الجمهورية الجزارية الديموقراطية الشعبية

جامعة البليدة 2– لونيسي علي-

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

الشهيد طالب عبد الرحمن

قسم العلوم التجارية

دروس موضوعة عبر الخط لمقياس

قانون المنافسة

موجهة لطلبة السنة اولى ماستر تخصص: تسويق سياحي و فندقي

تقديم الاستاذة : الزروق الزغيمي مريم

السنة الجامعية :2021/2022

محاضرات قانون المنافسة سنة اولى ماستر تخصص تسويق سياحي و فندقي

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

المحاضرة 01: مفهوم قانون المنافسة

المنافسة هي الديمقراطية الاقتصادية التي تقوم عليها اقتصاديات العالم المختلفة حاليًا. وقانون المنافسة هو التشريع الذي ينظم ممارستها بهدف ضمان أداءها لدوها الفعال في التقدم الاقتصادي وتفادي أن يساء استخدامها لتحقيق مآرب شخصية تؤدي إلى انحراف المنافسة عن دورها الأساسي في السوق، لهذا فقانون المنافسة هو من أهم الآليات القانونية المعتمدة لتنظيم نشاط المتدخلين في السوق.

اولا: تعريق قانون المنافسة .

قانون المنافسة هو القانون الذي يحمي المنافسة الحرة و النزيهة في السوق المعني يضبطها. وجد اتجاهان عند تعريف قانون المنافسة إذ أخذ البعض بالمفهوم الضيق لقانون المنافسة والبعض الآخر أخذ بالمفهوم الواسع.

1. التعريف الضيق لقانون المنافسة

قانون المنافسة يشمل مجموعة القواعد القانونية التي تهدف إلى القضاء على الممارسات التي تعيق المنافسة الحرة في السوق. فقانون المنافسة بهذا المفهوم لا يشمل المنافسة الغير مشروعة و المنافسة الممنوعة و المنافسة غير النزيهة. و هو التعريف الذي يعبر على المضمون الحقيقي لقانون المنافسة. لكون المنافسة الغير مشروعة تتعلق بإضرار مؤسسة بأخرى عن طريق التعدي على ملكيتها التجارية و الصناعية .

2. التعريف الواسع لقانون المنافسة

يشمل قانون المنافسة كل القواعد القانونية التي يكون محلها المباشر المنافسة. فهو يشمل المفهوم الضيق لقانون المنافسة وكذلك نظرية المنافسة غير المشروعة والالتزامات التعاقدية بعدم المنافسة و المنافسة غير النزيهة.

ونحن نقترح تعريف لقانون المنافسة على النحو التالي: "**مجموعة القواعد القانونية التي تتولى تدعيم وجود منافسة كافية وملائمة داخل السوق وتطبق على المؤسسات المتدخلة فيه** ".

ثانيا: نشأة وتطور قانون المنافسة على المستوى الدولي

يمكن الرجوع بظهور أولى بوادر قانون المنافسة إلى نهايات القرن التاسع عشر بالولايات المتحدة، و هي فترة بداية صدور القوانين التي تحظر الممارسات الاحتكارية و المتنافية مع حرية المنافسة، و هي بالخصوص ثلاثة قوانين، عرفت بقوانين حظر التجمعات الاحتكارية Lois anti-trust، فصدر سنة 1896ما أضحى يعرف بقانون شارمان Sherman act الذي يحظر الاحتكار، ثم قانون كلايتون Clayton act سنة 1914 و الذي يحظر اللجوء للأسعار التمييزية، و بمقتضاه صدر في ذات السنة القانون المؤسس للجنة التجارة الفيدراليةFederal trade commission act الذي يحظر اللجوء لأعمال المنافسة غير المشروعة.

أما في أوروبا فإن قانون المنافسة يعد أكثر حداثة، على اعتبار أنه متزامن مع إنشاء السوق الأوروبية المشتركة سنة 1958 بمقتضى اتفاقية روما لسنة 1957، و إن تأخر بالنسبة للقانون الفرنسي حتى سنة 1986، و هي سنة صدور أمر 1 ديسمبر، الذي أدمج ضمن المواد 410 و ما يليها من القانون التجاري الفرنسي، حتى و إن كان القضاء الفرنسي قد عرف دعوى المنافسة غير المشروعة قبل

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

هذا التاريخ، من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة تأسيسا على مبادئ المسؤولية التقصيرية، و أحكام المسؤولية الجنائية لاسيما فيما يتعلق بتحويل العملاء عن طريق تقليد المنتوج أو العلامة التجارية للمتعامل المنافس.

ثالثا: نشأة و تطور قانون المنافسة في الجزائر

بداية قوانين المنافسة في الجزائر كانت بصدور القانون 88-01 مؤرخ في 1988/01/12 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية؛ والذي جاء لأجل إصلاح النظام الاقتصادي .

ثم صدر الأمر 06/95 مؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعق بالمنافسة، ملغى بالأمر ، 03-03 ، كما يرتبط ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية عموما بانتهاج اقتصاد حر تكون المنافسة داخله إحدى أهم مقوماته، و على هذا الأساس لم يكن من المتوقع ظهور قانون للمنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل تسعينات القرن الماضي، على اعتبار سيادة المذهب الاشتراكي، و بالتالي نظام اقتصادي احتكاري، تزاول من خلاله الدولة نشاط التوزيع و الإنتاج دون مزاحمة من الكيانات الاقتصادية الخاصة، وعليه لم يظهر أول قوانين المنافسة في الجزائر إلا سنة 1995 من خلال القانون 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، إلا أن هذا القانون ألغي و عوض بالقانون 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، ينظم ويعمل على ترقية المنافسة الحرة، ويعتبر اللبنة الأساسية في الانتقال من نظام يرتكز على الاقتصادً بمبدأ الموجه إلى نظام اقتصاد السوق تسود فيه حرية المبادرة الخاصة، فاعترف ضمنيا حرية التجارة" " والصناعة ، والذي نصت عليه المادة 37من دستور 1996 ونصها: " حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"

محاضرات قانون المنافسة سنة اولى ماستر تخصص تسويق سياحي و فندقي

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

المحاضرة 02: خصائص و اهداف قانون المنافسة

أولا: خصائص قانون المنافسة.

يتميز قانون المنافسة بالخصائص التالية:

1. **قانون المنافسة ذو طبيعة مختلطة.** فهو فرع من القانون الخاص لكونه ينظم العلاقات بين المؤسسات الاقتصادية الناشطة في السوق .كما أنه ينظم تدخل الدولة لضبط السوق و هنا يظهر الطابع العام لهذا القانون.

2. **قانون المنافسة ذو طابع تقني** : الذي يظهر في ضرورة القيام بتحليل الاقتصادي لحجم الممارسات و أثارها الاقتصادية لتقدير إن كانت تؤثر على هيكل السوق و سيره العادي.

3. **قانون المنافسة يرتبط بالسياسة الاقتصادية للدولة** : فهو يدور وجودا وعدما في فلكها .

ثانيا: اهداف قانون المنافسة.

حسب المادة الاولى من قانون المنافسة يهدف قانون المنافسة إلى ضمان ممارسة منافسة جرة في السوق المعني عن طريق تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسة مقيدة للمنافسة و مراقبة التجمعات الاقتصادية و تحسين ظروف معيشة المستهلكين.

و عليه يهدف قانون المنافسة إلى تحقيق هدف أساسي وهو حماية المنافسة داخل السوق.

ويستتبع ذلك حماية الكيانات الاقتصادية الناشطة فيه وحماية المستهلك. فقانون المنافسة يسعى إلى الموازنة بين المصالح المختلفة الممثلة في السوق بغرض حماية النظام العام الاقتصادي.

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

بما أن كل واحد من المتنافسين يسعى إلى تحقيق مصلحته الاقتصادية الخاصة هذا ما يؤدي إلى حدوث صراع داخل السوق وسيؤثر على التوازنات داخله و في الاقتصاد ككل لكون هذه المنافسة قد يترتب عليها زوال بعض المؤسسات التي لم تستطع أن تصمد أمام المنافسة من ما قد ينتج عنه بعض الاضطرابات الاجتماعية. و نؤكد أن قانون المنافسة لا يحمي المؤسسات الضعيفة و التي لا تملك عوامل انتاج و تسويق ناجعة داخل السوق. لكنه يحمي المنافسة الشريفة و الحرة وذلك لضمان البقاء داخل السوق لمن يقدم أحسن خدمة بأفضل الاسعار للمستهلك.

ثالثا: مبادئ قانون المنافسة.

يقوم قانون المنافسة على مبدأ أساسي و هو مبدأ حرية الاسعار أي خضوع الاسعار لقاعدة العرض و الطلب ، هذا المبدأ يقابله مبدأ حماية الحق في المنافسة .

1. مبدأ حرية الاسعار :

أكدت المادة 4 من قانون المنافسة المعدلة رقم 03-03 على أن الاسعار تحدد بحرية طبقا لقواعد العرض و الطلب .و أعاد المشرع صياغة المادة 4 بالقانون رقم 10-05 عن طريق التأكيد على أن الاسعار تحدد بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة و النزيهة . لكن في الصياغة الجديدة للمادة اعتمد عناصر على أساسها تحدد الاسعار الحرة في إطار القانون و ذلك باحترام ما يلي :

– تركيبة الاسعار فيما يخص نشاطات الانتاج و التوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.

–هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع و توزيعها أو تأدية الخدمات .

–شفافية الممارسات التجارية.

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

فالأصل أن الاسعار تخضع لقاعدة العرض و الطلب و هذا ما ينتج عنه تنافس المتدخلين في السوق على توفير أفضل السلع بأحسن الاسعار للمستهلكين . و بهذا يتأكد الالتزام بتطبيق مبدأ حرية ممارسة التجارة و الصناعة المكرس في الجزائر منذ صدور دستور 1989 و أكد عليه دستور 1996 المعدل.

إلا أن هذا المبدأ الدستوري ليس مطلقا إذ قيده المشرع بأن يمارس في حدود القانون و لقد أكد التعديل الدستوري لسنة 2016 على دور الدولة في ضبط السوق ومنح المشرع في قانون المنافسة الحق للدولة أن تتدخل لتحديد اسعار بعض السلع و الخدمات .

ففي قانون 03-03 نص المشرع في المادة 5 على أن للدولة أن تقوم بتقنين الاسعار و الخدمات ذات الطابع الاستراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة .كما منح للدولة إمكانية التدخل عن طريق اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الاسعار في حالات استثنائية مثلا : كارثة ،اضطراب خطير في السوق ...هذه التدابير تتخذ لمدة 6 أشهر كأقصى تقدير .

إلا أن المادة 5 عدلت بالقانون رقم 05-10 عن طريق منح سلطات أوسع للدولة للتدخل في تحديد الاسعار و يتجلى ذلك في :

- في قانون 2003 اقتصر تدخل الدولة لتقنين الاسعار على السلع الاستراتيجية لكن في قانون 2010 منح المشرع الحق للدولة أن تتدخل في تحديد هوامش و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها دون حصره على لسلع و الخدمات الاستراتيجية .

- قانون 2003 اشترط أن يتم تحديد الاسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة . في حين في تعديل 2010 اكتفى المشرع باشتراط أن يتم تحديد الاسعار بموجب التنظيم . فيمكن أن تحدد الاسعار بتعليمة أو قرار من وزير التجارة مثلا .

كما أنه في 2010 استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة و اكتفى بالنص على أن هذا التحديد يتم بناءا على اقتراح القطاعات المعنية.

– تضمن قانون 2003 أجلا للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها الدولة تسقيف الاسعار مثل حالة الاضطراب الشديد للسوق أو الكوارث و هي 6 أشهر ، في حين في تعديل 2010 لم يحدد أجل لذلك.

– حدد المشرع في تعديل 2010 الاسباب التي قد يتم الاستناد إليها لتسقيف الاسعار و هي :

تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع و الخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس في السوق.

مكافحة المضاربة بكل أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

و عليه في 2010 أدرجت في قانون المنافسة أحكاما تسمح – للإدارة – الممثلة في وزارة التجارة و القطاعات المعنية أن تتدخل مباشرة في تحديد الاسعار دون اللجوء إلى مجلس المنافسة رغم أنه الجهاز المكلف بضبط السوق و هذا لا يتلاءم مع سعي الجزائر إلى تكريس مبادئ اقتصاد السوق .

لهذا يجب على السلطة الحاكمة أن تطبق هذه الأحكام أخذة بعين الاعتبار مبادئ الادارة الرشيدة لكي لا تكون سببا في تعطل دواليب سير الاقتصاد و لا تحقق الهدف المعلن و هو حماية المستهلك .و تنبئ التدخلات المتواترة للإدارة في تسقيف الاسعار على أنه لا يوجد سوق منظم و مهيكل . فالحماية الفعالة للمستهلك لا تتحقق إلا في حالة بناء اقتصاد حقيقي و منتج وسوق شفاف تمارس فيه المنافسة بحرية و نزاهة .أما تدخل الادارة المتكرر في سير السوق فهو مجرد جرعة دواء مهدئة لا تقضي على المرض .

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

2. مبدأ حماية الحق المنافسة:

يقوم قانون المنافسة على الموازنة بين مبدأ حرية الاسعار و حماية السوق الحر في مواجهة كل ما يعرقل سيره الطبيعي.

فالتنافس الشديد الذي قد ينشأ بين المؤسسات الناشطة في السوق التي تسعى إلى كسب أكبر عدد من العملاء قد يؤدي إلى المساس بمصالح الاطراف الاخرى المتدخلة في السوق. لهذا المشرع حضر مختلف الممارسات المقيدة للمنافسة و منح لعدة أطراف حق إخطار مجلس المنافسة إذا توافرت شروطها و ذلك سعيا منه لضمان الحد الضروري من المنافسة الشفافة و الحرة. كما أنه أقر إجراءات رقابية تطبق على النجميعات الاقتصادية لضمان عدم مساسها بالمنافسة الحرة داخل السوق المعني.

المحاضرة 03: مصادر قانون المنافسة.

لا يختلف قانون المنافسة من حيث مصادره الرسمية عن غيره من فروع القانون في المنظومة القانونية الجزائرية، حتى و إن كان للمصادر الدولية في مجال المنافسة و الأعمال عموما دور جوهري، و عليه أمكن التمييز بصدد مصادر قانون المنافسة بين المصادر الوطنية، و المصادر الدولية.

أولا: المصادر الوطنية.

بالرغم من أن المشرع الجزائري أفرد للمنافسة قانونا خاصا من خلال القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة، إلا أن تعدد مضامين هذا الفرع من القانون يجعل من الممكن امتداده إلى نصوص أخرى ذات الصلة بالنشاط الاقتصادي و التعاقدي، و يمكن أن نشير في هذا الخصوص إلى إعمال قواعد النظرية العامة للالتزامات لاسيما منها أحكام المسؤولية المدنية، كما أن القانون التجاري باعتباره الإطار القانوني

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

العام للنشاط التجاري الممارس من قبل الأعوان الاقتصاديين، كما لا يمكن في هذا الشأن إغفال القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، خاصة في أحكامه المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية، و تنظيمه للأسعار، و الشأن ذاته بالنسبة للأمر 04/03 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع و تصديرها.

ثانيا: المصادر الدولية.

يقصد بالمصادر الدولية في هذا الخصوص الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بمجال الأعمال عموما، لاسيما اتفاقيات الشراكة، و الأسواق المشتركة، و في هذا الشأن تنبغي الإشارة إلى أهمية الاتفاقية المتوسطية المنشئة للشراكة الجزائرية الأوروبية الموقعة بفالنسيا بتاريخ 22 أفريل 2002، المصادق عليها من طرف الجزائر بتاريخ 27 أفريل 2005، و التي تم بموجبها إنشاء منطقة تبادل حر بين الجزائر و المجموعة الأوربية، بما يعنيه ذلك من اندماج السوق الجزائري –باعتباره فضاء للمنافسة– ضمن السوق الأوروبي، و الأمر ذاته بالنسبة للسوق العربية المشتركة، حتى وإن لم يكتمل هيكله القانوني بالنسبة للجزائر.

محاضرات قانون المنافسة سنة اولى ماستر تخصص تسويق سياحي و فندقي

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

المحاضرة 04: مضمون قانون المنافسة .

يتطلب ضمان أقل قدر من شروط المنافسة الحرة تدخل المشرع بهدف تصحيح بعض الوضعيات التي من شأن استمرارها أن يخل بالمساواة بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق في الوصول إلى العملاء، ويتحقق هذا التدخل من خلال فئتين من الأحكام: موضوعية وشكلية.

أولا: المضمون الموضوعي .

إن قانون المنافسة وفقا لهذا الاعتبار هو قانون ضبط سلوكيات الأعوان الاقتصاديين داخل السوق من خلال حظر الممارسات التي من شأنها عرقلة لعبة المنافسة الحرة، و ينطبق هذا الأمر بالنسبة لحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، و من بينها ما هو منصوص عليه بمقتضى المادة 6 من قانون 03/03 لاسيما عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار من خلا الاحتكار، أو انخفاضها من خلال الإغراق، و كذا الممارسات التمييزية Pratiques discriminatoires المتمثلة خصوصا في تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، و الأعمال المضيقة للمنافسة Pratiques restrictives de la concurrence المتمثلة خصوصا في الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية، و كذلك بالنسبة لمراقبة التجميعات الاقتصادية Contrôle des concentrations économiques و حظرها في حال ما إذا ترتب عنها تضييقا من محال المنافسة.

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

ثانيا: المضمون الشكلي.

يتضمن قانون المنافسة –إلى جانب التدخل لأجل ضبط سلوكيات الأعوان الاقتصاديين– أحكاما تعنى بالجوانب الهيكلية في تنظيم المنافسة، و يظهر ذلك من خلال إنشاء مجلس المنافسة باعتباره السلطة الإدارية المخولة لضمان السير الحسن للمنافسة و تشجيعها، من خلال تمكينه من بعض السلطات لاسيما الرقابة على التجميعات الاقتصادية و مدى أثرها على لعبة المنافسة، و كذلك إمكانية إبداء الرأي في بعض المسائل المرتبطة بالمنافسة لاسيما النصوص التنظيمية، و معالجة القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، إلى جانب سلطة التحقيق في مدى تطبيق النصوص القانونية و التنظيمية المتعلقة بالمنافسة.

المحاضرة 05: غايات قانون المنافسة.

لا يتوقف قانون المنافسة عند غايته الأصيلة في حماية المنافسة داخل السوق، و إنما يمتد أثره إلى حماية الكيانات الاقتصادية المتنافسة، و حماية المستهلك.

أولا: حماية المنافسة.

تظهر أهمية قانون المنافسة في حماية مبدأ المنافسة الحرة في ذاته، بما يستتبعه ذلك من حماية السوق باعتباره مجال هذه المنافسة، و تظهر هذه الحماية من خلال حظر الممارسات المقيدة للمنافسة و المتضمنة في الفصل الثاني من القانون 03/03، حيث أن الحظر وارد على هذه الممارسات بغض النظر عن آثارها الفعلية على السوق، و هو الأمر الذي يمكن استخلاصه من نص المادة 6 من قان ن المنافسة: "تحظر الممارسات و الأعمال المدبرة ز الاتفاقيات و الاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه"...

ثانيا: حماية المتنافسين.

تتحقق من خلال حماية المشرع لمبدأ المنافسة الحرة حماية الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، لاسيما أمام بعض التصرفات التي حظرها المشرع، و يدخل في هذا الإطار حظر التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية مثلما ورد النص عليها بمقتضى المادة 7 من قانون المنافسة، و التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية و التي قد تأخذ العديد من الأشكال أوردتها المادة 11 من قانون المنافسة، و تتمثل على الخصوص في رفض البيع بدون مبرر شرعي، البيع المتلازم أو التمييزي، البيع المشروط باقتناء كمية دنيا، الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، و قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة .

ثالثا: حماية المستهلك..

يختلف قانون المنافسة عن قانون حماية المستهلك في مجال إعمال كليهما، حيث يتحدد مجال قانون المنافسة في ضبط العلاقات فيما بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، أما قانون حماية المستهلك فيضبط علاقات المحترفين بالمستهلكين، غير أن حماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق قد تستتبع بالضرورة حماية المستهلك، و يتضح ذلك من خلال حظر عمليات الاحتكار بهدف رفع الأسعار، و البيع بخسارة التي قد تعرقل لعبة المنافسة، و بما قد يؤدي إلى انسحاب الأعوان الاقتصاديين الأقل قدرة اقتصادية، و بالتالي هيمنة الأعوان الاقتصاديين الأكثر قدرة على السوق، بما يستتبعه ذلك من معاودة ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر اقتصاديا.

محاضرات قانون المنافسة سنة اولى ماستر تخصص تسويق سياحي و فندقي

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

المحاضرة 06: مجال تطبيق قانون المنافسة

يتحدد مجال تطبيق قانون المنافسة بالاستناد إلى معيارين: أولهما النشاط الاقتصادي، و ثانيهما مرتبط بطبيعة الممارسات في حد ذاتها.

أولا: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي

إن فكرة النشاط الاقتصادي التي أقرتها المادة 2 من قانون المنافسة لا تعني بالضرورة أن يكون ثمة مقابل مالي للنشاط، وتكون العبرة في مدى تأثير النشاط على سوق السلعة والخدمة، من ذلك ما ذهب إليه القضاء في فرنسا من أن "إعارة الشركات المنتجة للوقود لموزعي منتجاتها المعتمدين خزانات الوقود بدون مقابل مالي يخضع لأحكام الأمر المتضمن قانون المنافسة." بل أن مجال قانون المنافسة قد يمدد إلى تجمعات غير ربحية مثل النقابات و التعاونيات، متى كان لنشاطها تأثير على سوق الخدمة أو السلعة، مثلما هو الأمر بالنسبة لقرار تنظيم نقابي بمقاطعة بضاعة معينة، حيث قد يعتبر ذلك من الأعمال المدبرة حسب مفهوم المادة من القانون و التي قد تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها، أو الإخلال بها من خلال التأثير على مستوى الطلب، كما يعتبر من قبيل الأعمال المدبرة الاتفاقات المعقود بين المؤسسات الاستشفائية حول أسعار الخدمات الطبية، و عليه يكون معيار إعمال قانون المنافسة هو مدى تأثير النشاط الاقتصادي على السوق.

إن القول بمعيار تأثير النشاط الاقتصادي على السوق كأساس لإعمال قواعد حماية المنافسة كفيل بإخراج بعض الأنشطة الاقتصادية من مجال الخضوع لقانون المنافسة متى لم تؤثر على السوق محل الحماية، ويدخل في هذا الإطار اتفاقات التصدير إذا كان محل الاتفاق موجها لغير السوق الوطنية، حتى وإن تم الاتفاق بين أعوان اقتصاديين وطنيين

الاستاذة الزروق الزغيمي مريم. الايميل : ezzeroug.meriem@gmail.com

ثانيا: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

أورد المشرع الجزائري من خلال المادة الثانية من قانون 03/03 بيان النشاطات المشمولة بمقتضيات القانون، حيث "يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون، إذا كانت لا تندرج ضمن إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام." و عليه يكون النشاط الاقتصادي الصرف، سواء الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي هو العبرة عند تحديد مجال إعمال قانون المنافسة، بغض النظر عن طبيعة العون الاقتصادي الممارس لهذا النشاط، من حيث كونه شخصا خاصا أو عاما، فيما عدا الحالات التي يتدخل فيها هذا الأخير باعتباره سلطة عامة حسبما يتضح في قانون الصفقات العمومية في الكثير من الأحكام، كالامتيازات الممنوحة للمنتج الجزائري على حساب المنتجات الأجنبية، أو الشركات الجزائرية على حساب الشركات الأجنبية، و كذلك الأمر بالنسبة للاستثناءات المقررة قانونا لمصلحة دعم أسعار السلع للمنتجات واسعة الاستهلاك، أو التدابير المتضمنة تحديد هوامش الربح للسلع التي تعرف ارتفاعا مفرطا و غير مبرر لأسعارها مثلما ورد بمقتضى الفقرة الأولى من المادة 5 من قانون 03/03 المعدلة بمقتضى المادة 4 من قانون 05/10 حيث: "... يمكن أن تحدد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم..." بما من شأنه أن يشكل استثناء عن مبدأ حرية الأسعار و المنافسة الحرة.

إن اصطلاح المؤسسة بمفهوم قانون المنافسة لا يمكن قصره على الأشخاص الطبيعية أو المعنوية الخاصة، بل يمتد إلى كل شخص يمارس نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات، حسب المفهوم الوارد في المادة 3 من قانون 03/03 متى ثبت قيامه بنشاط اقتصادي متمثل في منح سلعة أو تقديم خدمة داخل نطاق سوق معين، ما لم يتقرر ارتباط النشاط بمصلحة عامة، أو كان ضروريا لتحقيقها.