تشكل الأسعار في الاقتصاد المخطط، إذ يعد تشكل الأسعار عملية اقتصادية مخططة وواعية تقوم بها الأجهزة التخطيطية المركزية والمحلية، المنتشرة في القطاعات الاقتصادية والمؤسسات والوزارات وغيرها، والأسعار هنا تتصف بالثبات والاستقرار مددا طويلة. [2]

كما تم تعريف السعر على أنه: " القيمة المحددة للمنافع الذي يحصل عليها الفرد من السلع والخدمات،[3] وأنه: " تعبير عن القيمة لسلعة أو خدمة أو كليهما فيما يتعلق بالبائع والمشتري". [4]

---

[1] إسماعيل السيد، التسويق، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص419

[2] طالب محمد كريم، المرجع السابق، ص 19.

[3] بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الورثة للنشر، الأردن، 1999، ص 162

[4] علي الجياشي، التسعير –مدخل التسويق–، دط، مكتبة الراتب العلمية، عمان – الأردن، 2002، ص6.

كما عرفه عبد السلام أبو قحف على أنه: " مقدار التضحية المادية والمعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة". [1]

وقد عرفه محمد فريد الصحن على أنه: " القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة، ويتم التعبير عنها في شكل نقدي".[2]

أما زكي خليل فعرفه : " عبارة للانعكاس القيمة شيء في فترة معينة"[3].

وعرفه محمد عبيدات عن السعر أنه: "هو الذي يمكن تعديله صعودا وهبوطا وفقا لكافة المتغيرات البيئية المحيط، بعمل المؤسسات التسويقية بما يتفق وإمكانيات الشراء لدى المشترين وفقا لأذواقهم."[4]

وعرفه البعض الآخر على أنه:" المنتج المعبر عنه بالنقد أو الذي يتم تبادله من أجل تملك المنتج استعماله"، ومن خلال التعاريف يظهر لنا أن السعر يتمثل تلك الكمية المالية المترجمة لقيمة سلعة أو خدمة خلال فترة زمنية محددة. [5]

ويمكن أن يختلف السعر باختلاف نظرا لأطراف منها:

أ- السعر من وجهة نظر المنتج أو المسوق:

من وجهة نظرة المنتج أو المسوق، فإن السعر يعبر عن القيمة النقدية التي سيحصل عليها مقابل المنتوج، وهنا يتضمن السعر الشروط التي يتم بها بيع منتوجاته، فالسعر في حالة البيع نقدا يختلف عن السعر في البيع بالآجال، والسعر المنتوج محليا يختلف عن سعر المنتوج دوليا، ويسعى المنتج أو السوق أن

[1] عبد السلام أبو قحف، التسويق، د ط، دار الجامعة الجديدة، د س ن، ص606.
[2] محمد فريد الصحن، التسويق، د، ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص281.
[3] زكي خليل المساعد، التسويق – المفهوم الشامل –، د، ط، دار الزهدان، الأردن، 1997، ص237.
[4] خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية والقانون، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2016، ص 13-14
[5] محمد الخطيب نمر، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2006، ص 65.

يربح أكبر ربح ممكن، ويطمح الوسيط أو الموزع تحقيق أعلى ربح ممكن، كفارق بين سعر شرائه للمنتوج والسعر الذي يبيع به. [1]

ب- السعر من وجهة نظر المستهلك:

يمثل السعر الكلفة أو القيمة التي يدفعها المستهلك قصد إشباع حاجاته، ويجب أن يساوي السعر القدر الإجمالي من المنافع التي يتوقعها المستهلك من حصوله على المنتوج واستخدامه له.

فالمستهلك لا يحصل على المنتوج الملموس فقط، بل يحصل كذلك على بعض الخدمات المصاحبة للمنتوج، أو بما نعرف خدمات ما بعد البيع (الائتمان، الضمان، الصيانة ...الخ) ويقارن المستهلك بين القيمة التي يقدمها، سواء كان ذلك في شكل سعر أو جهد مبذول أو وقت مستغرق للحصول على المنتوج، وبين ما يحصل عليه من منافع تشبع حاجياته.

الفرع الثاني: عوامل تحديد السعر

إن تحديد الأسعار هو اتفاق بين المشاركين على نفس الجانب في السوق لشراء أو بيع منتج أو خدمة أو سلعة فقط بسعر ثابت أو الحفاظ على ظروف السوق، بحيث يتم الحفاظ على السعر عند مستوى معين عن طريق التحكم في العرض والطلب، وبالتالي فإن تحليل الأسعار ينقسم إلى عوامل داخلية وأخرى خارجية.

أولا: العوامل الداخلية لتحديد السعر

إن هذا النوع من العوامل هو الذي يمكن للمؤسسة التحكم فيه وهو كالأتي:

[1] طالب محمد كريم، المرجع السابق، ص 21.

1) الأهداف:

إن تحديد السعر المناسب يتفوق على الهدف المراد تحقيقه من خلال تحديد السعر والمشاركة في تحقيق أهداف المؤسسة[1]، فإذا أرادت المؤسسة في الزيادة في حصتها في السوق يجب عليها أن تخفض السعر من أجل جلب العملاء منافسيها، وأيضا إذا كانت تريد تحقيق سريع وكثير فقد تلجأ إلى رفع أسعار السلع، إلا أن هذا الأمر تعتريه مخاطرة فقدان حصة مهمة في السوق وهروب العملاء إلى منافسين آخرين[2].

2) الموارد:

المراد بها الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية المستخدمة في هذه الموارد هي التي تتحكم في السعر، فكلما كانت هذه الموارد أكثر كان السعر أكثر والعكس كذلك، لهذا ترى أضخم الشركات تلجأ إلى المغرب والصين، لأن مواردهم البشرية رخيصة وبالتالي فلها تأثير على السعر، وهذا ما قد يجلب عملاء جدد في السوق[3].

3) التكلفة:

وفقا لهذا المنهج يتم التسعير بناء على تكلفة السلعة لأن المتعامل الاقتصادي لا يمكن أن يحدد سعر دون أن يعرف تكاليف السلعة[4]، ويوجه العديد من الانتقادات لطريقة التسعير على أساس التكلفة

---

[1] صفي الدين كرايمية، حدود مبدأ حرية تحديد الأسعار في قانون المنافسة الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2018-2019 ص 09.

[2] محمد فريد الصحن، دار الطبعة الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2001 ،ص 278

[3] طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، رسالة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2017- 2018 ص 39

[4] صفي الدين كرايمية، المرجع السابق، ص10.

الإجمالية، مما يحد من استخدامها فهي قائمة على استيراد بيع الكمية المنتجة بالكامل، ومع انخفاض الكمية المنتجة يرتفع سعر البيع الوحدة لتغطية التكاليف الاجتماعية وتحقيق هامش الربح المتوقع.

4) درجة الاختلاف في السلعة:

لابد على المؤسسة من أن تحدث الاختلاف في سلعتها حتى تكون مختلفة عن سلع منافسيها كلما كانت أكثر حرية في وضع الأسعار على سلعها[1]، حيث أن أي مؤسسة ذات المنتجات المتميزة وذات الجودة العالية تفرض أسعار أعلى من أسعار منافسيها في السوق، كما أن تحديد السعر المرتفع لمنتج المؤسسة، إنما يعود لشهرتها وعلامتها المميزة في السوق وهذا طبيعي نظرا لاكتسابها ثقة المستهلك وولائه[2].

5) التنظيم:

إن توكيل مهمة تحديد الأسعار في بعض المؤسسات يكون إلى مدير التسويق والإنتاج، فهو الذي يحدد التكاليف وهامش الربح، وعكس هذا في مؤسسات أخرى تتبع في تحديد أسعارها إلى التسعير المركزي، أي أن السلطة المركزية للمؤسسة هي من تحدد السعر حسب نوعها سواء كانت شركة أو غيرها، كما أن هناك مؤسسات تتبع أسلوب اللامركزية، أي تترك الحرية للبائعين ورجال التسويق، وذلك من خلال مستويات الدنيا من التنظيم في تحديد الأسعار[3]

ثانيا: العوامل الخارجية لتحديد السعر

هي مجموعة من العوامل التي لا يمكن مراقبتها والتحكم فيها من طرف المؤسسة، إذ يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحديد الأسعار وهي:

---

[1] المرجع نفسه، ص10.

[2] طالب محمد كريم، المرجع السابق، ص40.

[3] محمد فريد الصحن، المرجع السابق، ص280

أولا: الطلب

يؤثر الطلب على السلعة أو الخدمة على التسعير وبصفة خاصة عند تسعير السلعة لأول مرة، فهناك عوامل كثيرة تشكل وتؤثر على نمط الطلب على سلعة معينة، منها دخل المستهلك وتفضيله، القوى الشرائية، عدد وقوة المنافسين...الخ.

لذا يجب دراسة الطلب ومرونته عند تحديد سعر السلعة، حيث أن هناك بعض السلع التي تتميز بحساسية المستهلك اتجاهها، وهناك سلع ذاتها تعرض من طرف عدة منافسين[1].

ثانيا: المنافسة

تلعب المنافسة دورا هاما عندما تقوم المؤسسة بتحديد أسعار المنتجات، فتصرفات المنافسين من شأنها أن تؤثر بصفة مباشرة على مدى قدرة المؤسسة في زيادة أو تخفيض السعر، ومنه يجب على هذه الأخيرة أن تكون على دراية بمنافسيها وأهم الخطط التي ينتهجونها، من خلال التجسس على استراتيجياتهم. [2]

ثالثا: الموردون

يكون تأثير الموردون على أسعار السلع في حالة الزيادة في المواد الأولية بغية تعظيم أرباحهم، وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى رفع التكاليف الخاصة بالإنتاج بالنسبة للمؤسسة، وبالتالي ترفع في الأسعار من أجل تعويض هذه الزيادة في أسعار المواد الأولية.

[1] طالب محمد كريم، المرجع السابق، ص40-41

[2] بيان هاني حرب، المرجع السابق، ص188-189.

وهناك بعض المؤسسات تستغل هذه الزيادة في المواد الأولية من أجل الزيادة في أرباحها، فمثلا: الزيادة في المواد الأولية تكون 5% وتقوم المؤسسة في الزيادة في الأسعار بنسبة 10%، ولكن هذه الحالة نجدها في المؤسسات التي تملك حصة هامة في السوق ولا تكون هناك منافسة حادة. [1]

رابعا: التوزيع

يجب على المؤسسة عند تحديد أسعار منتجاتها، الأخذ بعين الاعتبار ما سيأخذه الوسطاء والموزعون حتى تصل السلعة إلى المستهلك النهائي، حيث يجب حساب هذه التكاليف التي يأخذوها في تحديد السعر مع اختصار بعض أرباحهم، في حالة ما إذا كان مسار هذه السلعة طويل، لكي لا تصل للمستهلك بسعر باهظ، وبالتالي قد يؤدي إلى خسارة جزء هام في السوق، أما إذا كانت السلعة تصل إلى المستهلك النهائي بطريق يتضمن عدد قليل من التجار، فتكون هنا المؤسسة أكثر حرية ولها مجال للمناورة في تحديد أسعارها. [2]

خامسا: الظروف الاقتصادية

تعتبر الظروف الاقتصادية من أهم العوامل المؤثرة في تحديد الأسعار ومن أهمها: التضخم الكساد، ندرة المواد الأولية، الحوكمة، الأخلاقيات.

ففي التضخم يكون هناك ارتفاع في الأسعار، ومنه تلجأ المؤسسة إلى محاولة تثبيت هذا السعر أو إتباع سياسة المنتوج البديل بسعر منخفض نسبيا.

أما مرحلة الكساد، فتضطر المؤسسة إلى تخفيض أسعار منتجاتها، بغرض بيع مخزونها من السلع وتوفير السيولة النقدية لاستعمالها في شراء مستلزمات الإنتاج.

[1] يوسف أبو القارة، سياسات التسعير، د.ط، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2013، ص74.
[2] توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، د.ط، دار النهضة العربية، مصر، 1997، ص 195.

أما ندرة المواد الأولية فإنه يؤدي إلى ارتفاع هذه المواد، وبالتالي ارتفاع تكاليف الإنتاج بالنسبة للمؤسسات المستهلكة لهذه المواد، وهو ما يؤثر مباشرة في سعر السلعة. [1]

ويكون تأثير الحكومة متجسدا من خلال ما تسنه الدولة من قوانين وقرارات متعلقة ببيع السلع، المادة 08 من الأمر 11-108، إما بتشجيع بيعها بأسعار منخفضة أو وضع سقف لها، أو تحديد سعرها، فلا يمكن بيعها بسعر لا بسعر أقل أو أكثر، إذا فقرار التسعير يتطلب أن يكون هناك تكامل من الجانب الإنتاجي والقانوني. [2]

سادسا: تدخل الدولة

يلعب التدخل الحكومي دورا هاما في قدرة المؤسسة على تحديد أسعار منتجاتها في كثير من الدول، ففي بعض الدول قد تقوم الحكومة بتحديد أسعار سلع معينة تلتزم بها المؤسسات، وبالتالي لا تجد هذه الأخيرة مفرا من الخضوع إلى هذه الأسعار، أو أن تضع إطار معينا للأسعار يمكن أن تتحرك في حدوده. [3]

وتظهر أهمية هذا العامل بصفة خاصة في الدولة النامية، وفي الأسواق التي تتميز بنقص المعروض من السلعة المطلوبة، فتدخل الحكومة من أجل منع أي محاولة احتكار لسلعة معينة.

وفرض أسعار على المستهلكين، خاصة عندما يتعلق الأمر بالصحة وبمنتوج الدواء وكذا المواد الغذائية الضرورية، فتدخل الدولة بتشريعات وتنظيمات وأوامر من أجل تحديد الأسعار.

---

[1] محمد الخطيب نمر، المرجع السابق، ص68.

[2] المرسوم التنفيذي 11-108 المؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق ل 06 مارس 2011، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 15، يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي في المكرر العادي والسكر الأبيض.

[3] دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني – حالة مجمع صيدال – رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم الجزائر، 2010 ص 234.

المطلب الثاني: مبدأ حرية المنافسة

تعني المنافسة الحرة حرية الدخول إلى السوق وممارسة النشاط الإقتصادي المرغوب فيه دون أية عوائق أو قيود وذلك بهدف تحقيق الفعالية الإقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، لذا وبغية ضمان القدر الكافي والضروري للمنافسة، تدخل المشرع من جهة بتشجيع قيام منافسة فعلية بإزالة العوائق القانونية التي تقف أمامها، وحمايتها من الممارسات المقيدة لها من جهة أخرى، وذلك بموجب الأمر رقم 03/03.

الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة

عرف مصطلح المنافسة عدة تعاريف ومعاني كلا حسب مجاله ونشاطه، وبهذا الصدد سنتطرق إلى تعريفه اللغوي والإصطلاحي، وكذا التعريف القانوني له .

أولا: التعريف اللغوي للمنافسة

لقد وردت عدة تعاريف لغوية للمنافسة نذكر منها:

1- منافسة (اسم) – مصدر نافس – المنافسة: التنافس – منافسة رياضية: مبارة رياضية، أي بذل كل الجهود لتحقيق التنمق .

علوم النفس: بذل شخصين أو أكثر أقصى جهد لتحقيق غرض ما، وبخاصة حين يكون التوق هو الهدف منافسة عادلة/ مشروعة. – ناس فلانا في كذا: سابقه وبادره فيه من غير أن يلحق الضرر.[1]

[1] معنى المنافسة في المعجم عنوان الكتاب: معجم اللغة العربية المعاصرة المؤلف: أحمد مختار عمر حالة الفهرسة: غير مفهرس الناشر:عالم الكتب – القاهرة سنة النشر: 1429 – 2008 عدد المجلدات: 1 رقم الطبعة: 1 عدد الصفحات: 3367

2- نافس نافس في ينافس، منافسة، فهو منافس، والمفعول منافس : - نافس زميله في العمل سابقه وباراه فيه دون أن يلحق الضرر به " نافس الطالب زميله في الحصول على المرتبة الأولى". - نافس فيه: غالى فيه وازيد" زايد منافسة: عرض في المزاد أكثر منه". [1]

منافسة: مزاحمة تشير الكلمة في مجال الاقتصاد إلى وضع تتزاحم فيه شركات من أجل الربح، وتؤدي المنافسة بين الشركات على الزبائن إلى انخفاض السعر بينهما تؤدي المنافسة بين الزبائن على الشركة ما إلى ارتفاعه، ويمكن للمشترين أن يتنافسون فيما بينهم مما يؤدي عادة إلى ارتفاع الأسعار، والمنافسة حجر أساسي في نظام المبادرة الحرة، إذ يتنافس الناس على أحسن الجامعات وأحسن المهن وإلى غير ذلك، وتشكل المنافسة حافزا قويا للفوز والأداء الممتاز.

أو هي نزعة فطرية تدعوا بذل الجهد في سبيل التفوق والمنافسة، حيث تقابل التنافس، ويقال نفس الشيء صار مرغوبا و(نافس في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة[2].

وبمعنى آخر هي الكفاح بين الأقران أو النظراء (مثلا بين تاجر وآخر) من أجل الحصول ونيل المنافع، وفي القرآن الكريم، بعد التصوير القرآني للنعمة التي يلقاها المؤمنون، حثهم سبحانه وتعالى على عمل الخير، حتى ينالوها، وفي ذلك تنص الآية الكريمة :"**ختامه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون**"[3]، أي وفي ذلك فليتراغب المتراغبون، وفي الحديث الشريف "**أخشى أن تبسط الدنيا عليكم كما بسطت على من قبلكم فتنافسوها كما تنافسوها** "[4]وهو من المنافسة أي الرغبة في الشيء والإنفراد به، وهو من الشيء النفيس الجيد في نوعه، والجدير بالذكر أن كلمةConcurrence المقابلة

[1] معنى المنافسة في معجم اللغة العربية المعاصرة ، المرجع السابق.

[2] الشناق معين فندي ، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 24- 25.

[3] سورة المطففين، الآية 26.

[4] الحديث في صحيح البخاري » كتاب الجزية » باب الجزية والموادعة مع أهل الحرب رقم 2988 ، ص 1152

لكلمة منافسة في اللغة العربية مشتقة من المصطلح اللاتيني Cum ludere الذي يعني Jouer ensemble الذي يعني اللعب في جماعة أو يجري مع أو يسرع في جماعة accourir ensemble ولقد كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه حالة خصومة وتنافس وصراع وحالة عداء مستمرة La est une situation de rivalité de compétition delutte et concurrence .de conflit

وللمنافسة عدة معان، فتعني مزاحمة بين عدد من الأشخاص أو بين عدة قوى تتابع نفس الهدف[1].

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للمنافسة

إن المنافسة الحرة فكرة اقتصادية، وقد عرفها الاقتصاديون كما عرفها القانونيون، لكن من المفيد الإشارة إلى أن تعريف المنافسة، لم يكن واحدا لدى الاقتصاديين والقانونيين، حيث إن تعريف الاقتصاديين لا يتناسب مع متطلبات الفهم القانوني الذي يهدف إلى التعريف العملي، محدد الأركان سهل التطبيق[2].

أ: **التعريف الاقتصادي**: وعلى حسب علماء الاقتصاد فإن المنافسة هي العمل للمصلحة الشخصية وذلك بين البائعين والمشترين، في أي منتج وأي سوق، وعلى حسب هذا القول فإن عمل الشخص لمصلحته الشخصية في تبادل وتداول الأموال بغية تحقيق مصلحته الشخصية يعتبر من المنافسة.

ب: **التعريف القانوني**: المنافسة على أنها التنافس بين عدة متعاملين اقتصاديين في نفس السوق بغية الوصول إلى الزبائن قصد إشباع حاجاتهم من المنتجات والخدمات، ويرى لورد دينغ أن فرد في المجتمع

[1] محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر03/03 والقانون04/02، منشورات بغدادي، 2010، ص 9.
[2] عبد الرحمن الملحم، الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل المنافسة التجارية، مجلة القانون والاقتصاد، جامعة الكويت، عدد 63، 1993 ، ص 380.

مخول للاشتغال بأي عمل بأية طريقة، يعتقد أنها تحقق مصلحته، شريطة ألا تكون مخالفة للقانون، باعتبار أن كل عقد يعيق حريته في التجارة والعمل، ويقيده في تجارته لمصلحة آخرين يعتبر إعاقة للتجارة، ويلاحظ أن هذا التعريف لا يركز على تعريف المنافسة في ذاتها، وإنما يبين فقط ما يعرقلها.

وتعرف المنافسة أيضا، بأنها التسابق إلى عرض السلع والخدمات، رغبة في الإنفراد بالمستهلكين، ولذا فإننا نميل إلى التعريف الذي قدمه مجلس المنافسة الفرنسي، الذي يرى أن المنافسة هي طريقة للتنظيم الاجتماعي، حيث تؤدي مبادرة الأعوان الاقتصاديين غير الممركزة إلى ضمان الفعالية المثلى في تخصيص الموارد النادرة للمجموعة، وهذا التعريف، ينظر[1] إلى المنافسة نظرة واسعة وشاملة تتجاوز مجرد ما يملكه العون الاقتصادي من حق في الاشتغال في العمل مقر مصلحته ومنافسة غيره في نفس العمل إلى المجالات والأهداف البعيدة للمنافسة، باعتبارها أساس للتنظيم الاقتصادي والاجتماعي للدولة، ومنهاجا لإحداث التوازن الضروري والفعال، لاستغلال الموارد وعناصر الإنتاج العائدة للمجموعة، وتثمينها والمحافظة عليها من أي تبذير أو تضييع.

تعتبر المنافسة وسيلة لبلوغ التقدم الاقتصادي والتقني، وذلك إذا توفرت شروط قيامها والمناخ الملائم لها، غير أنه في حالة تلك المتطلبات تبقى المنافسة عاجزة عن تحقيق الوظائف المنوطة بها، مما يستدعي إحلال وسائل أخرى محلها لتحقيق الأهداف السابقة[2].

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة

يتساءل الكثير من فقهاء القانون عن الطبيعة القانونية لمبدأ التنافس أو ما يعبر عنه أحيانا بالحق في المنافسة، على اعتبار أن تحديد الطبيعة القانونية لأي حق تنشأ عن مجموعة السلطات والامتيازات التي بإمكان صاحب هذا الحق أن يستخدمها على محل حقه وحدود ذلك.

[1] محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 10.
[2] المرجع نفسه، ص11.

فما هو يا ترى التكييف الشرعي؟ والتكييف القانوني وهل يبقي من قبيل الحقوق التقليدية العادية وفقا التقسيمات الكلاسيكية للحقوق في القانون.

أولا: التكييف الشرعي لمبدأ الحرية التنافسية

نظرا لأهمية الحرية التنافسية في الشريعة الإسلامية سيتم التطرق إلى مضمون حرية التنافسية من منظور الشرعي، ثم نذكر فيما بعد الأدلة الشرعية الدالة على الحرية التنافسية

أ- مضمون مبدأ الحرية التنافسية في الشريعة الإسلامية

انطلاقا من كون "الحرية" هي الوضع الطبيعي الذي يحرص التشريع الإسلامي على تحققه، فقد أقر هذا الأخير مبدأ الحرية الاقتصادية وما يتفرع عنه من حريات متعددة ومتنوعة (حرية التعاقد، حرية اختيار العمل المناسب والحق في التملك....)، ومن بينها الحق في المنافسة، وعليه يمكن القول أن هذا الأخير يعتبر حقا شرعيا عاما قرره الإسلام ورعاه وحماه بأوكد أساليب الحماية، وجعله أساسا لحياة الأفراد في المجتمع.

فالنظام الاقتصادي الإسلامي يقوم إذن على حرية التعامل في الأسواق، وتفاعل قوى العرض والطلب في حرية تامة مع وضع كافة الضمانات التي تكفل هذه الحرية .[1]

ب: الأدلة الشرعية:

بما أن الأصل في التعامل في الأسواق الإسلامية هو الحرية ويستدل على ذلك بما يلي:

أ- ما روي عن أنس رضي الله عنه أن الناس قالوا يا رسول الله غلا السعر، فسعر لنا، فقال:

[1] تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، المرجع السابق، ص114.

(إن الله هو الخالق القابض الباسط الرزاق المسعر، وإني لأرجو أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمته إياها في دم ولا مال)[1].

ب- أن صلى الله عليه وسلم نهى عن تلقي السلع حتى يهبط بها إلى الأسواق[2]، وذلك لأن السعر يتحدد في السوق بين مجموع البائعين والمشترين، لذلك عمد النبي عليه الصلاة والسلام إلى حماية القادم من الخارج البلد خاصة (على اعتبار أنه عادة لا يعرف السعر قبل دخوله إلى السوق)، وهى التجار عن تلقيه، وأوصاهم بترك السوق تقوم بوظيفتها في تحديد السعر المناسب للسلع، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على الضمان الذي يوفره النظام الإسلامي، بإتاحة الفرص المتكافئة أمام الجميع، ومحاربة أي مظهر من مظاهر التأثير فيها أو الاستئثار بأي امتياز خاص.[3]

ج- ما ثبت بالأدلة من السنة المطهرة من تحريم الاحتكار لما فيه من مصادرة لحقوق المستهلكين من جهة، والتجار الآخرين من جهة أخرى، فقد روي أن النبي عليه الصلاة والسلام قال: ((من احتكر فهو خاطئ))[4]. وقال أيضا : ((من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حقا على الله أن يقعده بعظم من النار يوم القيامة))[5].

وقال أيضا تشجيعا منه لجلب السلع للأسواق وعدم احتكارها وتخزينها لحين الغلاء، وذلك حتى يضيق على الناس وستغل حاجاتهم: ((الجالب مرزوق والمحتكر ملعون)).[6]

---

[1]أنظر: الإمام بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار، ج05، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بدن سنة طبع، بيروت، لبنان، ص 219.

[2]أنظر : صحيح البخاري، ج02، ص 19 وصحيح مسلم ج 2، ص.1156

[3]تيورسي محمد، المرجع السابق ، ص.115

[4]أنظر: الإمام الشوكاني، في مصنفه نيل الأوطار، ج 05، ص 312.

[5]رواه الإمام أحمد في مسنده ، ج 1، ص 21.

[6] -تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.116

د- ما سار عليه الخلفاء الراشدون بعد وفاة النبي عليه الصلاة والسلام؛ فقد ثبت أن الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه - رأي كير حداد في السوق فضربه برجله حتى هدمه وقال لأصحابه: أنتقص سوق رسول الله صلى الله عليه وسلم.

من هنا، أن حرية التنافس عموما من الحقوق التي قررها ديننا الحنيف، بحيث وضع القواعد التي تحميه (كحق)، والإطار الذي يجب أن يمارس من خلاله من جهة، كما أنه رسم له الحدود والضوابط التي تحول دون استغلاله والتعسف في استعماله، من جهة أخرى.[1]

ثانيا : التكييف القانوني لمبدأ الحرية التنافسية

إذا كان فقهاء القانون الكلاسيكيون يقسمون الحقوق إلى: حقوق شخصية وحقوق عينية وحقوق ذهنية وحقوق الدائنين (الالتزامات)، فإن تحديد موقع حق المنافسة من بين كل هذه الحقوق لازال يطرح تساءل عند فقهاء القانون المحدثين، تحد مصدرها أساسا في التطور المذهل للنظم القانونية الذي صاحب بدوره التقدم العلمي والاقتصادي الحاصل، وبروز الظاهرة التنافسية في ثوب جديد متجدد عجزت النظم التقليدية على مسايرته، وعلى هذا الأساس وجدت اتجاهات الثلاث لتحديد طبيعة الحق في المنافسة، لنخصص بذلك لكل اتجاه فرع بين من خلاله مضمون هذا الاتجاه والنقد الموجه إليه.

1 -الحق في المنافسة من حقوق الملكية:

بحيث يرى أنصار هذا الاتجاه، في الفقه والقضاء المقارنين أن صاحب المشروع يكون له حق ملكية على القيم التي ينتظما مشروعه، ومن ثم لا يجوز الاعتداد على حق ملكيته، وهذه الأخيرة بعناصرها الثلاثة: الاستعمال والاستغلال والتصرف، لها طبيعة خاصة في موضوع المنافسة، باعتبار أنها أشياء غير المادية وعليه، يستلزم ذلك تنظيما خاصا يختلف عن تنظيم الملكية بصورتها التقليدية. إذن وفقا

[1] تيورسي محمد ، المرجع السابق، ص 116.

لهذا الاتجاه فمن المتصور أن ترد الملكية على القيم المعنوية التي هي نتاج جهد الإنسان وتفوقه، ويكون من حقه ممارسة كافة عناصر الملكية عليها[1]، وانتقد غالبية الفقه هذا الاتجاه بناء على الأسس التالية:

أ- قيامه على فكرة خاطئة أساسا، تقوم على إسقاط الأفكار القانونية التي كانت سائدة قديما على ما يستجد من أحداث ووقائع، وهو ما قد ينتهي بنا إلى إصباغ نوع من الجمود على القاعدة القانونية، مما يؤدي في الأخير إلى عجز النظم القانونية عن مواكبة التقدم الحاصلين.

ب- أن خصائص الحق في المنافسة تختلف عن خصائص حق الملكية، إذ أن من أهم خصائص هذا الأخير الكون والدوام والاستمرار والاستئثار، في حين نجد أن المنافسة تكون في حالة نشاط وديناميكية وإبداع، وهو ما يعني أن الحق في المنافسة لا يؤتي ثماره إلا بالانتشار والتميز وتفجير الطاقات.

ج- وأخيرا، فإن الفرق الأساسي بين الحق في المنافسة وحق الملكية، يكمن في ذات الطبيعة التي يقوم عليها الحق، فحق المنافسة له خصائص خاصة بسبب المحل الذي يرد عليه، ومن ثم فليس هناك ما يدعو إلى إدراجه في ذلك النطاق المتسع للملكية ذات الغاية الفردية الخاصة، بينما الغاية الأساسية للمنافسة هي النفع العام وتحقيق المصلحة العامة والحرص على مصلحة الجمهور باعتباره طرفا أصيلا في العلاقة التنافسية.[2]

2 –الحق في المنافسة من الحقوق الشخصية

يرى جانب آخر من الفقه، أن الحق في المنافسة يعد من الحقوق اللصيقة بالشخصية، أي الملازمة لصفة الإنسان، وهو ما اصطلح عليه بحقوق الشخصية والتي يمكن تعريفها على أنها، مجموعة الحقوق التي يكون موضوعها العناصر المكونة للشخصية، وبالتالي فإن أساس الحماية القانونية للمنافس مثلا لا تتمثل في أحكام المسؤولية المدنية بعناصرها الثلاث (الخطأ، الضرر والعلاقة السببية)، والتي يكلف هذا الأخير

[1] أحمد محرز، المرجع السابق، ص287.

[2] تيوسي محمد، المرجع السابق، ص 118.

(المنافس المعتدى عليه) بإثباتها أمام القضاء عند الاعتداء عليه، وإنما تكمن في وجود حق شخصي في القيم التنافسية، وهو ما يجعل هذه الحماية أكثر فعالية خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن قواعد المسؤولية لا توفر إلا الحماية اللاحقة للحق، بينما الحماية الحقيقية تكمن في الوقاية من الاعتداد على قيم المنافس، وعلى وجه الخصوص الشخصية منها، أي تلك التي تنشأ من ابتكاره وتميزه وخصائصه الشخصية، ولن تتحقق هذه الحماية بالاعتراف بالحق في المنافسة واعتباره من حقوق الشخصية.[1]

ويواجه هذا الاتجاه معضلة قانونية، تتمثل في الاعتراف للمشروع المنافس بالشخصية القانونية التي تعبر عن مجموعة من العناصر المادية والشخصية، فإذا ثبت للمشروع المنافس شخصيته القانونية تتمتع بأهلية المنافسة وسائر حقوق الشخصية، ويمثل المشروع صاحبه أو مديره أو ممثله القانوني أمام القضاء[2]

هذا فضلا على أن الحق في المنافسة لا يفرض التزاما على شخص بعينه، وإنما يفرض على الكافة عدم الاعتداء على قيم المنافس أو المساس بحقه في المنافسة، حيث على الجميع الالتزام بعدم التعرض لصاحب الحق في المنافسة في مباشرة واستعمال حقه هذا.

وفي المقابل، بإمكان صاحب هذا الحق أن يحتج به في مواجهة الكافة دون الحاجة لإثبات عناصر المسؤولية، وهو ما يجعله (أي حق المنافسة) أقرب إلى الحقوق العينية منه إلى الحقوق الشخصية.

ثالثا: الحق في المنافسة

هو حق امتياز استغلال احتكاري يذهب أصحاب هذه النظرية إلى اعتبار الحق في المنافسة ما هو إلا امتياز استغلال احتكاري، والذي وهو عبارة عن سلطة تمنح للمنافس لاستغلال قيمه استغلالا احتكاريا.

[1] أحمد محرز، المرجع السابق، ص 290.
[2] تيورسي محمد، المرجع السابق ، ص 119.

وتكييف الحق في المنافسة على هذا النحو يتوافق في تقدير أصحاب هذا الاتجاه مع الغاية المبتغاة من الموضوع، حيث أنه يؤكد أداء صاحب المشروع لمهمته ووظائفه في مشروعه كمرفق اقتصادي.

ومن ثم يجب على النظام القانوني أن يمنحه حق الاستغلال الاحتكاري بما يتناسب مع أداء هذه الوظيفة الاقتصادية، خاصة إذا علمنا أن الاستغلال يعد بمثابة الركيزة الأساسية التي يقوم عليها محل الحق في المنافسة، بل وتقاس على أساسها كفاءة صاحب الحق ومدى تنظيم قيمه وازدهارها، والقدرة على تنشيطها من جهة، وحمايتها من جهة أخرى.

وما ينبغي التأكيد عليه في الأخير، أنه ودون الدخول في تفاصيل النظريات المتعددة والأسس الفلسفية المنطقية إلى حد ما، التي يقيم عليه أصحاب هذا الاتجاه أفكارهم، إلا أن أهم ما نخشاه هو أن إضفاء الصبغة الاحتكارية والاستغلالية على الحق في المنافسة، قد يعود بنا نسبيا إلى نظام الطوائف والامتيازات الذي قضت عليه الثورات التحررية .

وحقيقة الأمر، أن الحق في المنافسة حق متميز يستمد طبيعته القانونية والحماية التي توفر له تبعا لذلك من نصوص القانون التي تجعله حقا مشروعا لكل متعامل اقتصادي يحترف التجارة، مادام ملتزما بالأصول القانونية التجارية، وعلى هذا الأساس، يمكن القول بتلاقي كل من الفقه الإسلامي والفقه حول طبيعة الحق في المنافسة.

وكخلاصة لما سبق يمكننا أن نقول بأنه تعتبر حرية المنافسة قيمة حقوقية رديفة لحرية المبادرة الخاصة التي تضمن أغلب الدساتير الحالية – ومن بينها الدستور الجزائري – الحق في ممارستها على أساس أن حق الأشخاص في مزاولة نشاطهم كفاعلين اقتصاديين لا يتأتى إلا إذا كان مؤطرا بضمانات قانونية ناجعة، يقع على رأسها القانون الأساسي للدولة أي الدستور[1]، وأن تنظيم هذه الحرية ومنحها قيمة دستورية يبقي من اختصاص المشرع شأنها في ذلك شأن جميع الحريات العامة الأخرى، والتي يعهد

[1] تيورسي محمد، المرجع السابق ، ص 121.

الدستور صراحة إلى القوانين بحمايتها، ووضع القواعد الخاصة بالضمانات الأساسية لممارسة هذه الحريات .[1]

[1] ومن ذلك المادة 32 من الدستور والتي جاء فيها:" الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطنة و المادة 37 كذلك التي جاء فيها: "حرية التجارة الصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون".

الفصل الثاني:

القيود الواردة على مبادئ المنافسة وأثرها على الاستثمار

تمهيد:

إن إعمال مبادئ المنافسة لا يعنى إعطاء الحرية الكاملة للأعوان الاقتصاديين في مجال المنافسة، لأن حرية المنافسة مفهوم مطاط قد يؤدي إلى الفوضى والقضاء على المنافسة الحرة، لهذا لا بد من تدخل الدولة لضبطها، فاستغناء الدولة عن مهامها التقليدية لا يعني عدم تدخلها في المجال الاقتصادي، إذ بقدر ما يعتبر تدخل السلطة العامة ضروري لحماية المواطنين، فهو بذات الأهمية لحماية المنافسة ومبادئها الأساسية، والسهر علي تكافؤ الفرص في مجال الاستثمار .

وبالتالي جاء في هذا الفصل القيود الواردة على مبادئ المنافسة (المبحث الأول)، و أثار مبادئ المنافسة على الاستثمار (المبحث الثاني).

المبحث الأول: القيود الواردة على مبادئ المنافسة

بإعتبار أن المنافسة في حد ذاتها أمرا ضروريا ومشروعا، فان هذه المنافسة لها حدود وقيود ينبغي على المتعاملين الاإقتصاديين احترامها، وذلك بتفادي مختلف أنواع الممارسات الاحتكارية الماسة بها، والتي يمكن إجمالها في الإتفاقات الإقتصادية المقيدة للمنافسة والتعسف في وضعية الهيمنة على السوق والتعسف في وضعية التبعية الاقتصادية والبيع بأسعار منخفضة تعسفيا، بالإضافة إلى ضرورة مراقبة التجميع الاقتصادي الذي قد يرمي إلى تقييد المنافسة وإحتكار السوق، وفي هذا السياق سعى المشرع الجزائري إلى حماية المنافسة من الممارسات المقيدة لها، وذلك بوضع إجراءات خاصة لمتابعة وقمع هذا النوع من المخالفات على نحو أكثر فعالية، وهذا ما جاء به الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

المطلب الأول: قيود حرية الأسعار

في ظل نظام السوق، تساهم قوى العرض والطلب كأصل عام في تحديد أسعار المنتج أو الخدمة، فتغير الأسعار صعودا وهبوطا إلى أن يتم التوازن بين المعروض من تلك السلعة، أو الخدمة

المطلوبة منها، وذلك عند سعر معين يرتضيه الجميع،[1] ويعتبر تدخل الدولة من العوامل الأساسية لتحديد الأسعار في الاقتصاديات المعاصرة، إذ تتدخل الدولة في مجال الأسعار بهدف تحقيق أهداف اجتماعية وأخرى اقتصادية للحد أو الوقاية من أي مساس بحرية الأسعار، وذلك بفرض عقوبات على مرتكب الممارسات المقيدة للمنافسة وعلى كل من يمارس أسعار غير شرعية.

ومن خلال هذا الفصل سأحاول التطرق في المبحث الأول إلى تدخل الدولة في مجال الأسعار من خلال تسعير السلع والخدمات الضرورية، ومن جانب أخر التطرق في المبحث الثاني إلى الجزاءات المقررة في حالة ارتكاب ممارسات مقيدة للمنافسة في مجال الأسعار، من خلال التطرق لأهم هذه الممارسات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية 04/02 والمنصوص عليها في قانون المنافسة الأمر 03-03

الفرع الأول: تدخل الدولة

من أصعب المشاكل التي تواجه الحياة الاقتصادية، سواء في الماضي أو الحاضر، اضطراب الأسواق وارتفاع الأسعار وعدم استقرارها، خاصة بالنسبة للسلع والخدمات الضرورية[2]، بهدف حماية القدرة الشرائية للمواطن وضبط السوق واستقراره، تتدخل الدولة في تحديد أسعار هذه السلع والخدمات الضرورية، باعتماد آليات قانونية تتمثل في التحديد والتسقيف والتصديق، كما يمكن أن تتدخل الدولة باتخاذ تدابير مؤقتة في حالة الارتفاع المفاجئ للأسعار، ولكن قبل ذلك يستحسن التطرق إلى تعريف مصطلح التسعير باعتبار أن هذا المصطلح يشمل كل هذه الآليات، ثم مجال تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات.

[1] المادة 03 من القانون 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد 43

[2] هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، السنة الجامعية 2013-2014، ص53

فالتسعير لغة:" هو سعرت الشيء تسعيرا، أي جعلت له سعرا معلوما ينتهي إليه، وقد أسروا وسعروا بمعنى واحد: اتفقوا على سعر، والتسعير تقدير السعر".

التسعير اصطلاحا "فله تعريفات كثيرة منها:هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولى من أمور المسلمين أمر أهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا، فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة، كما يعرف على أنه: إصدار السلطان أو نائبه أمرا بأن تباع السلع أو تبذل الأعمال والمنافع، التي تفيض عن حاجة أربابها وهي محسنة أو مغالى في ثمنها أو أجرها، على غير وجه المعتاد والناس والحيوان، أو الدولة في حاجة ماسة إليها بسعر أو أجر معين عادل بمشورة أهل الخبرة."[1]

دون أن ننسى مفهوم التسعير عند الاقتصاديين، وهو تحديد الأسعار من قبل هيئة تتمتع باحتكار اجتماعي دون أن يكون للعرض والطلب أي تأثير على الأسعار، فالتسعير يكون في السلع والخدمات التي يكون الناس في حاجة ماسة إليها وضرورية لهم، هنا يجب على الدولة تسعيرها خشية استغلال التجار هذه الحاجة للسلعة فيرفعون سعرها، كما أنه إذا كان الأصل هو حرية البيع بسعر السوق والالتجاء إلى التسعير لا يكون إلا إذا دعت الضرورة[2].

كان لا بد من وضع شروط تعتبر بمثابة ضوابط للتسعير من بينها أن يكون التسعير بناءا على دراسة مستفيضة واستشارات صادقة من الخبراء المختصين في مجال السلعة أو الخدمة محل التسعير، بالإضافة إلى عدم الإجحاف في السعر أي أن يكون السعر فيه مصلحة للبائع والمشتري[3].

[1] العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2002، ص 138

[2] المادة 05 من الأمر 03-03 .

[3] هباش عمران، المرجع السابق، ص 55

الفرع الثاني: جزاء مخالفة أحكام التسعير

يلجأ الكثير من الأعوان الاقتصاديين إلى ارتكاب ممارسات لا مشروعة، ويتهربون من الالتزامات المفروضة عليهم رغم تدخل الدولة في تحديد الأسعار، ويعود ذلك في غالب الأحيان إلى سلوك الأعوان الاقتصاديين بمخالفتهم للقيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار، وتصنف هذه المخالفات إلى نوعين، مخالفات تمس الأسعار المحددة وتتجسد في ممارسة أسعار غير شرعية، ومخالفات تهدف إلى الاعتداء على الأسعار، وهي الممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الأسعار لذلك كان للدولة أن تقرر الوسائل اللازمة لمنع التلاعب بالأسعار. [1]

أولا: ممارسة الأسعار غير المشروعة

تنص المادة 36 من القانون رقم10/06 المعدل والمتمم للقانون 04-02[2]: "تعتبر ممارسات اسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكررو 23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20000دج) إلى عشرة ملايين دينار (10000000دج).

انطلاقا من نص المادة وقبل التطرق إلى الجزاءات، سأحاول معرفة الممارسات التي تعتبر ممارسات الأسعار غير شرعية.

أ) حالات ممارسة الأسعار غير المشروعة

تنطوي هذه المخالفة على حالتين: ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة أولا، وممارسة أسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة ثانيا.

[1] هباش عمران، المرجع السابق، ص 71

[2] قانون رقم 04-02 مؤرخ في 5 جمادي الأولي عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية (معدل و متمم) (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004).

1) تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

تنص المادة 22 من قانون 04-02 على أنه: «يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون، تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بها". من خلال نص هذه المادة فأنه يعد من قبل ممارسة لأسعار غير شرعية، عدم الالتزام بتطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها، وذلك بعدم تطبيق السعر الشرعي، والسعر الشرعي هو السعر المقنن الذي تحدده السلطات العمومية عن طريق الآليات السابقة الذكر. [1]

فالأسعار المحددة، لا يمكن مخالفتها بالرفع من مستواها أو المخفض منها من طرف الأعوان الاقتصاديين، لما في ذلك من ضرر للمنافسين والمستهلكين والاقتصاد بشكل عام، ويلاحظ أن هذه الممارسة يشترط لقيامها بعض الشروط وهي :[2]

- ✓ وجود نص تشريعي أو تطبيقي يحدد ويقنن أسعار بعض السلع أو الخدمات.
- ✓ بيع السلع أو أداء الخدمات، أي لا بد من وجود علاقة تعاقدية بين البائع والمشتري أو بين مقدم الخدمات أو المستفيد.
- ✓ أن تكون هناك مخالفة للنص الذي يحدد السعر عن طريق الرفع أو الخفض منه، وقد جاء النص عاما، مما يجعل المخالفة لا تقتصر على الرفع من السعر وحسب، إنما تشمل كذلك التخفيض منه وبعبارة أخرى، فكل سعر مناف للسعر الشرعي ولا يطابقه يعتبر ممارسة الأسعار غير شرعية.

[1] أحسن بوسقيعة، مخالفة تشريع الأسعار، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1990، ص 20

[2] محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005 ، ص 108-109

2) المخالفات الملحقة بممارسة أسعار غير شرعية

نصت المادة 23 من القانون 04-02، على مجموعة من الممارسات واعتبرتها ممارسة الأسعار غير شرعية، رغم أنها تنصب مباشرة على رفع الأسعار أو خفضها، وإنما تنصب على استعمال حيل تقضي إلى التأثير على الأسعار المقننة وتمثل فيما يلي:

أ- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قيد التأثير على الهوامش والربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة.

ب-إخفاء الزيادات الغير شرعية للأسعار.

ج-عدم تجسيد إثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية.

د- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

هـ- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق[1].

و-انجاز معاملات تجارية خارج دوائر الشرعية للتوزيع.

ويلاحظ مما سبق أن القانون قد منع بعض الممارسات التي يلجأ إليها بعض الأعوان الاقتصاديين، المتمثلة في تزييف تكاليف إنتاج السلعة أو الخدمة لتظهر بصورة مرتفعة، ليتم بذلك تبرير البيع بأسعار مرتفعة لبعض المنتوجات الاستهلاكية الضرورية، غير الخاضعة لحرية الأسعار مثل سعر الحليب والخبز وغيرهما.

[1] أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 22 2- القانون 04-02 المعدل والمتمم، المصدر السابق.

وبصورة عامة جاء المنع من المادة 23 عاما وشاملا، كل الممارسات والمناورات التي يقوم بها العون الاقتصادي للتحايل على السعر المحدد للسلعة أو الخدمة أو هوامش الربح أو الأسعار المسقفة. [1]

ثانيا: الجزاءات المقررة

قبل التطرق إلى الجزاء المقرر لممارسة أسعار غير شرعية، أتعرض إلى متابعة هذه المخالفات:

1) المتابعة

نص المادة 55 من القانون 04/02 على أن المحاضرة المثبتة للمخالفات ترسل إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة، الذي يرسلها إلى الوكيل الجمهوري المختص إقليميا، وذلك مع مراعاة المادة 60 من نفس القانون، التي تجيز لكل من المدير الولائي والوزير المكلف بالتجارة، اقتراح غرامة المصالحة على مرتكب المخالفة.

ونستنتج من أحكام المادتين55،60 من قانون 04/02 ، أن المخالفات التي تم إثباتها تسوى عن طريق المتابعة القضائية وهو الطريق الأصلي، أو عن طريق ودي يتمثل في غرامة المصالحة وهو طريق استثنائي. [2]

1-المتابعة القضائية:

تتم المتابعة القضائية عن الطريق الأصلي للمتابعة، حيث يقوم المدير الولائي للتجارة بإرسال الملف إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، يكون للنيابة العامة ملائمة المتابعة، وهي صاحبة الدعوى

[1] محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، ص110

[2] حمزة قواس، المرجع السابق، ص 46

العمومية تحركها وتباشرها دون سواها، فلا يعترف القانون للإدارة المكلفة بالتجارة بأي دور في المتابعة القضائية.[1]

يقوم وكيل الجمهورية بدراسة الملف وتكييف الوقائع وفقا للسلطة الملائمة، ثم يعيد الملف إلى أمين الضبط التأثير على سجل تصرف وكيل الجمهورية في القضية، وأغلب الحالات تحال القضية على قسم المخالفات، فيقوم أمين الضبط المكلف بالقسم بجدولة القضية وتسجيلها وتحديد تاريخ الجلسة، ثم يحرر استدعاء للأطراف ثم يصدر الحكم الذي يمثل الغاية التي تسعى إليها النيابة العامة.

2- غرامة المصالحة:

يمكن تفادي المتابعة القضائية، وذلك بهدف المحافظة على استقرار السوق من خلال اتخاذ إجراء يتمثل في دفع المخالفة لغرامة مقترحة عليه من طرف الأعوان المؤهلين بذلك، وتسمى غرامة مصالحة، وهو حل ودي غير ملزم للإدارة المكلفة بالرقابة حيث أن المادة 60 التي تنص على هذا الإجراء تضمنت عبارة "يمكن" معنى هذا أن الإدارة غير ملزمة بإجراء المصالحة.[2]

2) العقوبات:

كل ممارسة غير شرعية هي جنحة يعود اختصاص الفصل فيها للقضاء العادي، ويعاقب عليها بغرامة جزائية وجميع هذه العقوبات سواء جزائية أو إدارية نص عليها القانون 04-02.

أ-العقوبات الادارية: إن هذه العقوبات أو الإجراءات الإدارية هي نفس العقوبات الإدارية المنصوص عليها عند الإخلال بالإعلام بالأسعار وبالفاتورة، فهي إجراءات موحدة في جميع هذه الممارسات وتتمثل في:

[1] حمزة قواس، المرجع السابق ، ص 46

[2] منشور وزاري رقم01/2006 مؤرخ في 08 مارس 2006، يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة: المصدر وزارة التجارة

1-الحجز

2-الغلق الاداري

3- نشر قرار الوالي

ب-العقوبات الجزائية:

تتضمن العقوبات الجزائية عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية وعقوبات في حالة العود باعتبار العود طرف مشدد.

1- العقوبات الأصلية:

تنص المادة 36 المعدلة على أن ممارسة أسعار غير شرعية، يعاقب عليها بغرامة مالية من عشرين ألف دينار (20000دج)، إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج). ونلاحظ أن القانون10/06 المعدل والمتمم للقانون 04-02، قد شدد من هذه العقوبة ورفع من قيمة هذه الغرامة، فقبل هذا التعديل كانت الغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج)[1]

2-العقوبات التكميلية: وتتمثل في:

* المصادرة

* نشر الحكم

[1] قانون 10-06، المصدر السابق.

ثالثا: الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة

عند دخول أعوان اقتصاديين متعددين في التنافس، يسعى كل واحد منهم إلى تقديم الأفضل والأحسن من أي عون أخر على مستوى الأسعار والنوعية، الأمر الذي يؤدي إلى تحفيز النشاط الاقتصادي ويعود بالفائدة على المستهلك، لكن غالبا ما تضايق وتعيق المنافسة الأعوان الاقتصاديين، لأنها تخضعهم وتلزمهم ببذل جهود دائمة ومستمرة، مما يدفع ببعضهم إلى ارتكاب ممارسات بهدف تعطيل عمل قواعد المنافسة، بل تصل إلى حد تقييد المنافسة، بمنعها لارتكاب مثل هذه الممارسات وفرض جزاءات على كل من يرتكبها.

1- الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار

نص الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على الممارسات المقيدة للمنافسة أن المشرع يمنع ويحظر هذه الممارسات بهدف المحافظة على حق كل فرد أو عون اقتصادي من ممارسة حرية المنافسة والممارسات التي تضمنها الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة وهي: الاتفاقات غير المشروعة، التعسف في وضعية الهيمنة، إبرام عقد استئثاري لاحتكار التوزيع، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، البيع بسعر منخفض تعسفيا، التجميع غير المرخص به.

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

في هذه الممارسة يقوم العون الاقتصادي برفع أسعار منتجاته وخدماته، مخالفا بذلك القواعد التنافسية في تحديد الأسعار (مبدأ حرية الأسعار)، أو يقوم بجلب أكبر عدد من الزبائن، بهدف إقصاء بعض المنافسين من السوق.[1]

[1] حمزة قواس، المرجع نفسه، ص 50.

ب- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدني:

يعتبر الإلزام بإعادة البيع بسعر أدني من بين الأعمال والممارسات التعسفية في استغلال وضعية التبعية، [1] المنصوص عليها في المادة 11 من الأمر 03-03، ومن بين الممارسات التعسفية في استغلال وضعية التبعية نجد البيع التمييزي، ويدخل ضمن الممارسات التمييزية، فيكون البيع التمييزي بالنسبة للأسعار عن طريق رفع المنتجات أو سعر الخدمات في مواجهة أعوان اقتصاديين معينين دون غيرهم ودون مبرر شرعي.

ج- عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي:

وردت هذه الممارسة في المادة 12 من الأمر 03-03: "يحظر عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات التي تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق[2]، نشير هنا إلى أن نص المادة 19 من القانون 04-02 تنص كذلك على منع إعادة بيع سلعة بأقل من سعر تكلفتها الحقيقي.

ويتضح من نص المادة 12 أن العناصر المكونة لهذه الممارسة تتمثل في:

- أن تظهر الممارسة في صورة عقد بيع.
- أن يكون السعر منخفض.
- أن توجه الممارسة للمستهلكين.
- وجود تعسف.

[1] عرفت المادة 03 من الأمر 03-03، وضعية التبعية الاقتصادية بأنها: "العلاقة التجارية التي لا يمكن فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا."

[2] هباش عمران، المرجع السابق، ص87

ونلاحظ أن ممارسة أسعار منخفضة بشكل تعسفي من الناحية العملية لا يمكن القيام بها إلا من طرف عون اقتصادي له من القوة الاقتصادية، ما يسمح من امتصاص الخسارة التي تترتب عليه نتيجة هذا البيع، وهي ممارسة مقيدة للمنافسة الهدف منها إزاحة المنافسين والسيطرة على السوق. [1]

2- الجزاءات المقررة

تقوم مسؤولية العون الاقتصادي عند ارتكابه هذه الممارسات التي تشكل ممارسات منافية للمنافسة، حيث تسلط عليه مجموعة من الجزاءات نص عليها الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، وسنميز هنا بين العقوبات التي يتخذها مجلس المنافسة وبين الجزاء المدني الذي يصدر عن الهيئات القضائية العادية.

أ/ العقوبات التي يصدرها مجلس المناقشة

في حالة إثبات قيام إحدى الممارسات السابقة المتعلقة بالأسعار يقوم مجلس المنافسة بإصدار عقوبات مالية تتمثل في الغرامة.

1- عقوبة الغرامة المالية:

تنص المادة 56 من الأمر 03-03 المعدلة بموجب القانون 08-12 على عقوبة واحدة لكل من الجرائم، تتمثل في غرامة لا تتجاوز 112 من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة أو بغرامة مالية، تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، بشرط أن لا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وهنا مجلس المنافسة مخير بإحدى العقوبتين، فهو الذي يقدر مقدار الضرر الذي حدث نتيجة الممارسة المحظورة، هذا إذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فالغرامة لا تكون بنسبة معينة وإنما تكون غرامة لا تتجاوز ستة

[1] هباش عمران، المرجع السابق ، ص 88

ملايين دينار (600.000 دج) وقبل التعديل كانت هذه الغرامة لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار (3000.000 دج)، كما يعاقب كل شخص طبيعي يساهم شخصيا بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة، وفي تنفيذها بغرامة قدرها مليوني دينار (2000.000دج)، [1] تعاقب أيضا كل مؤسسة تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومة المطلوبة، أو تتهاون في تقديمها للمقرر في الآجال المحددة، بغرامة لا تتجاوز مبلغ ثمانمائة ألف دينار (800.000دج)، ونصت عليه المادة 59 من الأمر 03-03 المعدلة بالقانون 08-12.

2-الغرامة التهديدية:

هي عقوبة مالية تصدر من أجل الضغط على المحكوم عليه لدفعه إلى تنفيذ الحكم في أقرب الآجال، ومبلغها يقرر بالنظر إلى أيام التأخر في التنفيذ، [2] ويصدر مجلس المنافسة الغرامة التهديدية في حالة:

- عدم تنفيذ الأوامر والتدابير المؤقتة الرامية إلى وضع حد الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادتين 45-46 من الأمر 03-03 وتكون هذه الغرامة لا تقل عن مبلغ مائة وخمسين ألف دينار (150.000 دج) عن كل يوم تأخر.

-حالة عدم تقديم المؤسسات المعلومات المطلوبة منها من طرف المقرر، أو كانت المعلومات غير كاملة أو خاطئة، أو كان المقرر قد حدد لها مهلة للقيام بهذا الواجب وتقوم به، فيقرر المجلس إلى جانب الغرامة المفروضة كعقوبة على المؤسسة غرامة تهديدية لا تقل عن مائة ألف دينار (100.000 دج) عن كل يوم تأخير.

[1] الأمر 03-03، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

[2] بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي د. ط، الجزائر :2012: ص 176.

3-طرق الطعن في قرارات مجلس المنافسة:

تكون قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر يفصل في المواد التجارية، من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة، وذلك في أجل لا يتجاوز شهرا واحد، ابتداء من تاريخ استلام القرار[1]، بمجرد إيداع الطعن ترسل نسخة منه إلى الرئيس مجلس المنافسة وإلى الوزير المكلف بالتجارة، عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية لا يترتب على الطعن لدى مجلس قضاء الجزائر أي أثر موقف لقرار مجلس المنافسة، ولا يملك رئيس المجلس القضائي للجزائر إيقافها، ولذلك فان القرارات يتم تنفيذها قبل صدور القرار النهائي، والملاحظ هنا أن المشرع قد جعل الفصل في النزاع المتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة من نصيب فهو بالتالي نزاع من القانون الخاص، وهذا يدل على التوجه الجهات القضائية المختصة بالقانون الخاص الليبيرالي للاقتصاد الجزائري. [2]

4-نشر القرارات:

يقوم مجلس المنافسة بنشر القرارات الصادرة عنه وعن مجلس قضاء الجزائر وعن المحكمة العليا، وكذا الصادرة عن مجلس الدولة والمتعلقة بالمنافسة في النشرة الرسمية للمنافسة طبقا لنص المادة 49 من الأمر 03-03، المعدلة بالقانون 08-12، كما يتم نشر مستخرج من القرارات عن طريق الصحف أو بأي وسيلة إعلامية أخرى. [3]

لا يتم نشر قرارات مجلس المنافسة أو أوامره إلا بعد تبليغها، وذلك حتى يتم تنفيذها حسبما نصت عليه المادة 47 من الأمر 03-03.

---

[1] المادة 63 من الأمر 03-03، المصدر السابق.

[2] حمزة قواس، المرجع السابق، ص 54

[3] المرسوم التنفيذي رقم 11-242، المؤرخ في 10 جويلية 2011، يتضمن إنشاء النشرة الرسمية ويحدد مضمونها وكذا كيفية إعدادها، الجريدة الرسمية، العدد 39، 2011.

ب/ الجزء المدني.

تنص المادة 13 من الأمر 03-03"دون الإخلال بأحكام المادتين 08 و 09 من الأمر 03-03 يبطل كل التزام أو اتفاقية أو بشرط تعاقدي يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 06 07، 10، 11 و12 أعلاه "طبقا لنص هذه المادة، فإن كل التصرفات التي تكون كأساس لقيام إحدى الممارسات المقيدة للمنافسة، بما فيها الممارسات المتعلقة بالأسعار التي سبق دراستها، وكذلك التي يكون إبرامها نتيجة لها، تكون هذه باطلة بطلان مطلق لحماية المصلحة العامة، وهي حسن سير اقتصاد السوق، وعندما يكون دعوى البطلان يخص شرطا أو أكثر موجودا في العقد، فإن الحكم لا يمس إلا هذا الشرط، بمعنى يبطل الشرط ويبقى العقد قائما وصحيحا، طبقا لنظرية انتقاص العقد.

وبالنسبة للجهة المختصة، فالاختصاص في إبطال هذه الاتفاقيات والشروط التعاقدية يعود للجهات القضائية العادية، مدنية كانت أو تجارية، وليس مجلس المنافسة، إلا أنه حتى يصدر حكم بالبطلان يشترط أن يصدر قرار عن مجلس المنافسة يقرر بوجود ممارسة مقيدة للمنافسة، بعد مراعاة أحكام المادتين 08 09 من الأمر 03-03 اللتان تتعلقان بالاستثناءات الواردة على الاتفاقيات المحظورة والتعسف في وضعية الهيمنة والإبطال يكون على مستوى الجهة المختصة في المحكمة المدنية أو التجارية، ويمكن لهذا الأخير أن يطلب رأي مجلس المنافسة إذا لم يكن قد تولى دراستها، وهو رأي غير ملزم لها، ويمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي متضرر من الممارسات المقيدة للمنافسة المطالبة بالتعويض، أمام الجهات القضائية على أساس المسؤولية التقصيرية وهو ما أكدته المادة 48 من الأمر 03-03. [1]

المطلب الثاني: قيود حرية المنافسة

كانت المنافسة في حد ذاتها أمرا ضروريا ومشروعا، فإن حرية المنافسة لها حدود وقيود ينبغي على المتعاملين الإقتصاديين احترامها، وذلك بتفادي مختلف أنواع الممارسات الاحتكارية الماسة بها، والتي

[1] حمزة قواس، المرجع السابق، ص 55.

يمكن إجمالها في الاتفاقات الاقتصادية المقيدة للمنافسة والتعسف في وضعية الهيمنة على السوق والتعسف في وضعية التبعية الاقتصادية.

الفرع الأول: الإتفاقات الفردية

تطرق قانون المنافسة 03-03 للممارسات الفردية التي تعمل على تقييد المنافسة، والحد من دخول المتنافسين الجدد إلى السوق المعنية أو إلغاءهم، فلا نكون بصدد هذه الممارسات إلا إذا كان العون الاقتصادي في وضيعة قوة اقتصادية يسمح له باستغلال هذه الوضعية لصالحه، وكذا يعود بالضرر على مجموع النشاط الاقتصادي والمتنافسين والمستهلكين على سواء[1].

فوضعية القوة الاقتصادية لا تجعل العون الاقتصادي يهيمن على السوق فحسب، وإنما يعمل على تحكم في أسعار السلع والمنتجات، وذلك بطريقة تضر بالمنافسين الآخرين من خلال خفض الأسعار تعسفيا، كما يمكن أن تكون على شكل تبعية اقتصادية، فلا يكون للعون الاقتصادي الضعيف إلا الخضوع للشروط التي يفرضها العون الاقتصادي المهيمن، والذي يكون في وضعية قوة اقتصادية أو احتكار لسلعة أو تقنية، وهو ما تضمنته المواد07، 11 و12 من الأمر 03-03 4.[2]

أولا: التعسف في وضعية هيمنة على السوق

يسمح الحجم الكبير للمؤسسة اكتساب مركز قوي في السوق، فقوتها الاقتصادية غير ممنوعة، وإنما يمنع القانون التعسف في استغلال وضعية القوة والعمل على الهيمنة الاقتصادية، من خلال

[1] كتو محند الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ،2006، ص176.

[2] الأمر رقم 03-03 ، يتعلق بقانون المنافسة المرجع السابق.

الحد أو الإخلال بحرية المنافسة الحرة، عن طريق إقصاء المنافسين الآخرين من ممارسة النشاط الاقتصاد الذي يعتبر العامل المشترك بين العرض والطلب[1].

المشرع الجزائري منع وضعية هيمنة لأول مرة في قانون الأسعار 1989[2]، وقانون المنافسة 1995[3] وأخير في الأمر 03-03[4] الصادر في 2003 ، حيث تم تعريف الهيمنة في نص المادة 03 منه، ولتحديد موقع الهيمنة يجب التطرق إلى معايير تحديد السوق، فنجد منها معيار المبادلة، وكذا الممارسات التعسفية المهيمنة للمنافسة.

أ.مفهوم الهيمنة:

قبل تعريف الهيمنة وجب تحديد المقصود من السوق، فهو ذلك المكان أين يلتقي العرض والطلب على المواد والخدمات القابلة للاستبدال مع غيرها من السلع والخدمات، وفقا للمرسوم التنفيذي الصادر في 2000، المتضمن مقاييس تحديد وضعية هيمنة للعون الاقتصادي[5].

استمد قانون المنافسة الجزائري، تعريفا للهيمنة من الأحكام القضائية الفرنسية والأوروبية، فعرفتها المادة 03 من الأمر 03-03[6] المتعلق بقانون المنافسة، على أن "وضعية الهيمنة هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعنية، والتي من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه، وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموناها "

---

[1] ناصري نبيل، تنظيم المنافسة الحرة كالية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك، أعمال الملتقى، أيام 17 و 18 نوفمبر 2009 ، بجاية ، ص 149.

[2] قانون رقم 89-12 ، المؤرخ في 05 يوليو 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29، الصادر في تاريخ 19 يوليو1989

[3] الأمر رقم 95-06 ، المؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالمنافسة، ، ج ر عدد 09 ، الصادرة في يناير 1995 8

[4] أنظر المادة 3 من الأمر 03-03 ، يتعلق بالقانون المنافسة

[5] - مرسوم التنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في أكتوبر 2000، الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة ، جر .2000 ،47

[6] ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03 ، منكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون ، فرع قانون الأعمال ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2003، ص 82

ويقصد بالهيمنة تلك القوة الاقتصادية التي تتحصل عليها المؤسسة، وتتيح لها سلطة التخلص من منافسة مؤسسات أخرى، موجودة في نفس السوق[1].

فهذه التصرفات التي تتخذها أي مؤسسة في وضعية هيمنة من شأنها عرقلة المنافسة والحد من حريتها، تعسفيا منعها المشرع الجزائري منعا باتا .

ب–الممارسة التعسفية لوضعية الهيمنة:

لثبوت وجود المؤسسة في وضعية هيمنة لابد من إتيان ممارسات تعسفية التي تعيق المنافسة داخل السوق وتعمل على استبعاد المنافسين الآخرين (أولا)، ولكي تتجسد هذه الممارسات لابد أن تتوفر على مقاييس موضوعية لتحققها (ثانيا).

أولا : الممارسات التعسفية لوضعية هيمنة

يطلق التعسف على المؤسسة أو العون الذي يسعى للحصول على امتيازات تجارية واقتصادية لا مبرر لها، ما عدا الهيمنة على السوق واستغلالها، وبمجرد ادعاء بوجود الممارسات التعسفية غير كاف، و إنما لابد من إثبات ذلك[2]، وقد ذكرت المادة 07 من الأمر 03–03 [3]المتعلق بالمنافسة بعض حالات التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق، تتمحور حولها الأسعار وشروط البيع وعلاقاتها التجارية مع الشركاء.

[1] خمايلية سمير، عن سلطات مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2013،ص 47.

[2] المادة 23 من الأمر 03–03 يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق.

[3] عمورة عيسى، النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة ، مذكرة لنيل درجة ماجيستر في القانون ، فرع قانون الأعمال ، جامعة مولود ،تيزوزو ، 2005 ، ص 21.

أ- الممارسات المتعلقة بالأسعار و شرط البيع:

ويمكن أن تكون هذه الممارسات على شكل ممارسات خاصة بالأسعار وممارسات خاصة بشروط البيع.

1- الممارسات الخاصة بالأسعار :

تنص المادة7/5 من الأمر 03-03 المتعلق بالقانون المنافسة أنه يحضر على المؤسسة المهيمنة على السوق" عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها وفرض الأسعار، يتم إما برفعها أو انخفاضها اصطناعيا "[1].

*** الرفع المفرط للأسعار**

تعتبر الممارسات الصادرة عن المؤسسة المهيمنة الرامية إلى رفع أسعار المنتجات والخدمات اصطناعيا ممارسات تعسفية، إذا كان السعر ليس له علاقة معقولة مع القيمة الاقتصادية للخدمة المقدمة وينقصه تبرير موضوعي.[2]

*** خفض الأسعار تعسفيا**

خفض الأسعار صوريا إلى ما دون سعر التكلفة تعتبر من الممارسات التعسفية بصرف النظر إذا كان العون الاقتصادي يتمتع بوضعية هيمنة أم لا، وهذا ما يؤدي إلى عرقلة عمل قواعد المنافسة في السوق أي عرقلة قاعدة العرض والطلب، فلقد نصت المادة 12 من الأمر 03-03 [3]" يحضر عرض الأسعار بيع منخفضة تعسفيا بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل

[1]أمر 03-03 المرجع السابق.

[2]تيروسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 267

[3]المادة 12 من الأمر رقم 03-03 يتعلق المنافسة ، المرجع السابق

والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات التي تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق."

ونلاحظ أن البيع بالأسعار مخفضة لا يمارسها إلا العون الاقتصادي الذي يكون في وضعية قوة اقتصادية تسمح له بالامتصاص تلك الخسارة التي ترتبت عليه عن ذلك البيع[1]، وبالتالي لا يتصور أن هذا الأسلوب التنافسي الممنوع أن يمارس إلا من طرف عون اقتصادي يحوز على هيمنة في السوق، لهذا تم إدراجها ضمن الممارسات التعسفية الممنوعة التي تنتج عن وضعية هيمنة .

2- الممارسات الخاصة بشروط البيع

تعتبر من ممارسات التعسفية قيام العون الاقتصادي بإدراج شرط الإعفاء من المسؤولية في الشروط العامة للبيع، ذلك على حساب المستهلك أو إدراج شرط عدم المنافسة لمدة طويلة، أو يتم إلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، وكذلك فيما يتعلق أيضا بالمبيعات المشروطة باقتناء كمية، حيث يخضع بيع منتج ما لشراء منتج آخر أو تقديم خدمة[2]، ونفس الشيء بالنسبة للبيع التمييزي، فيتعارض مع المنافسة الحرة التي تقتضي المساواة بين جميع الشركاء الاقتصاديين، كإبرام عقد البيع ينحصر على بعض الأعوان الاقتصاديين [3] دون الأخر، ولقد نصت عليها المادة 07 من الأمر 03-03[4] المتعلق بالمنافسة، وحكمة من عدم مشروعيتها هو وجود محاباة للمشتري على حساب مشتري آخر، قصد تقييد المنافسة في السوق.

[1] كتو محند الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة ، المرجع السابق ، ص 176.

[2] المرجع نفسه ، ص 177.

[3] كتو محند الشريف ، حماية المستهلك من الممارسات المنافية مجلة الإدارة ، عدد 23 ،2001 ص 55 .

[4] أنظر المادة 7 من الأمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق .

ب- الممارسات الخاصة بالعلاقات التجارية مع الشركاء الاقتصاديين.

علاوة للممارسات المتعلقة بالأسعار وشروط البيع فالمادة 07 من الأمر 03-03 أشارت إلى قطع العلاقات التجارية، بمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط التجارية الغير الشرعية، وغالبا ما يسمح هذا التصرف للمؤسسات المهيمنة بفرض ممارسات أخرى، مثل رفض البيع، بحيث يلجأ الأعوان الاقتصاديين المهيمنين إلى رفض البيع بدون مبرر شرعي، أو قطع العلاقة التجارية فتم إدراجها ضمن الممارسات التعسفية.[1]

ثانيا : مقاييس تقدير الممارسات التعسفية في وضعية هيمنة

حدد المرسوم التنفيذي 2000-314[2] في المادة 5 المقاييس التي تساعد على تقدير التعسف في الممارسات التي يرتكبها الأعوان الاقتصاديون، فلا يعتبر في وضعية هيمنة إلا الأعمال التي تستجيب على الخصوص للمقاييس التالية :

ا- المناورات الهادفة إلى مراقبة الدخول في السوق أو سيرها:

تعتبر ممارسات تعسفية، جميع السلوكات التجارية التعاقدية أو ما قبل التعاقد التي تتجاوز حدود المنافسة الاقتصادية العادية، التي تسلكها المؤسسة في وضعية هيمنة إذا لم يكن هدفها سوى القضاء على المنافسين الحاليين والمحتملين أو حصول على امتيازات غير مبررة.[3]

[1] بن طاوس ايمان ، الممارسات المقيدة للمنافسة دراسة مقارنة قانون (قانون الجزائري والقانون الفرنسي)، دار هومه ، الجزائر 2012 ، ص41

[2] المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 المؤرخ في أكتوبر 2000، المرجع السابق .

[3] زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011 ، ص 109.

ب- المساس المتوقع و الفعلي بالمنافسة :

لا يقتصر المساس بالمنافسة على النتيجة القاطعة لتحقيق التعسف في وضعية هيمنة، وإنما يمتدد إلى الآثار المحتملة وقوامها إمكانية تقيد المنافسة بشكل جوهري ويستوجب أن يكون الاحتمال تقييد معقولا أي مبني على أسس موضوعية و ليس فقط مجرد احتمال[1].

ج- غياب الحل البديل

تعتبر بمثابة الوجه الثاني لحالة التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق، بحيث يجد العون الاقتصادي نفسه مرغم على التعاقد مع المؤسسة المهيمنة، رغم ما ينجر عن ذلك من شروط تعسفية، وهذا لغياب الحل البديل لتلك المنتجات أو الخدمات[2].

د-ألا يكون المساس بالمنافسة معفي من الحضر

وهذا في حالة ما إذا كانت الممارسات التعسفية من شأنها تحقيق التقدم التقني أو الاقتصادي فإنها لا تخضع للإدانة.

ثانيا: التعسف في حالة التبعية الاقتصادية

ركز المشرع الجزائري على طرف الضعيف في العلاقات التجارية، غير أن الأصل يكون لكلا الطرفين نفس الحقوق عند إبرام العقد، ولكن في هذه الحالة يكون للمؤسسة ما قوة تهيمن على باقي المؤسسات الأخرى، فتجد نفسها في حالة تبعية مجبرة على التعاقد.

تثبت حالات التعسف الناتجة عن التبعية عندما تتوفر لدى العون شروط التعسف، والتي تتخذ شكلين إما تبعية الموزع للممون أو العكس، فلا يكفي توفر هذه شروط لتحقيق مدى وجود العون

[1] كتو محند الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة ، المرجع السابق ، ص 179

[2] كتو محند الشريف، المرجع نفسه ، ص 180

الاقتصادي في حالة تبعية، بل لابد أن يستغل تلك التبعية تعسفيا والعمل على تقييد المنافسة والإخلال من حريتها.

أ.تعريف التبعية الاقتصادية

تعرض المشرع الجزائري لتعريف التبعية الاقتصادية في ظل الأمر03-03 المتعلق بالمنافسة في المادة03/4 أنها "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها المؤسسة ما حل بديل، مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبون أو ممون".[1]

تتحقق التبعية الاقتصادية إذا أمكن للزبون أن يكون في تبعية إزاء الممون نظرا لاحتكاره للعلامة التجارية أو التقنيات التي يستعملها أو حصته في السوق المعنية، كما يمكن أن تكون تبعية الممون للموزع، لتحديد حالة التبعية لابد أولا من تحديد مضمون التبعية الاقتصادية ثم نتطرق إلى شروط تحقق حالة التبعية.

1- مضمون فكرة التبعية

حضر الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في نص المادة 11 من الأمر03-03 [2]التي تنص "يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى، بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي.

- البيع الملازم أو التميزي.

- البيع المشروط اقتناء كمية أدنى - قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط غير مبررة.

[1] بن طاوس إيمان، الممارسات المقيدة للمنافسة، المرجع السابق ، ص 45.

[2] المادة 11 من الأمر 03-03 يتعلق بالمنافسة .

-كل عمل من شانه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق".

يتبين لنا بعد استقرائنا لنص المادة 11 الأمر 03-03، أن الممارسات التعسفية لا تكون ممنوعة، إلا إذا كان لها غرض أو أثر يؤدي إلى إعاقة المنافسة أو تقييدها، أو تزيفها كالقضاء على المنافسة، من خلال أساليب عديدة رفض البيع، فرض شرط على المتعاملين الآخرين، فلتحقق التعسف في وضعية التبعية لابد من إثبات وجود حالة تبعية اقتصادية .

2. شروط تحقق حالة التبعية الاقتصادية:

لا يمكن إثبات حالة تبعية إلا بتوفر مقاييس معينة تحدد هذه التبعية، فليس بالضرورة أن تتوفر على جميع هذه المعايير، وإنما يكفي أن يتوفر معايير منها تبعية الموزع للممون وتبعية الممون للموزع. [1]

تبعية الموزع للممون:

تقدر بواسطة تحليل أربع مقاييس منها:

-شهرة العلامة التجارية: يتوقف على رأي المستهلك من خلال حجم استهلاكهم لمنتوج معين، فميل الزبائن للموزع يتوقف بوجود ذلك المنتج، فلا بد أن يكون منفردة و لا مثيل لها.

-حصة السوق العائدة للممون: هي تعكس سلطة التسويق النسبية، وتبين قوته الاقتصادية.

نسبة مواد الممون في رقم أعمال الموزع، ويجب أن تكون معتبرة تحدد على الأقل بنسبة25% من رقم أعمال الموزع، وذلك بالنسبة لكل مادة على حدى[2].

[1] براهمي فضيلة ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 و القانون 08-12 المرجع السابق ، ص 91 .
[2] كتو محد الشريف كتو ، الممارسات المنافية ، المرجع السابق، ص188.

– غياب الحل البديل أو المعادل: وهو ما يتضح من نص المادة 03 من الأمر 03-03، ويعتبر الحل البديل متوفر، إذا وجد في السوق مواد مشابهة المواد الممون، وتملك نفس الشهرة أو تدير لصاحبها نفس رقم الأعمال.

ويقع عبئ إثبات الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية ، على من يدعي وقوع التعسف فالموزع عليه أن يثبت توافر المعايير السابقة.[1]

تبعية الممون للموزع أو تبعية الشراء

تحدد هذه الحالة عندما تكون العلاقة التعاقدية بين الممون والموزع تكون لصالح هذا الأخير، فتنتج تبعية الممون أي تبعية مؤسسة منتجة تجاه مؤسسة توزيع ضخمة نتيجة لعدة معايير وهي:

-حصة رقم الأعمال المحققة من طرف الممون مع الموزع، والتي يجب أن تكون معتبرة.

– تركيز بيع منتجات الممون لدى الموزع، لاسيما الخيارات الإستراتيجية والتجارية أو التقنية.

– غياب الحل البديل، فلا يوجد حل معادل وبديل لمؤسسة الممونة، إلا إذا كان في مقدورها إيجاد المنافذ الضرورية لتصريف البضاعة المشابهة لتلك التي تحوزها .

ب– الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية

لا تعتبر حالة تبعية الاقتصادية أمر محظور في حد ذاته، بل النتائج التي يمكن أن تترتب عنه من جراء إخلاله بالمنافسة فبالرجوع إلى نص المادة 11 الأمر 03-03 السالفة الذكر أوردت لنا الممارسات التعسفية على سبيل المثال لا الحصر، ولابد أن تشكل هذه الممارسات مساس بالمنافسة.

[1] براهمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 و القانون 08-12 ، المرجع السابق ، ص90.

1- الممارسات التعسفية الناتجة عن التبعية

أ- رفض البيع نجعل القانون الجزائري رفض البيع المؤسسة التابعة للمؤسسة المتبوعة تصرف يوصف بالتعسف في استغلال وضعية تبعية، إلا أنه جعل الرفض مرتبط بغياب المبرر الشرعي، ولابد أن تتوفر على مجموعة من الشروط والمتمثلة في :

- صدور الطلب من العون الاقتصادي الراغب على السلعة.

- صدور الرفض من العون الاقتصادي المستغل لوضعية تبعية بصفة صريحة.

- توفر المنتج لدي العون الاقتصادي سواء بصفة مادية أو قانونية.[1]

ب- البيع المتلازم : رفض البائع تزويد المشتري بالمنتجات والسلع اللازمة بغرض إجباره على احترام شرط يقتضي شراء منتوج أخرى غير المنتوج الذي طلب شرائه، بصرف النظر إذا كان يرغب في ذلك أم لا[2].

ج- البيع المشرط باقتناء كمية أدني: يشمل في الشرط العون الاقتصادي المستغل لوضعية تبعية اقتناء كمية أقل من تلك التي أردها العون الاقتصادي المتبوع .

1- الإلزام بإعادة البيع بسعر أقل، بحيث نميز بين رغبة المؤسسة في البيع بسعر أقل رغبة منه بإغراق السوق، وبين السلوك الصادر عن المؤسسة التابعة، والذي يعد محظور لأنه تستعمله لإبعاد المتنافسين من السوق وإخراجهم من المنافسة.[3]

2- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة: فالقاعدة العامة هي حرية المعاملات التجارية، وبالتالي لا يكون رفض التعامل مشروع، إلا إذا اقترن الرفض بالرغبة في استغلال الوضعية، وبالتالي التأثير على المنافسة وتقييدها.

[1] ناصر نبيل ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 و الأمر 03-03 ، المرجع السابق ، ص 92

[2] براهمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الامر 03-03 و القانون 08-12 ، المرجع السابق ، ص91.

[3] - كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة ، المرجع السابق ، ص 189

2- المساس بالمنافسة في السوق

بالرجوع إلى نص المادة 11 من الأمر 03-03[1]، فقد نصت صراحة بحضر التعسف عن وضعية التبعية الاقتصادية، وذلك في حالة ما إذا كان يؤدي إلى المساس بالمنافسة وعرقلتها، ولكن يطرح التساؤل إن كان المساس فعلي أو محتمل ؟

ولكن بالرجوع إلى قانون المنافسة الفرنسي، فيكفي أن يكون المساس محتمل لكي يتم حضرها، فبالتالي أصبح منع استغلال وضعية لتبعية الاقتصادية بمجرد كونه قابلا لأن يمس بالمنافسة، عكس المشرع الجزائري الذي اعتبر وجود مساس فعلي وحقيقي بالمنافسة لإقرار وجود وضعية تبعية[2].

الفرع الثاني الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة

الأصل أن عمل المؤسسات الاقتصادية على شكل تجمعات مسموح، إذا كانت تمارس في حدود القانون، بحيث تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى فرض وجودها داخل السوق المعنية، وذلك من خلال تعزيز قوتهم الاقتصادية.

لكن بالرجوع إلى النصوص القانونية فقد حدد لنا المشرع الجزائري في ظل قانون المنافسة مظاهر التي تتخذها هذه التجمعات، فيمكن أن تكون على شكل اتفاقيات بين الأعوان الاقتصاديين، أو على شكل تجمعات اقتصادية لعدة مؤسسات، والتي يمكن أن تكون كفاعل في تنشيط الاقتصاد الوطني، وذلك من خلال مواكبة الاقتصاد الأجنبي، كما يمكن أن يستغلوا تلك التجمعات بغرض تقييد المنافسة الحرة، سواء بإقصاء المتعاملين أو منعهم من دخول إلى السوق، فتكون على شكل الاتفاقات

[1] كتو محمد الشريف، نفس المرجع السابق، ص 190.

[2] LELOUP Jean Marie, « Caractères généraux du droit de la concurrence », Revue de jurisprudence et commerciale , Avril, Paris, 2000;83

محظورة بين عونين أو عدة أعوان، أو بين مؤسستين أو أكثر، وتكون إما عمودية أو أفقية، فقد تم معالجتها في نصوص المادة 06 والمواد15 إلى 22 من الأمر 03-03[1] .

اعتبرها المشرع الجزائري من الممارسات المقيد للمنافسة إذا كانت تهدف إلى تقيد، ولا تأخذ هذا الوصف إلا إذا بلغ حد معين من الجسامة أو المساس بالمنافسة[2].

أولا: الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة

إن قواعد السوق تفرض على المؤسسات التنافس فيما بينها بهدف تحقيق الربح، لقد أدرك المشرع هذا الدور الكبير الذي تلعبه المنافسة، وحرص على عدم احتكار هذه المؤسسات السوق، عمل على حظر كل الاتفاقات التي من شأنها تقييد المنافسة، فقد عرفتها المادة 06 من الأمر 03-03[3]،ويظهر تقييد الاتفاقات المحظورة في حالات، أين تمس بالمنافسة سواء تعلق بالشروط التعاقدية أو تعلق بالأسعار.

أ. مفهوم الاتفاقات المحظورة

1- تعريف الاتفاق

المشرع الجزائري لم يعرف الاتفاقات المحظورة، بل اكتفى فقط بسرد الحالات التي يكون فيها العون الاقتصادي في وضعية محظورة. تم تعريف الاتفاق في القانون المدني بتطابق الإرادتين، بحيث اعتمد بعض

[1] أنظر المواد 7،11،6،-12 ،15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، المرجع السابق .

[2] MEREZKI NABILA ;contention eux de la concurrence ; .MEMOIRE EN VUE DE LE LOBTENTION De DE Deplome de magister en droit, option droit public des affaires, faculté de droit, Bejaia ;2011 ;p 65

[3] أنظر المادة 6 من الأمر 03-03 ، يتعلق بالقانون المنافسة ، المرجع السابق.

الفقهاء القانون المنافسة، فجعلوه يعرف بتطابق إرادتين أو أكثر بغرض تقييد المنافسة[1]، وهو تعريف ضيق للاتفاق المحظورة .

جاء في نص المادة 6 من الأمر 03-03 [2]" تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية، عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها ".

من هنا نجد أن الممارسات المقيدة تلك التي تعرقل أو تحد من دخول الأعوان إلى الأسواق، ومن خلال نص المادة 6 أعلاه قد ركز المشرع على ثلاث مفاهيم، والمتمثلة في عرقلة و الحد والإخلال، غير أنه تجتمع هذه المفاهيم في مصطلح واحد، وهو المساس بحرية المنافسة وما يؤدي إلى إقصاء الأعوان الاقتصاديين من السوق .

2- أشكال الاتفاقات المحظورة

الاتفاق المنظم قانونا يمكن أن يتخذ شكل الاتفاق التعاقدي الذي يبرم بين عدة أطراف (أ)، أو يتخذ شكل الاتفاقات العضوية (ب)، كما يمكن أن يكون على شكل أعمال مدبرة (ج).

أ- الاتفاقات التعاقدية:

هي الاتفاقات المبرمة بين عدة أعوان اقتصاديين أو عدة أطراف سواء بعقد مكتوب أو شفهي، مثل الاتفاقية المبرمة بين المستخدمين ورب العمل فإنها تخضع للمنع إذا أدت إلى تقييد المنافسة[3].

[1] FRESON ROCH Anne Marie et Payet Stéphane , Droit de la concurrence ;Dalloz ;Paris ;2006 ;150.

[2] أنظر المادة 06 من الأمر 03-03، يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق .

[3] كتو محند الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري ، المرجع السابق ، ص 109 .

ب- الاتفاقات العضوية: هي الاتفاقات المنشاة للشخص المعنوي كالشركات التجارية بكل أنواعها، الشركات المدنية، كما يمكن إن يأخذ هذا التجمع مزود بالشخصية المعنوية. [1]

ج-الأعمال المدبرة: فهي توحي بوجد نشاط مشترك بين مؤسستين أو أكثر، يهدف إلى مساس بالمنافسة عبارة عن تفاهم ضمني حول تحديد الأسعار، أو حجم الإنتاج مثلا بين المؤسسات الاقتصادية في خفاء، الذي يؤدي إلى تقييد المنافسة والإخلال من حريتها .[2]

ب- مساس الاتفاقيات المحظورة بالمنافسة

يمكن أن تمس الاتفاقيات المحظورة في حالات عديدة، بحيث نجد منها المتعلق بالشروط التعاقدية، ومنها المتعلقة بالأسواق أو المتعلق بالأسعار.

1- المساس بالمنافسة في مجال الشروط التعاقدية المادة من الأمر 03-03 [3]، تناولت فيه مجال تقييد المنافسة فيما يخص شروط التعاقد، حيث ركزت على صورتين منها:

تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين: مما يحرمهم من منافع المنافسة، حيث يرمي المشرع الجزائري من خلال هذه الصورة إلى تقييد المنافسة، من خلال تجسيد مبدأ المساواة بين المؤسسات عند ممارسة حقها في المنافسة، إلا أن هذا المبدأ، لا يمكن تكريسه لوجود اختلافات فيما بين المؤسسات الاقتصادية، وهذا لعدم تمتع جميعها بنفس الإمكانيات لاسيما المادية.

ولهذا حتى يكون عدم المساواة يمس بالمنافسة، لابد أن يتعلق الأمر بالشروط الغير متكافئة، ومتمثلة في تقديم نفس النوع من الخدمات لأعوان الاقتصاديين[4].

---

[1] قابة صورية ، مجلس المنافسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في حقوق، قانون الأعمال ، جامعة الجزائر، 2001 ، ص134.

[2] براهمي نوال ، الاتفاقات المحظورة في قانون المنافسة في الجزائر ، المرجع السابق، ص18.

[3] أنظر المادة 6 من الأمر 03-03 ، المرجع السابق .

[4] كتو محند الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة ، المرجع السابق ، ص 181 .

ب: إخضاع إبرام عقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود:

تمثل هذه الصورة المساس بالمنافسة في حالة احتلال أحد طرفي العقد لوضعية قوة تخوله فرض شروطه على الطرف الأخرى، حتى يتم يبرم العقد، وذلك بقبول خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع العقد حسب مقتضيات العقد[1].

2- المساس بالمنافسة في مجال الأسواق وهي الأفعال التي تخل أو تعرقل المنافسة داخل السوق مما يؤدي إلى العمل على تقييدها ونذكر منها مايلي :

أ: الحد المباشر للدخول إلى الأسواق و ممارسات النشاطات التجارية:

ويشمل هذا التقليص الأشخاص والإنتاج والتوزيع، وذلك بالمساس المباشر بحرية الاتفاق، إذا يتعلق بوضع العراقيل في مجال دخول الأشخاص أو انضمام إلى مهنة معينة تفرض إلزامية الحصول على اعتماد أو التسجيل في قائمة معين، كما قد يمس التقليص دخول المنتجات إلى السوق عن طريق وضع رقابة الجودة والإنتاج، تكون من شأنها تعقيد الإجراءات أمام المؤسسات، مما يؤدي بهم تخلي عن فكرة الدخول إلى السوق[2].

ب: الحد غير المباشر للدخول إلى السوق

ويكون هذا عن طريق عقود التوزيع المنظمة لبعض البنود التي تقلص من المنافسة، مثل بند التوزيع الانتقائي أو عن طريق تقليص أو مراقبة الإنتاج أو مأخذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني، ويتعلق الأمر بالاتفاقات التي تحد من الإنتاج أو التسويق، حيث تقوم على[3]:

[1] بن طاوس ايمان ، الممارسات المقيدة للمنافسة المرجع السابق، ص 45.

[2] كتو محند الشريف ، المرجع نفسه، ص 181 .

[3] نوال براهمي، المرجع السابق، ص52.

أ- حق المؤسسة من الإنتاج أو التسويق كمية معينة من المنتجات، بحيث تحدد وفق حصته والتسويق التي تحوزها كل مؤسسة دون أخذ بعين الاعتبار لهذه الحصة[1].

ب- منع كل مؤسسة من إنتاج أو تسويق كمية أكبر من المنتجات المسموح بها، بحيث تكون تحت طائلة عقوبات تفرضها عليها باقي المؤسسات أطراف الاتفاق، وفي المقابل ضمان منحها تعويض في حالة إنتاج أو تسويق لمنتجات أقل من تلك المسموح بها.

ج- عن طريق اقتسام الأسواق أو مصادر التموين: حيث يشمل هذا النوع من المساس في العلاقات الأفقية أو العمودية، ويكون الهدف الأساسي في العلاقات الأفقية حفاظ، وحماية وضعية المنافسة الموجودة وقت ابرم الاتفاق من أجل اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل. [2]

أما الاتفاقات العمودية تبرم المؤسسات اتفاقات محظورة تتخذ شكل عقد التوزيع وتوريد في بعض البنود التي تمس بالمنافسة [3].

3- المساس بالمنافسة في مجال الأسعار

يعد مبدأ حرية الأسعار من المبادئ المكرسة في التشريع الجزائري، وهذا ما كرسه المشرع في نص المادة 4 الفقرة 1 من الأمر03-03 [4]" تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قوانين المنافسة"، واستنادا إلى ما ورد في نص المادة 05 من نفس الأمر، بالنسبة للمنتجات الإستراتيجية، وأيضا الإجراءات الاستثنائية المتخذة من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة الارتفاع

[1] تواتي محند الشريف ، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجيستر في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة محمد بوقرة ،بومرداس ، 2007 ،ص 49.

[2] قابة صورية ، مجلس المنافسة ، المرجع السابق، ص137 .

[3] المرجع نفسه ، ص 49.

[4] أنظر المادة من الأمر 03-03 . المرجع السابق .

المفرط بسبب أزمة أو كارثة أو صعوبة في التموين بالنسبة للقطاع النشاط، أو في حالة الاحتكارات الطبيعة، لذلك جعل من عرقلة تحديد الأسعار أحد صور تقييد المنافسة، وبالتالي وجب حظرها.

ووفق لما هو معمول به في الأسواق الجزائرية هناك العديد من الأفعال التي تمس بالمنافسة، بحيث نذكر منها مايلي :[1]

أ- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها

ب- توحيد الأسعار في السوق الواحد وهو ما يرمي إلى:

1 توحيد التخفيضات بحيث تتفق المؤسسات على منح نفس التخفيضات على منتجاتها.

2 توحيد حساب الأسعار، وذلك بوضع سلم حسابي مشترك.

3- توحيد شروط البيع ويظهر من خلال تطبيق تقنية وشروط التسليم.

ج- تثبيت الأسعار ومنع تحريكها عن حد معين وذلك عن طريق تحديد هامش معين لربح وتحديد الأسعار بنفسها كفرض سعر أدني لا يجوز تخطيها.[2]

ثانيا: التجميعات الاقتصادية

التكتلات الاقتصادية أمرا منحصرا أساسيا في تحريك الاقتصاد الوطني وتمكينه من مواجهة تحديات المنافسة الأجنبية، إلا أنه ومع ذلك وحفاظا على فرض المراقبة على التجميعات الاقتصادية أمرا

[1] تواتي نورالدين، الجمعيات وقانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، جامعة الجزائر2002، ص 165.

[2] كتو محند الشريف، المرجع السابق، ص 199

لازما للحيلولة دون تقييد المنافسة بفعل هذه العمليات[1]، فعليه لابد من تحديد مفهوم التجميعات الاقتصادية وشروط تقييدها.

أ- مفهوم التجميعات الاقتصادية

خص المشرع التجمعات الاقتصادية بفصل، بحيث أخرجها من الممارسات المقيدة للمنافسة، وهذا نظرا لخصوصيتها، ولم يعرفها ضمن هذه النصوص، وإنما اكتفى بتحديد أشكالها .

تعريف التجميعات الاقتصادية:

تعرف على أنها اجتماع مؤسستين أو أكثر لغرض تكوين مؤسسة مستقلة عن المؤسسات المكونة لها، وهي عملية تنطوي على شقيين، الأول يتمثل في مسألة قانونية بحتة، وهي نقل الملكية أو المنفعة من مؤسسة لمؤسسة أخرى، أما الثاني من خلال التأثير عليها وممارسة النفوذ الأكيدة عليها. [2]

ولقد نظم القانون التجاري عملية الاندماج بشيء من تفصيل و ذلك في المواد 744-748، وعليه يمكن أن يتخذ الاندماج عدة صور[3].

ب- شروط تقييد التجميعات الاقتصادية

حتى يقع التجميع تحت طائلة المراقبة لا يكفي أن يتحقق في شكل من الأشكال السالفة الذكر، بل يجب توفر شروط معينة، بدونها لا يكون محل لتقييد من طرف مجلس المنافسة، فيجب أن يصل التجميع إلى مدى اقتصادي معين من شأنه أن يعزز وضعية الهيمنة للمؤسسات المعنية، والتي تؤدي إلى تقييد المنافسة، وأن تؤدي عملية التجميع إلى المساس بالمنافسة في السوق.

[1] تواتي نور الدين ، المرجع السابق، ص166

[2] براهمي فضيلة ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 و القانون رقم 08-12 ، المرجع السابق ، ص93.

[3] المادة 744م/2 من الأمر 75-59 يتعلق بالقانون التجاري ، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم .

1- تكوين و تعزيز الهيمنة في السوق

إن التجميع القليل الأثر على المنافسة لا يخضع للرقابة، ومعرفة مدى القوة الاقتصادية المتحصل عليها بفعل التجميع يتم وفق مقاييس معينة يفترض القانون أن بلوغها سيؤدي إلى المساس بالمنافسة، ولذلك يجب عرض عملية التجميع على السلطات المختصة لتفحصها والتأكد من أنها تمس أو لا تمس بالمنافسة. نصت المادة 18 من قانون المنافسة [1]على أنه " تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة".

كما يمكن كذلك أن تقاس القوة الاقتصادية برقم الأعمال التي يحققها التجميع حسب القانون الفرنسي الذي أخذ بمقياس حصة السوق ورقم الأعمال .

أ: مقياس الحصص في السوق لا يخضع بمراقبة التجميع إلا المؤسسات التي تحوز على حصة معينة في السوق، و لمعرفة هذه الحصة لابد من تحديد السوق المرجعي.

ب- مقياس رقم الأعمال: بالإضافة إلى المقياس السابق وهو مقياس حصص السوق نجد أيضا مقياس آخر وهو مقياس رقم الأعمال والمنصوص عليه في المادة 38 الفقرة الثانية من القانون الفرنسي المتعلق بالمنافسة[2].

ثانيا: مساس التجميع بالمنافس:

تخضع عمليات التجميع الاقتصادية للمراقبة بمجرد اعتبار تلك التجميعات من شأنها المساس بالمنافسة. حسب المادة 17 من الأمر 03-03 نجد أن المشرع الجزائري قد أشار إلى ذلك بقوله أن كل عملية تجميع من شأنها المساس بالمنافسة لاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما لابد من

[1]أنظر المادة 18 من الأمر 03-03 ، المرجع السابق .

[2] -CHAPUTYVES LE DROIT DE LA CONCURRENCE PEF, France, 1999, ;p 56.

إخضاعها للمراقبة، إذن يعتبر شرط المساس بالمنافسة ضروري من أجل إخضاع التجميع الاقتصادي للمراقبة، فالترخيص بعملية التجميع يتم بعد دراسة النتائج والآثار التي قد تنتج من عملية التجميع، فإذا كانت عملية التجميع لا تمس بمبدأ المنافسة يرخص بها ويسمح بقيامها، بينما يرفض، وإذا تمعنا جيدا في نص و يمنع قيامها في حالة ما إذا كانت تمس بهذا المبدأ . المادة 17 من الأمر رقم 03-03 [1]، نجد أن المشرع الجزائري لم يوضح مدى مراقبة التجميعات الاقتصادية، التي من شأنها المساس بالمنافسة ولم يوضح ما إذا كان يقصد التجميعات المحلية فقط أو حتى التجميعات الأجنبية، أي المؤسسات التي يوجد مقرها في دولة وتقوم بعملية التجميع، فالقانون الفرنسي أشار إلى هذا النوع من التجميعات، بحيث فرض الرقابة على التجميعات الأجنبية أيضا، أو حتى على المؤسسات الأجنبية التي قامت بالتجميع في إقليم أجنبي، والتي يكون لها آثار سلبية على السوق الفرنسية. [2]

فمعيار المساس بالمنافسة يجب أن يطبق أيضا على المؤسسات الأجنبية المؤسسات التي يكون مقرها الاجتماعي في بلد أجنبي، وإخضاعها إلى مراقبة السلطات الفرنسية، بما أنها تؤثر على السوق الفرنسية، بغض النظر عن مقر تلك المؤسسات المنشئة لعملية التجميع[3].

لكن المشرع الجزائري لم يشر إلى هذا النوع من التجميعات، والتي لا تقل أهمية عن التجميعات الداخلية أو الوطنية، بحيث عدم إخضاعها للمراقبة قد ينجر عنه آثار سلبية على السوق الوطنية، ولاسيما أننا أبرمنا عقد شراكة مع الاتحاد الأوروبي، كما أننا على مشارف الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية والتي تستند أساسا على خفض الحقوق الجمركية، وبالتالي غزو السوق الوطنية بالسلع الأجنبية على حساب المؤسسات الوطنية.

---

[1] المادة 17 من الأمر 03-03 يتعلق بالمنافسة ، المرجع السابق.

[2] -BOUTARD LABARD MARIE CHANTEL ,CANIVET GUY,DROIT FRANCAIS. DE LA 98-CONCURRENCE, OP.CIT,p;l

[3]. كتو محند الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة ، مرجع سابق، ص 100

تجدر الإشارة إلى أن المرسوم التنفيذي رقم 2000-315 [1]، أضاف مقاييس أخرى لرقابة مشاريع التجميع، والتي تحدد وضعية هيمنة عون اقتصادي على سوق معينة أو على جزء منها، وهذه المقاييس تتمثل في تطور العرض والطلب على السلع، والخدمات المعنية بعملية التجميع، النفوذ الاقتصادي والمالي الناتج عن عملية التجميع، آثار عملية التجميع على حرية اختيار المموّنين والموزعين أو المتعاملين الآخرين[2].

المبحث الثاني : آثار مبادئ المنافسة على الاستثمار

تمهيد:

من أهم الدعائم الاقتصادية الاستثمار سواء من خلال مستثمرين وطنيين أو من خلال مستثمرين أجانب، وذلك لأن الاستثمار يعد دفعة قوية وفعالة للاقتصاد من خلال ضخ الأموال وتوفير فرص العمل اللازمة والقضاء على البطالة، وتوفير السلع والخدمات المطلوبة للمجتمعات، وفوائد الاستثمار عديدة ومتعددة، ولكن هذا الاستثمار كي تتم الاستفادة منه يجب العمل على التقيد بالمبادئ الأساسية للمنافسة النزيهة والشريفة، ولا يكون هذا إلا بوجود رقابة مجلس المنافسة الذي يسهر على محاربة الممارسات المنافية لقواعد المنافسة (المطلب الأول).

وكذا في حالة التجاوز في مبادئ المنافسة تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثاني).

المطلب الأول : رقابة مجلس المنافسة

قصد تمكين مجلس المنافسة من ممارسة دوره الرقابي على المنافسة في السوق وتحقيق الضبط الفعال له وحماية مبادئ المنافسة، أناط المشِرع الجزائري للمجلس مجموعة من الصلاحيات ونظمها بموجب الأمر 03-03 المعدل و المتمم.

[1] مرسوم التنفيذي رقم 2000-315، المرجع السابق .

[2] تواتي نور الدين ، الجمعيات و قانون المنافسة ، المرجع السابق ، ص 172.

الفرع الأول: تشكيل مجلس المنافسة

تشكيل مجلس المنافسة: نصت المادة 24 من الأمر رقم 03-03 على « يتكون مجلس المنافسة من تسعة أعضاء يتبعون الفئات الآتية:

الفئة الأولى : عضوان (2) يعملان أو عملا في مجلس الدولة، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار.

الفئة الثانية : سبعة (7) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية أو في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك، من ضمنهم عضو يختار بناء على اقتراح الوزير المكلف بالداخلية»، غير أنه تم تعديل محتوي هذه المادة بموجب المادة 10 من القانون رقم 08-12التي تنص على أنه :" يتكون مجلس المنافسة من اثني عشر عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية:

الفئة الأولى:ستة أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادات الليسانس .....

الفئة الثانية: أربعة أعضاء يختارون ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين .....

الفئة الثالثة: عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين....."

وعليه، أصبح عدد الأعضاء في مجلس المنافسة اثني عشر عضوا معينين من قبل رئيس الجمهورية بموجب مرسوم رئاسي تكون عهدتهم أربع سنوات [1].

[1]المادة 11 من القانون رقم 08-12 المعدلة و التي جاء فيها :".....يتم تجدد عهدة أعضاء مجلس المنافسة كل أربعة سنوات في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات المذكورة في المادة 24 ." نشير أنه تم تعديل الفقرة الأخيرة من المادة 24من الأمر 03-03 بموجب القانون رقم 10-05 المؤرخ في15/08/2010 ، المتعلق بالمنافسة ، ج ر عدد 46 الصادر في 15/08/2010

نشير هنا إلى أن رئيس الجمهورية هو الذي يحتكر سلطة اختيار في تعيين وإنهاء مهام أعضاء مجلس المنافسة، وهو ما نصت عليه المادة 11[1] من قانون 08-12 التي جاء فيها: "يعين رئيس المجلس ونائب الرئيس والأعضاء الآخرون لمجلس المنافسة بموجب مرسوم رئاسي، وتنهى مهامهم بالأشكال نفسها."

الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة

منح المشرع مجلس المنافسة صلاحيات عديدة كونه يهدف إلى ترقية وحماية المنافسة، غير أن ذلك الهدف لا يمكنه أن يتحقق إلا عن طريق ممارسة سلطاته المخولة له بموجب أحكام الأمر رقم 03-03، من صلاحياته :

1 – صلاحيات ذات طابع الاستشاري: يلعب مجلس المنافسة دور هيئة استشارية أمام السلطات التشريعية والتنفيذية، فيما يخص تحضير مشاريع النصوص القانونية والتنظيمية، التي لها علاقة بالمنافسة، فهو يتمتع بصلاحيات استشاريه، ويعد بمثابة الخبير المختص في مجال المنافسة[2].

يظهر ذلك من خلال المادة35/1 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة التي تنص على أنه « يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك، ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة »، وتضيف المادة 36 من نفس القانون على أنه: « يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تنظيمي له صلة بالمنافسة، أو يدرج تدابير من شأنها على الخصوص:

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

- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

[1] المادة 11 من القانون رقم 08-12 المعدلة و المتممة لأحكام المادة 25 من الأمر03 -03 المعدل و المتمم.

[2] ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم95/06 والأمر رقم 03-03، مذكرة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2003 - 2004، ص 51.

– فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات.

– تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع ».

تجدر الإشارة إلى أن هذه الاستشارات حسب الأمر رقم 03-03 اختيارية، بعدما كانت إجبارية في القانون السابق[1].

كما أن المادة 36 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب المادة 19 من القانون رقم 08-12 أصبحت تنص على أنه : "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها ....." [2]

وقد يستشار مجلس المنافسة وجوبا في حالة اتخاذ إجراءات استشارية للحد من ارتفاع الأسعار[3] أو تجريدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب أزمة أو كارثة أو صعوبة مزمنة في التموين، بالنسبة لقطاع نشاط أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية، وهذا ما نصت عليه المادة 5 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب المادة من القانون رقم 08-12، حيث جاء فيها : "يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع إستراتيجي، عن طريق التنظيم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة....". غير أنه تم تعديل المادتين 4و5 بموجب القانون رقم 10-05، حيث تم إلغاء الاستشارة الوجوبية واستبدلت باقتراحات تدابير تحديد هوامش الربح والأسعار، وأصبح بإمكان المجلس تقديم

---

[1] أمر رقم 95-06 مؤرخ في25/01/1995 ، يتعلق بالمنافسة، مرجع سابق، وتنص المادة 20 منه: « يستشار مجلس المنافسة وجوا حول كل مشروع نص تنظيمي له ارتباط بالمنافسة أو يتضمن إجراءات من شأنها على الخصوص:

– إخضاع ممارسة مهنة أو دخول سوق إلى قيود من ناحية الكم.

– وضع رسوم خاصة في بعض المناطق أو النشاطات ... ».

[2] المادة 19 من قانون رقم 08-12 العدلة للمادة 36 من الأمر رقم 03-03 ، مرجع سابق ، ص 13.

[3] مرسوم تنفيذي رقم 96-31، مؤرخ في 15 يناير 1996، يتضمن تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الاستراتيجية، ج.ر عدد 04، المؤرخة في 17 يناير 1996، ص09.

اقتراحات فقط[1]، فهذا يدل على تقليص دور مجلس المنافسة واحتفاظ السلطة التنفيذية بسلطة القرار، وعدم التنازل عنها لسلطة مختصة في مجال ضبط السوق.

2- صلاحيات مجلس المنافسة كهيئة قضائية قمعية

منح الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة مجلس المنافسة صلاحية الضبط الاقتصادي عن طريق مراقبة السوق وتنظيمه، فخول له سلطة قمعية لقمع الممارسات المنافية، وانتزع هذا الاختصاص من القاضي الجزائي ليمنحه لمجلس المنافسة [2]، بحيث ينظر مجلس المنافسة في الممارسات المنافية للمنافسة.

فالمادة 6 من الأمر رقم 03-03 تنص على أنه: « تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف، أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها ... » وتنص المادة 7 من نفس القانون على حالة التعسف في وضعية الهيمنة، كما تنص المادة 11 على:

«يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى ...»، وتضيف المادة 12 على أنه «يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين... ».

يظهر أن المشرع أراد من خلال المواد من 6 إلى 12 أن يجعل من مجلس المنافسة الضابط الأساسي للمنافسة والخبير الرسمي لها، وذلك من أجل تحقيق أكبر شفافية للسوق في ميدان الممارسات

[1] تنص المادة 4 من قانون رقم 10-05 المعدلة للمادة 5 من الأمر رقم 03-03 على مايلي : " تطبيقا لأحكام المادة 4 أعلاه يمكن أن تحدد هوامش و أسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتاجنسة من السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم . – تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطات المعنية...."

[2] ناصري نبيل، مرجع سابق، ص50.

المقيدة للمنافسة. فأصبح يلعب بالتالي دور القاضي الجنائي إذ يتمتع بسلطة العقاب التي يمارسها دون تدخل من القاضي، إضافة إلى تمتعه بسلطة الأمر [1] .

كما يتمتع مجلس المنافسة بسلطة توقيع عقوبات إدارية، فعند استلامه الدعوى، وإذا رأى المجلس أن الوقائع الواردة مدعمة بأدلة مقنعة يتخذ قرارات تتضمن الأمر بوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة [2] في أجل يحدده في القرار، وفي حالة عدم تنفيذ الأوامر من قبل العون الاقتصادي يتخذ المجلس عقوبات مالية، كما يمكنه إقرار تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية، وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها، وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر، وهو ما نصت عليه المادة 60 من هذا الأمر.

غير أنه ورغم تمتع مجلس المنافسة بسلطات قمعية، إلا أنه لا يمكن وصفه بالهيئة القضائية، لأنه تم إنشائه لدى الوزير المكلف بالتجارة، وتم وضعه تحت رعاية السلطة التنفينية التي تتولى تنظيم وسير وتحديد نظام أجور أعضاء المجلس بموجب مرسوم تنفيذي، فكل ذلك لايسمح بتصنيفه ضمن الهيئات القضائية، بالإضافة إلى أنه تم حذف القضاة من فئات تشكيلة المجلس بموجب القانون رقم 08-12.

3 – صلاحية الضبط العام الاقتصادي:

يتمتع مجلس المنافسية بصلاحية ضبط جميع النشاطات الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج والتوزيع، إذ يسهر على مدى انضباط السوق مع مبدأ حرية المنافسة، أخذا بالمبادئ القاعدية للاقتصاد الليبرالي، فيراقب الأعمال والتصرفات التي تمس بقواعد المنافسة، غير أنه بالنسبة للعمليات التي تحد من

---

[1] ZOUAIMIA (Rachid); Les fonctions répressives des autorités administratives indépendantes statuant en matières économiques . ; Revue Idara ; no 2-2004 ;p 123.

[2] المادة 45 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق، ص 30، التي تنص على ما يلي: « يتخذ مجلس المنافسة أوامر معللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المعاينة المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض والملفات المرفوعة إليه أو التي يبادر هو بها من اختصاصه.

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

– ويمكنه أيضا أن يأمر بنشر قراره أو مستخرجا منه أو توزيعه أو تعليقه »

المنافسة الحرة كالاتفاقات المحظورة والتعسف في استعمال موقع المتعامل المسيطر في السوق، فيمكن لمجلس المنافسة ترخيص هذا الاتفاق[1]، بشرط أن يقدموا للذي يبرر أن هدفهم هو تحقيق تطور اقتصادي وتكنولوجي، أو السماح لمؤسسات صغيرة بأن تدعم وضعها التنافسي في السوق[2]، فمجلس المنافسة يمكنه قبول أو رفض التجمع بقرار معلل [3]، لكن قد تتدخل الحكومة بترخيص التجميع الذي كان محل رفض من مجلس المنافسة إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك، في هذا الإطار تنص المادة 21 من الأمر رقم 03-03 على « يمكن أن ترخص الحكومة تلقائيا ، إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك ...، بالتجمع الذي كان محل رفض من مجلس المنافسة... ».

- صلاحيات في ميدان التحقيقات يتمتع مجلس المنافسة باختصاص عام يتمثل في القيام بتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالمنافسة، فإذا أثبتت هذه التحقيقات أن تطبيق هذه النصوص سوف تحد من المنافسة، فإن مجلس يباشر كل القرارات اللازمة لمواجهة هذه القيود[4].

ويمكن للمجلس الاستعانة بأي خبير أو أي شخص بإمكانه تقديم معلومات (المادة34/2 المعدلة بموجب المادة 18 من قانون 08-12).

[1]انظر في ذلك المادة 19 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب المادة 07 من قانون رقم 08-12 « يمكن لمجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه... ».

[2]المادة 29 من الأمر رقم 03-03: « يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت... أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق... »..

[3]المادة 19 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

[4]انظر في ذلك المادة 37 من الأمر رقم 03-03 التي نصت على أنه « يمكن أن يقوم مجلس المنافسة بتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة بالمنافسة، وإذا أثبتت هذه التحقيقات أن تطبيق هذه النصوص تترتب عليه قيود المنافسة، فإن مجلس المنافسة يباشر كل العمليات لوضع حد لهذه القيود »

كما يمكن له أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه (المادة34/3 من الأمر 0303المعدلة بموجب المادة 18 من قانون 08-12).

يتضح مما سبق أن مجلس المنافسة يملك سلطات واسعة في مجال مراقبة المنافسة الحرة وضبطها حسب الأهداف المحددة والمرسومة للمنافسة ذاتها، ولا يمكن ترك المنافسة دون ضبط أو تنظيم، لأن ذلك قد يؤدي إلى مساوئ كثيرة من شأنها الحد من وظيفة المنافسة كأداة للتقدم الاقتصادي ورفاهية المجتمع[1] .

المطلب الثاني: دعوى المنافسة

إن دعوى المنافسة غير المشروعة كغيرها من الدعاوى القضائية الأخرى، يمكن أن تثار عندما يكون هناك تعدي بأساليب مخالفة للقانون، أي التعدي على مبادئ المنافسة التي تحول بينها وبين الاستثمار.

الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

فحسب قانون الإجراءات المدنية والإدارية فكل شخص أصابه ضرر جراء أفعال المنافسة غير المشروعة له الحق في المطالبة بالتعويض، شريطة أن تتوفر فيه شرط الصفة والمصلحة [2]، لهذا سوف نبين في ما يلي أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

أولا – المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة:

الأصل في الدعوى القضائية عموما أن يرفعها كل ذوي مصلحة، وبخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة، فلا يتصور أن يتضرر من المنافسة غير المشروعة، إلا العون الاقتصادي المتضرر، والذي يهدف

[1] كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص255.

[2] أنظر المادة 3 و13 من القانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21 ، صادرة في 23 أفريل سنة 2008 .

قانون المنافسة إلى حمايته، فمثلا أن يتعرض لتشويه سمعته من طرف عون اقتصادي منافس، على اعتبار أن تشويه سمعة عون منافس صورة من صور المنافسة غير المشروعة[1].

إلا أنه لا يشرط في هذا الخصوص في المتضرر أن تتوفر فيه صفة التاجر، حيث تكون العبرة ممارسة نشاط اقتصادي مهما كانت طبيعة، فيدخل في هذا الإطار ممارسو المهن الحرفية على الرغم من عدم اكتسابهم صفة التاجر متى ثبت ارتباطهم بالسوق المعني، وتأثرهم اقتصاديا بممارسات العون الاقتصادي المنافس غير المشروعة، غير أنه لا يمكن للأشخاص غير المعنيين بالسوق محل المنافسة رفع دعوى المنافسة غير المشروعة مثلما هو الشأن بالنسبة لعمال الإجراء العون الاقتصادي المتضرر[2].

ثانيا – المستهلك وجمعية المستهلكين والجمعيات المهنية

يقصد بالمستهلك الشخص الذي يتعاقد مع المحترف خارج مجال مهنته قصد إشباع حاجاته أو حاجيات عائلته، ولقد منح له القانون الحق في رفع دعوى قضائية والتأسيس كطرف مدني من أجل المطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن غش أحد الأعوان الاقتصاديين [3]، كما عرفته المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المستهلك على أنه كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوج أو خدمة معدين للاستعمال الوسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به[4].

[1] زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 40.

[2] محاضرات في قانون المنافسة الجزائري، قسم المحاضرات في القانون، منتديات الشروق أونلاين ، منشور عبر شبكة الانترنت على الموقع: http://cdn.echoroukonline.com

[3] ناتوري سميرة، حماية التصاميم الشكلية والدوائر المتكاملة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، شعبة قانون الخاص، تخصص قانون خاص شامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، لسنة2012، ص 48.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر صادرة في 31 أكتوبر 1990.

ولقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات المستهلك في مجال حمايته، حيث منح لها حق الدفاع عن حقوقه بتمثيله والدفاع عن مصالحه أمام العدالة كطرف مدني، قصد الحصول على تعويض للضرر اللاحق به من طرف كل عون اقتصادي خالف القانون[1]، وهذا ما نصت عليه المادة65 من القانون04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[2] .

ثالثا– المرخص له:

كل شخص يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها مقابل دفع ثمن، ففي هذه الحالة يستفيد من امتياز استعمال العلامة، فالقانون منح له رفع دعوى قضائية للحصول على التعويض لسبب أضرار المنافسة غير المشروعة، فبمجرد استعمال الترخيص يكتسب حقوق على تلك الملكية، فإذا أثبت أن تاجر تصرف وخلق التباسا أو خلط على الملكية أو أساء على منتجاته فالقانون منح له رفع دعوى قضائية ليطالب عن التعويض اللاحق به[3].

الفرع الثاني: الجهة القضائية المختصة

لقد كرس دستور 2020 حق اللجوء إلى القضاء من خلال المادة37 منه كل المواطنين سواسية أمام القانون، ولهم الحق في الحماية المتساوية، فلكل شخص الحق في التقاضي دون تمييز بسبب الجنس أو الدين[4]، فلكل شخص يدعي أن حق ملكيته مهدد يجوز له اللجوء إلى القضاء لطلب حمايته، والاختصاص نوعان اختصاص نوعي واختصاص محلي :

[1] زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص.204.
[2] القانون 02-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.
[3] حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات، المرجع السابق، ص 165.
[4] دستور 2020 للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرجع السابق.

أولا– الاختصاص النوعي للمحكمة:

الأصل بالنسبة للاختصاص القضائي بصدد دعوى المنافسة غير المشروعة أن ينعقد لمصلحة القسم التجاري بالمحكمة، على اعتبار أنها المخصصة في نظر المنازعات التجارية، باعتبار أن النزاع ينشأ بين تاجرين ويتعلق الأمر بالأعمال التجارية[1]، وذلك حسب نص المادة 531 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية[2].

فالغالب على الأعوان الاقتصاديين أن تثبت لهم صفة التاجر غير أن الاستثناء قد يتحقق في بعض الحالات التي يصح فيها رفع الدعوى من قبل شخص لا يكتسب صفة التجار، مثل الحرفين أو الشركات المدنية، أو أصحاب المهن الحرة، حيث يؤول الاختصاص في هذه الحالة للقسم المدني[3].

فتجدر الملاحظة ما إذا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة ذو طابع جزائي أو مدني، بمعني إذا كانت الدعوى مدنية يؤول الاختصاص إلى القسم المدني على مستوى محكمة الدرجة الأولى إذا كانت تلك أفعال المنافسة غير المشروعة خارجة عن الصور المحددة في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أما إذا كانت أعمال المنافسة غير المشروعة من بين الصور التي حددها في القانون04-02 السالف الذكر، فدعوى المنافسة غير المشروعة هنا ذو طابع جزائي حيث أنه في هذه الحالة يؤول الإختصاص لمحكمة الجنح والمخالفات[4]، كما نجد أن المشرع الجزائري قد بسط التنظيم القضائي، وذلك بجعل للمحكمة اختصاص عام للنظر في النزاعات، ما عدا تلك التي استثناها بنص خاص، حيث تنص المادة 32 الفقرة الثانية من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه:

---

[1] حمادي زوبير، طبيعة قواعد الاختصاص القضائي المتعلقة بالملكية الفكرية في ظل القانون المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، نشرة محامي، عدد 09 سطيف، 2002، ص.30.

[2] انظر المادة 531 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، المرجع السابق.

[3] محاضرات في قانون المنافسة الجزائري، منتديات الشروق أونلاين، المرجع السابق .

[4] حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات المميزة، المرجع السابق، ص204-205

"المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام، وتتشكل من أقسام ويمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة تفصل المحكمة في جميع القضايا، لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة التي تختص بها إقليميا" .

ثانيا– الاختصاص المحلي للمحكمة:

وفقا للقواعد العامة فالاختصاص المحلي يعود لمحكمة موطن المدعي عليه تطبيقا القاعدة الدين مطلوب وليس محمول[1]، وعند غياب موطن معروف يعود الاختصاص للجهة الفضائية التي يقع فيها الموطن المختار إذا لم ينص القانون على خلاف ذلك، وفي حالة تعدد المدعي عليهم يؤول الاختصاص الإقليمي لمحكمة أحد موطن المدعي عليهم[2]، أما كانت دعوى تعويض عن ضرر أو فعل تقصيري يعود إلى مكان وقوع الفعل الضار، أما فيما يخص الدعوى المرفوعة ضد شركة فالاختصاص يعود للمحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها أحد فروعها[3].

وتبعا لهذا يكون اختصاص المحكمة عادة المحكمة الواقعة بذات المكان الذي يمارس فيه الشخص تجارته وحرفته، وعلى هذا الأساس يجوز لكل من تضرر من جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى إلى محكمة موطن المنافس من المنافسة غير المشروعة إذا كان شخصا طبيعيا أو إلى محكمة مقر الشركة إذا تعلق الأمر بشخص معنوي[4].

إلا أنه عكس قواعد الاختصاص المحلي في المواد المدنية التي لا تعد من النظام العام، كأصل عام، لأنه توجد حالات الاختصاص الإقليمي من النظام العام، المادة 40 ق إ م إ (التسوية القضائية، منازعات الشركات) فتعتبر في المواد الجزائية من النظام العام حيث يعد تحديد المحكمة المختصة أمرا ضروريا

[1] الهام زعموم، حماية المحل التجاري، المرجع السابق، ص 114.
[2] المادة 38/2 من قانون نفسه.
[3] المادة38/4 من القانون نفسه.
[4] حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات، المرجع السابق، ص 161.

يجب القيام به عند مباشرة الدعوى، فلقد نص المشرع الجزائري على قاعدة عامة تتمثل في اختصاص المحكمة التي يقع في دائرتها ارتكاب الجريمة[1]، وهذا ما أكدته المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري التي تنص " تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم، ولو كان القبض قد وقع لسبب آخر"[2]، فنفهم من خلال هذا النص أن المحكمة المختصة هي محكمة قيام أفعال المنافسة غير المشروعة، والذي يكون عادة مكان أو مقر قيام التاجر أو المؤسسة[3].

الفرع الثالث: موقف المشرع الجزائري

إن المشرع الجزائري قبل صدور القانون04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[4]، كان يؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس قواعد المسؤولية المدنية، فكان يحكم فقط بالتعويض ووقف أعمال المنافسة غير المشروعة الذي رأيناه في دراستنا هذه وبعيدا عن العقوبات الجزائية التي أتي بها في القانون 04-02، أين أخذ صراحة بالطابع الجزائي لبعض أفعال المنافسة غير المشروعة[5].

[1] حمادي زوبير، المرجع نفسه، ص 206.

[2] الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري المعدل والمتمم بالقانون 06-22 الصادر في 24 ديسمبر 2006.

[3] حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات، المرجع السابق، ص206.

[4] القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية، المرجع السابق.

[5] حمادي زوبير، بحث في طبيعة و أثار دعوى المنافسة عير المشروعة، المرجع السابق، ص43.

فعلى سبيل المثال تم الحكم بالتعويض للمضرور من طرف قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية " Reve D'or" و"Reve Desire 33" على أساس الأضرار التي قدرها القاضي[1]، كما تمت الاستعانة بخبراء في قضية " سيلكتو " و" سيلكترا" لتحديد الأضرار اللاحقة بالمنافس وتقدير الضرر[2].

[1] حكم مجلس قضاء الجزائر في قضية "reve d'or " و "reve desire33" عن :
.HAROUN (A), la protection des marque au maghreb, op cit, p 450

[2] حكم محكمة الجزائر، المؤرخ في 9 ماي 1969، بشأن قضية " سيليكتو " و " سيليكترا ". نقلا عن : حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات، المرجع السابق. ص180.

خاتمة

سعيا من المشرع الجزائري إلى ضبط وتنظيم العلاقات الاقتصادية داخل الأسواق وتنظيم الاستثمارات التي تؤدي إلى:

- تطوير وازدهار اقتصاد الدولة الجزائرية، أخضع العملية التنافسية لقانون خاص وهو قانون المنافسة.

- وجوب احترام المبادئ المنصوص عليها في هذا القانون، بغرض حفظ المنافسة داخل السوق.

- حماية للمستثمرين وتنظيم استثماراتهم داخل الدولة الجزائرية، وبهذا منح المجال الكافي للمؤسسات لرفع مردوديتها الاقتصادية.

- قد تتالت الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، مما أدى إلى صدور نصوص قانونية تكرس هذا التوجه، حيث تضمن قانون الأسعار 12/89 موضوع المنافسة، من خلال ما تضمنه لبعض قواعد المنافسة.

أما أول قانون منافسة جزائري هو القانون 06/95 والذي تم إلغاؤه بالأمر رقم 03/03 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08 – 12 المتعلق بالمنافسة وحماية للمستثمرين واستثماراتهم، فإن مجلس المنافسة هو الجهاز الرقابي يسهر على حمايتهم، وذلك بتطبيق مبادئ المنافسة وعدم التعدي عليها والإخلال بها، فإن حدث هذا التعدي أجاز المشرع رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا كله لإنجاح المنافسة النزيهة في مجال الإستثمارات، لكي ترقى به الدولة و تجذب المزيد من الاستثمارات .

قائمة المصادر
والمراجع

أولا: اللغة العربية

أ. القرآن الكريم:

1- سورة المطففين.

ب – الأحاديث:

الحديث في صحيح البخاري » كتاب الجزية » باب الجزية والموادعة مع أهل الحرب رقم 2988 .

ج. الدساتير:

دستور 2020 الجريدة الرسمية، العدد 82 التضمنة المرسوم الرئاسي الذي يحمل رقم 20/442 والموقع في 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق الموافق لـ 30 ديسمبر سنة 2020 المتعلق بالتعديل الدستوري.

د. النصوص القانونية:

1. الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري المعدل والمتمم بالقانون 06-22 الصادر في 24 ديسمبر 2006.
2. الأمر رقم 95-06 ، المؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالمنافسة، ، ج ر عدد 09 ، الصادرة في8 يناير 1995 .
3. القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 المعدل و المتمم للأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة.
4. أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2008)

5. قانون رقم 89-12 ، المؤرخ في 05 يوليو 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29، الصادر في تاريخ 19 يوليو1989.
6. المرسوم التنفيذي 11-108 المؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق ل 06 مارس 2011، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 15، يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي في المكرر العادي والسكر الأبيض.
7. المرسوم التنفيذي رقم 11-242، المؤرخ في 10 جويلية 2011، يتضمن إنشاء النشرة الرسمية ويحدد مضمونها وكذا كيفية إعدادها، الجريدة الرسمية، العدد 39، 2011.
8. مرسوم التنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في أكتوبر 2000، الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة ، جر .2000 ،47.
9. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر صادرة في 31 أكتوبر 1990.
10. مرسوم تنفيذي رقم 96-31، مؤرخ في 15 يناير 1996، يتضمن تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الاستراتيجية، ج.ر عدد 04، المؤرخة في 17 يناير 1996.
11. منشور وزاري رقم01/2006 مؤرخ في 08 مارس 2006، يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة: المصدر وزارة التجارة.

ب. الكتب:

1. أحسن بوسقيعة، مخالفة تشريع الأسعار، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1990.
1.إسماعيل السيد، التسويق، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999.
2.الإمام الشوكاني، في مصنفه نيل الأوطار، ج 05.

3.الإمام بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار، ج05، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بدن سنة طبع، بيروت، لبنان.

4.بن طاوس ايمان ، الممارسات المقيدة للمنافسة دراسة مقارنة قانون (قانون الجزائري والقانون الفرنسي)، دار هومه ، الجزائر 2012.

5.بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي د. ط، الجزائر 2012:.

6.بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الورثة للنشر، الأردن، 1999.

7.توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، د.ط، دار النهضة العربية، مصر، 1997.

8.خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية والقانون، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2016.

9.زكي خليل المساعد، التسويق – المفهوم الشامل –، د، ط، دار الزهدان، الأردن، 1997.

10. الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري.

11. الشناق معين فندي ، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2010.

12. صحيح البخاري، ج02، ص 19 وصحيح مسلم ج 2.

13. عبد السلام أبو قحف، التسويق، د ط، دار الجامعة الجديدة، د س ن.

14. علي الجياشي، التسعير –مدخل التسويق–، دط، مكتبة الراتب العلمية، عمان – الأردن، 2002.

15. لينا حسن ذكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار (دراسة مقارنة في القانون المصري والفرنسي والأوروبي)، دار النهضة العربية، القاهرة 2006.

16. محمد الشريف كتو ، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر03/03 والقانون04/02، منشورات بغدادي، 2010.

17. محمد فريد الصحن، التسويق، د، ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.

18. محمد فريد الصحن، دار الطبعة الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2001.

19. مسند الإمام أحمد، ج 1.

20. عنوان الكتاب: معجم اللغة العربية المعاصرة المؤلف: أحمد مختار عمر حالة الفهرسة: غير مفهرس الناشر: عالم الكتب – القاهرة سنة النشر: 1429 – 2008 عدد المجلدات: 1 رقم الطبعة: 1 عدد الصفحات: 3367

21. يوسف أبو القارة، سياسات التسعير، د.ط، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2013.

ت. الأطروحات والمذكرات الجامعية:

2. تواتي محند الشريف ، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجيستر في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة محمد بوقرة ،بومرداس ، 2007.

3. تواتي نورالدين ، الجمعيات و قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، جامعة الجزائر2002.

4. خمايلية سمير، عن سلطات مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2013.

5. دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني – حالة مجمع صيدال – رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم الجزائر، 2010.

6. زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ،كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011.

7. صفي الدين كرايمية، حدود مبدأ حرية تحديد الأسعار في قانون المنافسة الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2018-2019.

8. طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، رسالة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2017- 2018.

9. عمورة عيسى، النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة ، مذكرة لنيل درجة ماجيستر في القانون ، فرع قانون الأعمال ، جامعة مولود ،تيزوزو ، 2005.

10. العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2002.

11. قابة صورية ، مجلس المنافسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في حقوق، قانون الأعمال ، جامعة الجزائر، 2001.

12. قادري لطفي محمد الصالح، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2017.

13. قادري لطفي محمد الصالح، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم: تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

14. كتو محند الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ،2006.

15. محمد الخطيب نمر، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2006.

16. محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005.

17. ناتوري سميرة، حماية التصاميم الشكلية والدوائر المتكاملة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، شعبة قانون الخاص، تخصص قانون خاص شامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، لسنة2012.

18. ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03 ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون، فرع قانون الأعمال ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2003.

19. ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم95/06 والأمر رقم 03-03، مذكرة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2003 – 2004.

20. هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الأعمال، كليه الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة المسيلة 2013-2014.

21. هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، السنة الجامعية 2013-2014.

ث. المجلات والمقالات العلمية:

1.حمادي زوبير، طبيعة قواعد الاختصاص القضائي المتعلقة بالملكية الفكرية في ظل القانون المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، نشرة محامي، عدد 09 سطيف، 2002.

2.عبد الرحمن الملحم، الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل المنافسة التجارية، مجلة القانون والاقتصاد، عدد 63، 1993.

3.محند الشريف ، حماية المستهلك من الممارسات المنافية مجلة الإدارة ، عدد 23 ،2001.

ج. الملتقيات والمحاضرات :

1.محمد إبراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، ملتقى حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ضوء التحولات بالمنطقة العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية بالتعاون مع الجامعة البريطانية في مصر، شرم الشيخ، جمهورية مصر العربية، ديسمبر، 2011، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة2012.

2.ناصري نبيل، تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك، أعمال الملتقى، أيام 17 و 18 نوفمبر 2009 ، بجاية.

ح. مواقع الانترنت:

محاضرات في قانون المنافسة الجزائري، قسم المحاضرات في القانون، منتديات الشروق أونلاين، منشور عبر شبكة الانترنت على الموقعhttp://cdn.echoroukonline.com :
http://www.tejarh.c/supject/3065 le 18/05/2021 a 06 :26

خ. التقارير:

التقرير السنوي لمجلس المنافسة الجزائري لسنة2000.

د. الأحكام:

حكم مجلس قضاء الجزائر في قضية" reve d'or" و "reve desire33" عن:

HAROUN (A), la protection des marque au maghreb, op cit,

حكم محكمة الجزائر، المؤرخ في 9 ماي 1969، بشأن قضية " سيليكتو " و " سيليكترا" .

ثانيا: باللغة الفرنسية:

A. Livres et Articles :

1. BOUTARD LABARD MARIE CHANTEL ,CANIVET GUY,DROIT FRANCAIS. DE LA 98-CONCURRENCE, OP.CIT,p;l
2. CHAPUTYVES LE DROIT DE LA CONCURRENCE PEF, France, 1999,.
3. FRESON ROCH Anne Marie et Payet Stéphane , Droit de la concurrence ;Dalloz ;Paris ;2006.
4. LELOUP Jean Marie, « Caractères généraux du droit de la concurrence », Revue de jurisprudence et commerciale , Avril, Paris, 2000;
5. ZOUAIMIA (Rachid); Les fonctions répressives des autorités administratives indépendantes statuant en matières économiques . ; Revue Idara ; no 2-2004.

B. Thèses et mémoires :

MEREZKI NABILA ;contention eux de la concurrence ; .MEMOIRE EN VUE DE LE LOBTENTION De DE Deplome de magister en droit, option droit public des affaires, faculté de droit, Bejaia ;2011 ;

الفهرس

الفهرس

العناوين	الصفحة
الإهداء	
شكر وعرفان	
ملخص	
مقدمة	أ
الفصل الأول: المحددات المفاهيمية للمنافسة والمبادئ التي تقوم عليها	02
المبحث الأول : ماهية المنافسة	02
المطلب الأول : تطور المنافسة و تدوينها	02
الفرع الأول: تعريف قانون المنافسة	03
الفرع الثاني: التطور التشريعي لقانون المنافسة في الجزائر	04
المطلب الثاني: الأساس القانوني للمنافسة	05
الفرع الأول: المصادر الداخلية لقانون المنافسة	05
الفرع الثاني: المصادر الدولية لقانون المنافسة	06
المبحث الثاني: مبادئ المنافسة	07
المطلب الأول: حرية الأسعار	07
الفرع الأول: مفهوم السعر	08
الفرع الثاني: عوامل تحديد السعر	10
المطلب الثاني: مبدأ حرية المنافسة	15
الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة	15
الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة	18

الفصل الثاني: القيود الواردة على مبادئ المنافسة	25
المبحث الأول: القيود الواردة على مبادئ المنافسة	25
المطلب الأول: قيود حرية الأسعار	25
الفرع الأول: تدخل الدولة	26
الفرع الثاني: جزاء مخالفة أحكام التسعير	27
المطلب الثاني: قيود حرية المنافسة	37
الفرع الأول: الإتفاقات الفردية	37
الفرع الثاني الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة	47
المبحث الثاني: آثار مبادئ المنافسة على الاستثمار	56
المطلب الأول : رقابة مجلس المنافسة	56
الفرع الأول: تشكيل مجلس المنافسة	56
الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة	57
المطلب الثاني: دعوى المنافسة	62
الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة	62
الفرع الثاني: الجهة القضائية المختصة	64
الفرع الثالث: موقف المشرع الجزائري	66
خاتمة	68
قائمة المصادر والمراجع	70

ملخص:

طبقا للباب الثاني المعنون تحت ' مبادئ المنافسة' من الأمر 03 /03 والتي تم الاعتماد عليها إلا وهي مبدأ حرية المنافسة، والتي تعتبر حرية كل شخص في مزاولة أي نشاط من اختياره ودون رقابة أو ترخيص مسبق وبالتالي باتت المنافسة أمرا طبيعيا ومبدأ أساسيا في عالم الاقتصاد .

والمبدأ الثاني هو حرية الأسعار الذي تضمنه الأمر 03 /03 المتعلق بالمنافسة حيث نصت المادة 04 منه على أنه «: تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة».

حيث إن تجسيد المشرع الجزائري لمبدأ حرية الأسعار راجع لإدراك هذا الأخير لما للسعر من أهمية وتأثير في المنافسة، حيث يستعمل السعر كوسيلة لتغيير معطيات السوق .

إلا انه إذا كانت هذه المبادئ تشكل الأصل فإنها لا تؤخذ على إطلاقها، إذ ترد عليها قيود تحد من حرية مبادئ المنافسة لكن إذا كانت حرية مزاولة النشاط الاقتصادي وحرية المنافسة وحرية وضع الأسعار من سنن الفطرة الكونية، إلا أن الحرية أيا كان مجال إعمالها، لابد من تنظيم يحميها من الاعتداء، ولذلك تعددت النصوص التشريعية المتضمنة لها، والتي تتمثل في وضع قيود على حرية التجارة منها، على سبيل ضرورة الحصول على ترخيص مسبقة لممارسة نشاط معين وقد يحضر القانون أعمالا معينة أو تنظيم أسعار بعض السلع ولا يعد ذلك اعتداء من المشرع على تلك الحرية إنما لا يجب أن يتعدى وصفها كاستثناء على المبدأ، كما أنه إذا كانت مبادئ المنافسة أمرا ضروريا ومشروعا، فإن هذه المبادئ لها حدود وقيود ينبغي على المتعاملين الاقتصاديين احترمها وذلك بمراعاة أن تكون المنافسة في حدود القانون والعادات التجارية دون التعدي والمساس بحقوق المتنافسين الآخرين.

وبالتالي فإن تكريس مبادئ المنافسة له تأثير مباشر على إنجاز الاستثمار حيث يتم حظر مجموعة من الممارسات التي تهدد المستثمر: الاحتكار، الممارسات المقيدة للدخول في السوق، الاتفاقات التي تحد من ممارسة النشاط والدخول في السوق.

من جانب آخر حرية الاستثمار تؤثر في حرية المنافسة حيث تقييد الاستثمار يؤدي إلى انعدام المنافسة وتكون مبادئ المنافسة خيالية مما يؤدي إلى بروز الاحتكار.

وعليه قد أنشأ المشرع الجزائري بذلك مجلس المنافسة عام 1995 كإحدى سلطات الضبط الاقتصادي السباقة للظهور، قصد الضبط الفعال للمنافسة داخل السوق في الجزائر، على أن يحل محل التدخل المباشر للدولة في تنظيمها .

وبالتالي حماية للمستثمرين من المنافسة غير المشروعة خول القانون رفع دعوى المنافسة غير المشروعة والتي تعتبر كغيرها من الدعاوى القضائية يمكن أن تثار عندما يكون هناك تعدي بأساليب مخالفة للقانون ومخالفة للعرف التجاري.

summary:

According to the second chapter entitled under "Principles of Competition" of Ordinance 03/03, which has been relied upon, which is the principle of freedom of competition, which considers the freedom of every person to engage in any activity of his choice without oversight or prior authorization, and thus competition has become a natural matter and a fundamental principle in the world of economy .

The second principle is freedom of prices, which is included in Ordinance 03/03 related to competition, where Article 04 of it states: "The prices of goods and services are freely determined based on the rules of competition."

As the Algerian legislator embodiment of the principle of freedom of prices is due to the latter's realization of the importance and impact of price on competition, where price is used as a means to change market data.

However, if these principles constitute the origin, they are not taken for their release, as restrictions are imposed on them that limit the freedom of competition principles. But if the freedom to engage in economic activity, freedom to compete, and freedom to set prices are from the laws of universal instinct, but freedom, whatever the field of its implementation, must be An organization that protects it from aggression, and therefore there are many legislative texts that include it, which is to place restrictions on the freedom of trade from it, for the sake of obtaining a prior license to practice a specific activity. The law may attend certain works or regulate the prices of some goods. Freedom, however, should not exceed its description as an exception to the principle, and if the principles of competition are necessary and legitimate, then these principles have limits and restrictions that economic operators must respect, taking into account that competition is within the limits of the law and commercial customs without infringing and violating the rights of other competitors.

Therefore, the consolidation of the principles of competition has a direct impact on the achievement of investment, as a group of practices that threaten the investor are prohibited: monopoly, practices restricting entry into the market, agreements that limit the exercise of activity and entry into the market.

On the other hand, freedom of investment affects freedom of competition, as restricting investment leads to a lack of competition, and the principles of competition are illusory, which leads to the emergence of monopoly.

Accordingly, the Algerian legislator established the Competition Council in 1995 as one of the first economic control authorities to emerge, in order to effectively control competition within the market in Algeria, to replace the direct intervention of the state in its regulation.

Thus, in order to protect investors from unfair competition, the law is authorized to file an unfair competition lawsuit, which is considered like other lawsuits that can be raised when there is an infringement by methods that violate the law and violate commercial custom.