

مقدمة الفصل التمهيدي:

إن الأغلبية الساحقة من الاقتصاديين و القانونيين يرون بأن المنافسة هي ظاهرة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها لأي سبب من الأسباب ،و ذلك لما لها من تأثير إيجابي على الصناعة و التجارة .

وبما أن قواعد المنافسة مهمة لدرجة كبيرة بالنسبة للقطاع الاقتصادي ،فإن تحديد ماهيتها من جهة ،ثم سن القواعد التي تحكمها و تضبطها من جهة أخرى ،و بالإضافة إلى ضرورة تحديد سياسة تنافسية ،من شأنه أن يحقق الفعالية الاقتصادية المرجوة و دفع عجلة التنمية إلى الأمام.

وما ينبغي التأكيد عليه أن عملية المنافسة ليست غاية في حد ذاتها ،ولا يمكنها في جميع الأحوال أن تضمن لوحدها التطور الاقتصادي المنشود .وكقاعدة عامة يمكن القول أنها فقط تشكل الوسيلة المثلى للقيام بذلك .

وعليه فإننا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم المنافسة (المبحث الأول) ، ثم إلى حمايتها في (المبحث الثاني) ،وكذا خصوصيات قانون المنافسة الحالي و نطاق تطبيقه ، وفي الأخير أسباب و محددات سياسة المنافسة (المبحث الرابع).

المبحث الاول: مفهوم المنافسة

في اطار الإصلاح الاقتصادي اتخذت الحكومة الجزائرية مجموعة من السياسات و الإجراءات من أجل زيادة قدرة و كفاءة فاعلية الاقتصاد الوطني، وفقا لآليات السوق من أجل حماية المنافسة و منع الإحتكار، حيث يعتبر مبدأ حرية التجارة و الصناعة أساسا قانونيا لحرية المنافسة، و يعد هذا المبدأ انعكاسا واضحا للأفكار الليبرالية التي جاءت بها الثورة الفرنسية، إذ يعود أصله إلى القانون الفرنسي في 17/03/1791. فبعد سنة 1988 عرفت الجزائر تحولات اقتصادية هامة فأصدرت عدة قوانين، فأول قانون أصدرته هو قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار¹، إلا أن أول قانون نظم المنافسة بصفة شاملة هو قانون 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995²، كما أصدرت القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أغسطس 2010 المعدل و المتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة³، و التي تعتبر من أهم آليات النشاط التجاري و الاقتصادي و التي تهدف إلى تحقيق جودة المنتج وتقديم خدمة أحسن للعميل بالسعي إلى تخفيض الأسعار. فقيام المنافسة يعد كعامل منشط للإنتاج على أن تكون المنافسة في الحدود المرسومة لها⁴. و عليه فإنه سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تعريف المنافسة و تطورها التاريخي و من ثمة تحديد أهداف المنافسة و حدودها وفي الأخير الأساس القانوني لحرية المنافسة.

¹ قانون 89-12 المتعلق بالأسعار، مرجع سابق.

² الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

³ الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق .

⁴ د.أحمد محمد محرز، فكرة الملكية التجارية و وسائل حمايتها، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1989، ص11.

المطلب الأول: تعريف المنافسة و تطورها التاريخي

الفرع الأول: تعريف المنافسة

أولاً: **المنافسة في الاصطلاح اللغوي:** المنافسة في اللغة ، هي نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق¹، و بمعنى آخر هي الكفاح بين الأقران أو النظراء (مثلا بين تاجر و آخر) من أجل الحصول ونيل المنافع.

و المنافسة أيضا، كل شيء نفيس، أي يتنافس فيه و يرغب... و النفيس و المنفس: المال الذي له قدر و خطر، و كما يقال شيء مرغوب فيه يقال أيضا شيء منفس فيه، و نافست في الشيء منافسة و نفاسا إذا رغبت فيه². و منه قوله تعالى في سورة المطففين <<... وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ>> (الآية 26)، أي كما قال الإمام القرطبي -رحمه الله- و في ذلك فلترغب المتراغبون³، و في الحديث قوله صلى الله عليه و سلم : <<.. فو الله ما الفقر أخشى عليكم و لكني أخشى أن تبسط الدنيا عليكم كما بسطت على من قبلكم، فتنافسوها كما تنافسوها فتهلككم كما أهلكتهم>> متفق عليه⁴.

من هنا نخلص إلى أن المنافسة و التنافس لغة يدور معناهما بين ارتفاع القيمة و المبالغة في الشيء و الترغيب فيه و التسابق إليه، على نحو الاستحقاق و بذل الجهد في سبيل التفوق.

أما من الناحية الشرعية ، فيلاحظ أن الفقهاء رحمهم الله لم يضعوا للمنافسة تعريفا اصطلاحيا، و لعل ذلك يرجع إلى عدة أسباب نذكر من بينها:

¹ المعجم الوجيز، إصدار بجمع اللغة العربية، الطبعة الأولى، 1980.

² محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، طبعة أولى ، الجزء السادس ،(بدون سنة الطباعة) ، ص233.

³ الإمام أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن، دار الكتاب العلمية، بيروت، الطبعة الخامسة ، 1996 ، ص 214 .

⁴ رواه ابن ماجه، سنن ابن ماجه، دار التفكير ،بيروت ،الجزء الثاني،(بدون سنة الطباعة)، ص 132، و الترمذي، جامع الترمذي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، الجزء الرابع ،(بدون سنة الطباعة)، ص640.

1. وضوح معناها اللغوي الذي يتضمن التسابق و التباري المشروع.
 2. أنها أمر عاشه المسلمون في جميع المحالات (فهم يتنافسون في أعمال الخير، و العبادة و الجهاد بالنفس و المال... بالإضافة إلى الأعمال الدنيوية أيضا).
 3. استيعاب المسلمين للمفاهيم الإسلامية ممثلة في الأوامر و النواهي الشرعية التي تحت على جلب البضائع و السلع و تنهي عن احتكارها¹.
- إلا أن بعض الفقهاء حاولوا على ضوء هذه الاعتبارات السابقة صياغة تعريف اصطلاحي شرعي للمنافسة التجارية، حيث تم تعريفها بأنها: >> تسابق التجار و المنتجين على بذل غاية جهدهم في سبيل جلب و إنتاج أجود السلع و البضائع و المنتجات بالسعر المناسب و بما يحقق مصالح المستهلكين، وفقا للقواعد و الأصول الشرعية>>².

ثانيا: المنافسة في الاصطلاح القانوني

إذا نظرنا إلى المنافسة نظرة عمودية أي كنمط لتنظيم المجتمع³، فيمكن القول بأنها عملية المواجهة Confrontation بين رغبات و توجهات ثلاثة أطراف معينة: المتعاملون الاقتصاديون من جهة في بحثهم عن أكبر ربح ممكن، و من جهة ثانية العمال و سعيهم للحصول على أعلى راتب و أخيرا المستهلكون و رغبتهم الدائمة في إشباع حاجاتهم المادية أو الخدماتية بأقل تكلفة. و إن شئنا اختزال هذا كله، يمكننا أن نقول : إنها تمثل أحسن علاقة ممكنة بين كل من السعر و الجودة⁴.

فمن الجانب الاقتصادي، تعرف المنافسة على أنها وضع تتزاحم فيه المنشآت الاقتصادية (المنتجون أو التجار) في عرض (إنتاج أو تسويق) نفس المنتج السلعي أو الخدمي داخل نفس السوق من أجل الربح،

¹ تيورسي محمد، قواعد المنافسة و النظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2010-2011، ص 11.

² د. الهادي السعيد عرفه، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، عدد 29، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، أبريل 2001، ص 192.

³ د. الهادي السعيد عرفه، مرجع سبق ذكره، ص 193.

⁴ تيورسي محمد، قواعد المنافسة و النظام العام الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

وذلك من خلال محاولة كل منهم جذب أكبر عدد من العملاء. وهي الوضعية التي تقابل وضعية الاحتكار التي تتميز بهيمنة اقتصادية لا يتحقق معها ظروف المنافسة الحرة.

أما من الجانب القانوني فتعرف المنافسة على أنها التنافس بين عدة متعاملين اقتصاديين، في نفس السوق بغية الوصول إلى الزبائن قصد إشباع حاجاتهم من المنتجات و الخدمات، ويرى لورد دينغ أن كل فرد في المجتمع مخول للاشتغال بأي عمل و بأية طريقة، يعتقد أنها تحقق مصلحته، شريطة ألا تكون مخالفة للقانون، باعتبار أن كل كل عقد يعيق حريته في التجارة و العمل، و يقيد في تجارته لمصلحة آخرين يعتبر إعاقة للتجارة. و يلاحظ أن هذا التعريف لا يركز على تعريف المنافسة في ذاتها، و إنما يبين فقط ما بعرقها. و تعرف المنافسة أيضا، بأنها التسابق إلى عرض السلع و الخدمات، رغبة في الانفراد بالمستهلكين¹. ولذا فإننا نميل إلى التعريف الذي قدمه مجلس المنافسة الفرنسي، الذي يرى أن المنافسة هي طريقة للتنظيم الاجتماعي حيث تؤدي مبادرة الأعوان الاقتصاديين الغير ممرضة إلى ضمان الفعالية المثلى في تخصيص الموارد النادرة للمجموعة. و هذا التعريف، حسب رأينا ينظر إلى المنافسة نظرة واسعة و شاملة تتجاوز مجرد ما يملكه العون الاقتصادي من حق في الاشتغال في العمل الذي يحقق مصلحته و منافسة غيره في نفس العمل، إلى المجالات و الأهداف البعيدة للمنافسة، باعتبارها أساسا للتنظيم الاقتصادي و الاجتماعي للدولة ، و منهاجا لإحداث التوازن الضروري و الفعال ، لاستغلال الموارد و عناصر الإنتاج العائدة للمجموعة ، و تأمينها و المحافظة عليها من أي تبذير أو تضييع².

و عليه فإن المنافسة تعتبر وسيلة لبلوغ التقدم التقني و الاقتصادي ، و ذلك في حال توفر شروط قيامها و المناخ الملائم لها غير أنه في حال غياب تلك المتطلبات ، تبقى تبقى المنافسة عاجزة عن تحقيق الوظائف المنوطة بها ، مما يستدعي إحلال وسائل أخرى محلها لتحقيق الأهداف السابقة.

¹ د. أحمد عبد الرحمن الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، مجلة الحقوق، الكويت، العدد الرابع، 9951، ص 380.

² د. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 02-04، دار بغداد للطباعة و النشر، الجزائر، 2010، ص 10، 11.

الفرع الثاني: التطور التاريخي للمنافسة

إن التفاعلات و الأعمال المختلفة التي قام بها الإنسان و مارسها منذ القدم ، أدت إلى ظهور المنافسة، و التي تعتبر من سنن الفطرة الكونية للبشر و الناتجة عن غريزة حب التفوق ، و هي من الحقوق الطبيعية له ، و قد لازمت هذه المنافسة النشاطات الاقتصادية بالخصوص حتى اتصفت بأنها أحد الشروط اللازمة لاحترافها . حيث عرفت المنافسة عدة تغييرات بداية بالنظام الإسلامي ، أما في الجزائر فقد عرفت بعد الإستقلال عدة قوانين، إلا انها لم تسن هذه القوانين بصفة صريحة إلا في بداية الثمانينات و ذلك بصور عدة مراسيم.

أولاً: تطور المنافسة في النظام الإسلامي:¹

لقد اهتم هذا النظام بتنظيم المنافسة و التسعير في مجال الاقتصاد الإسلامي، حيث أن المنافسة الحرة كانت هي الأصل ، و لكن هذا الأخير كان مقيدا و ليس مطلقا.

فقد استقر الفقه الإسلامي على عدم جواز التعسف في استخدام الحق، فإذا كان ثمة ضرر يمكن أن يلحق بالغير ، يكون على صاحب الحق أن يوازن بين المصلحة المشروعة التي يريد الحصول عليها و بين الضرر الذي يترتب على استعماله لحقه، و عليه يكون النظام الإسلامي قد استند إلى قاعدة <<أن الضرورات تبيح المحظورات>> و قاعدة <<رفع الحرج عن الناس شرعا>> فسعر السوق إذا في الدولة الإسلامية هو السعر الجاري طبقا لحالة المنافسة الحرة شريطة أن لا يؤدي هذا إلى الإضرار حيث يوجب الإسلام بأن تكون هذه المنافسة بناءة أي ايجابية تؤدي إلى زيادة الكفاية الإنتاجية حيث أنها لم تقم بمنع الاحتكار إلى جانب سعر المنافسة الحرة بالنسبة للسلع التي لا يمنع التشريع الإسلامي احتكارها ،و التي لا تؤدي إلى الإضرار بمجموع الناس، فهي بهذا أعطت مطلق الحرية في حدود المصلحة الشرعية.

¹ د.معين فندي الشناق، الاحتكار و الممارسات المقيدة للمنافسة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص43،44. (بتصرف)

ثانيا: تطور المنافسة في العصر الحديث

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ظهرت ثلاث عوامل رئيسية تستدعي قيام الدول الصناعية لتنظيم الاقتصاد العالمي لفترة ما بعد الحرب، و هي تتمثل في تحديد سعر الصرف لل عملات و إعادة الاعمار و تنظيم التجارة العالمية في السلع، ففي عام 1944 وضعت خطة من طرف الحلفاء للاستجابة لهذه المطالب و تم على ضوء ذلك استثناء ثلاث منظمات عالمية هي : صندوق النقد الدولي، البنك الدولي للاستثمار و التعمير و منظمة الجات التي تهدف إلى تحديد التجارة عن طريق تخفيض الحواجز الجمركية، و المساهمة في إيجاد اقتصاد متحرر الجوانب، وفي عام 1980 كان واضحا للمهتمين بالتجارة العالمية أن اتفاقية الجات لا تتوافق مع ضخامة وحجم التجارة العالمية، و في عام 1986 بدا ما يعرف بجولة الأوروغواي و استمرت إلى عام 1994 التي تم من خلالها اقتراح إنشاء منظمة التجارة العالمية¹.

ثالثا: تطور المنافسة في القانون الجزائري²

لقد كانت الأوضاع التي عاشتها الجزائر منذ أواخر الثمانينات المحرك الأساسي و الفعال لإحداث التغييرات اللازمة، و التي كان لابد لها أن تشمل الميادين الاجتماعية السياسية و الاقتصادية على حد سواء، إلا أن الأوضاع في الميدان الاقتصادي كانت تخضع لعناصر تأثيرية خارجية، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر، حيث كان تشجيع القطاع الخاص و زيادة مشاركته بشكل كبير في النشاط الاقتصادي أحد المحاور الأساسية في إجراء الإصلاح الهيكلي و التي تهدف إلى الحد من احتكار القطاع العام لمعظم جوانب النشاط الاقتصادي، و في اطار هذه السياسة صدر القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12/01/1988 المتعلق بالقانون التوجيهي الخاص بالمؤسسات العمومية الاقتصادية، و الذي أعطى لها الاستقلالية القانونية و المالية و وفر لها قدر كبير من الحرية بهدف تحقيق اللامركزية في اتخاذ القرارات، و في نفس الإطار جاء قانون 88-02 ليسهل عملية الانتقال إلى اقتصاد السوق و تجنب معوقات التسيير المركزي البيروقراطي، و طبق

¹ معين فندي الشناق، الاحتكار و الممارسات المقيدة للمنافسة، مرجع سابق، ص48،49.

² د. منصور الزين، دور الدولة في تنظيم المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق، حالة الجزائر، مجلة الأبحاث الاقتصادية و الإدارية، العدد 11، جامعة البليدة، جوان 2012، ص31.

أول برنامج للخصوصية بمساعدة من البنك الدولي في أبريل 1996 بحيث يصبح الهدف هو تحقيق الفعالية الاقتصادية، و كذا انتهجت هذا الاتجاه الجديد الذي يكرس مبدأ حرية التجارة و الصناعة و تجلت هذه العزيمة بصفة واضحة في دستور 1989، و ترك تحديدها وفقا لقواعد السوق، و بالفعل تدخل المشرع بعد ذلك سنة 1989، بموجب القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 و المتعلق بالأسعار و الذي كان تمهيدا لصدور قانون خاص يتعلق بالمنافسة و الذي ذكر بعض الممارسات المنافية للمنافسة و بين عدم مشروعيتها.

و في سنة 1995 تدخل المشرع بموجب الأمر 95-06 المؤرخ في يناير 1995 واضعا القانون المتعلق بالمنافسة، و هذا الأخير لم يظهر كقانون لحرية المنافسة بقدر ما برز كجملة من القواعد القادرة على تصدي التصرفات المحظورة في نظر قانون المنافسة، و ذلك ضمن ما يسمى << بالنظام العام الاقتصادي >> القائم على الحرية الاقتصادية و لكن ضمن ضوابط تضمنت الحد من كل الممارسات غير المشروعة، و بذلك اعتبر الأمر 95-06 من النصوص السباقة التي اعترفت ضمنا بمبدأ حرية التجارة و الصناعة قبل أن يكرسها صراحة دستور 1996¹. مع الإشارة أنه قد تم الاعتراف ضمنا بهذا المبدأ بمقتضى المرسوم التشريعي 93-12 المتعلق بالاستثمارات، حيث نصت المادة 3 منه على أنه << تتجز الاستثمارات بكل حرية مع مراعاة التشريع و التنظيم المتعلقين بالأنشطة المقننة >>²، مما يسمح بإزالة العوائق التي من شأنها التشكيك في إدارة الدولة نحو التوجه إلى ترسيخ الليبرالية في النظام الجزائري، كل هذا مع مراعاة متطلبات الضبط الاقتصادي الذي لا يجسد غياب الدولة و سلطتها في ضبط ممارسة النشاط الاقتصادي.

فقد ارتكز الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة على تحديد نطاق تطبيقه من حيث الأشخاص و النشاطات من جهة، كما حدد من جهة أخرى الجهة المختصة بتطبيقه، إلا أنه لم يترك الاختصاص بشأن القضايا المتعلقة بالمنافسة للهيئات الاقتصادية ولا للهيئات الإدارية المركزية المتمثلة في مصالح الوزارات المعنية، و إنما سار

¹ أنظر نص المادة 37 من الدستور 1996 المعدل و المتمم، ج ر رقم 76، المؤرخة في 08 ديسمبر 1996.

² المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمارات، الجريدة الرسمية رقم 46، المؤرخة في 10 أكتوبر 1993.

في اتجاه إيجاد هيئة متخصصة تهتم بكل القضايا المتعلقة بالمنافسة، و تضم أعضاء تابعين لأسلاك مختلفة تم تسميتها بمجلس المنافسة.

غير أن هذا الأمر في الواقع لم يدم طويلا، ذلك لأن التطورات حدثت بشكل متسارع أوجدتها تلك النقلة للنمط الاقتصادي، قد أثارت إشكال بالاختصاص في مجال المنافسة، هذا ما أدى بالمشروع الجزائري إلى إصدار أمر جديد و هو الأمر رقم 03-03¹ الذي يلغي بعض أحكام الأمر القديم و ذلك تفاديا للنقائص الموجودة فيه بغية إعطاء السوق دوره الحقيقي و تكريس طابعه التنافسي و قد كان أهم ما جاء به في هذا الشأن هو فصله بين تلك الأحكام المتعلقة بالمنافسة و تلك الماسة بنزاهة التجارة.

و في سنة 2008 أصدر قانون رقم 08-12 ليلغي و يعدل به بعض أحكام قانون رقم 03-03 ، حيث ما جاء فيه هو حرية الأسعار و حرية التجارة، و تحدث عن المنافسة غير المشروعة، و دور مجلس المنافسة في تنفيذ الجزاءات التي ترد على هذه الأخيرة، و هنا نجد أن قانون المنافسة الجزائري مرن حيث يتماشى و يعدل طبقا للظروف الاقتصادية و في 9 فبراير 2010 أعلن وزير التجارة الجزائري أن الحكومة بصدد إصدار قانون جديد للمنافسة يعدل به القانون السابق، حيث أن قانون المنافسة الجديد يسمح للحكومة بالتدخل من أجل تسقيف اسعار المواد واسعة الاستهلاك ومنع استعمال حرية الاسعار، لذا صدر القانون 05-10 و الذي عدل كذلك بعضا من أحكام قانون رقم 03-03.

¹ الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة ، مرجع سابق.

المطلب الثاني: أهداف المنافسة و حدودها

الفرع الأول: أهداف المنافسة

تهدف المنافسة إلى تحقيق الكفاءة الاقتصادية التي تعني توفير السلع و الخدمات بأقل الأسعار و أفضل نوعية، و البحث الدائم عن فرص للتميز و التفوق للمتنافسين، مما يترتب عليه زيادة الإنتاجية، و تحسين القدرة التنافسية للمنتجين و التجار، مما يساعد على النمو الاقتصادي و الرفع من المستوى المعيشي لأفراد المجتمع، و تساعد المنافسة على إيجاد اقتصاد مفتوح، حسن التنظيم يسمح للمؤسسات بالانخراط في المنافسة بالأسواق الدولية.¹

و لتحقيق مزايا المنافسة و فضائلها، يتطلب الأمر تشجيعها و تنميتها و توسيعها إلى مختلف القطاعات الاقتصادية، و محاربة الأساليب و الممارسات التي تقيدتها و تحد من مفعولها.²

و قد حددت المادة الأولى من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة الأهداف التي يرمي إليها، حيث نصت على أنه <<يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسة مقيدة للمنافسة و مراقبة التجميعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية و تحسين ظروف المعيشة للمستهلكين>>.

و الجدير بالذكر أن حماية المنافسة لتحقيق الأهداف المشار إليها في المادة السابقة لا تعتبر كافية، لذا تدخل القانون لمحاربة ممارسات أخرى، حتى و إن كانت تمس بالمنافسة في مستوى السوق على نطاق عام و واسع، إلا أن قدرتها على إلحاق ضرر معين و محدود بالمنافسين و المستهلكين، جعل المشرع يمنعها في القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت المادة الأولى منه على أنه <<يهدف

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية ، مرجع سابق، ص 11.

² محمد الشريف كتو، أهداف المنافسة الحرة، مداخلة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، نوفمبر 2009، ص03.

هذا القانون إلى تحديد قواعد و مبادئ الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء و المستهلكين و كذا حماية المستهلك و إعلامه<>.

و من خلال النصين السابقين نلاحظ أن الوظائف و الأهداف التي عقدها المشرع للمنافسة الحرة تتمثل إجمالاً في محاربة الممارسات الاحتكارية المختلفة و تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين و المحافظة على حقوق المؤسسات و الأعوان الاقتصاديين .

الفرع الثاني: حدود المنافسة

إذا كانت المنافسة تهدف إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية، و تحسين معيشة المستهلكين و ذلك اعتماداً على آليات السوق و قانون العرض و الطلب، فإنه قد يلاحظ في بعض الأحيان، أنه لا يمكن لها و لآليات السوق إحداث الآثار المطلوبة منها و تحقيق الأهداف المسطرة لها، مما يتطلب تدخل أجهزة الدولة لإقرار التوازن المطلوب للسوق، باستعمال بعض الوسائل و الآليات رغم كونها منافية للمنافسة الحرة و قانون العرض و الطلب، و يمكن ذكر حالتين تستدعيان تقييد العمل بقانون المنافسة و هما حالة التركيز الطبيعي للأسواق و حالة تعارض نتائج السوق مع أهداف السياسة الاقتصادية و الاجتماعية للدولة¹. و لعل الإجراءات الجديدة التي اتخذها المشرع بمقتضى القانون رقم 10-05 و القانون رقم 10-06 تدخل في هذا الإطار².

أولاً: حالة الاحتكار الطبيعي للأسواق - من المعلوم أن إخضاع النشاط الاقتصادي إلى التقييد و التقنين يعد متناقضاً مع المنافسة و اقتصاد السوق، غير أنه توجد اعتبارات معينة تستدعي تقييد المنافسة الحرة في قطاع نشاط اقتصادي معين و ذلك في حالة المرافق العامة الأساسية.

¹ هناك حالات أخرى لتدخل الدولة المباشر في الاقتصاد، مثلاً: ضعف المنافسة و غيابها في قطاع من القطاعات الاقتصادية.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص12، 13.

و بذلك يكون مثل هذا القطاع محكوما من جهة بقواعد المنافسة، حيث انه مفتوح على المنافسة، بقدر معين، و من جهة أخرى بقواعد و اعتبارات تدخلية. و يكون ذلك عند وجود تركيز طبيعي للسوق، كما هو الحال في أنشطة بعض المرافق العامة، كخدمات البريد و المواصلات و الكهرباء و الغاز و المياه¹.

و في مثل هذه الحالة، يكون الضبط و التنظيم مطلوبين لمنع استغلال صاحب الاحتكار أو البائع للقوة السوقية، التي يتمتع بها لفرض أسعار فاحشة أو تقليل عرض السلعة أو الخدمة لتحقيق أكبر الأرباح على حساب المستهلكين. فمثلا في مجال نقل الكهرباء، فان الشركة العاملة في هذا الميدان تبقى هي المالكة الوحيدة لشبكة النقل و لمنشآتها المختلفة، لكن في مقابل هذه الملكية، يفرض عليها قانون الضبط مجموعة من الالتزامات، أهمها وجوب فتح شبكة النقل للمنتجين و البائعين لصرف إنتاجهم من الكهرباء².

و يعرف الضبط على انه كل إجراء أيا كانت طبيعته، صادر عن أية هيئة عمومية يهدف بالخصوص لضمان توازن قوى السوق، و حرية المنافسة و رفع القيود التي بإمكانها عرقلة الدخول إليها وسيرها المرن، و كذا السماح بالتوزيع الاقتصادي الأمثل لموارد السوق بين مختلف أعوانها و ذلك طبقا لأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة³.

ثانيا:⁴ تعارض نتائج السوق مع أهداف السياسة الاقتصادية و الاجتماعية - قد تستدعي بعض الاعتبارات تدخل أجهزة الدولة في قانون المنافسة، و تعطيل قانون العرض و الطلب، و توقيف العمل بمبدأ حرية الأسعار، و لو كان ذلك بصفة مؤقتة، و هذا إذا اقتضت المصلحة العامة هذا التدخل إذ قد يمر السوق فعلا ببعض الاضطرابات أو تحدث كوارث و أزمات في التمويل، و تستدعي وقف العمل بالمنافسة مؤقتا،

¹ قانون رقم 03-2000 مؤرخ في 05 غشت سنة 2000، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، ج ر عدد 48 سنة 2000. قانون رقم 05-12 مؤرخ في 04 أوت 2005، يتعلق بالمياه، ج ر عدد 60 لسنة 2005.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص13.

³ راجع الفقرة هـ من المادة 3 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم.

⁴ محمد الشريف كتو، مرجع سبق ذكره، ص14.

و ذلك إلى غاية زوال الطرف أو الأزمة التي يمر بها السوق، لتعود بعدها قواعد المنافسة إلى التطبيق و العمل بها. ومن أمثلة هذه الحالات، فقد نصت المادة 5 من الأمر 03-03 المعدل على أنه <<تطبيقاً لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش و أسعار السلع و الخدمات أو الأصناف المتجانسة مع السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم،

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية و ذلك للأسباب الرئيسية الآتية:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع و الخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع، في حالة اضطراب محسوس للسوق ،
- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط و غير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية>>¹.

و يلاحظ أن القانون 05-10، قد حذف العبارة التي ذيلت بها هذه المادة في الأصل و هي:

<< تتخذ هذه التدابير الاستثنائية عن طريق التنظيم لمدة أقصاها 06 أشهر قابلة للتجديد بعد أخذ رأي مجلس المنافسة>> و ذلك لإطلاق يد الحكومة في التدخل في تحديد الأسعار و تحديد هوامش الربح و تسقيف الأسعار دون استشارة مجلس المنافسة.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية ، مرجع سابق، ص15.

المطلب الثالث: الأساس القانوني لحرية المنافسة

إن المنافسة حرية من الحريات الاقتصادية و تعني حق الدخول إلى السوق أو ممارسة حرية العرض دونما قيود بما حاصله حظر تكوين عوائق لدخول تجار منافسين إلى السوق أو إقصاء منافسين من السوق¹. و أدخلت إلى المجال القانوني بواسطة مبدأ شهير هو مبدأ حرية التجارة و الصناعة، الذي أقره لأول مرة في الجزائر دستور 1996 و أضيف بذلك شرعية دستورية لحرية ممارسة الأعمال التجارية و الصناعية و الحرفية و غيرها حيث نصت المادة 37 منه على أن >> حرية التجارة و الصناعة مضمونة و تمارس في إطار قانوني<<².

و يعد هذا المبدأ انعكاسا واضحا للأفكار الليبرالية التي جاءت بها الثورة الفرنسية³، ولهذا يشكل هذا المبدأ دعامة قانونية أساسية للنشاط الاقتصادي الحر. و التصور الأصلي لمبدأ حرية التجارة و الصناعة يعني حرية الوصول إلى الحرف و المهن المختلفة، التي يرغب الأفراد في ممارستها، ومن أجل ذلك يفرض على الدولة و أجهزتها عدم التدخل في الاقتصاد و مزاحمة الخواص كما يمنع عليها تقييد حرية مزاوله الأنشطة إلا في حدود ضيقة⁴.

¹ عبد اللطيف هداية الله، حرية الأسعار و المنافسة من منظور الشريعة الإسلامية، المجلة المغربية لقانون اقتصاد التنمية، عدد خاص بنقود الأسعار و المنافسة، بين حرية المقاول و حماية المستهلك، العدد 49 سنة 2004، ص 21.

² محمد الشريف كنو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 15.

³ ظهر مبدأ التجارة و الصناعة في فرنسا في أعقاب الثورة الفرنسية التي نادى باحترام حقوق الإنسان الأساسية بما فيها حرية التجارة و ذلك كرد فعل على النظام القائم و الذي يركز على استئثار بعض الهيئات و الطوائف بالتجارة و الصناعة و الحرف دون غيرها من الأشخاص مما جعل الدولة تتدخل لمنع تقييد التجارة و الصناعة، لان من الضروري أن تؤدي مبادئ الحرية و المساواة التي تم إعلانها في 14-17 مارس 1791 يقضي بان لكل شخص D'allarde إلى إلغاء الطوائف و الهيئات و قد صدر مرسوم من اقتراح النائب حرية ممارسة التجارة أو امتحان أي نشاط أو فن أو حرفة يريدها في مقابل دفع ضريبة، و قد أكد قانون Le Chapelier فتح المجال للمبادرة الخاصة بمنع أي شكل من أشكال التكتل أو التجمع و قد تم تكريس هذه الأحكام بعد ذلك في دساتير فرنسا للسنوات 1793 و 1795 و 1845. أما الدساتير التي صدرت بعد ذلك فلم تنص على المبدأ صراحة و إنما أشارت إلى ذلك ضمنا بالإحالة إلى إعلان

حقوق الإنسان و المواطن لسنة 1789، مثلما فعل دستور 1958 .

⁴ محمد الشريف كنو، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .

غير انه يلاحظ أن هناك اعتبارات كثيرة (على سبيل المثال غياب الاستثمارات في بعض القطاعات لضعف المردودية فيها) التي قد تستدعي تدخل الدولة في الاقتصاد و بعدم الاكتفاء بدورها التقليدي، الذي ينحصر في حماية الحريات، والقيام بوظائف الأمن و الدفاع و القضاء، مما جعل مبدأ حرية التجارة و الصناعة عرضة للمساس به و تقييده من قبل السلطات العامة¹.

و الجدير بالذكر أن حرية التجارة و الصناعة بالمفهوم السابق، مقررّة أيضا في الشريعة الإسلامية الغراء، فنجد أن الرسول صلى الله عليه و سلم يقول: <<دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض>>² مما يعتبر دعوة صريحة إلى إفساح المجال للمبادرة الخاصة و التنافس الشريف في مجالات النشاط البشري، في مقابل منع أية عوائق أو حواجز تقف أمام حرية العمل و التجارة و المنافسة، و لكن يلاحظ انه لايجوز أن يؤدي إعمال مبدأ الحرية الاقتصادية إلى احتكار أو حبس المال عن الإنتاج أو صرفه على غير مقتضى العقل أو المغالاة في تحديد الأسعار³.

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2005، ص 29 وما بعدها.

² نيل الأوطار 5/16، أشار إليه الدكتور وهبة الزحلي، الفقه الإسلامي و أدلته، الجزء 3، دار الفكر، دمشق، 1991، ص 588، هامش 3.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 16 و 17.

المبحث الثاني: حماية المنافسة

إن قواعد المنافسة أول ما تهدف إليه في الأساس هو ضمان السير الحسن للسوق و تحقيق الفعالية، أو بمعنى آخر حماية هذه الأخيرة من كل الممارسات التي من شأنها المساس بهاتين الغايتين اللتين تبقيان في حد ذاتهما وسيلتين توصلان إلى غاية أكبر تتمثل في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلد على وجه الخصوص. ويظهر ذلك جليا من خلال حظر الممارسات التي يكون موضوعها أو من آثارها منع أو تضيق أو عرقلة الحرية التنافسية عموما في السوق. لكننا نقول أن هذه القواعد، وهي تقوم بهذه المهمة، تكون موجهة في ذات الوقت إلى ضمان السير الحسن للسوق و المنافسة، وإن شئنا التدقيق أكثر، فالغاية الأساسية من ورائها هي المحافظة على النظام لعام الاقتصادي.

و قبل التطرق إلى الحماية المقررة في القانون الجزائري ، لابد من الإشارة إلى أوجه الحماية المقررة في كل من الشريعة الإسلامية و القوانين المقارنة.

المطلب الأول: حماية المنافسة في الشريعة الإسلامية

من اللافت للنظر، أن الشريعة الإسلامية قد منعت مبكرا الصور التي ترمي إلى الغش و الخداع، وتضييق ممارسة حرية التجارة و المنافسة، و ذلك قبل أن تتدخل القوانين الحديثة لحظر الممارسات التي تزيّف المنافسة، و تشجيع الاحتكار و الهيمنة على الأسواق¹.

فقد اهتم الإسلام بالمنافسة اهتماما بالغا، إذ يحث التجار و المنتجين على التخلق بأخلاق إسلامية عظيمة، تهدف في مجملها إلى إيجاد سوق إسلامية تسودها المنافسة التعاونية الخيرة، التي تقوم على التعاون و تهدف إلى تحقيق الخير للجميع، كما حظر الإسلام، المنافسة غير المشروعة التي ترمي إلى تحقيق غايات و أهداف ذاتية محضة، فهي عن جملة من البيوع و التصرفات التي تلحق ضررا بالتجار و المستهلكين².

و تتجلى الحماية التي أوجدتها الشريعة الإسلامية السمحة لحرية التجارة و المنافسة في إقرار حرية الأسعار و منع التسعير و حظر الاحتكار الذي يتخذ أساليب و صور مختلفة³.

الفرع الأول: إقرار مبدأ حرية الأسعار

من الأمور التي حرص الإسلام على منعها، إعمالا للمنافسة الحرة و حماية لقانون العرض و الطلب، نجد أنه منع التسعير، الذي يعني وضع قيمة للسلعة بتدخل من ولي الأمر، فالشريعة الإسلامية تعمل بمبدأ حرية الأسعار ومنع التسعير، وذلك بترك أمر تحديدها للسوق، ولا تتدخل الدولة في تحديدها، و

¹ منير السيد، جرائم إساءة استعمال السلطة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1989، ص123.

² د.محمد أنور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار و الإغراق، دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية و القانون الوضعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص10.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص18.

كما هو متفق عليه بين الفقهاء، انه لا يسعر حاكم على الناس. و قد استدلل الفقهاء على ما ذهبوا إليه بحديث أنس ابن مالك الذي قال: >>غلا السعر على عهد رسول الله صلى الله عليه و سلم، فقالوا يا رسول الله لو سعرت، فقال إن الله هو القابض الباسط الرازق المسعر، و إنني لا أرجو أن ألقى الله عز و جل و لا يطلبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه في دم ولا في مال<< فالنبي لم يسعر بدليل أنه لم يجبههم إليه، و علل بكونه مظلمة والظلم حرام. وقد استثنى بعض الفقهاء كابن عرفة و الشافعي و غيرهما التسعير في وقت الغلاء. وأجاز المالكية و الحنفية للإمام تسعير الحاجيات، دفعا للضرر عن الناس، إن تعدى أصحاب السلعة عن القيمة المعتادة تعديا فاحشا¹.

و على حسب الأستاذ أحمد لسان الحق أنه إذا ثبت سعر الدولة فيجب احترامه، لان الأسعار، إما أن تحدد في إطار قانون العرض و الطلب فتصح المساومة، أو تتحدد بسعر الدولة، فيجب الرضوخ للقانون².

الفرع الثاني: منع الاحتكار

إن الاحتكار حسب الفقه المالكي، هو الادخار للبيع و طلب الربح بتقلب الأسواق، أما الادخار للقوت فليس من الاحتكار. و الاحتكار حسب ما عرفه فقهاء آخرون، يكون في حال الضيق و الضرورة لا في وقت السعة، وفي البلد الصغير عادة، ومن طريق الشراء و الامتناع عن البيع، مما يضر الناس، ولا يكون محتكرا بحبس غلة أرضه، و لا ما جلبه من بلد آخر، لان حق الناس بالموجود في البلد³.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص18.

² أحمد لسان الحق، منهج الاقتصاد الإسلامي في إنتاج الثروة و استهلاكها، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الفرقان للنشر الحديث البيضاء، 1987، مشار إليه في عبد اللطيف هداية الله، حرية الأسعار و المنافسة من منظور الشريعة الإسلامية، المجلة المغربية لقانون اقتصاد التنمية، عدد خاص بندوة الأسعار و المنافسة بين حرية المقاول و حماية المستهلك، العدد 49، 2004، ص19.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص19.

غير أنه و حسب متأخري الحنابلة¹ فإن الاحتكار الممنوع، يشمل أقوات الناس وقوت الحيوان و منافع الدور و الأرض و خبرات العمال و الفنيين و ذوي الاختصاص، من أصحاب المهن الحرة و النقّفين الأكفاء، و الصناعة و الفلاحة، و يشمل المحاماة و الصيدلة و الطب و الهندسة، وكل ما يضر الناس احتكاره و احتباسه².

و يلاحظ هنا أن التوسيع في دائرة الأموال و الخدمات التي يشملها الاحتكار الممنوع يتماشى في رأينا، مع آخر ما وصل إليه التشريع الحديث في محاربة الإحتكار، حيث أن مجال هذا التشريع يشمل نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات مهما كانت طبيعتها و مهما كانت صفة الشخص القائم بها.

الفرع الثالث: منع الممارسات التقييدية للمنافسة

إن التطبيق الإسلامي قد تنبه إلى خطورة بعض الممارسات و الأفعال على انسياب التجارة و سير قانون العرض و الطلب، فوقف لها بالمرصاد، بان يمنعها بغض النظر عن الصورة التي تختفي وراءها كما يتبين لنا ذلك من خلال الأمثلة التالية:

1. النهي عن الركبان: وقد نهى الرسول صلى الله عليه و سلم عن تلقي الجلب أو الركبان و هي

عادة كان العرب قد جروا عليها بان يذهب كبار التجار لتلقي السلع خارج المدينة قبل أن تدخل

السوق، و يقومون باستغلال حاجة جالبيها للمال أو جهلهم بالسعر السائد في السوق فيشترونها،

¹ ابن القيم الجوزية، الطرق الحكيمة، مطبعة المؤيد، سنة 1317. ذكره محمد أنور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار و الإغراق، دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية و القانون الوضعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 228.

² يتحقق احتكار الأعمال بأن يقوم بعض المشتركين في مهنة أو حرفة باستغلال من يحتاج إلى الإنتفاع بمهنتهم أو حرفتهم استغلالا سيئا و ذلك بان يقصروا أعمال هذه الحرفة أو المهنة في دائرتهم من أجل أن يحصدوا من وراء ذلك الكسب الكبير و يقومون في سبيل ذلك بقصر تعلم المهنة أو الحرفة على طائفة محددة يتعاون و يتحد أطرافها على رفع السعر ليضطر الناس إلى الخضوع لما يفرضون من الأجر على أعمالهم، وذلك لطمأنتهم بان من في حاجة إلى صنعهم و حرفتهم لا يستطيع أن يخرج عن دائرتهم و هذا يتحقق فيه معنى الاحتكار، محمد سلام مذكور، الاحتكار وموقف التشريع الإسلامي منه، ذكره د. محمد أنور حامد علي حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار و الإغراق، مرجع سبق ذكره، ص 277.

فإذا اطمأنوا لحيازتهم لكمية وفيرة من السلع الواردة غلوا في السعر، وقد روى البخاري عن نافع ابن عمر أنهم كانوا يشترون الطعام من الركبان على عهد النبي صلى الله عليه وسلم، فبعث إليهم من يمنعهم أن يبيعوه، حتى يردوه إلى رحالهم أي حتى يهبطوا إلى السوق، حتى تكون لديهم الخبرة الكافية بتسويق سلعتهم¹.

2. **النهى عن بيع حاضر لباد:** ونهى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن يبيع حاضر لباد، وقد

قيل لابن عباس رضي الله عنه ما معنى قوله لا يبيع حاضر لباد؟ قال لا يكون سمسارا فهذا منهى عنه لما فيه من ضرر للمشتريين².

3. **منع التواطؤ و الاتفاق على رفع أو خفض الأسعار:** تضمن الفقه منع مثل هذه الممارسات،

حيث تثار الحالة الأولى عندما يكون البائعون الأقلية يمتلكون نفس السلعة، فيقومون بالاتفاق على رفع سعر هذه الأخيرة طمعا في تحقيق الربح، ففي هذه الحالة يكون لولي الأمر أن يجبرهم على البيع بثمن المتل لما في تركهم على الاتفاق من ظلم و عدوان على الناس. أما الحالة الثانية فيقصد بها خفض الأسعار لما دون التكلفة الحقيقية الذي يحدده قانون العرض و الطلب والتي تتم من قبل طائفة ذات مركز اقتصادي قوي، وذلك حتى تتفرد بالسوق و تتحكم فيه. و قد ورد النهى عن خفض السعر لما فيه من إفساد على أهل السوق و خلق اضطرابات فيه، و أساس ذلك ثابت من رواية الدرداوي عن داود بن صالح التمار عن قاسم بن محمد عن عمر أنه مر بسوق المصلى فوجد من يبيع زيبيا دون الثمن السائد فقال له إما أن تزيد و إما أن ترفع من السوق، وقد نهى مالك عن حط السعر عمدا و ساوى بينه و بين رفعه³. وجاء في فتوى الدكتور عبد الله مبروك النجار أن التاجر حر في عرض سلعته للبيع بالسعر الذي يراه مربحا بالنسبة له، حتى و

¹ د. الدريني فتحي، بحوث في الفقه الإسلامي و أصوله، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994، ص 507.

² و الحاضر هو ساكن الحضر، وهو هنا السمسار الحضري الذي يتصدى البادي وهو ساكن البادية القادم منها لبيع بضاعته. راجع د. مصطفى منير السيد، جرائم إساءة استعمال السلطة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1989، ص 129، هامش 2.

³ د. مصطفى منير السيد، مرجع سبق ذكره، ص 129.

لو قل عن السعر الذي يعرضه غيره لتلك السلعة، إلا إذا قصد الإضرار به، متعمدا بهذا التصرف فيكون حكم عمله منوطا بقصده¹. و قد أجاز فقهاء الأحناف تدخل الحاكم في التسعير إذا حصل تعدي من قبل البائعين، حيث قالوا: إذا تعدى أرباب الطعام في القيمة تعديا فاحشا كان لولي الأمر أن يسعر عليهم².

4. احتكار الشراء و البيع: و تسمى هذه الحالة أيضا باحتكار الصنف، و تكون بصدد ذلك حينما تختص مجموعة معينة من الأشخاص، بشراء وبيع صنف معين، أي لا تباع تلك السلع إلا لهم، ولا تشتري إلا منهم، بما يفرضون من السعر تحكما و استغلالا³. وتعرف هذه الحالة الآن بالبيع و الشراء الحصريين.

و من خلال ما سبق يتبين لنا أن الفقه الإسلامي، قد منع كل الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة و التي تعطل قانون العرض و الطلب وذلك قبل أن تتطرق إليه التشريعات الحديثة التي تهدف إلى حماية المنافسة و الحد من الممارسات الاحتكارية. حيث قام النظام الإسلامي في مختلف الفترات التاريخية على تنظيم الحرية الاقتصادية و الحفاظ على مصالح المستهلكين و العملاء و كذا السير الحسن للأسواق.

¹ د. عبد الله مبروك النجار، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 244، أكتوبر 2001، ص 41، أشار إليه عبد اللطيف هداية الله، حرية الأسعار و المنافسة من منظور الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص 18.

² الزيلعي، تبين الحقائق، (28/6). الشوكاني، فتح القدير (492/8).

³ ابن القيم الجوزية، الطرق الحكيمة، مرجع سابق، ذكره محمد أنور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار و الإغراق، مرجع سابق، ص 228.

المطلب الثاني: حماية المنافسة في القانون

أن المنافسة هي القاعدة العامة في نظامها الاقتصادي، شريطة ارتباط ذلك بوسائل ضبط و تنظيم للعمل على تهذيب الظاهرة التنافسية، و ذلك لحماية كل من حرية التجارة و المنافسة و تقليص الأضرار المترتبة عليها¹. أو بعبارة أخرى يجب التوفيق بين إطلاق المنافسة مع تنظيمها كلما كان ذلك ضروريا. و هنا يجدر بنا تقديم لمحة مختصرة عن قوانين بعض الدول العريقة في مجال الاقتصاد، التي كرست مبدأ المبادرة الخاصة، و أضفت الحماية اللازمة للمنافسة الحرة، و بعد ذلك نتطرق إلى القانون الجزائري لمعرفة موقفه من هذه المسألة.

الفرع الأول: حماية المنافسة في القانون المقارن

لقد تضمنت دساتير كثير من الدول أحكاما لحماية المبادرة الخاصة و المنافسة الحرة، غير أن استعمال تلك الحرية مقيدة بضرورة عدم المساس بالمصلحة العامة، و مراعاة القوانين و الأنظمة، و لا سيما مراعاة قانون المنافسة الذي يقضي بعدم تجاوز حدود المنافسة المشروعة.

أولا: في الولايات المتحدة الأمريكية:² تخول المادة الأولى من الباب الثامن من الدستور الأمريكي الحكومة

سلطات واسعة في تنظيم الاقتصاد و التجارة، فيما بين الولايات و العالم الخارجي، و على الرغم أن الاقتصاد قائم في أمريكا، أساسا على المبادرة الحرة و تنظيم النشاط الاقتصادي من خلال أسواق اقتصادية مفتوحة، فإن ذلك لم يحل دون التدخل الحكومي بغية تحقيق أهداف اقتصادية محددة، بما في ذلك الحد من انتشار الاحتكار و حماية المستهلك، فقد حاولت الحكومة في سبيل المصلحة العامة إلغاء الإساءات

الاقتصادية الناتجة عن التركيز المفرط في قطاع الأعمال، علما بأن شركات صغيرة اندمجت مع بعضها،

¹ د. حسين محمد فتحي، الممارسات الاحتكارية و التحالفات التجارية لتفويض حريتي التجارة و المنافسة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص5. (بتصرف)

² وكالة الإعلام الأمريكية، هيكل الاقتصاد الأمريكي، 1992، ص111. أشار إليها محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 23، 2002، ص55.

فشكلت بذلك شركات كبرى، و عقد الكثير من الشركات اتفاقيات للحد من عرض السلع و رفع الأسعار، و استاءت أعداد كثيرة من الأمريكيين من التركيز المتزايد و المفرط للنشاط الاقتصادي، فطالبت بتصحيح الأوضاع، و على هذا الأساس، تدخل المشرع بمنع الممارسات الاحتكارية و فرض الأسعار، و تقييد التجارة و التلاعب بالأسهم و السندات. فصدر قانون شيرمان المضاد للاحتكار في سنة 1890، المعروف أيضا بتشريع أنتى تروست و الذي يمنع بمقتضاه أي شخص أو شركة من احتكار التجارة، أو التعاقد أو التجمع أو التواطؤ على إعاقتها أو تقييدها، بما يؤدي إلى القضاء على المنافسة، و بموجب هذا القانون تم تفكيك شركات كبرى كانت قد أساءت استخدام سلطتها الاقتصادية. و يلاحظ أن ورود نص القانون السابق في صيغة شديدة العمومية، جعلت المحاكم تستعين بقاعدة العقل La règle de raison لتمييز الممارسات الشرعية و غير الشرعية، و بناء على ذلك حصرت إعطاء الصفة غير الشرعية، للنشاطات و الممارسات التي تعيق التجارة إعاقه غير معقولة. و لهذا يمكن لشركة ما أن تمتلك أو تسيطر على أكثرية الإنتاج في صناعة معينة، ولكن إذا اعتبرت المحكمة أن تصرفها معقول، لم تجد مبررا لمعاقبة المؤسسة أو الشركة. وقد تدعم قانون شيرمان بقوانين لاحقة مثل قانون كلايتون و قانون هيئة التجارة الفدرالية، و تدعم أيضا بأحكام المحكمة العليا للولايات المتحدة، و التفسيرات الفقهية الهامة في هذا الشأن، ساهمت كثيرا في توضيح أحكام التشريعات السابقة، التي لم تقم بصياغة تعريف محدد للاحتكار.

ثانيا: في فرنسا: عرفت فرنسا المنافسة الحرة في زمن مبكر، وذلك كانعكاس واضح للنظرية الاقتصادية الليبرالية، التي انبثقت عن الثورة الفرنسية، و قد تكرست في المجال القانوني بموجب قانون دالارد و قانون شابيلي، كما كان لنص المدة 419 من قانون العقوبات الصادر في 1810 أثر بالغ في إلزام التجار بمراعاة قواعد المنافسة في معاملاتهم، بمنعهم من التحالفات و الاتفاقات التي ترمي إلى تقييد المنافسة و الحيلولة دون ظاهرة الاحتكار و تخزين الغلال و الحبوب بغرض رفع أسعارها في السوق.

غير أنه بعد الحرب العالمية سنة 1929، تراجعت الليبرالية الاقتصادية، و نمت نتيجة لذلك المرافق العامة، وتم تأميم بعض الشركات، و في خضم ذلك جاء الأمر الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بتنظيم الحياة الاقتصادية، وتم بموجبه وضع تنظيم خاص للأسعار، و أصبحت الحكومة تتخذ قرارات إجبارية في مجال الأسعار، فتراجعت المنافسة الحرة. غير أنه شيئاً فشيئاً و على إثر التعديلات الكثيرة التي مست الأمر الصادر في 1945، وتدعيمه بنصوص جديدة، لاسيما المرسوم الصادر في 24 جوان 1958 الذي يعاقب لأول مرة على رفض البيع و الممارسات التمييزية بين العملاء و حظر الاتفاقات، و تكليف جهاز بتطبيق هذه النصوص و هي اللجنة التقنية للاتفاقات، استعادت المنافسة مكانتها السابقة، وبدأ قانون المنافسة يتشكل من جديد، لاسيما بعد تدعيم الأمر الصادر في 1945 بقانون 2 جويلية 1963 المعدل في 1967 الذي يعاقب على الممارسات التعسفية للمؤسسات المهيمنة على السوق. و جاء بعد ذلك القانون الصادر في 1977 الذي يراقب لأول مرة التجميع لموافقة الهيئات المختصة، في حالة بلوغه نسبة معينة من حصص السوق. و آخر حلقة في تكريس المنافسة الحرة بصورة جذرية، جاء بها الأمر الصادر في 1 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار و المنافسة الذي يعبر بطريقة واضحة عن سياسة المنافسة في فرنسا، ومن خلاله تم إعادة الاعتبار للسوق، في مقابل تراجع دور الدولة في إدارة توجيه الاقتصاد، و أصبح دورها ينحصر في المحافظة على قواعد اللعبة في السوق و السير الحسن للمنافسة. وقد جعل القانون الجديد تحرير الأسعار شرطاً أساسياً للمنافسة، و أنشئت هيئة خاصة تدعى مجلس المنافسة، و التي أصبحت الآن تعرف بسلطة المنافسة Autorité de la concurrence و تتمتع بالاستقلالية في مجال محاربة الممارسات المنافية للمنافسة، بإصدارها عقوبات مالية على المخالفين أو توجيه تعليمات أو أوامر لهم بمراعاة متطلبات المنافسة، و تقديم الرأي و المشورة في مجال المنافسة للسلطات العمومية و المؤسسات و الهيئات المختلفة.

الفرع الثاني: حماية المنافسة في التشريع الجزائري

لم تكن التشريعات الجزائرية الصادرة بعد الاستقلال إلى غاية 1989 تتضمن موقفا واضحا و صريحا من المنافسة الحرة، باعتبارها أداة ووسيلة للإقلاع الاقتصادي و التنمية الشاملة، حيث أن التوجهات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية السائدة حينذاك، كانت تتعارض كلية مع مبادئ الحرية الاقتصادية و اقتصاد السوق، و بالتالي مع المنافسة الحرة¹.

1- التشريع الموروث عن العهد الاستعماري: رغم أن الجزائر واصلت العمل بالتشريع الفرنسي بعد الاستقلال، لاسيما الأمر الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بتنظيم الاقتصاد في فرنسا، الذي يمتد سريانه إلى الجزائر²، إلا أن تطبيقه من طرف الجزائر لم يكن شاملا، وإنما كان محصورا في مجال مراقبة الأسعار و مخالفات أخرى بسيطة، دون تطبيق لما له علاقة بتشجيع المنافسة و محاربة الممارسات المقيدة لها. ويدل هذا الموقف على أن المنافسة الحرة في الجزائر لم تكن محل اهتمام أو عناية من طرف السلطات العمومية، وربما كان ينظر إليها على أنها أداة مرادفة للاستغلال، و متناقضة مع الخيارات السياسية و الاقتصادية لذلك الوقت³.

2- قانون الأسعار لسنة 1975: تم إصدار أول قانون للأسعار و ذلك في سنة 1975 و الذي لم يتطرق إلى المنافسة الحرة و لا إلى حرية الأسعار، ولكنه كان يلزم المتعاملين الاقتصاديين بمسايرة الأسعار التي يتم تحديدها إداريا، بالإضافة إلى قمع مجموعة من المخالفات، كرفض البيع أو التعامل و البيع المقيد و المضاربة غير المشروعة و غيرها من الممارسات المرتبطة بالأسعار.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص25.

² Consultez: Loi N° 62-157 du 31déc 1962 Tendante à la reconduction jusqu'à nouvel ordre de la législation en vigueur au 31 déc 1962, JORA, N°02 du 11/01/1963.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص25.

3- قانون الأسعار لسنة 1989: بعد الفترة السابقة حدثت عوامل داخلية وخارجية جعلت الدولة الجزائرية تسترجع حساباتها و توجهاتها الاقتصادية،¹ الأمر الذي أجبرها إلى إجراء إصلاحات اقتصادية شاملة سنة 1988، حيث قامت بفتح المجال للاستثمار الخاص، و ألغت احتكار الدولة للنشاط الاقتصادي وتم تحرير التجارة الخارجية، و بدأت بذلك في خوصصة المؤسسات العمومية، وفي خضم ذلك تم إصدار قانون جديد للأسعار في 1989، الذي يمكن اعتباره أول قانون جزائري يعترف ضمناً بحرية المنافسة، فهو و إن كان لا ينص صراحة على مبدأ المنافسة الحرة، إلا أن النص في المادة 3 منه على أن إعداد تنظيم خاص للأسعار يخضع لمقاييس معينة من بينها حالة العرض و الطلب، و كذلك النص على منع الممارسات التجارية التي تتنافى مع المنافسة و الذي يفهم منه على أنه تكريس للمنافسة، وقد جاء في المادة 25 منه على أنه >> تعتبر لا شرعية و يعاقب عليها طبقاً لهذا القانون الممارسات و العمليات المدبرة و المعاهدات و الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية التي ترمي إلى عرقلة الدخول الشرعي في السوق أو عرقلة الممارسات الشرعية للنشاطات التجارية من طرف منتج أو موزع آخر. و التشجيع المصطنع في رفع الأسعار قصد المضاربة <<. و نصت المادة 27 على أنه >> يعتبر لا شرعياً كل تعسف ناتج عن هيمنة على سوق أو جزء منه <<.²

مما يؤخذ من قانون الأسعار لسنة 1989، ورغم الخطوات التي قام بها لإرساء قواعد المنافسة الحرة، فإن عدم النص صراحة على قيام المنافسة كوسيلة لتحقيق النمو الاقتصادي و عدم تحرير الأسعار، ووضع أجهزة ضبط المنافسة، كل ذلك يبين أنه قانون خاص بتقنين الأسعار و مراقبتها أكثر مما هو قانون لتحرير الأسعار و إطلاق حرية المنافسة.

¹ مثل العولمة الاقتصادية و انحصار الاشتراكية في العالم، انخفاض اسعار البترول، المديونية الخارجية المرتفعة، ضغوط صندوق النقد الدولي...

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 26.

4- الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة:¹ وقد نص هذا الأخير على تبني نظام المنافسة الحرة، و

أعلن صراحة تحرير الأسعار ، و تكريس اقتصاد السوق و تعزيز قدراته التنافسية، و قرر اجراءات لتنميتها و تشجيعها و محاربة الممارسات التي تحد منها²، و حدد أهدافها التي هي تحقيق الفعالية الاقتصادية و تحسين مستوى معيشة المستهلكين. و إضافة إلى ذلك وضع جهاز مختص، مجلس المنافسة، لمراقبة اختلال السوق بفعل الممارسات الناجمة عن الاستعمال غير الشرعي لحرية المنافسة و الإفراط في استغلالها و التعسف فيها.

و بعد سبع سنوات من تطبيق الأمر 95-06 كان من الضروري تعديل هذا النص، بهدف مطابقته مع المتطلبات الاقتصادية و الاجتماعية التي تقتضيها العولمة، وكذا استدراك العراقيل والنقائص المترتبة عن تطبيقه³.

و على ذلك وقصد التكفل بهذا الانشغال، تم تقسيم الأمر رقم 95-06 إلى قانونين، الأول يتعلق بالمنافسة الذي تم إصداره بأمر رقم 03-03، و الثاني يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و الذي صدر بالقانون رقم 04-02.

5- الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة: تضمن هذا الأمر بصفة خاصة المنافسة و الممارسات المقيدة لها، و قد احتفظ بمجمل الأحكام الواردة في القانون السابق، و ذلك من حيث الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها حسب المادة الأولى منه وهي >> تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة و مراقبة التجميعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية و تحسين ظروف معيشة المستهلكين<<، وكذا الآليات التي و ضعت لتنفيذها و التي عهد مجلس المنافسة بمهمة ضبطها، و الذي تم اعتباره الجهاز المحوري الذي يقوم بالمراقبة و التدخل عند عرقلة أو تقييد المنافسة وذلك عن طريق

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق ، ص27. (بتصرف)

² تضمن الأمر رقم 95-06 حظر الممارسات المنافية للمنافسة كالاتفاقات المحظورة و التعسف في وضعية الهيمنة على السوق وكذا الممارسات التجارية غير المشروعة (كعدم الإعلام بالأسعار، عدم الفوترة، رفض البيع و غيرها من الممارسات).

³ وزارة التجارة، مشروع قانون يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، 2004، ص1.

الإخطار التلقائي وغيره، و فتح المجال للأعوان الاقتصاديين و لمختلف التجميعات لإخطاره بكل التجاوزات التي تمس بالمنافسة الحرة.

و قد تم ادخال بعض التعديلات على هذا الأمر و ذلك بموجب القانون رقم 08-12¹، حيث وسع من مجال تطبيق الأمر رقم 03-03 ليمتد إلى الصفقات العمومية بدءا من إعلان المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة، و تم توضيح بعض المفاهيم، كمفهوم الضبط وتقوية مركز مجلس المنافسة الذي اعتبره القانون سلطة إدارية مستقلة، يملك كامل الصلاحيات لاتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف الممارسات المقيدة للمنافسة، و تم تعديل تشكيكه و رفع قيمة الغرامات المقررة للمخالفات.

وتم تعديل الأمر رقم 03-03 مرة أخرى بقانون رقم 10-05²، الذي تم بموجبه توسيع مجالات تطبيق قانون المنافسة إلى النشاطات الفلاحية و تربية المواشي و نشاطات التوزيع التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، و الوكلاء ووسطاء بيع المواشي و بائعو اللحوم بالجملة و نشاطات الصناعة التقليدية و الصيد البحري، لأن هذه النشاطات ترتبط بسلع و خدمات استراتيجية للغاية بالنسبة لتموين و استقرار السوق و القدرة الشرائية للمستهلك³.

6-الأمر رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية: لقد استمد هذا القانون من أحكام القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار الذي تم إلغاؤه ، وقصد تدارك الفراغ القانوني نتيجة لذلك ، تقرر آنذاك ادراج هذه الأحكام بصفة انتقالية في الأمر رقم 95-06 المشار إليه رغم أنها لا تتطابق مع موضوعه⁴.

¹ قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2006 المعدل و المتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 لسنة 2008.

² قانون رقم 10-05 مؤرخ في 18 أوت 2010 المعدل و المتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 لسنة 2010.

³ وزارة التجارة، مذكرة تقديمية لقانون المنافسة، 2010 .

⁴ وزارة التجارة، مشروع قانون يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص1.

و بعد إعادة النظر في النظم التشريعي المتعلق بالمنافسة، تم تقسيم هذا النص إلى قسمين كما ذكرنا: ممارسات مقيدة للمنافسة المدرج في قانون المنافسة الصادر بأمر رقم 03-03، و القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المدرج في قانون رقم 02-04، أي تم وضع القوانين ضمن إطارين تشريعيين منفصلين، لأن القوانين مختلفين من حيث قواعدهما الموضوعية و الإجرائية و ذلك نظرا لاختلاف طبيعة الممارسات و الأفعال التي يمنعها. و قد كرس القانون رقم 02-04 قواعد الشفافية و النزاهة على القواعد التجارية في المعاملات فيما بين الأعوان الاقتصاديين، وبينهم و بين المستهلكين.

وقد عالج بعض النقائص التي برزت في الأمر رقم 95-06 في جزئه المتعلق بالممارسات التجارية، حيث ظهرت صعوبات في تطبيق بعض الأحكام، لاسيما ما يتعلق بحفظ السلع المحجوزة وإتلاف السلع المستوردة أو المصنعة المغشوشة، و أضاف بعض القواعد المتعلقة بالممارسات غير النزيهة التي برزت بسبب تحرير الاقتصاد¹ مثلا منع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر التكلفة الحقيقي، ومنع ممارسات نفوذ من عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر، ومنع الممارسات التعاقدية و التعسفية و الممارسات التجارية غير النزيهة، وما إلى ذلك من القواعد الجديدة التي أضافها المشرع في القانون رقم 02-04.² و قد تم تعديل هذا القانون مؤخرا بالقانون رقم 10-06³، و على حسب المذكرة التقديمية لهذا القانون الصادرة عن وزارة التجارة، بهدف استقرار السوق لاسيما تلك المتعلقة باحترام الأسعار المقننة. و تثبيت استقرار السوق من خلال تأطير هوامش وأسعار السلع والخدمات الضرورية وذات الاستهلاك الواسع. و تدعيم تدخلات الدولة وجعلها أكثر فعالية في مجال تحديد و مراقبة أسعار و هوامش السلع و الخدمات، لاسيما فيما يخص المواد و الخدمات الضرورية، و القضاء على المضاربة التي تتسبب في الارتفاع المفرط و غير المبرر للأسعار.

¹ وزارة التجارة، مشروع قانون يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص3.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص31.

³ قانون رقم 10-06 مؤرخ في 18 أوت 2010 المعدل و المتمم لقانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 46 لسنة 2010.

المبحث الثالث: خصوصيات قانون المنافسة الحالي و نطاق تطبيقه

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى أهم خصوصيات قانون المنافسة الحالي (المطلب الأول) ، وكذا نطاق تطبيق قواعده (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أهم الخصوصيات لقانون المنافسة

الفرع الأول: قانون المنافسة بين البعدين العام والخاص

من الخطأ الجزم أن قانون المنافسة يعتبر بطبيعته قانونا خاصا، أي قانونا للتبادلات بين أشخاص خاصة أو يحكم علاقات بين مصالح خاصة، لأن هذا القانون يعتمد إلى حد كبير على الخيارات السياسية و الاقتصادية، بمعنى أنه يعد أداة للتدخل في خدمة الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية، وعليه و كنتيجة لذلك، لا يمثل هذا القانون فرعا من فروع القانون الكلاسيكي المعروف في النظم القانونية المعاصرة، حتى وإن كانت القواعد التجارية تمثل أهم مصادره الرئيسية، لأنه يحتوي على العديد من القواعد التي تجد أصلها في فروع القانون الأخرى، خاصة التي تشمل القانون العام. وهو ما دفع بعض الفقهاء العموميين إلى حد المناداة بقانون عام للمنافسة، و بالطبع فإن تبني هذا الطرح الضيق سيؤدي دون شك إلى ترجيح القطاع العام عموما على المصالح الخاصة عندما يتعلق الأمر بنزاع بين مؤسسات خاصة و أخرى عمومية في مسائل اقتصادية، أخذا بعين الاعتبار، أنه حتى أنصار المذهب العمومي هؤلاء لا ينكرون كون قواعد هذا القانون ترمي في النهاية إلى الفعالية الاقتصادية و الحفاظ على السير الحسن للسوق. وعليه، فلماذا يضر هذا الفريق أو ذاك، ان تموقع هذا الفرع من فروع القانون هنا أو هناك، خاصة إذا علمنا، أنه ومن وجهة نظر عملية، فإن روح قواعد المنافسة تجعل من هذا القانون مفترق طرق ذا صبغة خاصة، نظرا لبصماته

و علاقته بمختلف فروع القانون، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن يوجد قانونين للمنافسة: عام و خاص كما أكدت ذلك أيضا اتفاقية روما.¹

و يمكن القول كنتيجة على ذلك، أن ما يميز هذا الفرع عن غيره من فروع القانون الأخرى، هو مهمة التوفيق بين المصالح المتضاربة. فكما يقول الفيلسوف القانوني M.Villey: <<إن القانون يعرف من خلال غايته و أهدافه>>، و إذا كانت قواعد المنافسة تهدف في الأساس إلى حماية المنافسة، فهي في ذات الوقت تحرص على حماية مصالح المتنافسين أنفسهم من جهة ، و مصالح المستهلك من جهة أخرى.

أولاً: حماية المتنافسين: إن حماية السوق، كهدف أسمى تتوخاه قواعد المنافسة، تحمل في طياتها أهدافاً أخرى متفرعة عنها و مكملة لها، تتمثل على وجه الخصوص في حماية المتعاملين الاقتصاديين من تصرفات منافسيهم غير المشروعة. ومن ثم، فكل قاعدة يكون ظاهر مهمتها حماية هياكل السوق، نجدها مبنية أيضا على معاقبة السلوكيات غير المشروعة و اللاتنافسية.

و في هذا الإطار، أشار كبير الفقهاء L.Vogel، إلى أنه يوجد في القانون الخاص بالمنافسة نوعان من القواعد: تلك التي يتوقف تطبيقها أساساً على سلوكيات المؤسسات، و قواعد أخرى مختلطة تتطلب بدورها توافر شرطين: السيطرة على السوق (كشرط هيكلي)، و السلوك التعسفي (كشرط سلوكي).

ثانياً: حماية المستهلك: لما كانت السوق عند الاقتصاديين عبارة عن تنظيم دقيق للعلاقات الاقتصادية يشارك فيها الجميع (منتجين، موزعين ومستهلكين..) بدرجات متفاوتة التأثير في تشغيلها، ونظراً للارتباط الوثيق القائم بين مبدأي شرعية المنافسة و حماية المستهلك، بحيث أن التشريعات المنظمة للمنافسة تحرص على الدوام على أن تكون اللعبة التنافسية في صالح المستهلك من خلال حصوله على السلع و الخدمات التي يرغب فيها بأفضل الأسعار و المواصفات، فقد كان لزاماً أن تقم القواعد الخاصة بحماية المستهلك

¹ محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم العام الاقتصادي، مرجع سابق ، ص18.

ضمن قواعد قانون المنافسة، وهو ما تحقق بالفعل بالنسبة لأغلب التشريعات الحالية، حيث تضمنت مواد تتعلق بإعلام المستهلكين و حمايتهم¹.. إلخ¹.

الفرع الثاني: قانون المنافسة قانون عملي مستقل دائم التطور

يعتبر قانون المنافسة، قانونا يركز على تحليل السوق Analyse du marché، لهذا يعد قانونا اقتصاديا Droit économique أي أنه يسعى لخدمة غايات اقتصادية.

فهذا الهدف الاقتصادي ، هو الذي يحكم التعريف الوظيفي لقانون المنافسة، و هذه الميزة تجعله يظهر أكثر فأكثر كقانون واقعي عملي² موجه نحو إشباع الحاجات المادية على وجه الخصوص، ويترك للفروع الأخرى-خاصة القانون المدني و قانون حماية المستهلك..أي القواعد الاجتماعية - الأهداف النبيلة، و في هذه الحالة تصبح المنافسة تشكل مسارا لانتقاء قد يؤدي في أغلب الأحيان إلى إقصاء المتنافسين لحساب المتنافسين الأكثر فعالية، باعتبار أن دور قواعد قانون المنافسة لا يتمثل في منع زوال المتنافسين في السوق، ولكن فقط في مراقبة الوسائل المستعملة من طرف هذه المؤسسات للوصول إلى أهدافها أي تحديد متى يكون تصرف ما يخرج عن نطاق السير العادي للعبة التنافسية. لكن ذلك ، لا يمكن أن يصل إلى درجة الابتعاد عن المبادئ العامة للقانون (الحرية، العدالة، الأمن ..) فهي معان يجب مراعاتها على الدوام.

وما يجب الوقوف عليه، هو أن المشرع الاقتصادي لم يعد مشرعا قانونيا بحتا؛ حقيقة أنه يخلق القوانين، ومع ذلك، وبإخضاعه لتحقيق السياسات التي يرسمها كأهداف، يضحى من أجل تحقيق هذه الغاية بخاصيتي الدوام و الثبات، اللتين تشكلان قوة هذا الأخير. و عليه نلاحظ تغيرا عميقا في طبيعة القانون؛

¹ نائل عبد الرحمن صالح، الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، مجلة الحقوق، ع4، الأردن، ديسمبر 1990، ص11.

² من مظاهر الممارسة العملية في قواعد المنافسة، نلاحظ مثلا أنه في عقود الامتياز (التي تربط الأطراف لمدة طويلة).

بحيث لم تعد المناداة بقاعدة عامة و دائمة هي الشغل الشاغل للقوانين، إن الأمر يقتصر في الغالب على إجراء حكومي أو تسييري (مذكرة عمل..¹ ليس إلا. و بالتالي، و كأداة للسياسة الاقتصادية، فإن القانون يتغير و يتنوع تماشياً مع الأهداف التي يخدمها لصالحها (أي التي تم تحديدها في السياسة الاقتصادية)، و من ثم فإن شرعيته تستمد و تكمن في مدى إشباعه لهذه الأخيرة.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قواعد المنافسة

بالرجوع إلى المواد 1، 2، 3 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، نجد أن المشرع أقر بـسريان قواعد هذا القانون كأصل عام على جميع مجالات النشاط الاقتصادي²؛ لتشمل كلا من الانتاج و التوزيع و الخدمات، مهما كانت صفة الأشخاص الممارسين لهذا النشاط، سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين وبما فيهم الأشخاص العموميين، وسواء كانوا يمتلكون مقرات بالجزائر أم لا. إلا أنه يشترط لتطبيق هذه القواعد أن يكون للعمليات و التصرفات المنجزة في هذا الإطار تأثير مباشر أو غير مباشر على المسار التنافسي داخل السوق الوطنية أو جزء هام منها.

¹ ما ينبغي ملاحظته في هذا الإطار أنه - ومن خلال إلقاء نظرة عامة على القوانين المنظمة للعملية التنافسية - نجد أنه بالإضافة إلى كون جزء كبير منها (القوانين الأساسية الخاصة) قد صدر بموجب أوامر و أنها عرضة للتغيير و التعديل على الدوام (الأمر 95، 2003، 2008، 2010)، فإن القوانين الأخرى الفرعية (كتلك المنظمة للهيئات الضبط الخاصة.. إلخ) تأتي في شكل إجراء حكومي صادر من الهيئة التنفيذية (مراسيم و قرارات.. إلخ).

² بحيث تنص المادة الثانية من الأمر المنظم للمنافسة (التعديل الجديد لسنة 2010) على مايلي: (بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

1) نشاطات الإنتاج/ بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها و الوكلاء و وسطاء بيع المواشي و بائعو المواشي و بائعو اللحوم بالجملة، و نشاطات الخدمات و الصناعات التقليدية و الصيد البحري، و تلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية و جمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني و شكلها و أهدافها. 2) الصفقات العمومية/بدأ بنشر الاعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة. ذكره: محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم الاقتصادي، مرجع سابق، ص 23.

و عليه فإن مجال تطبيق المنافسة يتحدد من حيث طبيعة النشاط الاقتصادي الممارس، من حيث الأشخاص و من حيث الحدود الجغرافية للسوق.

الفرع الأول: من حيث طبيعة النشاط الاقتصادي

فمن خلال نص المادة 2 السالفة الذكر يتبين أن قانون المنافسة يلاحق الأنشطة الاقتصادية فهو يطبق كأصل عام كلما تعلق الأمر بالممارسات التي تتم داخل مجال الإنتاج، التوزيع أو الخدمات، و مهما كانت صفة الأشخاص الممارسين لهذا النشاط.

بمعنى آخر أنه يتم إعمال قواعد هذا القانون على كل سوق اقتصادية متى توفر عنصر العرض و الطلب بشأن منتج أو خدمة، و على كافة القطاعات (الفلاحة، البنوك، التأمين ... إلخ).

و يترتب على ذلك ما يلي:

1. أنه يخرج من نطاق تطبيق هذا القانون الأنشطة التي ليس لها طابع اقتصادي كتلك التي تقدم

خدمات اجتماعية محضة. و في هذا الإطار رفض كل من القضاء و مجلس المنافسة الفرنسيين

اعتبار الممارسات التي تصدر عن جهاز الضمان الاجتماعي خاضعة لقانون المنافسة، رغم

اختلاف الأسس و التبريرات التي اعتمدها كل فريق على حدة؛ ففي حين ذهبت الغرفة التجارية

بمحكمة النقض¹ إلى تعليل رفضها هذا على أساس أن الأجهزة المكلفة بتسيير أنظمة الضمان

الاجتماعي لا تعتبر مقابلة أي مؤسسة، نجد أن مجلس المنافسة اعتبر أن عدم اتصاف هذا

الجهاز بالمقابلة لا يكفي لاستبعاده من الخضوع لقواعد قانون المنافسة بل إن الإقصاء أو

الاستثناء ينبع من كون هذا الجهاز لا يمارس أصلا نشاطا اقتصاديا.

¹الحكم الصادر عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 12 جويلية 1993 .

2. بالرجوع إلى نص المادة 5 من قانون المنافسة الجزائري، يتضح أن الأموال و الخدمات تعتبر إستراتيجية بالنسبة للدولة، يمكن أن تكون موضوع تنظيم خاص (بموجب المرسوم)¹ - خاصة فيما يتعلق بالأسعار-، و ذلك بعد أخذ رأي مجلس المنافسة. وعليه، فثمة إجراءات استثنائية يمكن اتخاذها فيما يخص الحد من ارتفاع الأسعار أو تثبيتها، و بالخصوص في حالة الارتفاعات المفرطة لها و الناتجة عن اختلالات في السوق الجزائرية أو كارثة أو صعوبات مطولة في التمويل في قطاع معين للنشاطات أو في منطقة جغرافية محددة أو نتيجة وضعيات احتكارات طبيعية، مع التأكيد أن هذا الطابع الاستثنائي لهذه الإجراءات لا يمكن أن تتجاوز مدة 06 أشهر كحد أقصى بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

3. أنه حتى بالنسبة للأنشطة التي يتولى ممارستها أشخاص عموميون، أي تلك الصادرة عن مؤسسات عامة أو جمعيات أو اتحادات مهنية -مهما كان شكلها أو موضوعها و القانون الأساسي الذي يحكمها-، فإنها بدورها تخضع لقانون المنافسة كلما كان الغرض منها الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات، (أي جميع المرافق العامة التي يكون لها غرض صناعي أو تجاري أو منفعة اقتصادية عموماً).²

و يتم استثناء ذلك من تلك الممارسات الصادرة عن هؤلاء الأشخاص إذا كانت تتدرج ضمن مهام الخدمة العامة أو امتيازات السلطة العامة.³

¹ تنص المادة 5 من قانون المنافسة على: (يمكن تقنين أسعار السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع اقتصادي استراتيجي بموجب المرسوم..)

² محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم العام الاقتصادي، مرجع سابق، ص 25.

³ و هو ما تم تكريسه صراحة في نص المادة 2 من قانون المنافسة (أنظر نص المادة المشار إليها سابقاً).

الفرع الثاني : من حيث الأشخاص

إن مبدأ المنافسة يطبق كأصل عام على كل متعامل اقتصادي أي على كل المؤسسات و الأنشطة المهنية المتعلقة بالإنتاج، التوزيع و الخدمات سواء كانت ذات طبيعة تجارية أو مدنية. و لمعرفة متى نكون أمام "مؤسسة" بهذا المعنى ، نجد أن اللجنة القانونية للاتحاد الأوروبي قد ارتكزت مثلا على فكرة مدى المشاركة في اللعبة التنافسية في السوق، و بالتالي اعتبرت أي شخص يعمل في السوق من تلقاء نفسها (بحرية كاملة) هي شركة.

<< Quiconque agit sur un marché de son propre chef est une entreprise >>

و عليه لكي نكون أمام "مؤسسة" يجب توفر شرطين:

- ممارسة نشاط اقتصادي.

- استقلالية التصرف.

مع ملاحظة أن المادة 53 من قانون المنافسة الفرنسي، و المادة 1/410 من التقنين التجاري الفرنسي لا تستعملان مصطلح "Entreprise" مؤسسة لتحديد مجال التطبيق المادي لقواعد المنافسة و إنما العبارة المستعملة هي "نشاطات الإنتاج، التوزيع و الخدمات".

في حين نجد أن المشرع الجزائري وقف موقفا مغايرا نسبيا، بحيث نص في المادة 2 من الأمر المنظم للمنافسة على ما يلي: >> يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات، بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون إذا كانت لا تتدرج في إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام¹. ثم أشار بعد ذلك إلى طبيعة الأشخاص الذين يشملهم هذا الأمر، بحيث جاء في المادة 3/ف1 ما يلي: >> يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي:

¹ المادة 2 من الأمر 03-03 المنظم للمنافسة في الجزائر و التي تم تعديلها بمقتضى القانون 10-05 (اشرنا اليها سابقا) الذي قام بإضافة نشاطات اخرى (انظر نص المادة المشار اليها سابقا).

المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات¹.

ومن ثم، يمكن تحديد و حصر الأشخاص التي تخضع لهذا المبدأ فيما يلي:

1-أشخاص القانون الخاص، ويدخل ضمنهم:

أ/ **الأشخاص المعنوية:** -التجارية مهما كان شكلها و موضوعها.

-التي يكون لها مورد ربح Lucratif (كالمنظمات و التنظيمات المهنية، التعااضديات، نقابات الأجراء و الموظفين..)

-الأشخاص الخاصة المستثمرة في إطار مهمة تتعلق بالمرافق العام.

ب/ **الأشخاص الطبيعية:** المماثلة للمؤسسات إذا كانت تمارس نشاطا اقتصاديا (يدخل في نطاق الأنشطة المذكورة سابقا).

2-أشخاص القانون العام: إذا تصرفت فعلا كمؤسسة أو متعامل اقتصادي في اطار المجال التنافسي الصناعي و التجاري.²

لكن ما يجب التأكيد عليه و الوقوف عنده هو مجال تطبيق المبدأ فيما يخص الأشخاص العمومية (الدولة، الجماعات المحلية، المؤسسات العمومية ..).

بحيث يذهب البعض إلى القول، أنه إذا كانت الأنشطة الخاصة لا يمكن ممارستها على نحو تنافسي مع الاحتكارات العمومية، فمن المفترض ان يتم استثناءها و ابعادها من مبدأ حرية التنافس.

وما يتم استنتاجه في الأخير، أن الأنشطة التي يقوم بممارستها الأشخاص العموميون تخضع لقواعد

قانون المنافسة كلما كان الغرض منها الإنتاج ، التوزيع أو تقديم خدمات، كما هو الشأن بالنسبة للمرافق العامة ذات المنفعة الاقتصادية إلا في حال ما إذا كانت الممارسات الصادرة عن هؤلاء الأشخاص تتدرج

ضمن امتيازات السلطة العامة.

¹ المادة 3/ف1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة (المعدل و المتمم)، مرجع سابق.

² محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم الاقتصادي العام، مرجع سابق، ص 27.

الفرع الثالث: من حيث الحدود الجغرافية

في البداية لابد من الإشارة إلى السوق الاقتصادية كمجال ترتكب فيه الممارسات المنافسة للمنافسة، و التي تعتبر عنصرا من عناصر الواجب توافرها لتطبيق قواعد هذا القانون. فما المقصود بهذه الأخيرة ؟ وماهي حدودها؟

أولاً: معنى السوق لغة و اصطلاحاً

السوق في اللغة هي : " المكان الذي تجلب إليه التجارة و تساق المبيعات"¹، و الجمع أسواق، و سوق الشيء من موضعه بمعنى جلبه²، قال تعالى: >> وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ <<³، و السوق: الحث على السير، يقال ساق الغنم بمعنى: يسوقها⁴. و السوق في الاصطلاح الشرعي: المعنى التجاري للسوق هو: "اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين من تعاطى البيع و الشراء"⁵.

أما في العرف الاقتصادي فالسوق أوسع من مجرد مكان، فهو أي وسيلة يتلاقى من خلالها البائع و المشتري لنقل ملكية السلعة إلى المشتري، أو ملكية الثمن إلى البائع⁶. وذلك نظرا لتنوع وسائل الاتصال و تطورها في زمننا الحاضر.

¹ الجزري أبو السعادات المبارك بن محمد، النهاية في غريب الأثر، المكتبة العلمية، بيروت، (1036/2).

² المرسى أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، المحكم و المحيط الأعظم، تحقيق: عبد الله هنداوي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت (435/7).

³ سورة الفرقان، الآية 20.

⁴ المطريزي، المغرب في ترتيب المعرب، تحقيق: محمود فاخوري و عبد الحميد مختار، مكتبة أسامة بن زيد، حلب، سوريا، ط 1، سنة 1979، (422/1).

⁵ العسقلاني، احمد بن علي بن حجر الشافعي، فتح الباري شرح صحيح البخاري، تحقيق: محب الدين الخطيب، دار المعرفة، بيروت، (342/4).

⁶ محمد علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، تحرير: رفعت السيد عوض، دار السلام و المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1981، (376/1).

و يلاحظ أن المعنى في الاصطلاح الشرعي أعم من المعنى اللغوي، لأن السوق في معناه اللغوي خاص بمكان معين يجتمع فيه الناس قصد البيع و الشراء و المبادلات. أما في الاصطلاح فهو يشمل كل مكان تم فيه البيع و الشراء و إن لم يكن معروفا عند أغلب الناس بأنه سوق.

و بالرجوع إلى القانون المتعلق بالمنافسة، نجد أن المشرع الجزائري عرف السوق في المادة 3/ف2

بأنها: >> كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة و كذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها و أسعارها و الاستعمال الذي خصصت له والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع و الخدمات المعنية>>¹

فهذه المادة عرفت السوق على أساس طبيعة السلع المعروضة وعلى أساس هدف المستهلك منها، وسنعود لتحليلها عند تناول موضوع السوق المعني.

وتعتبر مسألة تعيين الحدود الإقليمية للسوق من الأهمية بمكان بحيث يمكن على أساسها قياس مدى شرعية الممارسات التي تصدر عن الشركاء الاقتصاديين و تقرير مدى اعتبار تصرف عميل أو مؤسسة عملا منافيا للقانون، أو الآثار الاحتمالية لكل عملية تركيز اقتصادي على المسار التنافسي. وهو ما يؤكد في جميع الأحوال أهمية عملية تحديد السوق الاقتصادي و التي تكون بإعمال معيارين أساسيين على الأقل؛ يستند أولهما على طبيعة المنتجات أو الخدمات التي تصدر بشأنها هذه الممارسات، و يقوم الثاني على تعيين الحدود الجغرافية التي تتم داخلها عملية الإنتاج أو لتوزيع أو تلقي خدمة.

أ- السوق المعني: Le marché concerné

السوق المعني هو الإطار الذي يتم فيه تطبيق قانون المنافسة و يختلف تقدير مدى تأثير العملية على المنافسة بحسب نطاق السوق مثلا: الرقابة داخل سوق المشروبات الغازية يختلف عن الرقابة في سوق المواد الغذائية...

¹ المادة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، مرجع سابق.

ففي اطار الرقابة يتم تحديد حد أدنى و هو حصة في السوق المعني، فتحليل العملية و تقدير مدى مساسها بالمنافسة يتم حالة بحالة، لهذا من الضروري تحديد السوق المعني.

مجلس المنافسة الفرنسي لم يحدد العناصر التي بناءا عليها يتم تحديد السوق المعني، لكنه أكد على أن تحديد السوق المعني يستند إلى مجموعة من المؤشرات المترابطة. هذه المؤشرات تتمثل في تحديد سوق البضائع أو المنتجات المعينة و نطاقها الجغرافي.

أ-1- سوق المنتجات المعنية: يشمل كل المنتجات التي تعتبر بالنسبة للمستهلك قابلة للتبادل أو تعويض بعضها ببعض بالنظر لخصائصها أو أسعارها أو استعمالاتها.

فدرجة التبادل مهمة جدا، إذ يجب أن نبحث فيها عن كل المنتجات التي تعتبر بالنسبة للمستهلكين متبادلة فيما بينها دون تكاليف أو مخاطر جديدة.

بالإضافة إلى ذلك يجب البحث عن درجة المنافسة المحتملة Concurrence potentielle و ذلك عن طريق البحث عن عدد من المنتجين المحتملين الذين يمكن لهم الدخول إلى السوق المعني وتقديم نفس السلع و الخدمات.

و عليه لتحديد السوق المعني لابد من البحث في هيكلية العرض و الطلب في السوق المتعلقة بالسلع و الخدمات المعنية و تحديد عدد المؤسسات الموجودة في السوق التي يقوم بالتعامل فيها.

أ-2- النطاق الجغرافي للسوق المعني:

هو الإطار الجغرافي الذي يتم فيه التعامل بالسلع و الخدمات المعنية و تقوم فيه شروط منافسة متشابهة، يتميز عن المناطق الأخرى التي تختلف فيها شروط المنافسة بصفة جذرية.

سلطة المؤسسة داخل السوق: سلطة المؤسسة هي قدرتها على زيادة السعر دون تخفيض منتجاتها.

تحدد السلطة في السوق عن طريق تحديد هيكلية السوق و خاصة عن طريق حساب الحصة في السوق و تحديد إن كان يوجد متدخلين لآخرين ينتجون نفس المنتج أو منتجات بديلة.

و لتقدير إن كانت المؤسسة تتمتع بسلطة في السوق تحسب حصة المؤسسة في السوق عن طريق قسمة إنتاج المنشأة محل البحث على مجموع إنتاج المنشآت الأخرى في ذات السوق.

و بعد ذكر هذه العناصر التي على اساسها يتم تحديد السوق ، لابد من التطرق إلى موقف المشرع من هذا التحديد و ذلك من خلال نص المادة 3 من قانون المنافسة المذكورة سابقا، بحيث يتحدد موقفه بتحليل هذه الأخيرة من جانبين :

من حيث المنتجات: وسع المشرع الجزائري في تحديد السوق المعني من حيث طبيعة المنتجات المعنية، إذ تشمل المنتجات المتماثلة و المنتجات التي يعتبرها المستهلك تبادلية بالنظر إلى ميزتها أو خصائصها أو استعمالها.

من حيث النطاق الجغرافي: حدد المشرع الجزائري في هذه المادة المقصود من النطاق الجغرافي الإقليمي الذي يتم فيه عرض و توزيع المنتجات المعنية و تتدخل في المؤسسات المعنية بالممارسات المقيدة. وما ينبغي ملاحظته، أن المشرع يهدف بالأساس من وراء سن هذه الأحكام إلى الحفاظ على وضعية السوق الجزائرية ليمنع الممارسات كلما كان من شأنها أن تمس بالسوق بأكملها أو بجزء مهم منها، بغض النظر عن مكان القيام بهذه الممارسات و بغض النظر على ما تخلفه هذه الممارسات بالسوق الأجنبية. وفي هذا الإطار قد يطل المنع حتى الاتفاقيات المتعلقة بالتصدير إذا كان من شأن تطبيقها أن يؤثر سلبا على السوق الوطنية¹.

¹ محمد تيورسي ، قواعد المنافسة و التنظيم العام الاقتصادي، مرجع سابق، ص33.

وانطلاقاً من هذه المحددات للسوق الاقتصادي، يتضح الطابع المتميز لقانون المنافسة نظراً لما يتطلبه من المكلفين بتنفيذه من دراية عملية و تقنية تمكنهم من فحص شرعية كل الممارسات و الأفعال المرتكبة أثناء مزاوله النشاط الاقتصادي، فدورهم لا يقف عند حدود التطبيق العادي للقانون وفق الطريقة التقليدية التي يلجأ فيها القاضي عادة إلى عملية القياس ليطبق نفس القاعدة على الوقائع و الحالات المشابهة، بل إن الأمر يستدعي دراسة كل حالة على حدة وفق الظروف التي تمت في ظلها ووفق الخصوصيات التي تميز المجال الذي تمت ضمنه و في إطاره¹

¹ محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم العام الاقتصادي، مرجع سابق، ص33.

المبحث الرابع: أسباب و محددات سياسة المنافسة

أفرزت العولمة و سياسات الانفتاح الاقتصادي العديد من الفرص و التحديات لاقتصاديات العالم خاصة الصغيرة و النامية منها فتحرير التجارة الدولية أظهر العديد من المكاسب التي يمكن الحصول عليها من زيادة معدلات الدخول في الأسواق الأجنبية، التطور التقني ، و زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

و لكي تتمكن الدول النامية من مواكبة هذه التطورات و الاستفادة منها، لابد أن تضع السياسة الكفيلة بتهيئة مناخ الاستثمار و تنشيط آليات السوق بما يحقق فاعلية توظيف الموارد و حرية عدالة الدخول للأسواق. وتكمن التحديات في التوفيق بين ضرورة تفعيل المنافسة و تحرير الأسواق من جهة و تدخل الدولة لتوجيه مسار التنمية الاقتصادية من جهة أخرى.

المطلب الأول: سياسة المنافسة (أهميتها و شروط نجاحها)

الفرع الأول: مفهوم سياسة المنافسة و أهميتها

تعرف الأدبيات الاقتصادية سياسة المنافسة بأنها: << مجمل السياسات التي تؤثر في سوق معينة >> و تعرفها منظمة التجارة العالمية OMC بأنها: << مجمل الحزم و الإجراءات التي يمكن استخدامها لترقية هياكل الأسواق التنافسية و السلوك التنافسي، بما في ذلك قانون شامل للمنافسة للتعامل مع الممارسات المناهضة للتنافس، للشركات العانة و الخاصة على وجه الخصوص كالكارتيل، القيود السوقية الأفقية و الرأسية، سوء استغلال القوة السوقية ، الاحتكار و التفرقة و التمييز في السعر >>

و تشمل العناصر الرئيسية لقانون المنافسة الآتي:

- ✓ منع التحديد المباشر أو غير المباشر للأسعار
- ✓ منع استخدام القوة السوقية لإعاقة المنافسة من خلال دخول الشركات للسوق أو لمنع تمكين الشركات الموجودة في السوق من المنافسة بفعالية.
- ✓ منع الاتفاقيات ضد التنافس بشقيها الأفقي كإنشاء الكارتيلات الاحتكارية و الرأسية كالاتفاقيات الاحتكارية بين الموردين و المتعاملين في إعادة البيع أو الموزعين.
- ✓ منع الاندماجات و الاستحواذات الاحتكارية.
- ✓ منع ممارسات الاتجار غير العادلة كالغش و التضليل¹.

¹ Develop Bridge Site: WWW.droitdeconurrence.Fr.

الفرع الثاني: عوامل نجاح سياسة المنافسة

هناك عدة محددات يجب توافرها لنجاح سياسات المنافسة عموما و التي يمكن حصرها فيما يلي:

▪ **توفير الإطار السياسي المناسب:** يعد هذا العنصر من أهم العناصر الأساسية لنجاح أي

استراتيجية أو سياسة اقتصادية قصد تحقيق الاستقرار . فلا بد أن يكون هناك ثقة متبادلة بين قطاع

الأعمال و الحكومة و ذلك من خلال الحوار تبادل وجهات النظر، وكذا الشفافية و المساواة بين

المتعاملين الاقتصاديين، بالإضافة أن لا يكون لتلك المصالح الخاصة وزن سياسي ثقيل يؤثر على

اتجاهات و قرارات الحكومة، فكل هذه العوامل أساسية منذ البداية لتحقيق نجاح السياسة التنافسية

أو فشلها.

▪ **ضمان التجانس بين سياسة المنافسة و الإطار الشرعي-المؤسساتي:**¹ لعل الخطوة الأولى

لتجسيد سياسة المنافسة تتمثل في رسم الإطار الشرعي-المؤسساتي اللازم لتنفيذها، وهذا يعني

-من جهة- إرساء و بناء منظومة تشريعية قضائية قادرة على النهوض بتطبيق هذه السياسة،

ومن جهة أخرى -و بالتوازي-توفر الهياكل و المؤسسات المستقلة و المتخصصة التي تشرف على

هذه المهمة. وعليه يمكن القول، أن سياسة المنافسة تتجسد في كل ما تصدره الدولة من تشريعات

و إجراءات إدارية تؤثر مباشرة على سير السوق، وتشمل على الخصوص نوعين من التشريعات:

- نوع يسعى إلى تحرير التجارة و تسهيل الدخول إلى الأسواق و الخروج منها(وذلك بإزالة

الحواجز و الصعوبات التي تعترض المستثمرين المحليين) بالإضافة إلى توفير البيئة التي تساعد

على زيادة مرونة حركة العمالة و سلامتها، وكذا تشجيع الإقبال على عملية المنافسة بإزالة كل

صعوبات التمويل من جهة، و الحد من الاستخدام المفرط لسياسات الدعم و الإغراق من جهة

أخرى .

¹ محمد تيورسي، قواعد المنافسة و التنظيم العام الاقتصادي، مرجع سابق، ص 35.

- و نوع يسعى للتصدي لكل ما من شأنه مناهضة هذه الغاية و الحيلولة دون حصولها (كالقواعد التي تحد من الممارسات الاحتكارية، التركيزات و الاندماجات... الخ).

وما ينبغي ملاحظته و الوقوف عليه، أن أغلب >>القواعد التي تنظم عملية المنافسة في الجزائر قد تم استنباطها إلى حد بعيد من التشريع و الفقه الأوروبيين- خاصة الفرنسي- المتعلقين بالمنافسة، بحيث أن مجموعة المبادئ و القواعد العالمية في هذا الخصوص قد تم تبنيها و استنساخها في التشريع الجزائري>>¹.

¹ Les défis et les obstacles de la concurrence, Site: WWW.droitdeconcurrence.fr.

المطلب الثاني: أهداف السياسات التنافسية

الفرع الأول: الأهداف المشتركة لسياسات المنافسة

تهدف سياسة المنافسة إلى تشجيع المنافسة، حماية المستهلك ضد الاحتكار، وخلق البيئة الملائمة لزيادة التنافسية في الأسواق المحلية و العالمية و ذلك من خلال تعزيز المزاخمة السوقية و التأكيد على الفاعلية في توظيف الموارد و العدالة في الدخول إلى الأسواق و الخروج منها. وتعزز سياسة المنافسة الفاعلية أو الكفاءة الاقتصادية من خلال:

- توفير البيئة السوقية التي يتساوى فيها السعر و النفقة الحدية.
- تأكيد إنتاج الشركات بأقل التكاليف الممكنة.
- تحفيز الشركات على القيام بالبحوث و التطوير و إدخال السلع و طرق الإنتاج الجديدة إلى السوق.
- منع التركيز المفرط و عدم تشجيع هياكل الإنتاج غير المرنة.
- حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية التي تؤدي إلى زيادة الأسعار و قلة العرض.¹

¹ Develop Bridge Site: WWW.droitdeconurrence.Fr ,op.cit.

الفرع الثاني: أهم سمات ومميزات سياسة المنافسة في الجزائر

ان رسم سياسة للمنافسة في الجزائر قد تزامن مع تحول عميق في مميزات الاقتصاد الوطني ككل، و التي شملت :

- تحرير شبه مطلق للأسعار: باستثناء بعض المواد و الخدمات الضرورية، و إزالة كل رقابة إدارية على الأسعار، بدأت بصدور قانون 1989 المتعلق بتحرير الأسعار.
- الأثر الفوري لهذا التحرير ترجم إلى زيادة عامة و مدعمة للأسعار إلى مستويات مكنت من رفع معدل التضخم إلى حوالي 30% ما بين سنوات 1994-1997 بحيث يمكن القول، أنه في هذه الفترة لم يكن هناك وجود للمنافسة بالأسعار بعد.
- إن فتح السوق الجزائرية و تحرير التجارة الخارجية و كذا إزالة كل الحواجز الإدارية التي كانت تقف أمام الواردات-ماعداء الضريبة الجمركية-، أدت إلى منافسة قوية حول المواد المستوردة مقارنة بالمواد المحلية.وهنا أيضا يمكننا أن نقول، أنه كان يجري البحث و الحديث أكثر عن منافسة فيما يخص الأسعار مقارنة بالجودة و الوفرة.
- انسحاب الدولة-شبه الكلي- من الفضاء الاقتصادي لفائدة المتعاملين الاقتصاديين، ووضع برنامج شامل لخصخصة المؤسسات و المشاريع التي كانت تحت تصرف الدولة و فتحها للمؤسسات الوطنية و الأجنبية دون تمييز¹.

¹ Les défis et les obstacles de la concurrence, Site: WWW.droitdeconcurrence.fr.précité.

و عليه و تبعا لهذه المعطيات كلها و غيرها، نجد أن من أهم سمات قانون المنافسة الجزائري، و الذي يشبه إلى حد بعيد قانون المنافسة التونسي-حيث أنهما مستقيان كليهما من القانون الأوروبي عامة و الفرنسي على وجه الخصوص- تتمثل فيما يلي:

- يعرف القانون أهدافه بشكل واضح، وهي تحقيق الكفاءة الاقتصادية و حماية المستهلك و الشفافية الكافية في الممارسة التجارية..
- تنطبق نصوص القانون على القطاعين العام و الخاص دون تمييز-كأصل عام-.
- لا يجزم القانون بمنع التكامل الرأسي، ولكن يحظر الممارسات التآمرية التي تؤدي إلى إعاقة دخول منتجين أو موزعين آخرين.
- يتولى تنفيذ القانون مجلس المنافسة، بحيث يملك هذا الأخير سلطة ملاحقة المخالفين لقواعده و محاكمتهم، بالإضافة إلى القيام بدراسات للسوق و اتخاذ الإجراءات اللازمة لتصحيح السياسات المضادة للمنافسة¹.

وكخلاصة نجد أن الذين قاموا بوضع هذه السياسة التنافسية حاولوا الموازنة بين غايتين مهمتين، الأولى و هي الغاية الاقتصادية و التي تتمثل في بث و تنمية المنافسة من أجل تحقيق الفعالية الاقتصادية و الزيادة في الإنتاج، أما بالنسبة للثانية و هي الغاية الاجتماعية و التي تقيد الأولى التي ربما تقود إلى بث التنافس، وذلك في محاولة لتحقيق العدالة الاجتماعية و رفع المستوى المعيشي وتحقيق الرخاء للمواطن عموماً.

¹Les défis et les obstacles de la concurrence, Site: WWW.droitdeconcurrence.fr.Précité.