



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص : قانون الأعمال

الشعبة : حقوق

الموضوع :

الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة غير المشروعة

إشراف الأساتذة :

د. عيشوية فاطمة

إعداد الطالبين :

• عباس شرف الدين

• خيرات أسامة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذ محاضر - ب -	د. عياد خيرة
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر - أ -	د. عيشوية فاطمة
مناقشا	أستاذ التعليم العالي	د. ولد عمر الطيب
مدعوا	أستاذ التعليم العالي	د. عجالي بخالد

السنة الجامعية: 2022 - 2023

الإهداء

نهدي ثمرة هذا العمل المتواضع:

إلى الوالدين الكريمين أطال الله عز وجل في عمرها

إلى عائلتيينا الكريمتين

إلى كل الأصدقاء والأحباب دون استثناء

إلى أساتذتنا الكرام وكل من ساعدنا بإنجاز هذا العمل

بفكرة أو معلومة

إلى كل هؤلاء جميعا

نهدي ثمرة هذا العمل

كلمة شكر وتقدير

لا يسعنا بعد إتمام هذه المذكرة طالبين من الله عز وجل
التوفيق والسداد في إتمام إلقائها إلا أن نتقدم بجزيل الشكر
وخالص الشكر وفائق التقدير لأستاذتنا القديرة "عيشوية فاطمة"

لتفضلها بالإشراف على هذه المذكرة

كما لا ننسى أساتذتنا الذين نكن لهم كل التقدير والاحترام

وندين لهم بالكثير

كما نتقدم بالشكر إلى لجنة المناقشة لقبولهم لمناقشة هذه

المذكرة

مقدمة

مقدمة :

المنافسة في اللغة هي نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق وبمعنى آخر هي الكفاح بين الأقران من أجل نيل المنافع فالهدف منها هو التفوق في مجالات الأعمال والأنشطة أي كانت طبيعتها، وقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي حتى اتصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لاحترافه.

وإذا كان أساس تطور المعاملات التجارية والاقتصادية هو اعتمادها على مبدأ المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين والتجار، فإن الأعراف التجارية ومبادئ القانون تقضي الالتزام بالمنافسة المشروعة، والابتعاد عن كل الممارسات المنافية للقواعد التي ترفضها كل التشريعات وتنظيماتها. وعليه يتعين على كل عون اقتصادي أن يتحرى الصدق والأمانة في معاملاته التجارية.

وبعد فشل النظام الاقتصادي المتبع غداة الاستقلال في الجزائر القائم على احتكار الدولة لمعظم النشاطات الاقتصادية، وانعدام روح المبادرة الفردية والمنافسة انتهجت نظاما جديدا وهو نظام اقتصاد السوق الذي يرتبط أشد الارتباط بتطبيق الديمقراطية في المجالين السياسي والاجتماعي فالتنظيم الحر للسوق يمثل الوجه الاقتصادي لدولة القانون، فشهدت الحياة الاقتصادية في الجزائر تحولات كبيرة بخروجها من النظام الاشتراكي ودخولها في الاقتصادي الحر الذي قام على المنافسة، وذلك بالاعتماد على أسس تكافئ الفرص واعتبار السوق والمستهلك حكما بين المتنافسين ومع تطور معطيات السوق الداخلية والخارجية أصبح الأمر رقم 95/06 المتعلق بالمنافسة¹ غير مساير لهذا التطور مما دفع بالمشروع الجزائري إلى تفعيل أمر جيد يد رقم 03/03 المعدل والمتمم والمتعلق بالمنافسة الذي ألغى الأمر السابق ذكره هذا من أجل حد الثغرات القانونية.²

(¹) أمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 2002، المتعلق بالمنافسة.

(²) قانون رقم 03/03 معدل ومتمم من قانون المنافسة .

ضيف إلى ذلك تفعيل قانون المنافسة وذلك من خلال تنظيم علاقات الأعوان الاقتصاديين داخل السوق الوطني بصورة جيدة مانعا بذلك الممارسات المعرّقة لحرية المنافسة وبالأخص المنافسة غير المشروعة.

لذلك تمنع كل الأعمال التي من شأنها الأضرار بمصلحة المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم من جهة ومصلحة المستهلك المباشر من جهة، ومصالح بقية الأفراد في مختلف القطاعات كمصلحة المخترع والحقوق الفكرية، ومصلحة التاجر والمحل التجاري... إلخ، بحيث يمكننا اعتبار كل هذه الفئات عبارة عن مستهلكين يجب حمايتهم عن طريق قانون المنافسة.

وبالتالي فإن قانون المنافسة جاء في شق كبير منه من أجل حماية المستهلك وهو ما ورد في المادة الأولى من قانون المنافسة والمادة الخامسة والمادة 12 منه وحماية المستهلك أصبحت أكثر من ضرورة ولا يمكن التهدي للممارسات التي تصيبه بوضع قواعد قانونية أكثر فعالة تحرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بالمستهلك وحمايته.¹

وللإجابة عن الإشكالية المطروحة اخترنا إتباع المنهج التحليلي وذلك بتجميع المعلومات والأفكار العلمية والمواد القانونية وقياسها مع بعضها البعض لاستخلاص أهم الأحكام المرتبطة بالموضوع، وكذا استخدام المنهج المقارن وذلك لمقارنة النصوص التشريعية في إطار النصوص القانونية الملقاة أو المعدلة مع النصوص القانونية المستحدثة.

ويمكن إرجاع أسباب اختيار الموضوع إلى: يعد موضوع قانون حماية المستهلك الجزائري قانونا جديدا مقارنة بالقوانين التقليدية الأخرى على غرار القانون المدني وقانون العقوبات.

تعتبر الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة موضوعا هاما للعديد من الأسباب من بينها:

(¹) المادة 1، 5، 12، الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة.

1_ تزايد حجم التجارة الإلكترونية: مع تزايد حجم التجارة الإلكترونية زادت أيضا فرص الشركات والمنافسين للممارسات الغير القانونية، ومن ثم فان الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة أصبحت مهمة أكثر من أي وقت مضى.

2_ تأثير الممارسات الغير القانونية على الاقتصاد: تؤثر على الاقتصاد بشكل كبير حيث تسبب في انخفاض الثقة في النظام التجاري والاقتصادي وتؤدي إلى تحول العديد من المستهلكين إلى شركات أخرى مما يؤثر على استقرار الاقتصاد ويزيد التكاليف الاقتصادية.

3_ الحاجة إلى حماية المستهلكين: يحتاج المستهلكون إلى حماية من الممارسات الغير قانونية التي تؤثر سلبا على حقوقهم وصحتهم وسلامتهم، ويتطلب ذلك بيئة تجارية صحية وعادلة لهم.

4_ التنافس العادل: تؤثر الممارسات الغير قانونية على التنافس العادل بين الشركات والمنتجين والموزعين والموردين، مما يؤدي إلى تعطيل الابتكار والتطوير وتحول دون فرض الشركات المغيرة والمتوسطة لدخول السوق والنمو.

5_ تأثير الممارسات غير القانونية على المستهلكين: حيث تؤثر بشكل مباشر حيث تتسبب في خسارة المال والوقت وتؤدي إلى تدهور حالتهم الصحية والنفسية.

تعتبر الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة امرا ذا أهمية كبيرة للغاية حيث تساعد على ضمان حقوق المستهلكين وتعزز الثقة في النظام التجاري والاقتصادي ومن أهم أسباب أهمية الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة لدينا:

1_ حماية المستهلكين: وذلك من خلال حماية المستهلكين من الممارسات الغير قانونية والتلاعب والخداع في المنتجات والخدمات مما يساعد على حماية حقوقهم.

2_ التنافس العادل: من خلال توفير بيئة تنافسية عادلة بين الشركات والمنتجين والموزعين مما يعزز الابتكار والتطوير ويوفر فرصا أكبر للشركات الصغيرة.

3_ الحفاظ على الثقة في النظام التجاري والاقتصادي: يعمل تحقيق العدالة والشفافية في الممارسات التجارية على الحفاظ على الثقة في النظام التجاري والاقتصادي وتعزيز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي.

4_ الحد من التكاليف الاقتصادية: يؤدي الحد من الممارسات الغير قانونية الى تخفيض التكاليف الاقتصادية وتحسين الكفاءة مما يعزز النمو الاقتصادي ويخفض اسعار المنتجات والسلع والخدمات.

5_ الوصول الى المعلومات الصحيحة: من خلال توفير المعلومات الصحيحة والشفافة للمستهلكين.

توجد عدة صعوبات في البحث حول الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة:

- قلة المصادر: توجد قلة في المصادر التي تتحدث عن هذا الموضوع وقد يكون السبب في ذلك هو عدم وجود اهتمام كاف بالموضوع أو عدم وجود دراسات متعلقة حوله.
- صعوبة الوصول الى المعلومات: يمكن ان يكون من الصعب الوصول الى المعلومات المتعلقة بالممارسات التجارية الغير قانونية وتؤثر على المستهلكين خاصة اذا كانت هذه الممارسات تحدث في بلدان اخرى.
- تعقيد اللغة القانونية: تتضمن معظم الدراسات المتعلقة بحماية المستهلك من المنافسة الغير مشروعة لغة قانونية معقدة مما يصعب فهمها وتحليلها بشكل صحيح.
- التحديات التقنية: تواجه الأنظمة القانونية التي تحمي المستهلكين تحديات تقنية جديدة مثل التجارة الالكترونية والتسوق عبر الانترنت مما يتطلب الاهتمام بتطوير وتحديث القوانين والأنظمة القانونية بشكل مستمر.

تهدف الحماية القانونية للمستهلك من المنافسة الغير مشروعة الى توفير بيئة تجارية صحية وعادلة للمستهلكين وتحقيق عدة أهداف منه بينها:

- حماية المستهلك: تتمثل هذه الحماية في حماية حقوق المستهلكين فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات التي يشترونها.
- الحد من الأضرار الاقتصادية: من خلال الأضرار التي تنجم عن الممارسات التجارية الغير قانونية مثل ارتفاع الأسعار وتهدم الأسواق وزيادة التكاليف الاقتصادية.
- تعزيز الثقة في النظام التجاري بين المستهلكين والشركات من خلال توفير بيئة تجارية عادلة ومتساوية للجميع.
- الحد من الأضرار الصحية والنفسية التي يمكن أن تلحق بالمستهلكين جراء الممارسات التجارية الغير قانونية مثل المنتجات المزيفة أو المغشوشة أو التي تحتوي على مواد ضارة.

لقد تم إجراء بعض الدراسات في الجزائر حول موضوع حماية المستهلك من المنافسة الغير مشروعة ومن بين هذه الدراسات:

- 1_ دراسة تحليله لحماية المستهلك في الجزائر للباحث مراد بن ناصر .
- 2_ دراسة تحليلية للقواعد القانونية لحماية المستهلك في الجزائر للباحث بوشريط عمار .
- 3_ دراسة حول دور الدولة في حماية المستهلك للباحثة نادية بن لعالي .
- 4_ دراسة حول مسؤولية المنتجين عن المنتجات المعيبة والمخالفة للمواصفات للباحث محمد العربي .

من خلال ما سبق يتبادر لأذهاننا طرح الإشكالية الآتية:

ماهي الإجراءات التي يمكن اتخاذها من قبل المستهلك لحماية نفسه من المنافسة الغير مشروعة؟

تم الاعتماد في دراستنا على المناهج البحث التالية:

1_ تحديد مشكلة وصياغة الإشكالية: ثم تحديد الموضوع الرئيسي للبحث وصياغة الإشكالية التي تحتاج لحل وتوضيح.

2_ جمع المعلومات: يتم جمع المعلومات الضرورية حول الموضوع من مصادر مختلفة مثل المكتبات والمواقع الالكترونية والمنظمات ذات صلة.

3_ تحليل المعلومات: يتم تحليل المعلومات المجمعة وتحديد الأفكار الرئيسية والمفاهيم المتعلقة بالموضوع.

4_ إجراءات البحث العلمي: يتم تنفيذ خطة البحث اللازمة وجمع البيانات والمعلومات الأخرى المتعلقة بالموضوع.

للإجابة على الإشكالية التي قمنا بطرحها ارتأينا إلى تقسيم الموضوع بطريقة ثنائية على فصلين كما يلي:

- الفصل الأول: كيفية حماية المستهلك من خلال قانون المنافسة وتم تقسيم الفصل إلى مبحثين ندرس في الأول حماية المستهلك من الأسعار التنافسية والثاني حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة.

- الفصل الثاني: تناولنا فيه هيئات الادارية المشرفة على المنافسة وهو مقسم ايضا الى مبحثين، ندرس في الأول: الهياكل التابعة لوزارة التجارة أما الثاني: الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة.

المبحث التمهيدي:

مفهوم المنافسة غير المشروعة

المبحث التمهيدي: مفهوم المنافسة غير المشروعة

الأصل في الحياة التجارية هو مشروعيه المنافسة لأنها تعتبر من الأمور المتعارف عليها في النشاط التجاري فإليها يعود الفضل في تطور المؤسسات التجارية لأنها تعمل على تحقيق الإبداع والابتكار في الحياة التجارية والصناعية إلا انه قد تستعمل في هذه المنافسة وسائل وأساليب مخالفه للأعراف التجارية وبالتالي تؤثر المنافسة غير المشروعة على النشاط الاقتصادي والتجاري ومصالح الدولة وهذا ما جعلها محطة اهتمام الباحثين لدراستنا ولأهميتها في الحياة الاقتصادية والتجارية والصناعية.

المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

يعتبر مصطلح المنافسة غير المشروعة من مصطلحات الحديث التي جاءت وليده السياسات والاتفاقيات تحرير الأسواق والتجارة الدولية حيث يعتبر عن هذا المصطلح مهم في التشريعات خاصة التشريع الجزائري نظرا لارتباطها بالاقتصاد الوطني.

الفرع الأول: تعريف المنافسة

يعرف التنافس لغة بأنه نزعه فطريه تدعو إلى بذل جهد في سبيل التشبه بالقطاعات واللاحق بهم فيقال تنافس القوم في كذا أي تسابق فيه وتبادر دون أن يلحق بعضهم بعض الضرر¹، بقوله سبحانه وتعالى: "وفي ذلك فليتنافس المتنافسون"²

1_ التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة:

لقد اختلفت التعريفات التي تعطي مفهوم المنافسة غير المشروعة، إذ أن هناك جدل كبير بين الفقهاء وحول ماهية وتقييم المنافسة غير المشروعة فهناك من يعرفها على أساس الوسيلة المستعملة والتي تفتقر للأمانة والشرف الذي ينبغي أن يكون أساسا للمعاملات التجارية ومن بين هؤلاء الفقهاء نجد:

(¹) أشرف محمد، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص: 9.

(²) الآية 26، سورة الأعراف.

الدكتورة سميحة القيلوبي عرفت أنها استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون او العرف أو العادات أو الشرف.¹

كما عرفها جانب آخر من الفقه الذي اعتمد على الجانب السلبي بانها استخدام الشخص للطرق ووسائل القانون والعادات المحمية الجارية في التجارة أو الصناعة أو مخالفه للشرق والأمانة او الاستعانة التجارية تجاهها تاجر اخر اي يجب توافر سوء النية، حيث يكفي التعدي بإهمال المنافسة، وقد ينتج على هذا السلوك التنافسي ما يسمى بالمنافسة الغير المشروعة.²

2_ التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة :

صدر في القضاء العديد من الاحكام التي تناولت المنافسة غير المشروعة، وقد جاء في القرار الصادر في محكمه النقض المصرية بان المنافسة غير المشروعة عبارة عن ارتكاب الأعمال المخالفات للقوانين أو العادات أو استخدام وسائل منافية للشرف والأمانة متى أحدثت بها لبس بين منشأتين تجاريتين، أو الحد يبقى اضطراب بإحداها كذلك من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى وصرف العملاء المنشأة عنها.³

كما تنص المادة 33 فقره واحد من القانون النموذجي للدول العربية المتعلقة بالعلامات التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة كما يلي: "بتعبير العمل غير المشروع كل عمل من أعمال المنافسة يتنافى مع العادات الشريفة في التعاملات الصناعية والتجارية".

وعليه إذا كانت المنافسة غير المشروعة في مفهومها العام تعني الالتزام على الزبائن والعملاء عن طريق استخدام وسائل منافية للقانون والدين والعرف والعادات أو الاستقامة التجارية والشرف المهني، فإن التعدد وتباين هذه الطرق والوسائل جعل رجال القانون يميزون في هذا الإطار بين عده عبارات على حسب الممارسة أو الفعل.

(¹) زاوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007-2008، ص: 07-08.

(²) محمد سعيد عقوس المنصوري، المنافسة غير المشروعة، مجلة جنوب الوادي للدراسات القانونية، العدد 06، 2021، ص: 315.

(³) داوي وئام، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2015-2016، ص: 26.

أما عن محكمه التمييز اللبنانية فقط صدرت في رقم 69 بتاريخ 3 ماي 1967 والتي نصت على ما يلي: "... أحد عناصر المزاحمة غير المشروعة هو العمل الذي يقدم عليه التاجر أو الصناعي والذي لا يتألف مع مبادئ الاستقامة والتقاليد للأمانة المفروضة في التجارة وفي العلاقات بين التجار أنفسهم".

ومن خلال استعراض كل هذه التعريفات والمفاهيم نجد انه من الصعب وضع مفهوم موحد وشامل للمنافسة غير المشروعة وهذا للاتخاذ منافسة غير المشروعة صور وأشكال عديدة تعرف في كل مرة تغييرا كبيرا، لكن في المقابل لا يمكن الإخلال بعدم مشروعية المنافسة غير المشروعة.¹

3_ التعريف القانوني للمنافسة غير المشروعة:

لم تنص القوانين الجزائرية المختلفة عن المنافسة غير المشروعة بصفة مباشرة، بما في ذلك قانون المنافسة بل اكتفى بالنص على الممارسات والتصرفات المنافية للممارسة.

فالبداية الفعلية في هذا المجال كان بصدور القانون رقم 89-02 المؤرخ في جويلية 1989 والمتعلقة بالأسعار، والذي كان تمهيدا لصدور القانون الخاص يتعلق بالمنافسة وفي سنة 1995 تدخل المشرع الجزائري بموجب الامر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، واضعا القانون المتعلق بالمنافسة، لم يظهر هذا الأخير لحماية المنافسة بقدر ما يرى كجملة من القواعد القادرة على التصدي للتصرفات المحظورة في نظر قانون المنافسة.

وذلك ضمن ما يسمى بـ "النظام العام للاقتصاد الوطني الجيد" القائم على الحرية الاقتصادية ولكن فمن ضوابط التضامن قادرة على الحد من كل الممارسات غير المشروعة.²

فالمشرع الجزائري عمل على ملء الفراغ القانوني على هذا المستوى متصديا للإشكالات القانونية التي افرزها الوضع الاقتصادي الذي استوجب النصوص القانونية أكثر فعالية، فمن خلال هذه العوامل تدخل المشرع الجزائري من جديد بموجب الأمر 03-03 المؤرخ في جويلية

(¹) سارة جرواني، الاحتكار التجاري صورة من صور المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، جامعة أم البواقي، 2017-2018، ص: 10.

(²) عبد الله بولطين، المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014، ص: 15.

2003، والذي يلغي الأحكام الأمر 65-06 ولقد حاول الأمر 03-03 نقادي النقائص الموجودة في الأمر السابق والغاية منها إعطاء السوق دوره الحقيقي وتكريس لطابعه التنافسي ومن اهم ما جاء به هو الفصل بين الأحكام المتعلقة بالمنافسة الماسة بنزاهة التجارة¹ ونص أيضا هذا القانون السابق الذكر على الأعمال المقيدة للمنافسة الحرة وذلك في المواد: 6، 7، 10، 11، 12.²

4_ التعريف الدولي للمنافسة غير المشروعة:

عرفت اتفاقيه باريس لحماية الملكية الصناعية المنافسة غير المشروعة على أنها: كل منافسه تتعارض مع العادات الشريفة في شؤون الصناعية والتجارية، وإحالة اتفاقيه "الترييس" إلى المادة العاشرة الفقرة الثانية من اتفاقيه باريس لحماية الملكية الصناعية التجارية المذكورة أعلاه.

حيث يمكن للباحث تعريف المنافسة غير المشروعة تعريفا عاما يصدق على كل انواعها ويكون اكثر شموليه وتسبق إلى غاية ظهور أشكال جديدة من المنافسة غير المشروعة حسب تطور الحياة الاقتصادية والتجارية.

بالقول: "كل عمل في الأنشطة التجارية الصناعية الخدمائية التي يقوم فيها العون الاقتصادي بإتباع وسائل مخالفه لشرف المهني والاستقامة في المعاملات التجارية، الصناعية، الخدمائية، لا سيما التحفيز أو التشويه على شخص التاجر أو منتجاته أو الإخلال بالنظام الداخلي للمشروع أو بث الاضطراب في السوق وغيرها من الأفعال غير المشروعة التي تتطور حسب الحياة الاقتصادية والأهداف التجارية.³

كما عرفت لها لجنة تنظيم التجارة بفرنسا التي أنشئت في أول مارس 1944 بأنها: "العمل الذي يقع من التاجر سيء النية ويكون من شأنه صرف عملاء تاجر آخر عنه أو محاولة فهم

(¹) سارة مرواني، المرجع السابق، ص: 7.

(²) بوديناح وليد، حماية السجل التجاري بدعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2014-2015، ص: 41.

(³) زواوي الكاهنة، المرجع السابق، ص: 5-6.

عنه أو الإضرار بمصالح التاجر المنافس أو محاولة الإضرار به وسائل مخالفه للقوانين والعادات أو وسائل تتنافى وشرف المهنة".¹

كما عرفتها اتفاقية منبثقة عن منظمه إفريقيا للملكية الفكرية بأنها: "كل عمل تنافسي مخالف للممارسات النزيهة في الميدان الصناعي والتجاري والحرفي والزراعي يعد عملا غير مشروعاً".

ومن ضوئي ما تقدم نجد إن هناك صعوبة في إعطاء تعريف جامع للمنافسة غير المشروعة خاصة إذا علمنا إن أساليب الاحتيال والغش في تغير مستمر ويتبع ذلك اختلاف الواضح في الوسائل المستخدمة من قبل التجار قصد تخفيف الأهداف طائلة مبنية على أساس غير مشروع مقتضاه استعمال اسم تجاري يملكه شخص آخر أو تقليد علامة تجاربه مشهورة ومسجله باسم تاجر آخر.

فيمكن إذا تقييد حرية المنافسة بمقتضى الاتفاق، إذ يمكن للمتعاقدين أن يتفقوا على منع ممارسه أي نشاط منافس سواء طوال مده العقد أم لمدة معينة بعد انتقاء العقد ويسمى هذا الاتفاق عاده بشرط عدم المنافسة وهو التزام تعاقدى محدد من حيث الزمان والمكان،² فإذا تضمن عقد البيع نص صريح يمنع بائع المتجر من إنشاء تجارة جديدة واخل البائع بهذا الشرط كان من حق المشتري فسخ عقد البيع أو إجباري البائع على إغلاق المتجر الجديد لو لم ينشأ عن فتح المتجر الجديد ضرر المشتري.³

وذلك يمكن إجمال تعداد مظاهر اختلاف المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة في:

- المنافسة غير المشروعة تكون منافسة فيها جائزة مبدئياً حتى تتخذ شكلاً مخالفاً للقانون فتصبح المنافسة غير المشروعة أما المنافسة الممنوعة فهي معدومة أصلاً أي أنها محظورة سواء بنص قانون أو بالاتفاق الأطراف.

(¹) زينة غانم عبد الجبار الصغار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، ط2، دار حامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص: 29.

(²) جوامع زويير، المرجع السابق، ص: 75-76.

(³) عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص: 213.

- توقع دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس المسؤولية التقصيرية، أما المنافسة الممنوعة فتزفع على أساس المسؤولية العقدية.
- تتخذ المنافسة غير المشروعة صور كثيرة ومختلفة ومتغيرة من حين لآخر وهذا راجع لتغيرات أساليب التجارة وتطورها، أما صور المنافسة الممنوعة فيحددها القانون أو العقد ما نص عليه القانون وحدده وما قيده العقد وتم توثيقه فقط كقيام الغير في شركة التضامن بممارسه نشاط مشابه لنشاط الشركة عكس الشريك فيجوز له ممارسة نشاط مشابه للنشاط الشركة، التي هو شريك فيها.

المطلب الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة

لكي تتمكن من فهم المنافسة غير المشروعة وبعد ان تطرقت إلى بيان مفهومها وجب الآن الحديث عن تمييز المنافسة غير المشروعة عما يشابهها وخص بالحديث هذا المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة، والتفريق بينهما يجب التعرض لبيان مفهوم المنافسة الممنوعة (المنافسة غير المشروعة ثم التطرق إليها في المطلب الأول)، وبماذا تتميز عن المنافسة غير المشروعة ومن اجل ذلك قسمت المطلب الى فرعين اتناول في الفرع الأول المنافسة الممنوعة قانونا، وفي الفرع الثاني المنافسة الممنوعة اتفاقا.

الفرع الأول: المنافسة الممنوعة قانونا

المنافسة الممنوعة قانونا وهي التي توجد كسبب وجود موانع محددة ينص عليها القانون فمثلا بعض التشريعات تنص مشروعا تنظيميا للسماح بممارسة بعض الأنشطة كتحریم ممارسه مهنة تجاربه كالصيدلة مثلا على غير حاصلين على مؤهلات علميه معينة، فإذا عمل الشخص بأعمال الصيدلة دون الحصول على المؤهلات المطلوبة فانه يكون قد خالف أحكام القانون واللوائح التي تحضر ذلك ولا يدخل عمله في الباب المنافسة غير المشروعة ولكن يكون من قبيل المنافسة الممنوعة بمقتضى نصوص القانون ولذلك فانه يجوز لأي تاجر إن يرفع دعوة المنافسة الممنوعة في مواجهه المخالف¹ ويجري مبدئيا كل المهن التي يتطلب فيها

(¹) حمدي غالب الجعفر، المرجع السابق، ص: 391.

القانون صفة معينة أو شهادة خاصة أو رخصة إدارية ما يجري على الصيدلي ولكن مع مراعاة ما تقتضي به القوانين الخاصة بكل مهنة على حدة.

يمكن أن تطلق على مخالفتها المنافسة الممنوعة وغير القانونية ضمن الأعمال بطبيعتها مسموحة وجائزة في أغلبيتها لكنها تصبح ممنوعة للاعتبارات قدرها المشرع¹، ومن أمثلة المنافسة الممنوعة قانونا أيضا، ما نصت عليه المادة 247-04 من القانون التجاري الجزائري التي لا تجيز للمدين الذي شهر إفلاسه بالتمسك قبل جماعة الدائنين بالتصرف منذ تاريخ التوقف عن الدفع بكل حق احتكار فإذا تصرف المدين فيه منذ تاريخ توقفه عن الدفع يكون قد خالف القانون ولا يستطيع مباشرة حقه في الاحتكار وذلك بنص القانون، فالحق موجود وأيضا اعد من قبيل القانون أما إذا تصرف في حق الاحتكار قبل توقف عن الدفع فإنه يجوز له مزاولة التصرف بصفة عادية ولا يتعارض ذلك مع القانون كذلك ما نص عليه المشرع الاردني في المادة 21 ج من القانون الشركات انه لا يجوز الشريك في شركه التضامن وممارسة نشاط المشابه لنشاط الشركة، إلا بعد موافقة باقي الشركاء وبالتالي لا يدخل عمله ضمن اعمال المنافسة غير المشروعة وإنما من قبيل المنافسة الممنوعة.²

وبذلك تختلف المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة بنص القانون في كون ان من يقوم بأعمال الاولى مصرح له بالعمل التجاري ولكن محظور عليه فقط ان يتبع وسائل غير المشروعة في الترويج لتجارته أما في المنافسة الممنوعة بنص القانون فإن المنافسة بذاتها تمنع سواء تم استخدام أساليب مشروعة أو غير مشروعة المعنى أن المرتكب فعل المنافسة الممنوعة لا يمتلك الحق بالمنافسة.

بالتالي ليس هناك حدود لحرية المنافسة وإنما إلغاء كامل هذه الحرية، إذن ففعل المنافسة في حد ذاته غير جائز في حالة المنافسة الممنوعة بموجب نص قانوني لأنه لا يستند

(¹) إيناس مازن وفتححي جبارين، المرجع السابق، ص: 63.

(²) عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، الطبعة الأولى، الجزء الأول، الأردن، ص: 210.

إلى أي حق أما في حاله المنافسة غير المشروعة المنافسة جائزة ميدانيا ولكن الوسيلة المستعملة غير مقبولة وهي تشكل حسب تعبير استعمالا مفرطا لحرية المنافسة.¹

ولعل من أثار التفرقة بين المنافسة الممنوعة قانونا والمنافسة غير المشروعة يكون في تحديد طبيعة المسؤولية، ففي الحالة الأولى منافسه ممنوعة فتخضع وتطبق قواعد المسؤولية العقدية لإخلالنا بالالتزام يفرضه القانون أو النص العقد، أما في الحالة الثانية وعندما تكون المنافسة غير المشروعة فان قواعد المسؤولية التقصيرية هي التي تطبقها.²

(¹) جوامع الزبير، المرجع السابق، ص: 75.

(²) حمدي عبد الرحمن، التزام العامل بعدم منافسة رب العمل، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 1، 1974، مطبعة عين الشمس، مصر، ص: 8.

الفرع الثاني: المنافسة الممنوعة اتفاقا

كما يمكن أن تكون المنافسة الممنوعة مستندة إلى نص في القانون يمكن أن تستند إلى اتفاق بين الأطراف على هذا المنع مثل النص في عقد العمل على عدم منافسه العامل لرب العمل بعد انتهاء مدة العقد أو الاتفاق بين البائع المتجر والمشتري على ان يلتزم البائع بعدم ممارسة التجارة مماثله في ذات المكان الذي يقع فيه المتجر، ولعل هذا الالتزام ينشأ على البائع دون حاجة للنص عليه في عقد البيع وفقا للقواعد العامة والتي تلزم بائع بعدم ممارسة التجارة مماثله في ذات المكان الذي يقع فيه المتجر.¹

غالبا ما يتم في عقد عمل الأجير بصورة خاصة الذي يطلع على أسرار الصنع المهارة أو الطرق التجارية للمؤسسة يمنعه من إنشاء نشاط أو ممارسة منافسة لنشاط مستخدمه القديم على أن موجب عدم منافسة الأجير لا يتحدد في غياب اشتراط صريح في عقد عمله وهو بالفعل خلال كل مدة العقد مرتبط بموجب الامتناع عن اي منافسه للمؤسسة التي تستخدمه، وهو عقد انقضاء الارتباط يسترد حرته التامة في المنافسة، وبالمقابل يطبق عند عدم المنافسة اعتبارات هذه الآونة وتخضع صحته لشروط قاسية وينبغي أن يكون منذ عدم المنافسة ليكون لا غنى عنه لحماية مصالح المشروعة للمستخدم كما يقتضي أن يكون محددًا في الزمان وفي المكان، وبالمقابل لا تخضع صحته لدفع مقابل مالي إذا لم يكن هذا المقابل ناتجا عن اتفاق الطرفين أو الاتفاقية الجماعية².

كذلك اتفاق الوكيل الحصري الذي يعد من أكثر الاتفاقيات انتشارا في الوسط التجاري والصناعي ورسميا في الدول المتقدمة التي غالبا ما تتوزع مصالحها وخدماتها خارج حدود الدولة بالتبادل التجاري بين الدول، واهم الصور الشائعة لهذا النوع من الاتفاق عندما يقوم المنتج لسلعة معينة تحمل علامة تجاربه مميزة أو اسم تجاريا معروفا يحصر مبيعاته لهذا النوع من السلع تاجر معين دون سواه، أو قد يكون الاتفاق على عكس ذلك بان يتعهد التاجر المشتري بنظر الوكيل الوحيد الحصري لهذه السلعة مما يؤدي ذلك الى احتكار فعل وبالتالي فان هذا الاتفاق سوف يعطي التاجر الحرية بالاتفاق على حملات الدعاية والنشر عن السلعة

(¹) شرف الدين عويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، الطبعة الأولى، دون جزء،

(²) جوامع زبير، المرجع السابق، ص: 363، 364.

بشكل بشكلها الصناعي أو علامتها العالمية معتمدا في ذلك على انه سوف يكون المستفيد الوحيد من هذه الدعاية في النطاق الذي يحدده الاتفاق الحصري،¹ ومن الأمثلة الأخرى على الاتفاق الحصري أن يقوم مالك براءة الاختراع بمنح شخص آخر استغلال اختراع موضوع البراءة مقابل مبلغ من المال ويسمى هذا العقد الترخيص الاختياري وهو عقد بين مالك البراءة والمرخص له تحدد فيه الشروط والأوصاف والبنود والالتزامات التي يتم الاتفاق عليها، والذي قد يكون مقيدا بفترة زمنية معينة أو مقتصر على حدود إقليمية فيستطيع المرخص له الاستفادة من الاختراع وبموجب شروط الواردة في الاتفاق.²

(¹) معين الفندي الشناق، المرجع السابق، ص: 78.

(²) المرجع نفسه، ص: 213.

الفصل الأول:

كيفية حماية المستهلك من

خلال قانون المنافسة

تعريف الدكتور محمد الشريف المنافسة على أنها: "طريقة للتنظيم الاجتماعي تفرض على الأعوان الاقتصاديين سلسلة من المناهج والمفاهيم حددتها النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة غايتها توزيع الموارد بطريقة عقلانية وتحسين طرق الإنتاج وتجويد المنتجات وتشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي".

كما يعرفها الأستاذ شهيدة قادة: "ومن البديهي ان لا نتصور هذه الظاهرة (المنافسة) إلا في ظل اقتصاد السوق المتمركز على آلة العرض والطلب، وفي مناخ يوفر للمتعاملين هامشا من الحرية، من خلال إتاحة الفرص أمامهم للتعبير عن مبادراتهم الإنتاجية وإمكانية تطويرها.

ومهما يكن من أمر فهذا التعريف الفقهي يتماشى مع المادة الأولى من الأمر رقم 03_03 المتعلق بالمنافسة "يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل الممارسات المقيدة للمنافسة ومراقبة التجمعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية".

ومنه فان المنافسة في إطار حماية المستهلك تتركز على عنصر مهم هو الاتفاق التجاري التنافسي، لذلك حاول المشرع تنظيم الإطار القانوني للمنافسة عن طريق حماي المستهلك من السعر التنافسي¹ ومن خلال مناهضة الاتفاقات التنافسية الغير مشروعة من جهة ثانية.²

(¹) كتو محمد الشريف ، اهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك ، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمن ميرا بجاية ، الجزائر ، يومي 18/17 نوفمبر 2009 ، ص 03.

(²) شهيدة قادة ، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك ، الملتقى الوطني للاستهلاك والمنافسة في قانون الجزائري ، 14 / 18 افريل 2001، كلية الحقوق ، مخبر قانون الخاص أساسي ، جامعة ابي بكر بالفايد ، تلمسان .

المبحث الأول: حماية المستهلك من السعر التنافسي

يكون تحديد السعر التنافسي عن طريق الاتفاقيات التجارية التي نظمها المشرع بمناسبة القانون التجاري أو القانون المدني، إلا أن الغاية من الاتفاق عليها هو محاولة المنافسة على سعر السوق فتعدها المؤسسات بمناسبة ممارسة نشاطها التنافسي أو في إطار إستراتيجيتها التنافسية.

حيث يعتبر مفهوم الاتفاق التجاري الذي يبرم من أجل التعاون الصورة التطبيقية لذلك ويمكن أن يكون بين مؤسسات متنافسة بينها كما يمكن ان يكون بين مؤسسات غير متنافسة بشكل مباشر بينها، وعليه يمكن للمؤسسات في اطار المنافسة من ان تعقد اتفاقات حول تحديد السعر كإستراتيجية تنافسية ضد مؤسسات أخرى ضمن نشاطها في السوق، لكن في نفس الوقت يمكن لهذا السعر أن يعود بالضرر على القدرة الشرائية للمستهلك ومنه حاول المشرع حماية المستهلك من السعر التنافسي عن طريق تنظيم سوق الاستهلاك". بالإضافة إلى تنظيم اتفاقات تحديد السعر التنافسي.

المطلب الأول: سوق الاستهلاك وقانون المنافسة

إن تعريف السوق من أساسيات علم الاقتصاد ومن أهم مقاصد الفلسفة الاجتماعية وذلك بالنظر إلى قدم الظاهرة وإلى أهميتها القصوى كأساس للتفوق الاقتصادي الشيء الذي أدى إلى ظهور الكثير من النظريات بهذا الصدد بل وحتى تأثير الدول بالتيارات السياسية والنظرية لمفهوم السوق بحكم تداعيات هذا الأخير على المستهلك فحاول الاقتصاديون والفلاسفة تقديم مفهوم مختصر ودقيق لمعنى السوق عبر النظريات الاقتصادية، الرياضية، الاجتماعية... مع العلم أن تعريف القاموس الاقتصادي للسوق كان على النحو التالي: "السوق هو المكان الفعلي أو الاعتباري أينما يلتقي العرض والطلب من أجل تحديد ثمن سلعة أو خدمة"¹ أو يبدو جليا

(¹) Pour les économistes le marché est le lieu physique ou virtuel où se rencontrent l'offre et la demande et où s'opère la détermination du prix d'un bien ou d'un service. Dictionnaire de l'économie Larousse, Ed 2000, p155.

أن المقصود من العرض هو منتج السلعة والمقصود من الطلب هو المستهلك، أو أن المستهلك يدخل ضمن حيز الطلب.

حيث جاء مفهوم السوق ضمن قانون المنافسة الجزائري مرتكزا على الطبيعة الاقتصادية للنشاطات الفاعلة لظاهرة المنافسة، بحيث نصت المادة 2 من القانون رقم 03/03 المعدل بموجب الأمر رقم 12/08: "تطبق أحكام هذا الأمر على: نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها الاستيراد وتلك التي يقوم بها الأشخاص المعنيون العموميون والجمعيات والاتحادات المهنية أيا كان قانونها الأساسي وشكلها أو موضوعها، الصفقات العمومية ابتداء من الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة، غير انه يجب ألا يعيق تطبيق هذه الأحكام أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية".¹

إلا أنه بعد تعديل في 2010 أصبحت المادة على الشكل التالي: "بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي: نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما كان وضعها القانوني وشكلها وهدفها.

الصفقات العمومية ابتداء من الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة، غير أنه يجب ألا يعيق تطبيق هذه الأحكام أداء مصادر المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية".

فقد عرف المرسوم التنفيذي الصادر سنة 2000 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة: "يقصد بالسوق أو جزء من السوق المرجعي لتحديد وضعية الهيمنة، السلع والخدمات التي يعرضها العون الاقتصادي والسلع والخدمات البديلة التي يمكن أن تحصل عليها المتعاملون أو المنافسون في نفس المنطقة الجغرافية".²

(1) المادة 02، من القانون 10-05 المؤرخ في 15 أكتوبر 2010، يعدل ويتمم، 03-03، المتعلق بالمنافسة، ج.ر. 46 الصادر بـ 18-08-2010.

(2) المادة 03 من المرسوم التنفيذي 314/2000، المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، الذي يحدد المقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسفي وضعية الهيمنة، ج.ر. لسنة 2000، ص: 61.

إن عملية تحديد السوق تسمح بتحديد الفضاء الذي تقوم المؤسسات من خلاله بالتنافس التجاري ومنه أيضا المساعدة في توضيح الإطار القانوني لتدخل مختلف الهيئات التي تسهر على حماية المنافسة سواء كان ذلك عبر تحديد فضاء التبادل التجاري النوعي للسوق أو عبر تحديد الرقعة الجغرافية للسوق.

الفرع الأول: التحديد النوعي للسوق

يقصد بالمفهوم النوعي للسوق هو تخصص السوق في التعامل على سلعة أو خدمة معينة ضمن السوق فنقول سوق الفواكه والخضروات وسوق الألبسة وسوق القمح الدولية وهو المراد من وراء تسمية هذا المعيار في تحديد السوق "بمعيار سوق البضائع" عند بعض الفقهاء.

عرفته اللجنة الأوروبية على النحو الآتي: يقصد بالسوق البضائع جميع المنتجات أو الخدمات التي يعتبرها المستهلك قابلة للمبادلة أو للمعاوضة بفعل طبيعتها أو ثمنها أو طريقة الاستعمال المعدة لأجلها".¹ إن أولى ما يلفت انتباه القارئ لهذا التعريف هو كلمة المبادلة أو المعاوضة إذ أن المنافسة تكون بين المؤسسات التي تنتج نفس المنتج أو الذي يمكن أن يكون عوضا له في السوق، وبالتالي فإن مفهوم السوق التنافسية لا بد من أن يركز على معنى التعاوضية عندما يتعلق الأمر بسوق البضائع وعليه فإن مفهوم المبادلة يحتوي على ما يسمى بالسلع البديلة وهي السلع التي تقوم مقام السلع الأصلية من أجل إشباع حاجة المستهلك".²

ويهدف قانون المنافسة في الجزائر إلى تنظيم العلاقة بين المنافسين وحماية السوق من سلوكيات المنافسة غير العادلة. يحدد قانون المنافسة في مختلف القطاعات الاقتصادية، ويشمل عدة نواحي وأنواع للسوق. فيما يلي بعض النواحي الرئيسية في قانون المنافسة في الجزائر:

(¹)Communication de la commissions sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (97/c 372/ 03 texte 99741209(01) présentant de l'intérêt pour LEEIJ.O.R.F.n°c372 du 09/12/1997. P2.

(²) أحمد عبد المنعم الرحمن الملحم، مدى مخالفة الاندماج والسيطرة لأحكام المنافسة التجارية، مجلة الحقوق، ع:4، 1995، ص: 48.

1. الاحتكار: يحظر قانون المنافسة الاحتكار والسيطرة الحصرية على السوق بواسطة شركة أو مجموعة من الشركات. يهدف ذلك إلى تشجيع المنافسة العادلة وضمان وجود فرص متساوية للمنافسين.
2. الاتفاقات المحظورة: يمنع قانون المنافسة الاتفاقيات المحظورة بين المنافسين، مثل الاتفاقات على تحديد الأسعار، وتقنين الأسواق، وتقنين الإنتاج بشكل غير عادل. يهدف ذلك إلى حماية المنافسة الحرة وتشجيع الابتكار وتنوع المنتجات.
3. سلوك المنافسة غير العادلة: يحظر قانون المنافسة غير العادلة التي تهدف إلى إضعاف المنافسة، مثل الترويج الزائف واستغلال السلطة السوقية، والتمييز ضد المنافسين. يهدف ذلك إلى ضمان مشاركة عادلة لجميع أطراف السوق.
4. الاندماج والاستحواذ: ينص قانون المنافسة على ضرورة الحصول على موافقة السلطات المختصة باندماج واستحواذ بين الشركات في حالة أنها قد تؤثر سلباً على المنافسة وتؤدي إلى تكوين موقف سوقي إستراتيجي.

وهو ما ذهب إليه القضاء الفرنسي من خلال حكم لمحكمة استئناف باريس "... نعتبر أن السوق يعرف على أنه ذلك المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب من أجل بضاعة أو خدمة خاصة وأنه من أجل اعتبار السوق أنه مرجعي، على هذا السوق أن يوظف منافسة فعلية بين المنتجات أو الخدمات التي تكونه الشيء الذي يوفر درجة كافية من التبادلية بالنظر إلى نفس طريقة استعمال هذه المنتجات أو الخدمات التي هي جزء من هذا السوق".

وتجدر الإشارة إلى أن الفقه عند استقراء التعريف الوارد في تقرير الاتحادية الأوروبية قد فرق بين التبادلية الموجودة بمناسبة الطلب وتلك الموجودة بمناسبة العرض".¹

1_ التبادلية من جهة الطلب:

يكون منتجين أو خدمتين متبادلة فيما بينها من حيث الطلب إذا كان المستعمل أو المستهلك يعتبرها كذلك وعليه فان تعريف التبادلية من جهة الطلب هو تعريف شخصي وليس

¹ AndreDecoq. Geogedecoq . Droit de la concurrence interne et communautaire 2° édition LGDJ. 2004 . p46.

موضعي، بحيث أن المستهلك يرى أن المنتج أو الخدمة المعروضة في السوق قابلة لنفس الاستعمال الذي يريده حتى ولو لم تكن متماثلة فيما بينها ظاهريا أو من حيث طبيعتها.

وجدنا أن القضاء المقارن قد حاول بهذا الصدد الإجابة عن إشكالية كيفية تحديد اعتبار المستهلكين لمنتج أو خدمة معينة أنها بديلة لمنتج أو خدمة أخرى من خلال فرضيتين فنص قرار قضائي للجنة الأوروبية. أن سوق الموز هو مختلف عن سوق الفواكه الطازجة لأن المستهلك لا يعتبر الفواكه الطازجة سلعة بديلة للموز.¹ (وهو نفسه المعيار الموضوعي) بحيث أن المستهلك أو المستعمل يعتبر السلعة بديلة إذا كانت طبيعتها أو طريقة استعمالها تسمح بذلك ومن جهة أخرى نص قرار اللجنة الأوروبية أن المستهلك قد يجنح إلى استعمال منتج أو خدمة كبديل عن حاجته الأصلية²

2_ التبادلية من جهة العرض:

وهو في الحقيقة الأصل في مفهوم التبادلية ومنه المنافسة بحيث تقوم المؤسسات بإنتاج وتقديم خدمات تشع بها رغبة المستهلك بغض النظر إلى أسبقيتها في ذلك أي أنها سلع بديلة عن الأصلية التي إعتاد المستهلك استعمالها ولكن بالرغم من ذلك تؤدي وظيفتها، كإنتاج دواء مهدئ لألم الأسنان وله بديل الذي هو دواء مضاد للصداع) ومن هنا تكون المؤسسات أمام منافسة مباشرة لنفس السوق النوعية للمنتج أو الخدمة البديلة وقد أصدرت اللجنة الأوروبية للمنافسة تعليمة تفيد بأن المنتجات المكونة للسوق تكون تبادلية من جهة العرض إذا ما قام المنتجون بإعادة توجيه إنتاجهم بالشكل الذي يؤثر على الرغبة النهائية للمستهلك ومنه اعتبار إنتاج الورق المصنع من نوعية معينة تابع لنفس سوق البلاستيك المعالج الذي يؤدي نفس المهام أو أن نوع معين من الورق ذو نوعية غير جيدة ينتمي إلى نفس سوق الورق ذو نوعية جيدة.³

¹) Par exemple un arret celebre (CJCE14 Fevrier 1978 . United brands c/ commission.

AFF.27/76 R. 207.Concl AV. gen. H Mayras).

²) Communication de la commission. O. P. P7.

³) Andre decocq. George Decocq. a. P. P105.

الفرع الثاني : التحديدات الجغرافية للسوق

لا يمكن أن يكتمل مفهوم السوق بدون تحقق معيار الوجود المكاني وهو الحيز الجغرافي الذي يتم فيه النشاط الاقتصادي وقد عرفت اللجنة الأوروبية السوق الجغرافية على النحو التالي: "السوق الجغرافية هو الميدان التي تعرض فيه المؤسسات المعنية منتوجها أو خدماتها المعنية وأيضا تكون ظروف المنافسة فيها متجانسة بشكل كافي وهو السوق الذي يمكن تمييزه عن المناطق الجغرافية المجاورة بسبب اختلاف الظروف المنافسة فيه اختلاف ملحوظ".¹

1_ التحديد الجغرافي من تحديد الثمن:

وتجدر الإشارة إلى أن عملية التحديد الجغرافي للسوق ليس سهلا كما يبدو عليه من الوهلة الأولى بل الأمر في غاية التعقيد بالنظر إلى أن عملية التحديد تكتنفها الكثير من المعايير وطرق الإنشاء وتكوين في ظل سياسات منافسة واستراتيجيات تموقع ذات منحنيات متباينة، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي و المعلوماتي الذي صار يميز هذا الوقت.²

إن امتداد السوق سواء عبر الزمن أو عبر الوقت من الناحية النظرية غالبا ما يكون بالنظر إلى الثمن المحدد لبضاعة معينة، بحيث إذا كان الفرق في الثمن بين نفس البضاعة في نقطتين جغرافيتين منعدم أو شبه منعدم نقول أننا في نفس الرقعة الجغرافية وبمفهوم المخالفة إذا كان الفرق في الثمن شاسعا فإننا نكون أمام سوقين عينتين مختلفتين محددتين في تلك النقطتين.³

مع العلم أن عدم تواجد نفس المنتج أو نفس الخدمة ولو توفر شرط التبادلية فيما بينهما في نفس الرقعة الجغرافية لا يؤدي حتما إلى المنافسة فيما بينها وهو ما عبر عنه Stigler بأن

¹Communication de la commission O.P. P2.

²Michel Glais. Analyse économique de la définition du Marche pertinent : son apport au droit de la concurrence in. Economie rurale N° 277- 278. 2003. La politique de la concurrence dans l'agroalimentaire P23.

³Andre Raynaud observation sur la notion de marche. Lactualiteconomique. Vol 67. N°2. 1991. L. 224.

التحديد الجغرافي للمنافسة في السوق مرهون بثمن بيع المنتج وبثمن توزيع المنتج داخل الرقعة الجغرافية.¹

2_ السوق الافتراضية (الانترنت):

لقد اعتبر الأستاذ Michel Gensollen أن " الانترنت اليوم لا تمثل فقط التقدم التقني وإنما هي عبارة عن ثورة اقتصادية واجتماعية " ² لذلك صارت السوق الافتراضية أو بما يصطلح عليه بالسوق الالكترونية تكتسي من الأهمية الاقتصادية ما جعلها فعلا الوجهة الجديدة للدراسات الاقتصادية والقانونية.³

لقد انعكس انفراد الفكر الرأسمالي الغربي في تنظير الاقتصاد العالمي بصفة مباشرة على طرح أشكال المنافسة بالنسبة للسوق الافتراضية (الميدان الفعلي للتجارة الالكترونية) بفعل أن السوق الافتراضية مؤثرة ومتأثرة بالسوق الواقعية (مع أنه يمكن لها أن تكون سوق منفصلة عن السوق الواقعية وقائمة بذاتها)، نجد أن السوق الالكترونية تتمتع بحيز مكاني افتراضي قابل للولوج من طرف الجميع ما يعني إقبال غير مسبوق من طرف المستهلك سواء المحلي أو الدولي.

كما أنها تتميز بتوفير المعلومة بشكل كثيف وسريع ما يجعل من المنافسة عبر السوق الالكترونية يتخذ شكلا وحجم غير تقليدي بالنسبة لتحديد الأسعار لمختلف المنتجات والخدمات بحيث أن تكلفة تبادل ومعالجة المعلومة منخفضة في السوق الافتراضية بالإضافة إلى سرعة تبادل المعلومة يؤدي حتما إلى عدم تشتت الأسعار مثلما هو الحال عليه في السوق الواقعية بل هي متقاربة نوعا ما بين مختلف المتنافسين إن لم نقل شبه موحدة.

¹ Stigler. GI. The theory of price, The macmillan company, New york, revised Edition 1952, P55.

² Gensollen Michel, Internet, Marche électronique au révas commerciaux In. Revue économique, Vol. 52 Numéro Hors série, octobre 2001, économie, l'Internet, P137.

³ Dimitri corpackis, le commerce électronique en Europe : risque, opportunité et tendances In : Revue d'économie financière, n° 53, 1991, la momie électronique, P153.

بالإضافة إلى أن تحديد الثمن في السوق الإلكترونية يتميز بالشفافية إذا أنه يوجد بعض المواقع على الأنترنت متخصصة في المقارنة بين الأسعار لنفس المنتج متاحة للمستهلك وأن الموزعين على الويب أو عبر القنوات الافتراضية يعرضون الأسعار بعد المطالعة على جميع الأسعار في المواقع المنافسة.

مع العلم أن جانب الاختراعات والمنتجات والبرامج المستحدثة صار يطرح مباشرة في السوق الافتراضية من قبل المؤسسات والشركات الإلكترونية.¹ وأن تكلفة دخول المستهلك إلى موقع المؤسسة أو الموزع الافتراضي هي أدنى من تكلفة دخوله إلى محل تجاري في الواقع، بالإضافة إلى طريقة العرض في السوق الإلكترونية لقائمة المنتجات والخدمات هي كبيرة وأكثر تنوعا وبالتالي تنوعا في الثمن.²

بالإضافة إلى قنوات التوزيع الإلكترونية وطرق التوصيل وطرق الإشهار المعمول بها في العالم الافتراضي، بحيث أن السوق الإلكترونية هي من تذهب إلى المستهلك وليس العكس مثلما هو معلوم في السوق الواقعية وهو أمر في غاية الأهمية.

وعليه كان إلزاما تفعيل قانون المنافسة لضبط السوق الإلكترونية على مثال السوق الواقعية بالشكل الذي يتماشى وطبيعة السوق فنجد أن التشريع والقضاء المقارن قد أسهب فعلا في تطبيق قواعد المنافسة وتفعيل مراقبة وضبط هيئات المنافسة في السوق الإلكترونية على نسق نظام عام تنافسي إلكتروني يحمي المستهلك إلكترونيا.

فقد تم تأسيس هيئات ذات طابع دولي لضبط السوق الإلكترونية ومنه المنافسة الإلكترونية إلى جانب تلك الهيئات الدولية التقليدية المتواجدة سابقا.³ بحيث أن الاتفاقات المحظورة من طرف قانون المنافسة بالنظر إلى إنسانية المعلومة عبر الأنترنت تعتبر فعلا معضلة في مراقبتها وضبطها نفس الأمر ينطبق بالنسبة لعملية تحديد الأسعار.

¹ Dimitricorpakis, le commerce électronique en Europe : risque et tendances O.P.P153.

² Gensollen Michel, Internet Marche électronique ou rêves commerciaux ? O,P,P 141.

³ Thierry penard Faut , il repenser la politique de la concurrence sur les Marches Internet la revue internationale de droit économique, Mars 2006, P3.

كما أن العالم الافتراضي يتميز بطابع التجانس وتداخل مختلف البرامج فيما بينها من أجل عطاء خدمة معينة، لذلك فإن دور هيئات ضبط المنافسة الإلكترونية يكمن أيضا في ضمان التساوي والثقافية للاستفادة والاطلاع من طرف جميع المتنافسين لهذه البروتوكولات الاتفاقيات التقنية.¹

ويبدو أن دراسة السوق الإلكترونية من الجانب القانوني لا تزال مجالا خصبا في الجزائر وفي بداياتها الأولى فإلى غاية اليوم لا يوجد تشريع خاص ينظم ويراقب مجال الانترنت بصفة عامة على غرار الدول المجاورة.

المطلب الثاني: اتفاق تحديد السعر في السوق

إن الحق في المنافسة التجارية، بالاستناد إلى حرية التعاقد، يكتسي أهمية كبيرة إذا ما علمنا أن العقد نفسه يعتبر من أهم الوسائل القانونية لتسيير المخاطر وبما أن المنافسة التجارية تجد في طبيعتها الكثير من المغامرة والمخاطرة يصبح العقد والحرية التعاقد من أهم مظاهر الممارسة مؤسسات لفهم في المنافسة، بالفعل أنها تستعمل العقد نفسه كوسيلة لتسيير مخاطر المنافسة من أجل البقاء وفرض الوجود.

وعليه يصير للمؤسسة التجارية حق راسخ في المنافسة لأن استعمال حرية التعاقد في تسيير المخاطر التجارية أمر لا مفر منه.

يعتبر السعر صورة الموسعة لمفهوم الثمن في نظرية العقد بحيث يتناول القانون المدني الثمن بمناسبة توضيح الإطار القانوني لعقد البيع.

ومع ذلك يكون الثمن ، ومنه السعر حاضرا في أغلبية أنواع العقود، ونحن نتكلم في مقامنا هذا أينما يكون البيع والإيجار والقرض وهي العقود التجارية الأكثر تداولاً في السوق وعليه فإن تحديد السعر التنافسي يتأثر لا محال بحرية التعاقد وبمثلا سبق التطرق إليه فإن إدارة الطرفي في العقد تحديد بكل حرية موضوع العقد تحدد ما يقابله من ثمن²، إلا أنه عملية

¹Ibid, p4.

² أي عملية تعتبر الثمن، وما هو ما تطرق إليها المشرع في القانون المدني في المواد 356-357.

تحديد الثمن في السوق وتحقق صبيغة العرض والطلب تكون عن طريق عرض الخدمة أو المنتج مصحوبا بعرض ثمنه ، وهو ما يعرف بتحديد العروض من السوق.

ونذكر هنا أن السعر بحد ذاته يكتسي أهمية قصوى لدى المؤسسة، بحيث أنه يكون القاعدة حسابات التكاليف والأرباح، بالإضافة إلى أنه عامل جوهري في قضية تسويق المنتج وعملية الإشهار.

إن عملية تحديد السعر تتم بكل حرية بين الأطراف المتعاملين في السوق، مع ذلك فإن هذه الحرية ليست مطلقة بحيث أنه يتوجب على المؤسسات احترام قانوني المنافسة والمستهلك في المقام الأول، بالإضافة إلى القوانين الداخلية والأعراف الخاصة بمختلف أنواع الأسواق كما أن الدولة قد تتدخل بتقييد السعر ضمن السوق من أجل المصلحة العامة أو من أجل فرض النظام العام كاستثناء على حرية واتفاق المؤسسات في وضع السعر التنافسي.

الفرع الأول : مبدأ حرية الأسعار

يعتبر هذا المبدأ من أهم المبادئ المكرسة بمبدأ بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة¹، مع العلم أن المشرع قد سبق اهتمامه بأسعار حتى قبل إصدار القوانين المتعلقة بالمنافسة، وذلك بالنظر إلى أن قضية الأسعار تكتسي أهمية عظيمة سواء فيما يتعلق بعقود الصفقات بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين أو فيما يتعلق بالميزان التجاري بالنسبة للدولة.

قد نصت المادة 04 من الأمر رقم 03-03 على أن تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.

إن حرية تحديد الأسعار نفسها من أهم مظاهر الصحة في السوق وأن السعي إلى تقييد حرية تحديد السعر هو في النهاية تعطيل حرية التنافس، السلع والخدمات لذلك نجد أن قانون المنافسة تصدي لجميع الممارسات الغير الشرعية لأسعار التي من شأنها إضرار بالمنافسة وخاصة التواطؤ عند تحديد السعر التداولي في السوق.

(¹) نشير هنا إلى مبدأ حرية أسعار كان حاضرا منذ أو تشريع للمنافسة في الجزائر، بحيث نص على ذلك في الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، وكالذي أُلغى، حيث جاء النص عليه بالفصل الأول المعنون حرية الأسعار من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة، وذلك بعد الأحكام عامة الواردة من المواد 1،2،3، حيث نصت 4 ف 1 على ما يلي: تحديد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.

الفرع الثاني : الممارسات الغير الشرعية للأسعار

لقد نصت المادة 23 القانون رقم 04- 02 بهذا الخصوص على أنه استمنع الممارسات التالية:

1. القيام بتصريحات مراقبة أسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع و الخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار .
2. القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار الملاحظة في هذا السياق إن المشرع اعتبر عدم احترام الأحكام المتعلقة بالأسعار كممارسة الأسعار غير شرعية (مخصصة لها الفصل الثاني بعنوان ممارسة الأسعار غير شرعية من الباب الثالث بعنوان نزاهة الممارسات التجاري من القانون 04- 02 المشار إليه)، أمرا منافيا للممارسات القانونية النزيهة و إصدارها بذلك عقوبات صارمة في حالة وجودها.
3. كما أضاف المشروع عقوبات بمقتضى قانون المنافسة من خلال المادة 07 من الأمر رقم 03 - 03 كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق و احتكار لها أو على جزء منها قصد تحقيق مجموعة من الأهداف منها عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.

1_ القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات الغير الخاضعة لنظام حرية الأسعار:

لقد نصت المادة 12 من نفس الأمر 03- 03 على حظر عرض الأسعار أو التحويل أو التسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق وهو ما أكدت عليه المادة 19 من القانون رقم 04- 02 بنصها على الآتي: يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي ويقصد بسعر التكلفة الحقيقي سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم الاقتضاء أعباء النقل، (المهددة بالفساد السريع).

- السلع سهلة التلف والمهددة بالتلف السريع.

- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو أثر تنفيذ حكم قضائي.
- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا.
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد.
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المنافسين حد البيع بالخسارة.

كما منعت المادة 18 من نفس القانون على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر أو أن يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو على شراء تميزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة.

هذا بالإضافة إلى لجوء المشروع لذكر الكثير من الحالات الخاصة، التي يعتبر فيها أن تحديد الأسعار ورد بصفة غير شرعية بمنافسة إصدار مختلف المراسيم المتعلقة بتقنية الأسعار لمختلف القطاعات.

2_ التواطؤ على تحديد الأسعار:

يرمي قانون المنافسة إلى حماية المبادرة الفردية للمؤسسات، والذي من المفروض أن ينهي القدرة إلى مؤسسة في تطوير سياستها الاقتصادية من أجل مواجهة ما يعترضها من صعوبات داخلية أو تلك الصعوبات الخارجية الناتجة عن العمليات اليومية في السوق وعليه يجب الإبقاء قدر المؤسسة في تطوير سياستها على مبادرات الفردية لضمان المنافسة بين المؤسسات والحيلولة دون عملية التصريف الجماعي الذي يضرالمنافسة حتما ولعل أن أهم الأسباب التصرف الموحد أو الجماعي للمؤسسات هو الاتفاقات أن التواطؤ حول تحديد الأسعار ضمن السوق حيث سبق ذكر المادة 05 من قانون المنافسة 03-03 حظر الاتفاقات التي ترمي إلى ...عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها...

هذا وإن اتفاق على تحديد السعر غير مسموح به في القانون المقارن ولو كان معقولا بحيث ينص القانون شيرمان في الو.م.أموجب المادة 1 منه على أنه من وحدة هذه الاتفاقات فلا تسمع المحاكم دفاع أو نقاش فيما يتعلق بادعاء معقولية السعر حيث أن المنافسة بين البائعين قد توقفت.¹

وفي هذا الاتجاه سار الاجتهاد القضائي الفرنسي حيث رفض رفضا مطلقا كل أوجه الدفاع والتبريرات المقدمة في دعاوى تتعلق بالاتفاقات التي ترمي إلى تحديد السعر سواء عن طريق ممارسة الجداول الجماعية للأسعار أو تبادل المعلومات.²

الفرع الثالث : تقييد الدولة للأسعار

بينما تطرق المشرع إلى حالة تقييد حرية الأسعار من خلال نص المادة 04 في فقرتها الثانية من الأمر 03-03 عبر أنه يمكن أن تقييد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وعن شروط المحددة في المادة 05 أدناه "وأصناف في المادة 05" يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد آخر رأي مجلس المنافسة.

كما يجب اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حال ارتفاعها المفرط بسبب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالة احتكارات الطبيعي، تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (06) أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

وعليه يمكننا القول أن المشروع الجزائري أصبح يتمنى مبدأ حرية الأسعار كأصل عام (بدليل تركه مسألة تحديد الأسعار إلى المتعاملين في السوق، عن طريق حرية التعاقد واحترام المبادئ الأساسية للمنافسة) بيد أنه أورد على هذا الأصل العام استثناءات خاصة وهو المقصود

(¹) عبد الناصر فتحي البلوي محمد، الاحتكار المخطور وتأثيره على حرية التجارة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص: 62.

(²) عبد الناصر فتحي، الجولي محمد، احتكار المحضور وتأثيره على حرية التجارة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، مصر، 2008،

بالأسعار المقننة والتي أخذت الدولة (بالنظر إلى المصلحة العامة أو من أجل فرض النظام العام حسب الأحوال) على عاتقها تحديد (تقنين) الأسعار.

وقد ورد هذا الأمر في نص المادة 22 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية كل بيع سلعة أو تأدية خدمات لا تخضع النظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقاً لتشريع المعمول به.

وتشير إلى أن الدولة في العهد الاشتراكي كانت تتكفل بعملية وضع الأسعار، لكن بعد فتح السوق على الحرية الاقتصادية، صارت الدولة لا تتدخل إلا من منطلق أن بعض القطاعات والأنشطة الموصوفة بالإستراتيجية تستدعي ذلك.

فالدولة تقوم بتسيير بعض القطاعات والمصالح بصفة مباشرة أو عن طريق مكاتب وظيفية أو بلديات أو جماعات محلية، ويكون عليها في هذه الحالة (باعتبارها المنظم) أن تحديد الأسعار بيع بعض المواد أو الخدمات التابعة لهذه القطاعات التي يستجيب إنتاجها للحاجات اجتماعية أو اقتصادية خاصة، على سبيل مثال قطاع الكهرباء والسكك الحديدية والنقل الجوي وبعض المواد الواسعة الاستهلاك كالحليب والخبز.

كما تتدخل الدولة بتحديد الأسعار في حالات الأزمات أو الطوارئ التي يمكن أن تطرأ على السوق بفعل كوارث إنسانية أو طبيعية وهي حالات استثنائية تتدخل فيها الدولة بالنظر لفقدان السوق لقدرته الطبيعية لتحديد الأسعار.

المبحث الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

يقصد بالممارسات المنافية للمنافسة مما يصد عن التجار في علاقاتهم، ويتعلق الأمر بالممارسات التي تقوم بها مؤسسة أخرى والتي تكون من طبيعتها إما عرقلة المنافسة أو الحد منها.

لقد اعتبر المشرع في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة كل من:

الاتفاقية المحظورة التعسف في وضعية الهيمنة العقود الاستثنائية، التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، البيع بأسعار منخفضة تعسفا ممارسات مقيدة للمنافسة..... لنص مادة 14 من هذا الأمر التي تنص على أنه¹: تعتبر الممارسات المنصوص عليها في المواد 6 و7 و10 و11 و12 أعلاه ممارسات مقيدة للمنافسة.

بعد أن كان المشرع في ظل القانون 95-6 المتعلق بالمنافسة الملغى² عليها مصطلح ممارسات المنافية للمنافسة، أصبح في ظل الأمر 3-3 يطلق عليها الممارسات المقيدة للمنافسة وترتبط هذه التسمية بالممارسات التجارية التي تربط الأعوان الاقتصاديين والمستهلك، والأعوان الاقتصاديين فيما بينهم باعتماد مبدأ النزاهة والشفافية سواء شكلها الجماعي أو الفردي.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة

لتحديد الدراسات الجماعية المقيدة للمنافسة يجب دراسة الاتفاقيات المقيدة للمنافسة أو كذا التجميعات المقيدة للمنافسة.

الفرع الأول: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

نصت المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالمادة 05 من القانون 08-12 على أنه تخلص الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو ضمنية

(¹) الأمر رقم 3-3 يتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم)، المرجع السابق.

(²) أمر رقم 06-95 يتعلق بالمنافسة (ملغى)، المرجع السابق.

عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بما في نفس السوق أو جزء جوهري منه لا سيما عندما ترمي إلى ... سماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات.¹

اعتبر المشرع الاتفاقيات المقيدة للمنافسة ممارسة الجماعية لأنها تستوجب لقيامها وجود اتفاق من قبل مؤسستين على الأقل سواء كان صريح أو ضمني لحظرها.

1_ شروط حظر الاتفاق:

لكي نعتبر الاتفاقيات ممارسات غير مشروعة ومقيدة للمنافسة يجب توفر بعض الشروط أهمها:

1_1_ وجود إتفاق:

يعني تبني خطة مشتركة بين مجموعة من الأعوان الاقتصاديين تهدف إلى الإخلال بالحرية المنافسة داخل السوق واحد للسلع والخدمات ولا يقوم اتفاق في غياب هذا الشرط، ويتحقق هذا الاتفاق بمجرد انصراف إرادة كل مؤسسة معينة السلطة القرار إلى الانضمام أو الانخراط في قالب مشترك بشكل سلوك جماعي المجموعة من المؤسسات مما قد يؤثر على الاستقلالية المعترفة لكل منها.²

يعتبر الاتفاق قائماً بمجرد تبادل الإيجاب والقبول ولا يهم بعد ذلك بالشكل الذي يكتسبها هذا الاتفاق فقد يكون صريحاً أو ضمناً مكتوباً أو شفهيّاً أو اتفاق حقيقي أو عبارة عن عمل مدير أو ترتيبات أو تفاهات حول عرقلة المنافسة ولا يهم في نظر قانون المنافسة، أن كان اتفاق أفقياً أو عمودياً³ فالمهم في كل هذه الحالات أن يكون هناك توافق أو تفاهم بين الأطراف، للقيام بعمل من شأنه أن يؤدي إلى إعاقة المنافسة الحرة أو تقييدها سواء بتحديد

(¹) المادة رقم 5 من القانون 8-12 يتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم)، المرجع السابق.

(²) أرزقيزوير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل درجة ماجستير في القانون، فرع: المسؤولية المهيمنة، "كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص: 95.

(³) تواتي محمد الشريف، قمع الاتفاقيات في القانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير القانوني، فرع: قانون الأعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007، ص: 27.

الأسعار أو تقليص الإنتاج أو الحد من الدخول في السوق للمنافسين أو اقتسام مصادر التموين.

كما يجب ممارسة الأطراف الاتفاق للنشاط الاقتصادي فنجد المادة 2 من القانون المنافسة التي حصرت الأشخاص قانون المنافسة وكذا حصرت مجالات ممارسة النشاط الاقتصادي.¹

1_2_ تقييد الاتفاق للمنافسة:

إلى جانب وجود شرط الاتفاق فإن لا بد من البحث عن موضوع الاتفاق والذي يكون بمثابة الآثار التي يترتبها هذا الأخير، فلا ترتب الاتفاقيات الاقتصادية إلى إخلال بالمنافسة بحد ذاتها لكن يتحقق ذلك إذا كان عرفها أو أثرها مقيد للمنافسة.

علما أنه تعددت المصطلحات التعبير عن هذا العنصر فهناك من التشريعات التي تستعمل مصطلح المساس بالمنافسة أو هناك أخرى تستعمل مصطلح إخلال أو إعاقة لكن هذه العبارات تقييد مقصود واحد وهي تزييف المنافسة وإخراجها من مسارها الطبيعي، وبالرجوع إلى الأحكام المادة السالفة الذكر نجد أن موضوع الاتفاق في الحقيقة يقصد به نية الأعراف، بحيث يكفي اعتبار اتفاق محظور مجرد انصراف نية الأطراف إلى إعاقة أو تقييد المنافسة الجزء دون ضرورة تحقيق الأهداف غير المشروعة المناهضة للمنافسة.²

1_3_ وجود العلاقة السببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة:

يعتبر عنصر السببية من الأمور التي تساعد مجلس المنافسة في معرفة مدى الاتجاه إرادة المتعاملين الاقتصاديين إلى تحقيق مقصد غير مشروع من وراء الاتفاق المبرم فيما بينهم إذ لا يمكن اللجوء مباشرة إلى تجريم الاتفاقيات المبرمة بين الأطراف المتواطئة فيه دون أن يثبت وجود عرقلة أو آثار سلبية على حرية المنافسة.³ بوجود علاقة السببية بين الاتفاق وتقييد

(¹) أرزقي زويبر، المرجع السابق، ص: 96.

(²) أرزقي زويبر، المرجع السابق، ص: 96.

(³) المرجع نفسه، ص: 99.

المنافسة يفرض على سلطة المكلفة بالمنافسة دراسة الاتفاق دراسة معمقة وتحليل السوق اعتماد على ما توصل إليه من حوصلة المنافسة على هذا المستوى.¹

الفرع الثاني: التجميعات المقيدة للمنافسة

يتميز اقتصاد السوق بظاهرة الاقتصادية تتمثل في تجميع أو تركيز المؤسسات الاقتصادية الذي تكوين وإنشاء وحدات الاقتصادية ضخمة بغرض السيطرة والتحكم في نشاط الاقتصادي ومراقبته، وإذا كانت حرية المبادرة الخاصة تحول للأعوان الاستقلالية الأعوان المجتمعين عليه فحماية السوق من كل ما يمكن أن بقية المنافسة فيما كان إلزاما على الدولة التدخل بغرض الرقابة على التجميعات.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات الفردية المقيدة للمنافسة

إذا كانت الممارسة الجماعية المقيدة للمنافسة تستوجب طرفين فإن الممارسات الفردية تقع بتصرف منفردا دون اتفاق.

الفرع الأول: خطر التعسف في الاستعمال الهيمنة الاقتصادية

لا يهدف قانون المنافسة إلى تنشيط السوق فحسب لكن يعمل أيضا على تحقيق التعسف الطرف القوي اقتصاديا الذي يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين.²

1_ التعسف في وضعية الهيمنة على السوق:

بصدور الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة والذي يعرف وضعية الهيمنة والذي يعرف المادة 03 منه، ولا بد من التأكيد على أن وضعية الهيمنة ليست ممنوعة في حد ذاتها، إنما ما يمنع هو إساءة استخدام هذه الوضعية أي التعسف في استعمالها.¹

(¹) عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، الجزائر، ص: 19.

(²) مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000 يحدد مقاييس التي تعين أن القوى الاقتصادية في وضعية الهيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة ج، ج، ج، ج عدد: 61، 2000، (ملغى).

يهدف قانون المنافسة في الجزائر إلى تنظيم وتعزيز المنافسة العادلة ومنع التعسف في وضعية الهيمنة على السوق يتم تطبيق هذا القانون لحماية المستهلكين وضمان توفر بيئة تنافسية صحية للشركات والمؤسسات التجارية، وبالنسبة للتعسف في وضعية الهيمنة على السوق يشير إلى استغلا الشركة أو مؤسسة لموقعها السوقي القوي لتحقيق مزايا تنافسية غير عادلة على حساب المنافسين الآخرين قد يشمل ذلك اجراءات مثل تحديد اسعار غير عادلة، على إقصاء المنافسين من السوق، الاتفاقات الاحتكارية، استخدام المعلومات الحصرية بطريقة غير مشروعة أو اي سلوك آخر يهدف إلى تكبيد المنافسة العادلة تنص القوانين المنافسة في الجزائر على أنه يعاقب أي شخص أو مؤسسة ترتكب أفعالا تعتبر تعسفا في وضعية الهيمنة على السوق يمكن أن تفرض غرامات مالية على المخالفين وتتخذ إجراءات قانونية أخرى ضد الشركات التي تنتهك قواعد المنافسة العادلة يجب الإشارة إلى أنه ينبغي الرجوع إلى النصوص القانونية الرسمية والاطلاع على أحدث المستجدات في القوانين والتشريعات المنافسة في الجزائر للحصول على معلومات محدثة ودقيقة حول هذا الموضوع حيث قد تكون هناك تغييرات قانونية أو تحديثات تطبق بعد تاريخ قطع المعرفة الخاص بي في سبتمبر 2021.

2_ التعسف في حالة التبعية الاقتصادية

يحرص قانون المنافسة على منع الممارسات المقيدة للمنافسة مهما كان شكلها ومضمونها ومن تلك الممارسات ما ترتكبه بعض المؤسسات القوية اقتصاديا من الأفعال والسلوكيات اتجاه بعض المؤسسات. تتمثل في فرض بعض الشروط التعسفية عليها، نتيجة استغلال حالة التبعية التي تتواجد عليها هذه المؤسسات.²

يهدف إلى تنظيم السوق وحماية المنافسة العادلة بين الشركات والمؤسسات ومع ذلك قد يحدث التعسف في حالة التبعية الاقتصادية التي تمتلكها المنافسة واستغلال وضعها الاقتصادي لتحقيق مكاسب غير عادلة أو تضيق الخيارات المتاحة للمنافسين قد يتم تحقيق التعسف في حالة التبعية الاقتصادية في الجزائر عن طريق السيطرة على الأسواق وتحديد الأسعار بشكل

(¹) فاس عبد المومن، دور مجلس المنافسة في قمع الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة لئيل درجة ماستر في الحقوق، شعبة قانون الأعمال، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص: 22-23.

(²) كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص: 49.

استباقي لمنع دخول المنافسين أو الحد من نشاطهم أو عن طريق إبرام اتفاقيات ضارة مع المنافسين لتقسيم الأسواق أو تحديد الأسعار.

قانون المنافسة في الجزائر يحظر الممارسات غير العادلة ويوفر إجراءات للتحقيق ومعاينة المخالفين يجب على السلطات المختصة في الجزائر مراقبة السوق الأعمال والتجارة بشكل فعال وتطبيق القوانين المنصوص عليها لمكافحة التعسف في حالة التبعية الاقتصادية.

إذا كنت تعتقد أن هناك تعسف في حالة التبعية الاقتصادية في الجزائر فينصح بالإبلاغ عن الممارسات غير العادلة للجهات المختصة في البلاد مثل الهيئة الوطنية لمكافحة الاحتكار والتهديدات ضد الاقتصاد والمستهلك أو وزارة التجارة ستقوم هذه الجهات بمراجعة البلاغات واتخاذ الإجراءات المناسبة للتحقيق في المخالفات وفرض العقوبات اللازمة على المتورطين.

الفرع الثاني: القيام بعقود استشارية

وفقا لأحكام مادة 10 من قانون 04-02-08 بمنع الأعمال والعقود التي تضيي طابعا استشاريا على ممارسة نشاطات الإنتاج، التوزيع، الخدمات، الاستيراد تقاديا لحالات الاحتكار التي قد يستغلها المتعاملون الاقتصاديين علما أن هذا الحظر كان قبل تعديل الأحكام هذه المادة بموجب قانون السالف الذكر، يتعلق فقط بتصرف واحد يتمثل في عقد الشراء الاستشاري وبإحدى النشاطات التي نص عليها قانون المنافسة والمتمثلة في نشاط التوزيع.¹

إن هذا التوجه الجديد للمشرع إنما المبتغى منه إلزام متعاملين اقتصاديين بذل جهد لتحقيق مكانتهم في السوق على أساس قدراتهم الاقتصادية وذلك في إطار روح تنافسية شفافة ونزيهة.²

(¹) شيخ أعمار بسمينة، توزيع الاختصاص ما بين مجلس المنافسة وسلطات ضبط القطاعية في قانون الجزائري، مذكرة ماجستير في قانون، فرع: قانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، 2009، ص: 69.

(²) المرجع نفسه، ص: 69.

الفرع الثالث: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفيا

وفي الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة استحدثت بيع بأسعار جد منخفضة وهذا ما ورد في مادة 12 من هذا الأمر يخطر عرض الأسعار أو ممارسة الأسعار أو ممارسة الأسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج أو تحويل والتسويق إذا كانت العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق.

ولمتابعة هذه الممارسة يشترط القانون توفر بعض العناصر لقيامها وهي:

- العرض أو البيع بأسعار منخفضة يجب أن يكون هناك عرض أسعار بيع بإعلانها أو إشعارها مثلا بأنه وسيلة، أو ممارسة البيع بصورة فعلية.
- السعر المعروض أو الذي يتم به البيع أقل من تكاليف السلعة المتابعة هذه الممارسة يشترط أن نقل الأسعار المعروضة أو ممارسة عن تكاليف إنتاج منتجات محل البيع وتحويل هذه المنتجات وتسويقها.
- توجيه العرض أو البيع للمستهلك، لا بد أن يتوجه هذا العرض أو البيع إلى المستهلك ولم يشكل قانون المنافسة إلى المستهلك الذي عرفته المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بقواعد مطبقة في مجال حماية المستهلك والغش مذكور سالفًا والمقصود من المستهلك في هذا المجال هو المستهلك النهائي إذ يشترط أن يكون المستهلك طرفا في العلاقة.¹

¹ Original Malauria Maria, Droit de la concurrence, 2eme ed. Armad colin, Paris, 2003, P119.

الفصل الثاني:

الهيئات الإدارية المشرفة على

المنافسة

نشير إلى سياسة انسحاب الدولة من توجيه النشاط الاقتصادي وتشجيع حرية المنافسة بين الفاعلين الاقتصاديين مع الاكتفاء بالإشراف فقط، انعكس بصفة مباشرة على تنظيم السلطة التنفيذية بالنسبة لهذا القطاع، بحيث أنه يمكن ملاحظة تغيير هيكل الجهاز المكلف بضبط لمنافسة قبل الإعلان عن مجلس المنافسة وبعده.

فقد كانت لوزارة قبل قرار إنشاء مجلس المنافسة، تضم مديرية مركزية لتنظيم المنافسة والأسعار إلى جانب المديريات الجهوية والولائية وفي نفس الوقت مفتشية عامة على مستوى الوزارة ومتفشيات جهوية تشرف على التحقيقات ونشاطات المديريات الولائية.¹

بينما بعد صدور الأمر 06/95 ثم التأسيس لمجلس المنافسة كهيئة ضبط مستقلة تشرف على ضبط المنافسة في السوق في جميع القطاعات وهيئات إدارية مستقلة تضبط المنافسة على مستوى كل قطاع بصفة منفردة، بينما..... الوزراء فقط بالمديريات الولائية والجهوية بعهد إلغاء أحكام المرسوم التنفيذي 91 / 91 المنظم للمصالح الخارجية للمنافسة والأسعار.

(¹) م، 10 من المرسوم التنفيذي 208/94 المؤرخ في 16 جوان 1994، يتضمن الإدارة المركزية لوزارة التجارة (الجريدة الرسمية، 1994، عدد: 17.

المبحث الأول: الهياكل التابعة لوزارة التجارة

بعد عزم الجزائر فتح السوق الوطنية على المنافسة سخرت السلطة التنفيذية عدة هيئات إدارية من أجل فرض النظام العام التنافسي، وتمثل ذلك تحديدا في وزارة التجارة كهيئة مركزية في مختلف المديريات الجهوية أو المحلية الخاصة بمراقبة وضبط المنافسة على مستوى اللامركزية.

المطلب الأول: المديرية العامة للمنافسة والمفتشية المركزية للوزارة

تقوم المديرية العامة للمنافسة من خلال عدة مديريات فرعية (المديرية الفرعية للقانون المنافسة والمديرية فرعية لتطوير المنافسة، والمديرية الفرعية للمنازعات).

بالإشراف على تنمية مبادئ النزاهة وشفافية الممارسات التجارية بين المتعاملين الاقتصاديين بالإضافة إلى حماية المستهلك سواء عبر العمل الميداني في السوق أو طريق التحسي والتوعية على مختلف البرامج زيادة على ذلك تقوم أيضا بالتنسيق والتنظيم مع مختلف الهيئات والأجهزة الأخرى المكلفة بالرقابة والضبط.¹

وهي تتمتع في ذلك بجميع صلاحيات الردع الممكنة مثلها مثل الشرطة القضائية، مع إمكانية الاستعانة بهذه الأخيرة، حيث تقوم بمعاينة جميع الأعمال التي من شأنها تقييد المنافسة أو المنافسة الغير المشروعة وتتخذ جميع الإجراءات المتاحة لها من أجل منعها أو التبليغ عنها.²

المديرية العامة للمنافسة في الجزائر هي هيئة حكومية مسؤولة عن تنظيم وتنفيذ سياسات المنافسة وحماية الاقتصاد في الجزائر. تأسست المديرية العامة للمنافسة في إطار

(¹) م، 1 من القانون 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(²) م، 30 من القانون 08/04 المؤرخ 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

قانون المنافسة رقم 04-18 الصادر في عام 2018، الذي يهدف إلى تعزيز الاقتصاد المنافس وتنمية القطاع الاقتصادي في البلاد.¹

تعمل المديرية العامة للمنافسة على تنظيم السوق ومنع التعديات على المنافسة والاحتكار والممارسات التجارية الغير العادلة. كما تعمل على تعزيز الشفافية والعدالة في السوق وحماية حقوق المستهلكين. تشمل مهامها أيضا مراقبة الاندماجات والاستحوادات الاقتصادية وضبط العقود العمومية للتأكد من عدم وجود تحالفات غير مشروعة تؤثر سلبا على المنافسة.

تعمل المديرية العامة للمنافسة بشكل مستقل عن القطاع الخاص والحكومة، وتمارس سلطاتها وفقا للقوانين واللوائح المعمول بها تتبع المديرية العامة للمنافسة إداريا لوزارة التجارة في الجزائر فتعمل على تطبيق قوانين المنافسة وتشجيع البيئة التنافسية الصحية في البلاد.

إلى جانب المديرية العامة تم إنشاء المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش²، مهمتها رقابة وتفتيشية مدى انضباط المصالح الخاصة بالمديرية على مستوى الولايات وتوجيه أعمال الرقابة والتحقيقات في هذه المصالح، زيادة على إمكانية فحص والتحقيق مع مختلف المخابر العلمية والتقنية الخاصة بتحليل ومراقبة جودة أمن المنتجات.³

ونشير إلى أن المفتشية مكلفة أيضا بإعداد تقارير فصلية وسنوية تضبط من خلالها مختلف المعلومات المتعلقة بنتائج التحقيقات وعدد المحاضر والمخلفات المرتكبة وعدد الأسواق المعنية فيها يخص الممارسات التجارية المفيدة للمنافسة ترسل إلى وزير التجارة بحيث يقوم هذا الأخير إما بإعطاء الأوامر بالتصرفات معينة اتجاه هذه التقارير وإما يقوم بتحريك مجلس المنافسة أو إعلامه حسب الحالة.⁴

(¹) قانون المنافسة رقم 04-18 المؤرخ في عام 2018.

(²) م، 1 من المرسوم التنفيذي 210/94 مؤرخ 16 جوان 1994 يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة

وتحديد اختصاصاتها، الجريدة الرسمية، 2004، عدد 47.

(³) م، 3 من المرسوم التنفيذي 210/94 سالف الذكر.

(⁴) م، 6 من المرسوم التنفيذي 210/94.

المفتشية المركزية للوزارة هي هيئة تابعة للحكومة الجزائرية، وتعمل على تنفيذ مهام المراقبة والتفتيش والرقابة على أداء الوزارات والمؤسسات الحكومية في الجزائر.

تأسست المفتشية المركزية للوزارة بموجب القانون رقم 04-05 المؤرخ في 14 أبريل 2004، وتم إحداثها بهدف تعزيز الشفافية والمساءلة في أعمال الحكومة وتحقيق الكفاءة والتنمية المستدامة.¹

تعمل المفتشية المركزية للوزارة على تقديم تقارير وتوصيات للوزارات والمؤسسات الحكومية بهدف تحسين أدائها وتعزيز النزاهة ومكافحة الفساد كما تقوم بتنفيذ عمليات التدقيق والتفتيش للتحقق من التزام الجهات المختلفة بالسياسات والقوانين واللوائح المعمول بها.

تعد المفتشية المركزية للوزارة جهة مهمة في النظام الإداري الجزائري، حيث تساهم في تعزيز الشفافية والمساءلة وتحقيق العدالة في إدارة الشؤون العامة.

المطلب الثاني: المديرية الجهوية والمفتشية الجهوية

تحتوي المصالح الخارجية لوزارة التجارة المكلفة بالمنافسة والأسعار على الهياكل مكلفة بالضبط على المستوى الجهوي تتمثل أساسا في المفتشيات الجهوية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش، وهياكل أخرى على المستوى المحلي تتمثل في المديرية الولائية للمنافسة والأسعار،² ليكتمل بذلك التنظيم الداخلي والخارجي للوزارة كجهاز إداري مكلف بضبط المنافسة على المستوى الوطني.

تعتبر مديريات المنافسة والأسعار الموجودة على مستوى جميع ولايات الوطن المحرك القاعدي لعملية الضبط التي أنشئ من أجلها الجهاز الوزاري ككل مع العلم أن الوزير بإمكانه إنشاء فرع خاص على مستوى الدائرة إذا اقتضى حجم النشاط الاقتصادي ذلك أو إذا كانت التجمعات الحضرية بعيدة عن مركز الولاية.

(¹) قانون رقم 04_05 المؤرخ في 14 أبريل 2004

(²) م، 1 من المرسوم التنفيذي 91/91 مؤرخ 6 أبريل 1991 يتضمن مصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية 1991، عدد: 16، المعدل والمتمم بمرسوم تنفيذي 105/98 المؤرخ 31 مارس 1998، الجريدة الرسمية، 1998، عدد 19.

فسهر هذه المديرية على تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بالمنافسة الاقتصادية بالإضافة إلى التنظيم التجاري وتنظيم الأسعار وتجدر الإشارة بهذا الباب أن المشرع لم يكن قد نص على قانون المنافسة المؤسس لمجلس المنافسة، لذلك كانت المديرية تقوم تقريبا بجميع أعمال ضبط المنافسة كمرحلة تمهيدية.

تعتبر المديرية الجهوية في الجزائر هيئة تابعة للدولة الجزائرية تتولى إدارة وتنسيق الشؤون الإدارية والتنسيق الشؤون الإدارية والتنمية في كل منطقة جغرافية محددة في البلاد. تعد المديرية الجهوية واحدة من الهيئات الإدارية المحلية في الجزائر وتسهم في تنفيذ السياسات الحكومية على مستوى الجهوية.

تتولى المديرية الجهوية مجموعة واسعة من المهام بما في ذلك:

1. تنفيذ السياسات والبرامج الحكومية في المنطقة الجغرافية التي تغطيها.
2. تنسيق الجهود بين الإدارات المحلية والمؤسسات الحكومية والخدمات العامة المتواجدة في المنطقة.
3. تقديم الدعم والتوجيه للبلديات والجماعات المحلية في إدارة شؤونها وتطويرها.
4. متابعة تنفيذ المشاريع التنموية والبنية التحتية على المستوى الجهوي.
5. التعاون مع القطاع الخاص ومؤسسات أخرى لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المنطقة.

تحتضن المديرية الجهوية أقساما مختلفة تعني بالشؤون المالية والإدارية والتنمية والتخطيط والتنسيق. يتولى المدير الجهوي قيادة المديرية ويكون مسؤولا عن تنسيق أنشطتها وتنفيذ السياسات الحكومية على المستوى الجهوي.

تعمل المديرية الجهوية بالتعاون والتنسيق مع الهيئات الحكومية الأخرى في الجزائر، مثل الوزارات والمؤسسات العامة والبلديات والجماعات المحلية، لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز الخدمات المقدمة للمواطنين في منطقة جغرافية محددة.

أما المفتشيات الجهوية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش فتتمثل مهمتها أساسا في التحقيقات الاقتصادية والذي هو مكمل لنشاط المديرية الولائية بالمنافسة والأسعار التابعة

لاختصاصها الإقليمي، كما تقوم بتوجيهها ومراقبتها، وقد أحدث المشرع مع مفتشيات جهوية عبر القطر الوطني على رأس كل واحدة مفتش جهوي يساعده مفتشات مساعدات أحدهما مكلف بالتدخلات المتخصصة.¹

بحيث تقوم هذه المفتشيات ذات الاختصاصي المكاني عند الانتماء من تحقيق من إعداد محاضرة تبين فيما نوعية المخالفات وتكييفها، تبعث بها إلى المديرية العامة بوزارة التجارة، مع التذكير أنه لهذه الأجهزة القدرة على إحالة الملفات إلى القضاء المحلي عن طريق المصلحة المنازعات الموجودة على مستوى المديرية الولائية بعد استقراء رأسي للإدارة المركزية، بينما تتولى هذه الأخيرة إحالة الملف إلى مجلس المنافسة إذا كان ولا بد من ذلك.

المفتشية الجهوية في الجزائر هي جهة تتبع لوزارة التربية والتعليم في البلاد تعمل المفتشية الجهوية على متابعة وتقييم جودة التعليم في المدارس والمؤسسات التعليمية في منطقة معينة.

تتولى المفتشية الجهوية مجموعة من المهام، بما في ذلك:

1. متابعة تطبيق المناهج الدراسية: يقوم المفتشون بزيارة المدارس ومتابعة كيفية تنفيذ المناهج الدراسية والمقررات التعليمية في الفصول الدراسية. يقومون بتقييم مستوى التعليم والنقد الأكاديمي للطلاب.
2. تدريب المعلمين: يساعد المفتشون في تقديم التدريب والتوجيه للمعلمين فيما يتعلق بأساليب التدريس الفعالة واستخدام التقنيات التعليمية الحديثة. يهدفون إلى تطوير مهارات المعلمين وتحسين جودة التعليم.
3. التقييم والمراقبة: يقوم المفتشون بتقييم أداء المدارس ومراقبة مدى التزامها بالمعايير التعليمية المحددة. يحللون البيانات ويقدمون تقارير تقديمية توضح نقاط القوة والضعف ويقترحون التحسينات.

(¹) م،م، 4،5 من القرار الوزاري الصادر 02 أكتوبر 1991 المتضمن تحديد مقر المفتشيات الجهوية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وصلاحيات الإقليمية وتنظيمها، خمائية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة ماجستير قانون التحولات الاقتصادية، المرجع السابق، ص: 106.

4. الاستشارة والتوجيه: يوفر المفتشون استشارات وتوجيه للمدارس والمعلمين والادارات التعليمية الجهوية فيما يتعلق بالسياسات وبرامج التعليم. يعملون على تعزيز التعاون وتطوير استراتيجيات لتحسين الأداء التعليمي.

تعتبر المفتشية الجهوية جزءا هاما من الهيكل التعليمي في الجزائر حيث تساهم في ضمان جودة التعليم والتقدم الأكاديمي.

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة

أثارت مسألة تحديد طبيعة القانونية لمجلس المنافسة استنادا للقانون المنشأ له العديد من الإشكالات، إلا أنه وبصدور الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة الملغي الأحكام الأمر رقم 95-06 تم الفصل في هذه المسألة ومنحه وصف السلطة الإدارية المستقلة من خلال إبراز العناصر التي بموجبها تتحقق خصائص هذه الأخيرة في المجلس ومن خلال ما سبق تمت دراسة الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة هذا المبحث والذي مقسم إلى مطلبين، أو كما التطرق فيه إلى مجلس المنافس سلطة الإدارية (المطلب الأول)، وثانيهما استقلالية مجلس المنافسة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مجلس المنافسة سلطة إدارية

يعتبر وصف مجلس المنافسة الإدارية يكرس الطبيعة القانونية التي يكتسبها فهو لا يخضع لأي سلطة أعلى منه من خلال منعه سلطة الضبط العام للمنافسة ووهنا سنحاول من خلال هذا المطلب تطرق إلى تكريس الطابع السلطوي لمجلس المنافسة (الفرع الأول) وتبيان الطابع الإداري لمجلس المنافسة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تكريس الطابع السلطوي لمجلس المنافسة

يقصد بمصطلح السلطة الذي أطلق على المجلس عدم اعتباره مجرد هيئة استشارية، أي تمتعه بسلطة اتخاذ القرار، لأن من خصوصيات السلطات الإدارية المستقلة لا سيما مجلس المنافسة السلطة اتخاذ القرارات والتي كانت نزول في الأصل إلى السلطة التنفيذي، خصوصا في مجال قمع ومنع جميع الممارسات المنافية للمنافسة والحد منها، والتي كانت نزول في السابق إلى القضاء الجزائي، الذي أصبح اليوم غير قادر على مسايرة التطورات الاقتصادية التي تتسم بسرعة الحركة والتغيير.¹

(¹)قرناش جمال، أي دور لمجلس المنافسة في الحماية وترقية المنافسة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 02، العدد 02، المركز الجامعي أفلو، الأغواط، الجزائر، 2020، ص: 492.

وأوكل المشرع للسلطات الإدارية المستقلة الحق في اتخاذ القرارات الفردية لفرض ممارساتها مهمتها الضبطية وبالتالي كل الهياكل التي لم يعترف لها المشرع صراحة بسلطة اتخاذ القرار لا يمكن وصفها بسلطة بل تبقى مجرد هيئة استشارية باعتبار أن كلمة سلطة تعني لغة التسلط والسيطرة والتحكم والتسلط هو حق في توجيه الآخرين أو أن نأمرهم باستماع إليك ولعائلتك والسلطة تتطلب قوة غير أن القوة بلا سلطة ظلم واستبداد وهكذا فإن السلطة تعني الحق أما تعريف السلطة عن سلطات إدارية المستقلة هو كما يلي: إن السلطة لا تنحصر في الآراء الاستشارية أو تقديم آراء وإرشادات وإنما هو تمتع السلطات الإدارية مستقلة بسلطة إصدار القرارات والتي يعود اختصاصها أعلى للسلطة التنفيذية.¹

ومع اختلاف شراح القانون الإداري لا سيما الفرنسيون منهم في تحديد المتداول هذه السلطة التي توصف بها الهيئات الإدارية المستقلة، إلا أنه ورغم هذا الاختلاف فقد أجمعه هؤلاء على أن المشرع الفرنسي منع هذا الوصف لمثل هذه الهيئات لا يرقى لدرجة إنشاء سلطة رابعة إلى جانب السلطات الثلاث التنفيذية التشريعية والقضائية وأن هدف من هو تمييزها عن سلطات الإدارية التنفيذية.²

وأكد المشرع الجزائري اعتبار مجلس المنافسة لسلطة من خلال المادة 23 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة بموجب القانون 08-12 التي تنص على أنه تنشأ سلطة إدارية مستقلة.

وأضافت المادة 34 من نفس الأمر في فقرتها الثانية: "في هذا الإطار، يمكن مجلس المنافسة اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو تعليمة أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة المنصوص عليها في المادة 49 من هذا الأمر..."³

(¹) براهمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة، الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 08-12 مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، الفرع: القانون العام، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2009-2010، ص: 09.

(²) بوسري ريمة وعيمور رقية، المركز القانوني لمجلس المنافسة في ظل الأمر 03-03 المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2015-2016 ص: 25.

(³) الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، المصدر السابق.

إذن فبعد ما كان الوزير المكلف بالتجارة السلطة المختصة بضبط السوق، حل محله مجلس المنافسة كما يتضح بأن مجلس المنافسة سلطة إصدار العقوبات من خلال الباب الثالث من الأمر 03-03 المعدل والمتمم وبالتحديد في الفصل الرابع منه والمعنون: بالعقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة والتجمعات وذلك من خلال المواد 56 إلى 62 مكرر.¹

الفرع الثاني: تكريس الطابع الإداري لمجلس المنافسة

كما هو واضح في النصوص القانونية، كون المجلس ذو طابع إداري وما يؤكد ذلك الصيغة الإدارية هو انعدام وجود تدرج السلمي الذي تخضع له مختلف الهيئات التابعة للسلطة التنفيذية²، ويتضح أن المشرع الجزائري اعترف لمجلس المنافسة كسلطة إدارية من خلال الآتية:

1_ من حيث طبيعة أعمال مجلس المنافسة:

تعتبر الأعمال التي يقوم بها مجلس المنافسة، من أجل سهر على تطبيق قواعد المنافسة في السوق والعمل على احترامها والتي تتخذ أشكال قرارات الإدارية كانت من اختصاص وزير التجارة، كما أن ميزانية مجلس المنافسة تسجل ضمن ميزانية وزارة التجارة وتخضع للقواعد العامة للتمييز، وهذا ما يؤكد أن مجلس المنافسة هو سلطة ذات طابع إداري.³

إذن يمنع مجلس المنافسة بسلطات متنوعة من أجل السهر على احترام تطبيق قانون المنافسة نذكر منها:

- سلطة اتخاذ قرارات فردية.
- سلطة تحقق وسلطة حجز الملفات وسلطة تفتيش والمراقب.

(¹) عمار يونس، المرجع السابق، ص: 20.

(²) بنور زينب، دور الدولة في حماية المنافسة، أطروحة شهادة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2019، ص: 199.

(³) جمعة حياة وتشقال زهية، دور مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون عون اقتصادي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015/2016، ص: 25.

- سلطة اتخاذ التدابير تحفظية وإصدار الأوامر .
- سلطة منح ترخيص لعمليات التجميع.¹

2_ من حيث خضوع قرارات مجلس المنافسة لرقابة القضاء الإداري:

إن تكييف مجلس المنافسة بسلطة إدارية يستوجب حتما منح الولاية قضاء الإداري في النظر في مدى مشروعية القرارات التي تصدر عنه²، وما يدل على خضوع قرارات مجلس المنافسة المتعلق بتجميع الرقابة القضاء الإداري ما ورد في آخر نص المادة 19 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة مايلي: يمكن لنص في قرار رفض تجميع أمام المجلس المنافسة³، ولكن تجدر الإشارة إلى خضوع قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة لرقابة القضاء العادي أي اختصاص مجلس القضاء الجزائري الذي يفصل في المواد التجارية حسب ما هو منصوص عليه في أحكام مادة 63 من نفس الأمر المذكور أعلاه.

3_ من حيث التعيين والتنظيم الهيكلي لمجلس المنافسة:

ينفرد رئيس الجمهورية سلطة تعيين كل من رئيس مجلس المنافسة ونائيه وكذا الأعضاء المجلس بموجب مرسوم رئاسي فردي، خفيف ذلك على أنه أحد مظاهر التي تدل وتؤكد على الطابع الإداري لمجلس المنافسة عون طريقة التعيين عن طريق مراسيم رئاسية فردية تخص بالدرجة الأولى أعضاء السلطة التنفيذية.⁴

نجد إلى الجانب الهيكلي لمجلس المنافسة طابع الإداري حيث يكون من أربع مديريات ويقوم بالتسيير والإدارة كل مدير بعد تنصيبه من قبل رئيس المجلس بموجب المقرر، ويدفع أجره استنادا إلى أجر مدير في الإدارة المركزية بالوزارة.

(¹) خالص لامية وساحي سليمة، العفويات الصادرة عن مجلس المنافسة (مقارنة بين القانون الجزائري والقانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة ماستر في تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2015/2016، ص: 10.

(²) براهيم فضيلة، المرجع السابق، ص: 20.

(³) الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(⁴) عمار يونس، المرجع السابق، ص: 21.

4_ من حيث نفاذ قرار مجلس المنافسة:

يعرف نفاذ قرار مجلس المنافسة وفي القواعد العامة بقاعد الأثر غير موفق للطعن في القرار الإداري، كما الحال بالنسبة لقرار مجلس المنافسة باعتباره سلطة إدارية.¹

يظهر لنا أيضا تمتع مجلس المنافسة بامتيازات السلطة العامة من خلال قراراته النافذة بمجرد صدورها سواء تلك متعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة الحرة أو تلك الخاصة بالتجميعات، لأن القرار الإداري أسلوب الإدارة عند ممارستها لأنشطتها لتمتع القرارات الإدارية بفرضية مشروعية وامتياز الأولوية يجعلها تنفذ فور صدورها حتى وإن كان محل بمعنى قضائي وفقا لمادتين 19 و63 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.²

المطلب الثاني: استقلالية مجلس المنافسة

تعتبر استقلالية السلطات الإدارية المستقلة إحدى أهم الخصائص والميزات التي تتمتع بها هذه السلطات، كونها الصفة البارزة في تميزها، كما أنها تمثل المحرك الرئيسي في أداء هذه السلطات لوظائفها على أحسن وجه³، وباعتباره مجلس المنافسة الخير الاقتصادي في مجال المنافسة، ثم النص على استقلالية بموجب القانون المنشئ له وسنحاول معرفة مظاهر استقلالية بموجب القانون المنشئ له وسنحاول معرفة مظاهر استقلالية من خلال التطرق في هذا المطلب إلى استقلالية مجلس المنافسة عضويا ووظيفيا.

الفرع الأول: استقلالية مجلس المنافسة عضويا:

تظهر الاستقلالية العضوية لأي سلطة ضبط في كيفية تعيين الأعضاء الممثلين لهذه الهيئة ومدة تعيينهم وطريقة تعيينهم وعزلهم ومدى استقلاليتهم في اتخاذ القرار عن الأشخاص من الذين قاموا بتعيينهم وفي ما يلي نبين استقلالية مجلس المنافسة عضويا على النحو التالي:

(¹) زاهية مقي، دور مجلس المنافسة في ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، مذكرة ماستر في تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لخضر، الوادي، 2015/2014، ص: 120.

(²) براهيم فضيلة، المرجع السابق، ص: 17-18.

(³) قحيوش الوليد، الرقابة على أعمال السلطات الادارية المستقلة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع الدولة والمؤسسات، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر1، 2017/2016، ص: 29.

1_ تشكيلته العضوية ومدة التعيين:

نصت المادة 25 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على مايلي:"يعين رئيس المجلس ونائبا الرئيس والأعضاء الآخرون لمجلس المنافسة بموجب مرسوم رئاسي..."، كما تنص المادة 02/25 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بموجب القانون 12/08 على ما يلي "...وتنص مهامهم بنفس الأشكال".

وكذا نص المادة 26 من الأمر نفسه التي ورد فيها مايلي:" يعين لدى مجلس المنافسة أمين عام ومقرر عام وخمسة (5) مقررين، بموجب مرسوم رئاسي...".

وتنص المادة 4/25 من نفس الأمر على "يتم تجديد عهدة أعضاء مجلس المنافسة كل 4 سنوات في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات المذكورة أعلاه".

وجاء في المادة 24 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة بالقانون 05-10 في فقرتها الأخيرة ما يلي:" يمكن ممارسة أعضاء مجلس المنافسة وظائفهم بصفة دائمة"¹.

2_ إجراء الامتناع:

المقصود به هو امتناع أعضاء مجلس المنافسة من المشاركة في كل مداولة تتعلق بقضية لهم مصلحة فيها، حيث تنص المادة 29 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة على أنه " لا يمكن أي عضو في مجلس المنافسة أن يشارك في مداولة تتعلق بقضية له فيها مصلحة أو يكون بينه وبين أحد أطرافها صلة قرابة إلى الدرجة الرابعة أو يكون قد مثل أو يمثل أحد الأطراف المعنية...".

يستخلص من هذه المادة أن المشرع الجزائري ومن أجل ضمان الحيادة والاستقلالية لمجلس المنافسة فقد أكد على امتناع أعضائه عن المشاركة في أي مداولة بقضية تكون لهم علاقة بها"¹

(¹) الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

3_ من خلال إجراء التسبيب:

يعتبر التسبيب إجراء جوهريا يرتب تخلفه عدم مشروعية القرار الذي اتخذه مجلس المنافسة، وهو ما يوضح مبدأ حياد المجلس واستقلالية من خلال إبرازه الأسس القانونية المعتمدة عليها في اتخاذ قراراته، وهو ما أكدته المادة 39 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، وذلك بهدف وضع حد للممارسات المعايينة المقيدة للمنافسة.

4_ مبدأ التنافي:

ويقصد به تنافي وظيفة أعضاء المجلس مع أي وظيفة سواء في القطاع العام أو القطاع الخاص وهو ما أكدته الفقرة الثالثة من المادة 29 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، وقد أدرك المشرع الجزائري أهمية مبدأ التنافي في دعمه لاستقلالية أعضاء سلطات الضبط الاقتصادي لاسيما مجلس المنافسة وحيادها.²

إن باستقراء المواد القانونية أعلاه نستنتج أن سلطة تعيين أعضاء مجلس المنافسة هي حكر على رئيس الجمهورية، بإنشاء عضوين يمثلان جمعيات حماية المستهلكين، كما تتجلى كذلك تبعية مجلس المنافسة لرئيس الجمهورية في نقل الاختصاص في تعيين المقررون والأمين العام من رئيس مجلس المنافسة في ظل الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة إلى رئيس الجمهورية في ظل الأمر رقم 03-03 وفقا للمادة 26 المذكورة أعلاه، وهذا ليس على مجلس المنافسة فحسب بل يملك رئيس الجمهورية والحكومة سلطة تعيين غالبية أعضاء السلطات الإدارية المتنقلة كما يتم إنهاء مهامهم بموجب مرسوم رئاسي أيضا وفقا لقاعدة توازي الأشكال، مما يحد من استقلالية هذه الهيئات اتجاه السلطة التنفيذية مع أنه بإمكان تقادي ذلك باشتراك جهات أخرى في التعيين كالسلطة التشريعية أو القضائية.³

(¹) بزاز وليد، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة وضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019، ص: 378.

(²) بلحارث ليندة، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة المعارف، المجلد 11، العدد 21، جامعة البويرة، الجزائر، ديسمبر، 2016، ص: 231.

(³) شعلايصرية وحال كاتية، مدى فعالية رقابة مجلس المنافسة في الجزائر، مذكرة مقدمة لتليل شهادة الماستر في تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012-2013، ص: 38.

وكذلك النص على العهدة يعتبر أيضا معيارا تقاس وفقه استقلالية السلطات الادارية المستقلة وذلك يجعلها ذات مدة معقولة ونهائية وغير قابلة للتجديد، كما يمنع على الجهة المكلفة بالتعيين عزل أي عضو طول مدة عمله إلا في حالة مانع أو خطأ جسيم.¹

كما تجدر الإشارة أن جهة الاقتراح بموجب الأمر 06-95 هي مشتركة بين وزير التجارة ووزير العدل، واكتفى المشرع في ظل الأمر 03-03 بتسمية جهة اقتراح لعضو واحد يقترحها وزير الداخلية أما باقي الأعضاء، فرغم النص على تصنيفهم فلم تحدد أية جهة اقتراح بما في ذلك القضاة وهذا يعني أن رئيس الجمهورية هو وحده من يشكل سلطة الاقتراح وسلطة التعيين وهذا الأمر ما يزال مكرسا بمقتضى تعديل 2008 المتعلق بالمنافسة.²

وقد نص المشرع الجزائري على هذا المبدأ في المادة 02 من الأمر 01-07 على ما يلي "دون المساس بحالات التنافي المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول به، يمنع شاغلي المناصب المذكورة في المادة أعلاه، من أن تكون لهم خلال فترة نشاطهم بأنفسهم أو بواسطة أشخاص آخرين داخل البلاد أو خارجها مصالح لدى المؤسسات أو الهيئات التي يتولون مراقبتها أو الإشراف عليها أو التي أبرموا صفقة معها أو أصدروا رأيا بغية عقد صفقة معها".³

يظهر بأن الاستقلالية العضوية لمجلس المنافسة مكفولة له قانونا ويتضح ذلك من خلال تشكيلة أعضائه المتنوعة وتحديد مدة عضويتهم وأيضاً إجراء التسبيب ونظام التنافي وكذا إجراء الامتناع، إلا أن الاستقلالية العضوية لمجلس المنافسة ليست مطلقة وإنما محدودة بمجموعة الحدود المرسومة لها قانونا.

(¹) براش حديجة وبن اعمارة غانية، النظام القانوني لمجلس المنافسة في ظل القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012-2013، ص: 11.

(²) سلطان عمار، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإدارة العامة واقليمية القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة منتوري قسنطينة، 2010-2011، ص: 92.

(³) الأمر رقم 01-07، مؤرخ في 1 مارس 2007، يتعلق بحالات التنافي والالتزامات الخاصة ببعض المناصب والوظائف، الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادر في 07 مارس 2007.

الفرع الثاني: استقلالية مجلس المنافسة وظيفيا

الاستقلال الوظيفي يقصد به الخضوع لا لرقابة سلمية ولا لرقابة وصائية وبالرجوع إلى أعمال وقرارات مجلس المنافسة، فإنها سلطة لا توجد سلطة تعلوه لاتخاذ ومراقبة أعمالها وإبطاله وهذا ما أشار إليه الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة والمعدل والمتمم بالقانون 12-08 في المادة 34 فقرة 1 منه "يتمتع مجلس المنافسة سلطة اتخاذ القرار والاقتراح والرأي بمبادرة منه أو كلما طلب منه ذلك" كما تضيف المادة 40 من نفس الأمر سالف الذكر أن لمجلس المنافسة أن يتعامل مع السلطات الأجنبية وذلك في حدود اختصاصاتها، كما لو بناء على طلب السلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة أي يقوم بنفسه أو بتكليف منه بالتحقيقات في الممارسات المقيدة للمنافسة¹ ومن هذا سنتناول في هذا تبيان استقلالية مجلس المنافسة من الناحية العضوية:

1_ التمتع بالشخصية المعنوية.

لقد أعلى المشرع الجزائري لمجلس المنافسة الشخصية القانونية من خلال الأمر 03-03 والتي لم يكن يتمتع بها في ظل التشريع القديم، ولكن هذا الأمر ليس من الأهمية بمكان إذا علمنا أن عدة هيئات الضبط لا تتمتع بالشخصية المعنوية نذكر على سبيل المثال مجلس القرض والنقد واللجنة البنكية، وهيئة البورصة قبل التعديل القانوني لسنة 2003، وعلى هذا نرى أن المشرع الجزائري قد اجتهد هذه المرة وخالف المشرع الفرنسي إذ أعطى لمجلس المنافسة على غرار أغلب سلطات الضبط الاقتصادي المستقلة الشخصية المعنوية²، وعلى الرغم اعتبار الشخصية المعنوية عاملا حاسما وفعالا لقياس درجة الاستقلالية، إلا أنه يؤثر ويساعد بنسبة معنية في إظهار هذه الاستقلالية خاصة من الجانب الوظيفي، وذلك بالنظر إلى النتائج والآثار

(¹) العايش نايلي، سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق في القانون الجزائري، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الشهيد حملة لخضر بالوادي، 2016-2017، ص: 44.

(²) سلطان عمار، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص الإدارة العامة وإقليمية القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص: 104.

المرتتبة عن الشخصية كأهلية التقاضي، التعاقد وتحمل المسؤولية... حسب القواعد العامة¹، وينتج عن ذلك:

1. تمتع مجلس المنافسة بأهلية التعاقد وأهلية التقاضي إلا أن قانون المنافسة أفضل ذكر هذه النقطة الأخيرة عكس بعض النصوص الأخرى المنشئة لسلطات الضبط فقد اعترف لها صراحة بالحق باللجوء أمام القضاء.
2. مسؤولية مجلس المنافسة عن أعماله باعتباره مستقلا عن الدولة بالتالي لا تتحمل الدولة التعويضات المستحقة لجبر الضرر الذي يسببه مجلس المنافسة، لكن ما يعاب على هذه النقطة سكوت المشرع الجزائري عن تحديد الجهة القضائية المختصة بدعوى المسؤولية التي ترفع ضد مجلس المنافسة وخاصة في غياب القرار الإداري.
3. بالإضافة إلى ما سبق فإن الاعتراف بالشخصية القانونية لمجلس المنافسة ينتج عنه تمتعه بذمة مالية مستقلة.²

2_ الاستقلال المالي:

لقد اعترف المشرع الجزائري صراحة من خلال قانون المنافسة بامتلاك مجلس المنافسة ذمة مالية خاصة به إلا أنه لم يعترف له بالحق في وضع سياسته المالية ويظهر ذلك من خلال ماورد في المادة 33 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة التي تنص على: "تسجل ميزانية مجلس المنافسة ضمن أبواب ميزانية مصالح رئيس الحكومة" وهو ما أكده القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة غير أنه حدد تسجيل ميزانية المجلس ضمن ميزانية وزارة التجارة بعدما كانت في الأمر 03-03 تسجل ضمن أبواب مصالح رئيس الحكومة وهذا ما يحدد من استقلالية مجلس المنافسة، فوزارة التجارة هي التي تحدد

(¹) طبول الناصر وكمون أحمد، النظام القانوني لسلطات الضبط الاقتصادي في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون تسيير المؤسسات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2016-2017، ص: 62.

(²) براهمي فضيلة، المرجع السابق، ص: 38-39.

ميزانية مجلس المنافسة¹، وهذه الاستقلالية تعني اعتماده على موارده الخاصة في تأدية وظائفه دون الحاجة إلى تمويل من السلطة التنفيذية وإن كان هذا بشكل نسبي².

3_ النظام الداخلي:

إن صلاحية إعداد نظام داخلي لمجلس المنافسة في ظل القانون رقم 06 /95 تمنح لرئيس المجلس هو الذي يقترح النظام الداخلي للمجلس ويصادق عليه هذا الأخير، حيث نصت المادة 2/34 منه "يحدد تنظيم مجلس المنافسة بمرسوم رئاسي بناء على اقتراح رئيس مجلس المنافسة وبعد مصادقة المجلس عليه³، إلا أنه في ظل الأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة من اختصاص السلطة التنفيذية وهذا ما نصت عليه المادة 31 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة بالمادة 9 من القانون 08-12 والتي تنص على "يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيبقى بموجب مرسوم تنفيذي"، وأصبح تحديد النظام الداخلي لمجلس المنافسة من اختصاص السلطة التنفيذية⁴.

إن فبعدما كانت قواعد سير المجلس يحددها هو بالذات ويصادق عليها أصبحت في ظل الأمر رقم 03-03 من اختصاص السلطة التنفيذية⁵.

لكن منح له صلاحية إعداد نظامه الداخلي بصدور المرسوم التنفيذي 11-241 الذي يحدد مجلس تنظيم مجلس المنافسة وسييره حيث تنص المادة 15 منه على "يعد مجلس المنافسة نظامه الداخلي ويصادق عليه ويرسله إلى الوزير المكلف بالتجارة وينشر النظام الداخلي في النشرة الرسمية للمنافسة⁶.

(¹) براش خليجة وبن اعمارة غانية، المرجع السابق، ص: 16.

(²) بوسري ريمة وعميور رقية، المرجع السابق، ص: 32.

(³) الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، المرجع السابق.

(⁴) الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(⁵) طبول ناصر وكمون أحمد، المرجع السابق، ص: 61.

(⁶) المرسوم التنفيذي 11-241، يحدد تنظيم المجلس وسييره، مصدر سابق.

وانطلاقاً من أحكام هذه المادة من المرسوم التنفيذي المذكورة أعلاه صدر النظام الداخلي لمجلس المنافسة وذلك بصدور القرار رقم 01 المؤرخ في 24 جويلية 2013 يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة.¹

4_ النشرة الرسمية للمنافسة:

النشرة الرسمية للمنافسة هي وسيلة قانونية من أجل دعم استعمال وظيفة الإعلام والاتصال لدى المجلس، ومن ناحية الاستقلالية فهي تقوم بنشر كل ما يتعلق بالمنافسة دون سواه من باقي الهيئات والسلطات سواء إدارية مثل المديرية التنفيذية، الوزارات... إلخ، خاصة استقلالية عن سلطات وزارة التجارة الإعلامية منها وكذلك السلطات القضائية.²

هذا ما تنص عليه المادة 49 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على "ينشر مجلس المنافسة القرارات الصادرة عنه وعن مجلس قضاء الجزائر وعن المحكمة العليا وكذا عن مجلس الدولة والمتعلقة بالمنافسة في النشرة الرسمية للمنافسة كما يمكن نشر مستخرجات من قراراته وكل المعلومات الأخرى بواسطة أي وسيلة إعلامية أخرى.³

ورغم تمتع مجلس المنافسة بالاستقلالية على ضوء ما ساقه المشرع الجزائري، إلا أن ما يلفت النظر أن تلك الاستقلالية تظل أمراً نسبياً ونستخلصها كآلاتي:

4_1_ من حيث إلحاق ميزانية مجلس بميزانية وزارة التجارة:

نصت المادة 33 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدلة والمتممة بالقانون 08-12 مايلي "تسجل ميزانية مجلس المنافسة ضمن أبواب ميزانية وزارة التجارة..."⁴

وهو ما يؤكد أن ميزانية مجلس المنافسة تسجل ضمن الميزانية العامة للدولة، وتخضع في محاسبتها إلى قواعد المحاسبة العمومية، وهو ما يعكس التبعية المالية لهذه الهيئة إلى

(¹) القرار رقم 13-01 المؤرخ في 14 جويلية 2013، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة المنشور بالنشرة الرسمية للمنافسة رقم 03.

(²) العايش نايلي، المرجع السابق، ص: 47.

(³) الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، المصدر السابق.

(⁴) الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة، المصدر السابق.

السلطة التنفيذية. وهو ما من شأنه أن يؤثر على استقلالية المالية وعلى استقلال عمله برمته، ومن ناحية أخرى فإن هذه الهيئة ورغم الاستقلالية الممنوحة لها. إلا أنها موضوعة لدى وزارة التجارة، وهو ما يتنافى واعتبارها سلطة إدارية مستقلة، ولعل ذلك يبين توجه المشرع الجزائري في نية إبقاء مجلس المنافسة تحت إمرة السلطة التنفيذية.¹

4_2_ من حيث رفع التقرير السنوي إلى السلطة التشريعية والتنفيذية:

تنص المادة 27 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على مايلي: "يرفع مجلس المنافسة تقريراً سنوياً عن نشاطه إلى الهيئة التشريعية وإلى رئيس الحكومة -الوزير الأول حالياً والي الوزير المكلف بالتجارة".²

إن رفع تقرير إلى الجهات المذكورة أعلاه اعتبره الكثير وسيلة من الوسائل التي تضعف استقلال هذه الهيئة، وهذا على الرغم من أن جميع السلطات الإدارية المستقلة تنص على هذا الإجراء ولكنها تختلف في الجهة التي تودع عندها التقارير.³

(¹)قرناش جمال، مرجع سابق ، ص: 492.

(²) الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(³)بومقراس أحمد وبن داود محمد المختار، استقلالية أعضاء مجلس المنافسة مجلة الحقوق والحريات العدد الثاني، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014، ص: 81.

خاتمة

خاتمة :

إن العلاقة الوطيدة بين حرية المنافسة وحماية المستهلك تتمثل في اعتبار أن حرية إبرام شتى أنواع العقود واشتراط المتعاقدين لمختلف بنود العقد هي نفسها استراتيجية تنافسية داخل السوق، بحيث يعتبر العقد كآلية للوقاية من مخاطر المنافسة ووسيلة لتحديد السعر التنافسي، بالإضافة إلى أنه وسيلة لتحديث المنافسة، وهذه جميعا صور للعقد تتأثر مباشرة على مركز المستهلك في السوق لكن حرية تحديد الشروط وتنوع العقود قد تثير بعض الاشكاليات فيما يتعلق بطريقة المنافسة إذ ما علمنا أنه يمكن أن يعمل العقد على إزالة الخطر التنافسي بالتواطؤ أو أن يمس تحديد السعر بالمستهلك أو أن يحتوي العقد على شرط يمكن أن يضره.

كذلك نظم المشرع ضمن قانون المنافسة الاتفاقات والتعاقدات التنافسية بما يتماشى والعدالة بين المتنافسين من جهة وبما يتماشى وحقوق المستهلك ضمن السوق من جهة أخرى، فأنشأ المشرع الجزائري بذلك نظام عام تنافسي.

إن هذا النظام العام التنافسي لا يكتمل الا بإنشاء الدولة لأجهزة إدارية وفقا في السوق ومن خلال التحكم في شرعية المنافسة، بحيث أن وجوب شرعية الحق في المنافسة هو نفسه يعتبر مظهرا أساسيا لحمايته، إذ أن حماية الحقوق تبدأ من ضمان المشروعية.

وعليه تم إنشاء مجلس المنافسة إلى جانب الهياكل الإدارية المخولة بمراقبة المنافسة كالمديرية العامة للمنافسة والمفتشية المركزية للوزارة، مع العلم أن المجلس هو هيئة إدارية مستقلة أخرى كل حسب القطاع المكلفة به.

وقد حاول المشرع قدر الإمكان تمكين المجلس من الاستقلالية التي يحتاج إليها لتأدية مهامه وهو فعلا ما يثبت من خلال قانون المنافسة نظريا، ولكن في الواقع يبقى الأمر محل الانتقاد، ناهيك عن معضلة الرقابة عليه في ظل الاستقلالية المزعوم تكريسها لصالحه، سواء فيما يخص الرقابة الإدارية أو الرقابة القضائية.

إن حماية القانونية للمستهلك من المنافسة غير المشروعة تلعب دورا هاما في ضمان حقوق المستهلكين وحمايتهم من الممارسات التجارية غير النزيهة والمنافسة الغير قانوني، تتنوع النتائج والآثار التي يمكن أن تترتب عن هذا النوع من الحماية القانونية وتشمل ما يلي:

1. منع الممارسات التجارية التضليلية: يهدف القانون إلى حماية المستهلكين من الممارسات التجارية التضليلية التي تغشهم أو تدفعهم لاتخاذ قرارات خالصة من خلال تنفيذ قوانين المنافسة، يتم مكافحة الإعلانات الكاذبة والمعلومات الضارة والخداعية التي يمكن أن تؤثر على قرارات المستهلكين.
2. الحفاظ على الأسعار التنافسية: يهدف القانون إلى ضمان وجود منافسة حقيقية في السوق، مما يحمي المستهلكين من الاحتكار والتلاعب بالأسعار. من خلال فرض القوانين مكافحة الاحتكار والتشدد في قوانين المنافسة، يتم الحفاظ على سوق مفتوحة وتنافسية تعمل في صالح المستهلكين وتضمن توفر السلع والخدمات بأسعار معقولة.
3. حماية الاستهلاك الصحيح: يوفر القانون الحماية للمستهلكين من المنتجات الضارة أو الغير آمنة. يتطلب من الشركات الالتزام بمعايير السلامة والجودة والصحة في إنتاج المنتجات وتوفير معلومات اللازمة للمستهلكين حتى يتمكنوا من اتخاذ قرارات استهلاكية صحيحة.
4. الحماية من الاحتكار: يهدف القانون إلى حماية المستهلكين من الممارسات غير النزيهة للشركات.

وبالتالي هنا بعض التوصيات التي يمكن إتباعها:

1. تشديد قوانين المنافسة ينبغي تعزيز وتشديد القوانين المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة. يجب أن تكون هذه القوانين واضحة وشاملة وتشمل مجموعة واسعة من الممارسات غير النزيهة مثل الاحتكار والتلاعب بالأسعار والإعلانات الكاذبة.
2. تعزيز إجراء التفتيش والرقابة: يجب تعزيز الجهود لرصد ورقابة الممارسات غير المشروعة، ينبغي تخصيص المزيد من الموارد و التكنولوجيا لتعزيز قدرة الهيئات التنظيمية على تتبع اكتشاف الممارسات التجارية غير القانونية.

3. تعزيز التوعية والتثقيف: يجب توعية المستهلك بحقوقهم والممارسات التجارية النزيهة وغير النزيهة.
4. تشجيع الشفافية: يجب تشجيع الشركات على تبني المزيد من الشفافية في أنشطتها التجارية وممارساتها المالية. ينبغي أن توفر الشركات معلومة دقيقة وشفافة حول المنتجات والخدمات والأسعار وشروط البيع والضمانات وسياسة الاسترجاع.
5. تعزيز التعاون الدولي: يجب تعزيز التعاون الدولي في مجال مكافحة المنافسة غير المشروعة.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

1_ المصادر والمراجع باللغة العربية :

1_1_ القرآن الكريم:

1. سورة المطففين، الآية 26.

1_2_ القوانين:

1_2_1_ القانون:

1. القانون رقم 05-10 مؤرخ 15 غشت 2010، يعدل ويتمم أ. 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج، ر 46 الصادرة بـ 2010/08/10.
2. القانون رقم 08-12 يتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.
3. القانون رقم 02 /04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
4. القانون رقم 08/04 المؤرخ 2004/08/14 يتعلق بالشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

1_2_2_ الأوامر:

1. الأمر رقم 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، والذي ألغي حيث جاء النص عليه في الفصل الأول المعنون سرية الأسعار من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة.
2. أمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة،، (المعدل والمتمم).
3. أمر رقم 06-95 يتعلق بالمنافسة (ملغى).
4. أمر رقم 06-95 المتعلق بالمنافسة: "نشأ مجلس للمنافسة يكلف بترقية المنافسة وحمايتها".
5. أمر 03-03 المتعلق بالمنافسة من المادة 23: "نشأ لدى رئيس الحكومة سلطة الإدارية تدعي في صلب النص مجلس المنافس، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي".

6. أمر رقم 07/01، المؤرخ في 01 مارس 2007، يتعلق بحالات التنافي والالتزامات الخاصة ببعض المناصب والوظائف.

1_2_3_ المراسيم:

أ_ المراسيم التنفيذية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000 يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، ج ر ح ج عدد 61 لسنة 2000، (ملغى).
2. المرسوم التنفيذي 208/94 المؤرخ في 16 جوان 1994 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة، الجريدة الرسمية 1994 عدد 47.
3. المرسوم التنفيذي 210/94 مؤرخ 16 جوان 1994 يتضمن إنشاء مفتشية مركزية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة وتحديد اختصاصاتها، الجريدة الرسمية سنة 1994 عدد 47.
4. المرسوم التنفيذي 210/94 سلف الذكر.
5. المرسوم التنفيذي 210/94.
6. المرسوم التنفيذي 91/91 مؤرخ 06 أبريل 1991 يتضمن مصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية 1991 عدد 16 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 105/98 المؤرخ 31 مارس 1998، الجريدة الرسمية لسنة 1998.
7. المواد 04/05 من المرسوم التنفيذي 409/03.
8. المرسوم التنفيذي 11-241، يحدد تنظيم مجلس وسيره، مصدر سابق.
9. مادة 03 من المرسوم التنفيذي 409/03.

ب_ المراسيم الرئاسية:

1. المرسوم الرئاسي رقم 44 / 96 المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة: " مجلس المنافسة مؤسسة تتمتع بالاستقلال الإداري والمالي ويتوافر على وسائل مالية التي تلائم ممارسة".

ج_ القرارات:

1. القرار الوزاري الصادر 02 أكتوبر 1991 المتضمن تحديد مقر المنتشيات الجهوية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وصلاحيات الاقليمية وتنظيمها.
2. القرار رقم 01/13 المؤرخ في 24 جويلية 2013، المحدد لنظام الداخلي لمجلس المنافسة، المنشور بالنشرة الرسمية للمنافسة رقم 03.

1_3_1_ المؤلفات:

1_3_1_ الكتب:

1. أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، فرع مسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
2. براش خديجة وبن عمار غنية، النظام القانوني لمجلس المنافسة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012 / 2013.
3. براهيمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2009 / 2010.
4. بنور زينب، دور الدولة في حماية المنافسة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018 / 2019.
5. بوسري ريمة وعبو رقية، مركز ثانوي لمجلس المنافسة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2015 / 2016.
6. بومقراس أحمد وبن داود محمد المختار، استقلالية أعضاء مجلس المنافسة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.

7. تواتي محمد الشريف، قمع الاتفاقيات في قانون المنافسة، فرع قانون الأعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007.
8. جمعة حياة وبن تشقال زهية، دور مجلس المنافسة في ضبط السوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015.
9. خالص لامية وساحي سهيلة، العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2016 /2015.
10. زهية مالي، دور مجلس المنافسة في ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، جامعة الشهيد محند لخضر، الوادي، 2015 /2014 .
11. زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية المنافسة دراسة مقارنة، أبو حامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص: 29.
12. سلطان عمار، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010 /2011.
13. شعلاي صبرينة وخالد كاتية، مدى فعالية الرقابة مجلس المنافسة في الجزائر، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2013/2012.
14. شهيدة قادة، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني " الاستهلاك في القانون الجزائري"، 14-15 أفريل 2001، كلية الحقوق، مخبر قانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان.
15. شيخ أعمر، توزيع الاختصاص ما بين مجلس المنافسة وسلطات ضبط قطاعية في قانون الجزائري، تخصص قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009.
16. صبري مصطفى حسن البك، دعوى منافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري، الطبعة الأولى، دون جزء، الاسكندرية، ص: 35.
17. العايش نايلي، سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق في القانون الجزائري، جامعة الشهيد حملة لخضر، الوادي، 2017 /2016.
18. عبد الناصر فتحي ، الجلوي محمد ، احتكار المحضور وتأثيره على حرية التجارة ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2008 ، ص62.

19. عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، الاحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
20. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، الطبعة الأولى، الجزء الأول، الأردن، ص: 210. المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي العام، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1451هـ، 2000، ص: 9.
21. عماد الدين سويدات، الحماية الجزئية للعلامة التجارية، الطبعة الأولى، الأردن، ص: 105.
22. قاسي عبد المومن، دور مجلس المنافسة في قمع الممارسات المقيدة للمنافسة، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن مير، بجاية، 2012.
23. قرناش جمال، دور مجلس المنافسة في حماية وترقية المنافسة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 02، عدد 02، مركز جامعي أفلو، الأغواط، 2020.
24. قعبوش وليد، الرقابة على أعمال السلطات الادارية المستقلة، جامعة الجزائر 1، 2016/2017.
25. كتو محمد الشريف، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص: 03.
26. لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الالكتروني، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2010/2011.

1_3_2_ الأطروحات والمذكرات الجامعية:

أ_ أطروحات الدكتوراه:

1. بنور زينب، دور الدولة في حماية المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2019.

ب_ مذكرات الماجستير:

1. أرزقيزوير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل الماجستير، فرع مسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 .
2. تواتي محمد الشريف، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير، فرع قانون الأعمال جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007.
3. خميلية سمير، سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة ماجستير، قانون التحولات الاقتصادية.
4. زاوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007-2008.
5. سارة جرواني، الاحتكار التجاري صورة من صور المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، جامعة أم البواقي، 2017- 2018.
6. سلطان عمار، الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة عامة وإقليمية القانون، جامعة منتوري قسنطينة، 2010 / 2012.
7. شيخ أعمر يسمينة، توزيع الاختصاص مجلس المنافسة وسلطات ضبط القطاعية في قانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009.
8. لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، 2010 / 2011.

ج_ مذكرات الماستر:

1. بوديناح وليد، حماية المحل التجاري بدعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة الماستر، جامعة محمد لمين دباغين، 2014-2015.
2. بوسري ريمة وعيمور رقية، مركز قانوني لمجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد صديق بن يحي، جيجل، 2015/2016.

3. خالص لامية وسامي سهيلة، العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2015/2016.
4. داوي وئام، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة أحمد درارية، أدرار.
5. زاهية مني، دور مجلس المنافسة ضبط الاقتصادي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، 2014/2015.
6. شعلايصبيرينة وخالد كاتية، مدى فعالية رقابة مجلس منافسة، مذكرة ماستر، جامعة بجاية.
7. طبول ناصر وكمون أحمد، النظام القانوني لسلطات الضبط الاقتصادي في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون تسيير المؤسسات، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2016/2017.
8. عبد الله بوالطين، المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، جامعة غربي بن مهدي، أم البواقي، 2013-2014.
9. فاسي عبد المومن، دور مجلس المنافسة في قمع الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012.
10. فلفل سميرة، المنافسة الغير مشروعة وحقوق ملكية الصناعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الخاص الشمل، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012.

د_ مذكرات أخرى:

1. عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة مدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر.

1_3_3_المقالات:

1. بلحارث ليندة، دور مجلس المنافسة في الجزائر ضبط منافسة الحرة، مجلة المعارف، المجلد 11، العدد 21، جامعة البويرة، الجزائر، ديسمبر 2016.
2. بومقراس أحمد وبن داود محمد المختار، استقلالية أعضاء مجلس المنافسة، مجلة الحقوق والحريات، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2004.
3. حمدي عبد الرحمن، التزام العامل بعدم منافسة رب العمل، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 1، 1924، مطبعة جامعة عين الشمس، مصر.
4. قرناش جمال، دور مجلس المنافسة في حماية وترقية المنافسة، مجلس البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 02، العدد 02، المركز الجامعي أفلو، الاغواط، الجزائر، 2020.
5. محمد سعيد دعقوس المنصوري، المنافسة غير المشروعة، مجلة جنوب الوادي للدراسات القانونية، العدد 06، 2021.
6. نزار وليد، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية منافسة الحرة وضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019.

1_3_4_المدخلات.

1. شهيدة قادة، قانون المنافسة بن تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 15/14 أبريل 2001.
2. كتو محمد الشريف، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، يومي 17 / 18 نوفمبر 2009.

2_ المراجع الأجنبية (Ouvrages et livres) :

1. Andre Raynaud Sur la notion de Marche In: l'actualité économique, vol 67 n°2, 1991.
2. AndreDecocq. George Decoq. Droit de la concurrence interne et communautaire 2° Edition LG DJ 2004.
3. Communication de la commission sur la définition du Marche en cause aux lins du droit communautaire de la concurrence (97/c 372/ 03. Texte 319941209) (1) présentant de l'intérêt pour (EEE) J.O.R.F. n° c 372 du 09/12/1997.
4. Dictionnaire de l'économie Larousse . Ed 2000.
5. Dimitri corpakis, le commerce électronique en Europe :risque opportunité et tendances in : Revue d'économie financière n° 53, 1991 la monnaie électronique.
6. Gensollen Michel, Internet, Marche électronique rêvas commerciaux ? In : Revue économique–vol 52. Numéro hors série, octobre 2001.economie de l'Internet.
7. Michel Glais Analyse économique de la définition du Marche pertinent : son apport au droit de la concurrence dans l'agroalimentaire.
8. Stigler G.J. the theory of price , the Macmillan company, New York, revised Edition1952.
9. Thierry pénard, faut-il repenser la politique de la concurrence sur les marches internet ? In : la revue internationale de droit économique , Mars 2006.

الفهرس :

الإهداء

كلمة شكر وتقدير

2	مقدمة :
8	المبحث التمهيدي: مفهوم المنافسة غير المشروعة
9	المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة
9	الفرع الأول: تعريف المنافسة
14	المطلب الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة
14	الفرع الأول: المنافسة الممنوعة قانونا
17	الفرع الثاني: المنافسة الممنوعة اتفاقا
19	الفصل الأول: كيفية حماية المستهلك من خلال قانون المنافسة
21	المبحث الأول: حماية المستهلك من السعر التنافسي
21	المطلب الأول: سوق الاستهلاك وقانون المنافسة
23	الفرع الأول: التحديد النوعي للسوق
26	الفرع الثاني : التحديدات الجغرافية للسوق
29	المطلب الثاني: اتفاق تحديد السعر في السوق
30	الفرع الأول : مبدأ حرية الأسعار
31	الفرع الثاني : الممارسات الغير الشرعية للأسعار
33	الفرع الثالث : تقييد الدولة للأسعار
35	المبحث الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة
35	المطلب الأول: حماية المستهلك من الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة
35	الفرع الأول: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

38	الفرع الثاني: التجميعات المقيدة للمنافسة.....
38	المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات الفردية المقيدة للمنافسة.....
38	الفرع الأول: خطر التعسف في الاستعمال الهيمنة الاقتصادية.....
40	الفرع الثاني: القيام بعقود استشارية.....
41	الفرع الثالث: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفا.....
42	الفصل الثاني: الهيئات الإدارية المشرفة على المنافسة.....
44	المبحث الأول: الهياكل التابعة لوزارة التجارة.....
44	المطلب الأول: المديرية العامة للمنافسة والمفتشية المركزية للوزارة.....
46	المطلب الثاني: المديريات الجهوية والمفتشية الجهوية.....
50	المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة.....
50	المطلب الأول: مجلس المنافسة سلطة إدارية.....
50	الفرع الأول: تكريس الطابع السلطوي لمجلس المنافسة.....
52	الفرع الثاني: تكريس الطابع الإداري لمجلس المنافسة.....
55	المطلب الثاني: استقلالية مجلس المنافسة.....
55	الفرع الأول: استقلالية مجلس المنافسة عضويا:.....
59	الفرع الثاني: استقلالية مجلس المنافسة وظيفيا.....
65	خاتمة :.....
69	قائمة المصادر والمراجع :.....