

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

محاضرات في قانون المنافسة

موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس تسويق

الأستاذة: الزهرة رزايقية

خطة عامة للدراسة

مقدمة

الفصل الأول: مفهوم قانون المنافسة

المبحث الأول: التعريف بقانون المنافسة

المطلب الأول: نشأة وتطور قانون المنافسة

المطلب الثاني: تعريف قانون المنافسة، خصائصه ومصادره

المطلب الثالث: أسس وأهداف قانون المنافسة

المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون المنافسة

المطلب الأول: النطاق الشخصي لتطبيق قانون المنافسة

المطلب الثاني: النطاق الموضوعي لإنفاذ قانون المنافسة

المطلب الثالث: النطاق الجغرافي لتطبيق قانون المنافسة

الفصل الثاني: حماية المؤسسة خارج نطاق أحكام قانون المنافسة

المبحث الأول: اتفاقات عدم المنافسة

المبحث الثاني: المنافسة غير المشروعة

المبحث الثالث: التطفل التجاري

الفصل الثالث: أحكام قانون المنافسة وآليات تفعيلها

المبحث الأول: أحكام قانون المنافسة

المطلب الأول: الأحكام الخاصة بحظر الممارسات المقيدة للمنافسة

المطلب الثاني: الأحكام المتعلقة برقابة التجميعات الاقتصادية

المبحث الثاني: آليات تفعيل أحكام قانون المنافسة

المطلب الأول: مجلس المنافسة كسلطة إدارية مستقلة مسؤولة عن إنفاذ قواعد قانون المنافسة

المطلب الثاني: السلطات القضائية المختصة برقابة تفعيل قواعد قانون المنافسة

منذ سنوات خلت لم يعد نظام اقتصاد السوق حكرًا على موطنه الأصلي، الولايات المتحدة الأمريكية، بل باتت لأفكار الليبرالية الاقتصادية موطنًا في أغلب دول العالم، حيث كان لعديد العوامل في مقدمتها الأزمات الاقتصادية التي عرفت هذه الدول التي اختارت اتباع هذا النهج الاقتصادي المغاير في وجهته وأهدافه لنظام الاقتصاد الموجه الذي كانت تتبعه والذي تتحكم في دواليبه 'الدولة المتدخلة'، فاقتصاد السوق وحسب مُنظروه يسعى لجعل أهم الفاعلين الاقتصاديين ألا وهي المؤسسات الناشطة في السوق المتحكم الرئيس في دواليب هذه السوق ومن ثم ما يبقى للدولة سوى دور المراقب الضابط. كما أن العولمة ساهمت بشكل كبير في إرساء قواعد لهذا النظام في هذه الدول التي أصبحت غالبًا مجبرة على خوض معارك اقتصاد السوق للخروج من أزماتها وإن كانت الآراء بهذا الشأن متفاوتة. والجزائر من ضمن هذه الدول، حيث لم تكن في منأى عن هذه التغييرات التي عرفها الواقع الاقتصادي العالمي، وبعد سنوات من تبنيها الاقتصاد الاشتراكي أو ما يُصطلح عليه بالاقتصاد الموجه أو المخطط دفعتها عديد العوامل منها الأزمة التي عرفها مجال المحروقات في سنوات الثمانينات والتي أثرت على مختلف مناحي الحياة الوطنية؛ الاقتصادية، الاجتماعية وحتى السياسية وهذا ما سارع بالدولة إلى تبني نظام اقتصاد السوق وتجسد ذلك بخلقها مجموعة من الآليات المفعلة لهذا المسار الجديد كان من بينها إصدارها قانونًا للمنافسة تكريسًا لمبادئ هذا الاقتصاد.

الفصل الأول: مفهوم قانون المنافسة

نتناول بالبحث في هذا الفصل مفهوم قانون المنافسة وهذا من خلال التعريف به (مبحث أول)، فنطاق تطبيقه ثانياً (مبحث ثان).

المبحث الأول: التعريف بقانون المنافسة

يمكن التعريف بقانون المنافسة بالتطرق إلى نشأته وتطوره (مطلب أول)، وبتقديم ما خُصص له من تعريفات وأيضاً خصائصه ومصادره (مطلب ثان) وأخيراً أسسه وأهدافه (مطلب ثالث).

المطلب الأول: نشأة وتطور قانون المنافسة

بما أن قانون المنافسة نشأ في الدول الغربية في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتقلت عدوى سنه إلى أوروبا الغربية، فالأصوب البدء بالحديث عن ظهوره في موطنه الأصلي، الولايات المتحدة الأمريكية، ثم في أوروبا الغربية في مقدمتها فرنسا وفي الأخير نتطرق لظهوره في الجزائر.

الفرع الأول: ظهور قانون المنافسة في الدول الغربية

ارتبط ظهور أول قانون للمنافسة في الولايات المتحدة الأمريكية بما يسمى بصدور قوانين حظر الممارسات الاحتكارية les lois anti-trust، حيث كان مجال السكك الحديدية أول من تأثر بالممارسات الاحتكارية المنافية للأخلاق والقانون والتي كانت نتاج التشجيع المبالغ فيه لحرية المنافسة من خلال فتح المجال واسعاً للمبادرات الفردية في المجال الاقتصادي وهي إحدى سبل تجسيد نظام اقتصاد السوق. فقد عرف هذا القطاع ظهور تكتلات اقتصادية بما يعرف بـ 'الكارتلات' دفعت إلى إفلاس مؤسسات صغيرة كانت تنشط في هذا المجال هذا ما دفع السلطات الأمريكية لإصدار أولى قواعد قانونية تحمل ملامح قانون المنافسة، باقتراح وثيقة سُميت باسم مقترحها السيناتور شرمن Sherman وذلك سنة 1890، وأصبحت فيما بعد قانون يسمى قانون شرمن Sherman Act. ثم تلى قانون شرمن قانون كلايتون Clayton Act في 1914، حيث كان يحظر اللجوء للأسعار التمييزية، وصدر بموجب هذا القانون وفي ذات

السنة القانون المؤسس للجنة التجارة الفيدرالية الذي حظر المنافسة غير المشروعة¹. ثم انتقلت التجربة الأمريكية إلى أوروبا الغربية، حيث أصدرت دولها قوانين خاصة بالمنافسة منها خاصة بريطانيا، ألمانيا وفرنسا.

بينما يُرجع الفقه القانوني الفرنسي² تكريس حرية المنافسة في التشريع الفرنسي إلى قانون Chapelier لـ 17-14 جوان سنة 1791 وكذا مرسوم Allarde الذي كرس في مادته السابعة (7) حرية التجارة والصناعة، فأول قانون فرنسي للمنافسة صدر سنة 1986 وهو الأمر رقم 86-1243 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة والمدرج ضمن الكتاب الرابع من القانون التجاري بدءا بالمادة L.410-1. كما تتميز المجموعة الأوروبية بقانون للمنافسة يعتبر كمصدر لباقي القوانين الوطنية للمنافسة يُعرف بقانون المنافسة للإتحاد الأوروبي والذي تعود أصوله إلى اتفاقية روما لسنة 1957.

الفرع الثاني: ظهور قانون المنافسة في المنظومة القانونية الجزائرية

بعد الاستقلال تبنت الدولة الجزائرية النهج الاشتراكي في مختلف مجالات الحياة منها الحياة الاقتصادية، فكان اقتصادها اشتراكي أي موجهها أو مخططا من السلطات المركزية للدولة ولكن مع منتصف سنوات الثمانينات تآزمت الأوضاع الداخلية تبعا لعدد العوامل الداخلية والخارجية من ذلك أزمة انخفاض أسعار البترول لسنة 1986 التي أثرت على الوضع الاقتصادي ومن ثم الاجتماعي للدولة مما أدى إلى بروز نوع من الضغط الشعبي لتغيير هذه الأوضاع، الأمر الذي نحا بالدولة لاتباع نهج اقتصادي جديد هو 'اقتصاد السوق' حيث كان لزاما عليها خلق ميكانيزمات لتكريس هذا التوجه، كان في

¹ ينظر إلى: سعود علام، الضبط الاقتصادي في مجال المنافسة، مذكرة ماجستير في القانون تخصص القانون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2013، ص25.
محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغدادي، 2010، ص23.

² Voir Lynda ARCELIN-LECUYER, Droit de la concurrence, les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et européen, 2^{ème} édition, PUR(presses universitaires de rennes), 2013, p. 7.

مقدمتها إصدار مجموعة من القوانين المتتالية؛ القانون رقم 88-01³ المتعلق بالقانون التوجيهي للمؤسسات العمومية وإن كانت أحكامه العامة حافظت على تكريس الاقتصاد المخطط في تسيير المؤسسات العمومية من ذلك ما نصت عليه المادة الأولى منه: "من أجل ضمان التنمية المستمرة تنشئ الدولة وتشرف على سير مؤسسات عمومية اقتصادية طبقا للمبادئ الرئيسية المنصوص عليها في هذا القانون وبناء على الأداء المخطط للاقتصاد الوطني"، وأيضا ما جاء في نص المادة 5 منه التي عرفت المؤسسات العمومية الاقتصادية بأنها شركات مساهمة أو شركات ذات مسؤولية محدودة تملك جميع أسهمها الدولة و/أو الجماعات المحلية. القانون رقم 90-22⁴ المتعلق بالسجل التجاري. ثم صدر القانون رقم 89-12⁵ المتعلق بالأسعار والذي كرس قواعد جديدة لتحديد الأسعار تتماشى ومؤشرات اقتصاد السوق في مقدمتها حرية المنافسة في الأسواق، من ذلك ما جاء في نص المادة 3 منه والتي تنص على أن الأسعار تحدد وفقا لحالة العرض والطلب وهو مؤشر واضح لتبني اقتصاد السوق. ثم صدر الأمر 95-22⁶ المتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية مؤكدا في مادته الأولى أن غاية صدوره هو تحديد القواعد العامة لخصوصية المؤسسات العمومية، كما بينت ذات المادة المقصود بخصوصية هذه المؤسسات. وفي نفس السنة صدر أول قانون خاص بالمنافسة هو الأمر رقم 95-06⁷، حيث أكدت المادة الأولى منه أن غاية تشريع هذا الأمر هو تنظيم المنافسة الحرة وترقيتها وتحديد قواعد حمايتها وذلك لتحقيق وزيادة الفعالية الاقتصادية ومن ثم تحسين المستوى المعيشي للمستهلكين. كما أن المادة 4 من نفس الأمر أقرت أن الأسعار تحدد بحرية اعتمادا على قواعد المنافسة. لكن ألغي هذا القانون بموجب الأمر 03-03، هذا

³ قانون رقم 88-01، مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1408 الموافق 12 يناير سنة 1988، يتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، جريدة رسمية عدد 02، مؤرخة في 23 جمادى الأولى عام 1408 الموافق 13 يناير سنة 1988، ملغى.

⁴ قانون رقم 90-22، مؤرخ في 27 محرم عام 1411 الموافق 18 غشت سنة 1990، يتعلق بالسجل التجاري، جريدة رسمية عدد 36، مؤرخة في أول صفر عام 1411.

⁵ قانون رقم 89-12، مؤرخ في 2 ذي الحجة عام 1409 الموافق 5 يوليو سنة 1989، يتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 29، مؤرخة في 16 ذي الحجة عام 1409 الموافق 19 يوليو سنة 1989، ملغى.

⁶ أمر رقم 95-22، مؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1416 الموافق 26 غشت سنة 1995، يتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية، جريدة رسمية عدد 48، مؤرخة في 8 ربيع الثاني عام 1416 الموافق 3 سبتمبر سنة 1995.

⁷ أمر رقم 95-06، مؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 9، مؤرخة في 22 رمضان عام 1415، ملغى.

الأخير وحسب نص المادة الأولى منه يهدف إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في مختلف الأسواق بتفادي كل ممارسة تقيد المنافسة ورقابة كل تجميع اقتصادي وغاية كل ذلك زيادة الفعالية الاقتصادية أي مدى تحقيق المؤسسات لأهدافها المسطرة والمنشودة وذلك بأقل التكاليف وفي أقل الأوقات الممكنة ومن ثم تحسين الظروف المعيشية للمستهلكين. وعرف هذا الأمر تعديلين بواسطة القانون 08-12 والقانون 10-05. وتفعيلا لقواعد قانون المنافسة فقد أنشأ المشرع الجزائري بموجب المادة 16 من الأمر 95-06 مجلسا للمنافسة؛ "ينشأ مجلس للمنافسة يكلف بترقية المنافسة وحمايتها" وكان هذا في إطار خلق سلطات للضبط الاقتصادي تكريسا لاقتصاد السوق ثم أطلق عليه 'سلطة إدارية مستقلة' بعد تعديل الأمر 03-03.

المطلب الثاني: تعريف قانون المنافسة، خصائصه ومصادره

بعد تقديم بعض التعريفات التي أعطيت لقانون المنافسة في فرع أول نعدد بعض خصائصه كفرع جديد ضمن المنظومة القانونية ككل ثم نتطرق لمجمل مصادره وطنية كانت أو دولية في فرع ثان.

الفرع الأول: تعريف قانون المنافسة

يتجنب أغلب المشرعين تقديم تعريفات ضمن القوانين التي يسنونها، ومن ثم بات الأمر من نصيب الفقه. وفي هذا المقام وبالنسبة لتعريف قانون المنافسة فلم يقدم له تعريف لا ضمن قانون المنافسة الجزائري ولا ضمن القانون التجاري الفرنسي. بل نجد المشرع الجزائري اكتفى بتعريف بعض المصطلحات التي تندرج ضمن دراسة هذا القانون، من هذه المصطلحات نجد مصطلح السوق، المؤسسة، وضعية الهيمنة.

أما فقها فقدمت بعض التعريفات لقانون المنافسة من ذلك مثلا أنه: "مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم التنافس بين الأعوان الاقتصاديين في البحث والحفاظ على الزبائن"⁸.

أيضا عرفه فقهاء آخر بأنه؛ "مجموعة من القواعد التي تضمن وجود منافسة شرعية ونزاهة بين المتعاملين الاقتصاديين، وكذا ضمان تطبيق مبدأ المنافسة الحرة من خلال قمع أي تجاوزات أو تقييد للمنافسة"⁹.

إذن يمكننا أن نعرف قانون المنافسة بأنه مجموعة من القواعد القانونية التي تضبط نشاطات المؤسسات في مختلف الأسواق حماية لحرية المنافسة ومن ثم للسوق ككل بما فيها المؤسسات في حد ذاتها والمستهلكين كأضعف فاعلين في هذه السوق.

الفرع الثاني: خصائص قانون المنافسة

يتميز قانون المنافسة بمجموعة من الخصائص خلقت له نوع من الخصوصية بين باقي فروع القانون خصوصا الحديث منها. يمكن إجمال هذه الخصائص أو المميزات في النقاط التالية:

- يرتبط قانون المنافسة بالمجال الاقتصادي ومن ثم يمكن أن يُطلق عليه أنه قانون اقتصادي، فهو يرتبط في وجوده بنشاطات الأعوان الاقتصاديين أو ما أُصطلح عليهم المشرع الجزائري بالمؤسسات، وغاية تشريعه ضبط ممارسات هذه المؤسسات حماية لحرية المنافسة¹⁰.

- هو قانون حديث النشأة مقارنة ببعض الفروع القانونية الأخرى، فهو فرع قانوني أظهرته الثورات الصناعية في أواخر القرن التاسع عشر كما ساهمت الثورات التكنولوجية هي الأخرى في تطوير قواعده وإثرائها.

⁸ نقلا عن: غالية قوسم، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2007، ص 1.

⁹ Jean-Bernard BLAISE, Droit des affaires (commerce, concurrence et distribution), 2^{ème} édition ; LGDJ, Paris, 2000, p.341.

¹⁰ Voir Mustapha MENOUEUR, Droit de la concurrence, Berti édition, Alger, Algérie, 2013, p.1.

- يرتبط قانون المنافسة ضمن المنظومة القانونية لأي دولة بالعديد من القوانين الأخرى منها مثلا قانون العقوبات، القانون المدني، القانون التجاري، قانون المستهلك، قوانين الملكية الفكرية وغيرها من القوانين.

- هو قانون هجين (hybride)، أي هو في موضع قانون عام وفي موضع آخر هو قانون خاص¹¹. فهو قانون يحكم تصرفات المؤسسات فيما بينها وبالتالي يمكن القول أنه من فروع القانون الخاص، وهو قانون ضبط اقتصادي أي يتضمن قواعد آمرة تجسد تدخل الدولة لضبط الحياة الاقتصادية ومن ثم فهو من هذه الزاوية يمثل فرع من فروع القانون العام.

- هو قانون براغماتي أي عملي تتماشى قواعده والتطورات التي تعرفها السوق والاقتصاد بصورة عامة¹².

- هو قانون تقني، غايته تقدير مدى تأثير السوق والفاعلين فيها بمختلف النشاطات والممارسات التي يأتياها الأعوان الاقتصاديين¹³.

الفرع الثالث: مصادر قانون المنافسة

تتنوع مصادر قانون المنافسة بين المصادر الدولية (أولا) والمصادر الوطنية (ثانيا).

أولا: المصادر الدولية لقانون المنافسة

قد نجد لقواعد قانون المنافسة مصدرا في الاتفاقيات الدولية أو الإقليمية بشأن المعاملات والمبادلات الاقتصادية بين مختلف الدول من ذلك مثلا اتفاقيات الشراكة التي تربط الدولة الجزائرية

¹¹ Mustapha MENOUEUR, op. cit., p. 6.

¹² Daniel MAINGUY, droit de la concurrence, Université Numérique Francophone, univ-droit.fr/, p. 10.

¹³ آمال زايد، محاضرات في قانون المنافسة لطلبة السنة أولى ماستر، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2015-2016، ص 45.

بالاتحاد الأوروبي¹⁴ أو بينها وبين باقي الدول العربية أو الافريقية في إطار دائما الشراكة الاقتصادية بين هذه الدول.

ويعتبر قانون المنافسة للاتحاد الأوروبي مصدرا هاما لقوانين المنافسة لدول المجموعة الأوروبية بل مرجعية حتمية لها لتنسيق تشريعاتها بما يتماشى وتطلعات المجموعة الأوروبية ككل.

ثانيا: المصادر الوطنية لقانون المنافسة

أول قانون أسس للمنافسة على المستوى الوطني وكما ذكرنا أنفا هو الأمر 06-95 لكنه ألغي بموجب الأمر 03-03 وهو الذي يعد حاليا بتعديليه(القانون رقم 12-08 والقانون 05-10) المصدر الأساسي لقانون المنافسة. لكن قد تحتاج مسائل المنافسة أحيانا لقوانين أخرى يحال لها لمعالجتها في نقاط معينة، من ذلك القانون 02-04 المعدل والمتمم الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وأيضا الأمر 04-03 الذي يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها وكذا بعض قواعد القانون التجاري والقانون المدني¹⁵.

المطلب الثالث: أسس وأهداف قانون المنافسة

قلنا سابقا أن قانون المنافسة ظهر نتيجة لظروف خاصة اقتصادية دفعت السلطات الأمريكية لإيجاد حل لخلق نوع من التوازن والعدالة في مختلف الأسواق، بالتالي هو قانون ارتكز وتدعم في بدايات ظهوره على أسس عملية واقعية(فرع أول) وأوجدته السلطات المختصة لتحقيق غايات وأهداف مشروعة ونبيلة(فرع ثان).

الفرع الأول: أسس قيام قانون المنافسة

¹⁴ رشيد ساسان، محاضرات في قانون المنافسة أقيمت على طلبة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2014-2013.
¹⁵ المرجع نفسه.

ارتكز ظهور قانون المنافسة على مجموعة من المبادئ أو الأسس قام عليها بالأساس الاقتصاد الحر من أهمها نجد حرية الأسعار(فرع أول) وكذا حرية المنافسة(فرع ثاني).

أولاً: حرية الأسعار

يعتبر السعر مصطلح اقتصادي كأغلب المصطلحات المدرجة في دراسة قانون المنافسة. وهو ركيزة أساسية للعلمية التجارية ويعبر عن القيمة النقدية للمنتوج سلعة كان أو خدمة.

أما حرية الأسعار فيقصد بها ترك تحديد الأسعار لعمليات العرض والطلب في مختلف الأسواق؛ فعمليات العرض من قبل الأعوان الاقتصاديين تقابلها عمليات الطلب من قبل الزبائن الذين يمثل المستهلكون آخر الحلقات فيهم وأضعفها. فكل مؤسسة أو تاجر أو بائع في تقديمه لمنتوجه يسعى للحصول على أعلى سعر له وفي المقابل الزبون يحاول غالباً الحصول على أفضل منتج لكن بسعر يتلاءم وقدرته الشرائية وهنا نكون غالباً أمام معادلة صعبة. فكلما كثر الطلب على منتج وعرضه قليل حقق أسعاراً خيالية بينما إذا قل الطلب على منتج وتقديمه كان وفيما انخفض سعره وتبعاً لهذه الميكانيزمات بين العرض والطلب تحدد الأسعار بحرية¹⁶.

وحرية الأسعار من المؤشرات الهامة لتكريس اقتصاد السوق، وهي من ملامح تمتع المؤسسات بمجال واسع من الحرية في ممارسة نشاطها في سوق ما حيث لا يكون للدولة سوى دور المراقب المتتبع لمسار هذه الأسعار، لتتدخل في الوقت المناسب إن رأت ما يخالف التشريع والأعراف المعمول بها. ولكن مع ذلك يرد على هذه الحرية بعض الاستثناءات تقررها الدولة لمصلحة فئات ضعيفة من المستهلكين.

¹⁶ ينظر إلى: محمد كريم طالب، 'تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار'، مجلة القانون، العدد 7، ديسمبر 2016، ص 261-262.

والمشروع الجزائري أخذ بمبدأ حرية الأسعار بعد تبني نظام اقتصاد السوق، حيث كرسه من خلال القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار، فنجد المادة 3 منه أخضعت نظام الأسعار إلى مجموعة من الضوابط تتمثل في:

- حالة العرض والطلب؛

- شروط المحافظة على القدرة الشرائية للمستهلك والتحكم في أسعار السلع والخدمات

الاستراتيجية؛

- الشروط العامة للإنتاج والتسويق؛

- الأسعار المعمول بها في السلع والخدمات المشابهة أو البديلة؛

- الأسعار المعمول بها في الأسواق الدولية فيما يخص السلع والخدمات المعنية أو المشابهة.

أما الأمر رقم 95-06 المتضمن أول قانون للمنافسة فقد كرس حرية الأسعار من خلال نص المادة 4 منه والتي جاء فيها؛ "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة"، غير أنه قيد هذه الحرية بنص المادة 5 منه حيث مكن للدولة التدخل لتحديد أسعار بعض السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي من ذلك مثلا دعم الدولة لمادة الحليب بتحديد أسعارها، ويتحقق ذلك بموجب مرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة. ثم جاء الأمر 03-03 وأقر حرية الأسعار في الفصل الأول من الباب الثاني منه، حيث تنص المادة 4 منه على أن أسعار السلع والخدمات تحدد بكل حرية وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزاهة، لكنها تمارس في إطار احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا قواعد العدالة والشفافية. وإن كان المشروع الجزائري أخذ بمبدأ حرية الأسعار كأصل عام فهو قيد هذه الحرية في إطار ما تقتضيه المنافسة النزيهة المشروعة في مختلف الأسواق، وهذا ما أكدته نص المادة 4 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم والتي تنص على أنه: "تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة. تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على

أساس قواعد الإنصاف والشفافية...". بينما تعدد المادة 5 من نفس القانون حالات تقييد هذه الحرية، حيث تنص؛ "تطبيقا لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم... كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرد وغير المبرر، لا سيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية". إذن قد تتدخل الدولة لتسقيف أسعار السلع إذا ما عرفت ارتفاعا مفردا ودون مبرر وهذا خاصة إذا عرفت السوق اضطرابات في عمليات التموين بتلك السلع أو في حالات الاحتكار.

ثانيا: حرية المنافسة

تعتبر حرية المنافسة نتيجة طبيعية لمبدأ حرية التجارة والصناعة الذي كرسه مرسوم Allarde ضمن مادته السابعة (7)، وهذا الأخير هو من الآثار التي خلفتها الثورة الفرنسية كما ذكرنا أنفا. ونجد لهذا المبدأ تكريسا في الدستور الجزائري من خلال نص المادة 37 من دستور سنة 1996؛ "حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون"، ثم أكدته المادة 43 من الفصل الرابع الخاص بالحقوق والحريات من التعديل الدستوري لسنة 2016 لكن في ثوب جديد، حيث جاء فيها أن؛ "حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون...". ولكن في ذات الوقت تنص الفقرة 3 من نفس المادة أن الدولة تكفل ضبط السوق والقانون يحمي حقوق المستهلكين. فضبط السوق يعني حماية حرية المنافسة بتكريس منافسة نزيهة ومشروعة بين مختلف المؤسسات الناشطة في مختلف الأسواق.

وحرية المنافسة وكما أشير سابقا تعني حرية دخول أي مؤسسة في سوق معينة وممارستها لنشاطها، أي من حقها عرض منتوجها سلعا كانت أو خدمات ومن ثم الحصول على زبائن لاستمرارية نشاطها، لكن لتكون هذه الحرية صحية يجب أن يتم كل هذا في إطار التشريعات والتنظيمات القانونية المعمول بها في تلك السوق ذلك أن إطلاق حرية المنافسة للرغبات غير المحدودة للمؤسسات دون ضابط قانوني

قد يشكل عديد الأضرار لباقي المؤسسات التي تنشط في ذات السوق ومن ثم لأضعف فاعلين في هذه السوق وهم المستهلكين.

وإن اعتبرت حرية المنافسة من الحريات المشروعة إلا أن مشروعية هذه الحرية تتحقق بوضع حدود لها وضبطها ووضعها في الإطار القانوني المنوط بها إن هي حدثت عن المنطق والمعقول سواء أخلاقيا أو قانونيا، وبالتالي حمايتها لخلق عدالة قانونية حقيقية في السوق وهذا من أهم الغايات التي وجد قانون المنافسة لأجل تحقيقها.

الفرع الثاني: أهداف قانون المنافسة

لم يوجد قانون المنافسة لضبط واقع معين وانتهى بانتهائه، إنه مجموعة قواعد تم تكريسها لتحقيق غايات نبيلة وأهمها حماية حرية المنافسة والذي بالضرورة يستتبع حماية السوق (أولا)، فحماية المتنافسين (ثانيا) ومن ثم حماية المستهلكين (ثالثا).

أولا: حماية حرية المنافسة (بالضرورة حماية السوق)

بالرغم من أن بدايات ظهور قانون المنافسة في الولايات المتحدة الأمريكية كان نتاج تضرر مؤسسات خاصة، فالأبعاد الحقيقية لهذا القانون كانت حماية حرية المنافسة لأن تحقق هذه الحماية في الواقع يؤدي لا محالة إلى حماية السوق وكل ما يوجد فيها من فاعلين اقتصاديين.

وبتشريعها قوانيننا للمنافسة تسعى الدول لحماية المنافسة الحرة النزهاء في مختلف الأسواق وإن كانت قيدت ممارسة هذه الحرية بضرورات متعددة منها عدم المساس بالنظام العام والمصلحة العامة. وفي التشريع الجزائري يتجلى هذا النوع من الحماية من خلال مثلا ما جاء في المادة 6 من الأمر 03-03: " تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه...". وكذا ما أقرته المادة L420-1 من القانون التجاري الفرنسي.

ثانيا: حماية المتنافسين(المؤسسات)

إن حماية المشرع للمنافسة الحرة ومن ثم حماية السوق بصورة عامة يعني غالبا حماية المؤسسات الناشطة في مختلف الأسواق من الممارسات المحظورة أخلاقا وقانونا، ومن هذه التصرفات غير المشروعة نجد التعسف في وضعية الهيمنة وهذا ما جاء في المادة 7 من قانون المنافسة الجزائي أو التعسف الناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية وهو ما أكدته المادة 11 من ذات القانون. لكن هناك آليات خاصة بحماية هذه المؤسسات لا نجد لها نصوصا قانونية ضمن قواعد قانون المنافسة بل هي مستنبطة من القواعد العامة وهي تعبر عن العلاقة التي تربط قانون المنافسة بباقي قواعد المنظومة القانونية منها خاصة قواعد القانون المدني والقانون التجاري. من أهم هذه القواعد تلك التي تنظم ظاهرة المنافسة غير المشروعة وكذا التطفل التجاري.

وغاية تكريس هذه الآليات هي حماية مصالح مختلف المؤسسات الناشطة في مختلف الأسواق ومن ثم تحقيق التوازن والعدالة فيها.

ثالثا: حماية المستهلكين

بالرغم من وجود قانون خاص بحماية المستهلكين إلا أن هذا لا ينفي توفير حماية ذات أبعاد أخرى لهذه الفئة من مجموعة أخرى من قواعد المنظومة القانونية، ويُعد قانون المنافسة أحد هذه القوانين، حيث يسعى من خلال قواعده لحماية المستهلكين، ذلك أن المؤسسات الناشطة في مختلف الأسواق لها من العلاقات التي لا تحصى مع فئة المستهلكين التي تعتبر أضعف حلقة في هذه الأسواق. وحتى وإن كان قانون الاستهلاك ذا طبيعة حمائية وقانون المنافسة ذا طبيعة ضبطية، فحماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق والتي هي الغاية الأولى لقانون المنافسة تستتبع بالضرورة حماية المستهلك ويمكن أن يستشف ذلك من بعض نصوص الأمر 03-03 المعدل والمتمم؛ مثلا ما جاء في نص المادة 5 منه فيما يخص تحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات حيث يجب أن تتخذ تدابير ذلك مع مراعاة بعض

الأسباب الرئيسية منها؛ تثبيت أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع وهذا في حالة الاضطراب المحسوس للسوق وكذلك مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك. أو ما أقرته المادة 7 من نفس الأمر من أن الغاية من حظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق تكون مثلاً:

- لمنع اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل لأن تحقق هذا الاقتسام سيؤثر لا محالة على توافر السلع والخدمات في تلك الأسواق ومن ثم المساس بالقدرة الشرائية للمستهلكين.

- للحد من عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق وهذا من خلال التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها ذلك أن ترك تحديد الأسعار بيد بعض المؤسسات سيؤثر بشكل أكيد على لعبة المنافسة ومن ثم على المستهلكين. بينما ترك تحديد الأسعار لعمليات العرض والطلب سيكون حافزاً للمؤسسات لتحسين منتوجاتها جودة وسعراً ومن ثم تحقيق توازن بين مصالحها ومصالح المستهلكين.

كما أن المادة الأولى من الأمر 03-03 المعدل والمتمم أكدت أن هذا الأمر يهدف إلى زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين.

المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون المنافسة

نتناول من خلال هذا المبحث مجال أو نطاق تطبيق قانون المنافسة، وذلك من حيث الأشخاص الخاضعين لهذا القانون (مطلب أول) أو بالنسبة للنشاطات الاقتصادية التي كُرسَتْ قواعد قانون المنافسة لتنظيمها وضبطها (مطلب ثان) وفي الأخير الحدود الجغرافية أو الإقليمية التي يمكن أن يطبق فيها هذا القانون (مطلب ثالث).

المطلب الأول: النطاق الشخصي لتطبيق قانون المنافسة

جاء في نص المادة 2 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم أن أحكام هذا القانون تطبق على نشاطات الإنتاج والتوزيع ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري والصفقات العمومية. وقد أشارت المادة لأغلب الأشخاص الذين يقومون بهذه النشاطات وهم أعوان اقتصاديين، بينما اتخذت المادة 3 من ذات الأمر إسم المؤسسة اصطلاحاً للوعون للاقتصادي؛ "أ- المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أي كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

وبالتالي فحسب ما قررته المادة 2 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم فقواعد قانون المنافسة تطبق على كل شخص طبيعي أو معنوي سواء كان تابع للقطاع العام أو الخاص، المهم أنه يمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد أو الصفقات العمومية بصورة دائمة وغيرها من النشاطات التي ذكرتها نفس المادة.

فطابع النشاط الممارس من قبل المؤسسة هو المعيار لخضوعها لقانون المنافسة، فقيامها بنشاط له مدخول ذي أرباح ومؤثر في السوق يكفي لخضوعها لقانون المنافسة ويدخل في إطار هذا التجار بمفهوم المادة الأولى من القانون التجاري والشركات التجارية أو غير التجارية وكذا الجمعيات إن قامت بنشاط يؤثر في السوق وكذلك المنظمات المهنية والأشخاص المعنوية العمومية (المؤسسات التابعة للقطاع العام) لكن شرط قيامها بنشاطات اقتصادية تحقق مداخيل وأرباح وبالتالي لا يطبق قانون المنافسة على المؤسسات التابعة للقطاع العام إن هي مارست مهام المرفق العام أو صلاحيات السلطة العامة¹⁷.

إذن نخلص للقول أن النطاق الشخصي لتطبيق قواعد قانون المنافسة يتحدد بمجموع الأشخاص الآتي ذكرهم: التجار والشركات التجارية باعتبارهم يمارسون أصلاً نشاطات تجارية تدخل ضمن ما تم التطرق له في نص المادة 2 سالفة الذكر. الشركات المدنية، الحرفيين والمؤسسات الحرفية، الجمعيات

¹⁷ ينظر إلى: رشيد ساسان، مرجع سابق. أمال زايدي، مرجع سابق، ص ص 55 - 58.

والمنظمات المهنية ولكن شرط ممارستها أنشطة تندرج ضمن ما أقرته المادة 2 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم وكانت هذه الأنشطة مؤثرة في السوق. الأشخاص المعنوية العامة إن هي الأخرى مارست ما تقرره المادة 2 دائما من أنشطة وكانت ذات فاعلة وذات أثر في السوق التي تنشط فيها من ذلك مثلا المؤسسات العمومية الاقتصادية والهيئات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري.

المطلب الثاني: النطاق الموضوعي لإنفاذ قانون المنافسة

تنص المادة 2 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم بموجب القانون 10-05 على أن أحكام قانون المنافسة تطبق على: "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 يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها.

– الصفقات العمومية، بدءا بنشر الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

غير أنه يجب ألا يعيق تطبيق هذه الأحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية."

تعرف النشاطات الاقتصادية عموما بأنها: "جميع العمليات التي تتم للحصول على المنتجات والسلع والخدمات الموجهة لتغطية الاحتياجات والرغبات في مجتمع ما"¹⁸.

والإنتاج عرفته المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه؛ "جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي، والمحصول الفلاحي، والجني والصيد البحري، وذبح المواشي، وصنع منتج ما، وتحويله، وتوضيبه، ومن ذلك خزنه في أثناء صنعه وقبل أول تسويق له". كما

¹⁸ شهرزاد لكحل، 'مفهوم الأنشطة الاقتصادية وأنواعها'، مجلة الحوكمة والقانون الاقتصادي، جامعة باتنة 1، المجلد 02، العدد 02، 2022، ص 69.

عرفته المادة 3 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول".

كذلك يطبق قانون المنافسة وحسب ما جاء في نص المادة السابقة الذكر على نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية ونشاطات الصيد البحري. فأما مصطلح الخدمة فجاء تعريفه في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته 3 الفقرة 16 بأنها: "الخدمة: كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة". ومما يدخل في نشاط الخدمات مثلا الصيانة والتصليح.

كما أضيفت الصفقات العمومية لتخضع لقواعد قانون المنافسة بموجب القانون 12-08 المعدل والمتمم للأمر 03-03. والصفقة العمومية تعرف من خلال نص المادة 2 من القانون رقم 12-23¹⁹ الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالصفقات العمومية بأنها: "الصفقات العمومية هي عقود مكتوبة، تبرم بمقابل، من قبل المشتري العمومي المسمى "المصلحة المتعاقدة"، مع متعامل اقتصادي واحد أو أكثر والمسمى "المتعامل المتعاقد" لتلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال واللوازم والخدمات والدراسات، وفق الشروط المنصوص عليها في هذا القانون وفي التشريع والتنظيم المعمول بهما".

وتخضع الصفقة العمومية لقواعد قانون المنافسة من بدء نشر إعلانها للحصول على متعاملين اقتصاديين لتنفيذ مضمون الصفقة إلى غاية منحها نهائيا إلى أحد هؤلاء المتعاملين.

¹⁹ قانون رقم 12-23، مؤرخ في 18 محرم عام 1445 الموافق 5 غشت سنة 2023، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالصفقات العمومية، جريدة رسمية عدد 51، مؤرخة في 19 محرم عام 1445 الموافق 6 غشت سنة 2023.

وإذ غاية إخضاع الصفقات العمومية لقانون المنافسة هو ترشيد النفقات العامة التي تثقل كاهل الخزينة العمومية والحد من الممارسات السلبية وسوء تسيير المال العام وتكريس مبدأ الشفافية والمساواة وكذا مبدأ المنافسة²⁰.

إذن خلاصة لما أقرته النصوص القانونية السابقة الذكر فقانون المنافسة هو قانون النشاط الاقتصادي؛ حيث غايته ضبط نشاط المؤسسات التي تنشط في مختلف الأسواق مهما كانت طبيعة هذه المؤسسات عامة أو خاصة عدا ما استثنته الفقرة الأخيرة من المادة 2 من الأمر 03-03 فيما يخص عدم عرقلة أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العامة.

المطلب الثالث: النطاق الجغرافي لتطبيق قانون المنافسة

يستخدم على السوق التي تطبق فيها قواعد قانون المنافسة السوق المعنية (le marché concerné) أو السوق ذات الصلة (le marché pertinent).

وقد أعطى المشرع الجزائري في تعريفه للسوق من خلال المادة 3 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم بعدين؛ بعد سلمي وآخر جغرافي، هذا الأخير يمثل النطاق الجغرافي لتطبيق قواعد قانون المنافسة حيث نصت الفقرة ب من المادة المذكورة بأن؛ "السوق: كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لا سيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية". فالسوق الجغرافية تمثل الحيز المكاني أو المنطقة التي تقدم فيها المؤسسات سلعها أو خدماتها. فهي قد تكون سوقا محلية مثلا الأسواق الأسبوعية التي تعرفها المدن الجزائرية أو سوقا وطنية تكون أكثر اتساعا من الأسواق المحلية، أو سوقا إقليمية أو سوقا عالمية.

²⁰ نادية تياب، هنية احميد، 'تطبيق قانون المنافسة على الصفقات العمومية' بين النصوص القانونية والإشكالات التطبيقية-، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الوادي، المجلد 12، العدد 01، أبريل 2021، ص 601.

وتبرز أهمية تحديد السوق ببعديها عند تحديد وضعية هيمنة مؤسسة ما في سوق ما من عدمها وكذلك في مادة التجميعات الاقتصادية وهو ما سنراه في الفصل الثالث من هذه المحاضرة عند البحث في أحكام قانون المنافسة وآليات تفعيلها، حيث في الفصل الثاني سنتطرق إلى جملة من الآليات كُرسِت لحماية المؤسسة في مختلف الأسواق وأسسها القانونية غالبا من القواعد العامة؛ أحكام المسؤولية التقصيرية.