جامعة مولود معمري – تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون

قانون المنافسة وضبط السوق

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص: القانون الخاص

من إعداد الطالبتين:
–بلقسام شهرزاد
– سويبس ياسمين

تحت إشراف الأستاذة:
د/ قونان كهينة

لجنة المناقشة

د/ سعد الدين محمد، أستاذ محاضر أ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... رئيسا.
د/ قونان كهينة، أستاذة محاضرة أ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... مشرفة ومقررة.
د/ أيت تفاتي حفيظة، أستاذة محاضرة أ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... ممتحنة.

السنة الجامعية: 2021/2020

بسم الله الرحمان الرحيم

شكر وعرفان

نحمد الله ونشكره على نعمة العلم ونشكر كل من ساهم في رفعه وتطويره.

نتقدم بخالص الشكر والامتنان للأستاذة " قونان كهينة" والتي شرفتنا بإشرافها لنا على مذكرة تخرجنا وبما قدمته لنا من نصائح وتوجيهات قيمة طيلة مشوار انجازنا هذه المذكرة التي أنارت طريقنا وقومت مسارنا، فجزاها الله عنا خير الجزاء.

كما نتقدم بشكرنا الجزيل إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على كل المجهودات المبذولة في سبيل مناقشة هذا العمل وتقييمه، فلهم منا فائق الشكر والاحترام.

شهرزاد وياسمين

إهـــداء

إلى التي أفنت شبابها في سبيل تنشئتي وإسعادي ..... إلى من ربتني على الحب والاحترام، إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها.... إلى نبع الحنان الذي لا ينضب

إلى أجمل ابتسامة في حياتي وأروع امرأة في الوجود: أمي الغالية.

إلى من حصد الأشواك في طرقي وأبعدها من دربي، ... إلى من علمني دروس التحدي والكفاح، إلى الذي لم يبخل عليّ بشيء... إلى قوتي وعزتي.

إلى أعظم وأعز رجل في الكون: أبي العزيز.

إلى الزهرتان الغاليتان أخواتي: ثيزيري وأسماء

إلى من كانوا ولا زالوا سندا لي في الحياة إخوتي مخطار، وعبد الهادي.

إلى جدي وجدتي من أبي

حفظهما الله وأطال في عمرهما.

إلى روح جدي وجدتي من أمي

رحمهما الله وأسكنهم فسيح جنانه.

إلى كل أفراد الأسرة كبيرا أو صغيرا.

إلى رفيقة دربي ياسمين

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إخراج هذا البحث إلى حيز الوجود بالقول أو الفعل أو الدعوة الصالحة.

إلى كل من أدين لهم بالفضل ومديد العون

ولم يتسع المقام لذكره.

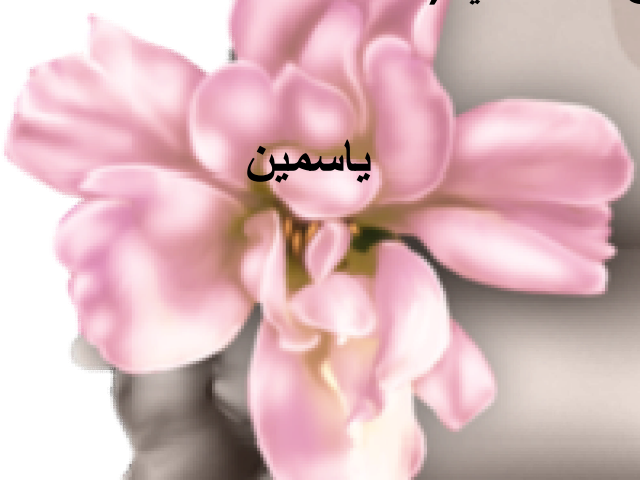
إليكم جميعا أهدي هذا العمل.

شهرزاد

إهداء

- إلى ملاكي في الحياة وسر بسمتي، إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي والدتي الحبيبة أطال الله في عمرها.
- إلى الإنسان الذي علمني كيف يكون الصبر طريقا للنجاح إلى أعظم واعز رجل في الكون والدي الحبيب أطال الله في عمره.
- إلى توأم روحي ورفيقة دربي إلى صاحبة القلب الطيب أختي العزيزة روزة التي سرت معي الدرب خطوة بخطوة وما تزال ترافقني حتى الآن.
- إلى سندي في الوقت الذي تجبرني فيه الحياة على الانحناء بدونكم أنا لا شيء ومعكم أنا كل شيء إلى من بهم أكبر وعليهم اعتمد إلى كل أفراد عائلتي سويبس وفرج.
- إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء.
- إلى من كانوا معي على طريق النجاح صديقاتي (فاطمة وشهرزاد)

ياسمين



قائمة المختصرات

أولا: باللغة العربية:

-**ج، ر، ج، ج:** الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

-**ص:** الصفحة

-**ط:** الطبعة

-**د،.ط:** دون طبعة

-**ص، ص:** من صفحة إلى صفحة

- **د، س، ن:** دون سنة النشر

- **د،ج:** دون جزء

ثانيا: باللغة الأجنبية:

P : Page

P.P : de la page … à la page.

Ed : édition

مقدمة

مقدمة:

تبنّت الجزائر غداة الاستقلال نظام اقتصادي اشتراكي للتحكم بزمام الأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إلاّ أنّ هذا النظام أثبت فشله، حيث ظهرت في أواخر الثمانينات عدّة مشاكل أثّرت على الوضع الاجتماعي آنذاك، منها انخفاض عائدات البترول وتدني المستوى المعيشي للفرد، هذا الوضع أجبر الدولة على تغيير النظام الاقتصادي والدخول إلى النظام الرأسمالي الحرّ لمسايرة النظام الاقتصادي العالمي الذي شهد تغيرات جذرية بعد انهيار النظام الاشتراكي، وقد تم سنّ أوّل قانون للمنافسة في الجزائر سنة 1995 من خلال الأمر رقم 95-06[1]، والذي تضمن بعض السلوكات غير الشرعية وبعض القواعد المتعلقة بالمنافسة التي سبق إدراجها ضمن القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار الملغى[2].

غير أن الواقع أثبت قصور القانون رقم 95- 06 عن استيعاب العديد من المستجدات في مجال ضبط وتنظيم مجال المنافسة، لذلك ألغي بالأمر رقم 03-03[3]، سعت الجزائر من خلاله إلى تحقيق تنمية اقتصادية فعالة وذلك بإيجاد الآليات الكفيلة التي تمكنها من الانتقال إلى اقتصاد السوق، ودمج مفهوم قانون المنافسة في المجال الاقتصادي وفتح المجال أمام النشاط التنافسي، لاسيما وأن نظام اقتصاد السوق يقوم أساسا على التبادل في الإنتاج والتداول على ثروات السوق.

وقد عبّر المشرع من خلال قانون المنافسة 03-03 الذي شهد بدوره عدة تعديلات لسد ثغراته عن رغبته في إعطاء السوق دورها الحقيقي وتكريس طابعها التنافسي، باعتباره الحيز الذي يتم فيه مطابقة العروض مع طلبات السلع والخدمات، ويتم تنظيمه بموجب

---

[1] أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر ج ج، عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995، ملغى.

[2] قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989، المتعلق بالأسعار، ج ر ج ج، عدد 29، الصادر في19 جويلية 1989، ملغى.

[3] أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر ج ر، عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم.

نصوص قانونية متعددة تتخللها مبادئ معترف بها دستوريا.

ولضمان تحقيق هذه الغاية تم وضع جهاز يعهد له مهمة ضبط السوق، يتمثل في "مجلس المنافسة" باعتباره هيئة إدارية مستقلة، يخوّل له ردع كل ممارسة من شأنها عرقلة سيره.

من خلال ما سبق، تظهر أهمية دراسة هذا الموضوع، من خلال طرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم قانون المنافسة في ضبط السوق؟

وللإجابة على الإشكالية أعلاه تمّ تقسيم الدراسة إلى فصلين على النحو التالي:

-**الفصل الأول:** قانون المنافسة كضابط قانوني للسوق.

-**الفصل الثاني:** مجلس المنافسة كسلطة لضبط السوق.

الفصل الأول

قانون المنافسة كضابط قانوني للسوق

الفصل الأوّل

قانون المنافسة كضابط قانوني للسوق

يقصد بقانون المنافسة مجموعة الأحكام القانونية والتنظيمية المطبقة على الأشخاص والمؤسسات في إطار نشاطاتها داخل السوق، والتي يكون الغرض منها ضبط التنافس فيما بينها، ما يشكل مجال تطبيق قانون المنافسة (المبحث الأوّل)، أما أحكام قانون المنافسة فتهدف إلى تحديد نسبة المنافسة اللازمة والملائمة داخل السوق، والسوق بمفهوم قانون المنافسة ليس هو السوق بالمفهوم المكاني الذي يعني الأمكنة المعدة لممارسة التجارة وإنما يعني به السوق بالمفهوم الاقتصادي، وعليه يعتبر محل تطبيق قانون المنافسة (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مجال تطبيق قانون المنافسة

يهدف قانون المنافسة إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق من أجل زيادة الفعالية الاقتصادية، وبالرجوع إلى الأمر رقم 03-03 المنظم للمنافسة من خلال المواد 1 و2 و3، نجد أن المشرع أقرّ بسريان هذا القانون، كأصل عام على أشخاص محدّدة (المطلب الأوّل) ونشاطات معيّنة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

كرّس المشرع الجزائري في قانون المنافسة مبدأ المساواة بين المؤسسات من أجل زيادة الفعالية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وبموجب نص المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة يشمل مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص، والذي يشمل كل من أشخاص القانون العام (الفرع الأول) بالإضافة إلى أشخاص القانون الخاص (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أشخاص القانون العام

نص المشرع الجزائري على إمكانية تطبيق قانون المنافسة على الأشخاص العمومية، ويتعلق الأمر هنا بالأشخاص المعنوية، التي تعرف على أنها مجموع من أموال أو جماعة من الأشخاص يتحدون للقيام بنشاطات مشتركة ولأغراض مختلفة ويسمى بالشخص المعنوي لان ليس له كيان مادي وإنما وجود معنوي فقط، وقد اعترف له القانون بالقدرة على اكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات[1].

[1] زواوي محمدي فريدة، المدخل للعلوم القانونية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1998، ص103.

وتضم الأشخاص الخاضعة للقانون العام طبقا للمادة 49 من القانون المدني[1] كل من الأشخاص المعنوية الإقليمية (أولا) والأشخاص المعنوية المرفقية (ثانيا).

أولا: الأشخاص المعنوية الإقليمية

تعرّف الأشخاص المعنوية المرفقية الإقليمية بأنها تلك الأشخاص التي تمارس صلاحياتها في حيز جغرافي محدد، وتتمتع بالشخصية المعنوية من أجل مباشرة أعمالها[2] وتشمل كل من الدولة (1)، الولاية (2) والبلدية (3).

1- الدولة:

تعرف الدولة على أنها: "جماعة من النّاس يعيشون بصورة دائمة فوق إقليم جغرافي محدد ويخضعون لسلطة سياسية معينة "[3]، وينحصر اختصاص الدولة في نطاق إقليم معين، ولا يحتاج وجودها إلى نص في الدستور أو في القانون أو أي وثيقة أخرى ذات طابع دولي أو داخلي[4]، فهي شخص معنوي إقليمي تمارس سيادتها على أراضيها وتتفرع عنها الأشخاص المعنوية العامة والخاصة[5]، وبما أن الدولة تضطلع بأعباء السلطة العامة وتلبي سائر الخدمات العامة وتشبع سائر الرغبات، فهي تحتاج إلى الاستعانة بأشخاص إقليمية أخرى كالولاية والبلدية[6].

---

[1] أمر رقم 75- 58 مؤرخ في 25 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

[2] قيراط نصيرة، تطبيق قانون المنافسة على الأشخاص المعنوية العامة، شهادة الماجستير،كلية الحقوق، جامعة قالمة، قالمة، 2016/2015، ص19.

[3] ديدان مولود، مباحث في القانون الدستوري والنظم السياسية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، د س ن، ص 17.

[4] بوضياف عمار، الوجيز في القانون الإداري، ط3، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص149.

[5] حسين فزيجة، شرح القانون الإداري، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص105.

[6] بوضياف عمار، مرجع سابق، ص149.

2 – الولاية:

عرفت المادة الأولى من القانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية[1]، الولاية بأنها:

" الجماعة الإقليمية للدولة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة".

تعد الولاية منظمة جغرافية تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، تمارس مهامها المحددة قانونا، وتتكون الولاية من هيئتين، هما المجلس الشعبي الولائي والوالي، وذلك طبقا لما جاء في المادة الثانية من القانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية التي تنص على أنه: « للولاية هيئتان هما:

–المجلس الشعبي الولائي.

–الوالي".

3–البلدية:

تعرف المادة الأولى من القانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية[2] البلدية بأنها: "الجماعة الإقليمية القاعدية للدولة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة، وتحدث بموجب القانون"، كما أنها حسب المادة 06 من نفس القانون تملك اسم ومقر رئيسي.

ثانيا: الأشخاص المعنوية المرفقية:

يطلق على الأشخاص المعنوية المرفقية أيضا اسم المؤسسات العامة، وهي تعتبر مرفق عام مشخص، أي أنها جهاز أو هيكل إداري يعمل على تلبية احتياجات الجمهور[3]، من خلال تقديم مختلف الخدمات المتنوعة، ويتم تحديد الطبيعة الإدارية للمؤسسات العمومية في الجزائر بالاعتماد على المعيار العضوي[4]، فإذا كانت الهيئات العمومية تهدف إلى تحقيق

[1] قانون رقم 12–07 مؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج ر ج ج، عدد 12، الصادر في 29 فبراير 2012.

[2] قانون رقم 11–10 مؤرخ في 22 جوان 2011، المتعلق بالبلدية، ج ر ج ج، عدد 37، الصادر في 03 جوان 2011.

[3] الصغير محمد، القرارات والعقود الإدارية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2017، ص198.

[4] سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة وهران، 2011/2010، ص55.

تحقيق الربح، فإنها تأخذ الطابع التجاري والصناعي، وبالتالي تخضع لقانون المنافسة (1)، أما إذا كانت ترمي إلى تحقيق المنفعة العامة، فتعد هيئات عمومية ذات طابع إداري، وبالتالي لا تخضع لهذا القانون (2).

1- الهيئات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري:

يقصد بالنظام القانوني للمرافق العامة الاقتصادية، مجموعة القواعد والمبادئ القانونية التي تطبق على جميع المرافق العامة الاقتصادية[1]، وهي في ذلك تخضع لنظام قانوني مزدوج، فعندما تمارس نشاطا اقتصاديا صناعيا أو تجاريا، فهي تخضع للقانون الخاص، أما إذا استعملت صلاحيات السلطة العامة، فإنها تخضع للقانون العام[2].

2- الهيئات العمومية ذات الطابع الإداري:

تتميز الهيئات العمومية ذات الطابع الإداري بأنها لا تهدف إلى تحقيق الربح، بل هدفها الأساسي هو تقديم خدمات عامة كالمستشفيات والجامعات والعدالة والأمن، وتساعد الدولة في القيام بمهامها، وهي تخضع للقانون الإداري من حيث تنظيم نشاطها، كما تعتبر أموالها أموال عمومية وعمالها موظفين عموميين[3].

الفرع الثاني

أشخاص القانون الخاص

يطبق قانون المنافسة أيضا على الأشخاص الخاضعة للقانون الخاص، سواء تعلق الأمر بالأشخاص الطبيعية (أولا) أو الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص (ثانيا).

---

[1] مروان محي الدين القطب، طق خصخصة المرافق العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص04.

[2] بن السعيد المختار، مجال تطبيق قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019/2018، ص12.

[3] سليمان نسرين، تسيير الخدمات العامة المحلية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017، ص35.

أولا: الأشخاص الطبيعية

يخضع الأشخاص الطبيعيين لقانون المنافسة، ويقصد بالشخص الطبيعي الإنسان أي الكائن البشري[1] الذي يتمتع بالشخصية القانونية، فيكون أهلا لاكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات[2]، وتشمل كل من التجار (1)، والحرفي (2).

1/- التاجر:

يعرف التاجر بالمفهوم العام بأنه ذلك الشخص الذي يمارس نشاطا تجاريا بصفة رئيسية، له حقوق والتزامات مفروضة عليه[3]، وقد ورد تعريفه في القانون التجاري الجزائري[4] في المادة الأولى التي تنص على أنه: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له ما لم يقض القانون بخلاف ذلك".

تظهر أهمية تحديد المقصود بالتاجر، في الآثار الناتجة عن إلحاقه بهذا الوصف، سواء تعلق الأمر بالشخص الطبيعي أو المعنوي، وذلك من خلال تحديد النظام القانوني الذي يخضع له[5].

وفي ذلك قضت المحكمة العليا في إحدى اجتهاداتها بأنه: "من المقرر قانونا انه يعد تاجرا ويخضع للقانون التجاري كل من يملك محلا تجاريا ومسجل في السجل التجاري ويمارس أعماله التجارية على سبيل الاعتياد"[6].

---

[1] خشاب حمزة، مدخل العلوم القانونية ونظرية الحق، دار بلقيس للنشر، الجزائر،2014، ص173

[2] جعفور محمد سعيد، مدخل إلى العلوم القانونية، الجزء الثاني، دروس في نظرية الحق، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص288.

[3] محرز أحمد، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980، ص 119.

[4] أمر رقم 75- 59 مؤرخ في 26سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، ج ر ج ج، عدد 77، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

[5] بن زارع رابح، مبادئ القانون التجاري، دار العلوم، عنابة، 2016، ص13.

[6] حمدي باشا عمر، القضاء التجاري، دار هومة، الجزائر، 2009، ص13.

2- الحرفي:

يقصد بالحرفي كل شخص طبيعي يسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف[1]، يمارس نشاطا تقليديا كما يثبت تأهيلا ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته من خلال ما يثبته من مؤهلات مهنية أو ممارسات فعلية لهذا النشاط لعدة سنوات[2]، هو ما أكدته المادة 10 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف[3].

وقد عرفت المادة 05 من الأمر رقم 96-01 الذي يحدّد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف التي الصناعة التقليدية والحرف بأنها: "كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي كما يشترط في ممارسة هذا النشاط أن يكون بصفة رئيسية ودائمة".

ثانيا: الأشخاص المعنوية الخاصة

تعرف الشخصية المعنوية الخاصة بأنها تلك الشخصية التي يكونها الأفراد سواء لتحقيق غرض خاص بهم أو بغرض يعود بالنفع العام وهي على نوعان شركات (1) وجمعيات (2).

1/- الشركات

عرفت المادة 416 من القانون المدني الجزائري الشركات بأنها: "عقد بمقتضاه يلتزم شخصان طبيعيان أو اعتباريان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من

---

[1] بدوي عبد الجليل وأهنان علي، نطاق تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص وفقا للأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 11، كلية العلوم السياسية، جامعة غرداية، 2020، ص 51.

[2] مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود توزيع أطروحة دكتوراه علوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015، ص54.

[3] أمر رقم 96-01 مؤرخ في 10 جانفي 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج ر ج ج، عدد 3، الصادر في 12 جانفي 1996.

عمل أو مال أو نقد، بهدف اقتسام الربح الذي قد ينتج أو تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي ذي منفعة مشتركة".

والشركات نوعان، منها التجارية وأخرى مدنية، فالشركات التجارية هي التي يكون موضوعها تجاري كشركة المحاصة أو اتخذت شكل من الأشكال التالية: شركة التضامن والتوصية بنوعيها، وشركة المساهمة والشركة ذات المسؤولية المحدودة، حتى ولو كان موضوعها مدني، بمعنى تجارية بحسب شكلها حسب المادة 03 من القانون التجاري.

أما بالنسبة للشركات المدنية، فتعتبر كذلك من أشخاص القانون الخاص، وتشملها المادة 02 من القانون التجاري، وتنشأ بموجب عقد وفقا لنص المادة 416 من القانون المدني الجزائري وهي التي يكون موضوعها مدني ولا تتخذ إحدى الأشكال التي نصت عليها المادة 544 من القانون التجاري،وقد بيّن القانون المدني أحكامها وكيفية إدارتها[1].

2/-الجمعيات

أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لإنشاء الجمعيات وخول لها عدة صلاحيات، وقد عرفتها المادة 02 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات[2]بأنها: " تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محددة أو غير محددة ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني، الاجتماعي، العلمي، الديني، التربوي، الثقافي، الرياضي، البيئي، الخيري والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعتبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع".

[1] باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة الفكر، مجلد 10، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص337.

[2] قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 جانفي 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر ج ج، عدد 02 ، الصادر في 15 جانفي 2015.

يلاحظ على هذا التعريف أن المشرع يعتبر الجمعية تجمع أشخاص على أساس تعاقدي، ويظهر هذا الأساس من تعدد الأشخاص المكونين لها، سواء كانوا طبيعيين أو معنويين، وهو ما يتعارض مع فكرة تكوين الجمعية من طرف شخص واحد[1].

غير أنه يجب أن تدرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام والآداب العامة، وأحكام القوانين والتنظيمات.

3/-المنظمات المهنية:

تعرف المنظمات المهنية على أنها تنظيم طائفي ينشئه القانون على المستوى الوطني يجمع وجوبا أعضاء المهن الحرة، ومن مهامها تنفيذ هذه المهن لدى السلطات العمومية وكذا الغير[2] وعملها مهني بالدرجة الأولى، ويذكر على سبيل المثال الخدمات التي يقدمها المحامي والمهندس والخبير لزبائنه، والتي تقوم على استغلال الملكات العقلية والفنية، بعد تحصيل طويل للعلم في اختصاص معين، ينتهي بالحصول على شهادة، تسمح بممارسة هذه المهنة في إطار قوانين خاصة، فيقدم أصحابها خدمات ذات طابع خاص، مقابل أتاوات يتقاضوها من زبائنهم، وتعتبر من قبيل الأعمال المدنية وترتبط بهذه المهنة، كما تعرف أيضا بأنها مرافق عامة، ينصب نشاطها على أبناء مهنة أو حرف معينة، في أشكال وصور متعددة بحيث تراقب وتوجه نشاطها المهني بواسطة هيئات مهنية، يخولها القانون بعض امتيازات السلطة العامة، ويكون أعضاؤها ممن يمارسون المهنة،ويتعلق الأمر بالنقابات أو المنظمات كنقابة المحامين، الأطباء، المهندسين والصيادلة... وغيرها[3].

---

[1] بن السعيد مختار، مرجع سابق، ص24.

[2] فيلالي علي، نظرية الحق، موفم للنشر، الرغاية، 2001، ص 309.

[3] مأمون مؤذن، الطبيعة القانونية لنشاطات النقابات والمنظمات المعنية، مجلة الحقيقة، عدد 30، جامعة أدرار، الجزائر، 2014، ص66.

وقد عرفت المادة 05 من القانون رقم 90-22 المتعلق بالسجل التجاري[1] المهن المنظمة بأنها: "... جميع المهن التي تتوقف ممارستها على امتلاك شهادات أو مؤهلات تسلمها مؤسسات يخولها القانون ذلك ....".

المطلب الثاني

مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط

حدد المشرع الجزائري مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط، بموجب المادة 02 من القانون رقم 10-05 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة[2]، عندما نصت على أنه: " تطبق أحكام هذا الأمر 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 والصناعات التقليدية والصيد البحري، والصفقات العمومية بدءا بنشر الإعلان عن المنافسة إلى غاية المنح النهائي للصفقة"، وعليه يستخلص أن قانون المنافسة يطبق على كل من نشاط الإنتاج والتوزيع والاستيراد (الفرع الأول) ونشاط الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري (الفرع الثاني) إضافة إلى الصفقات العمومية (الفرع الثالث).

[1] قانون رقم 90-22 مؤرخ في 18 أوت 1990، يتعلق بالسجل التجاري، ج ر ج ج، عدد 36 الصادر في 22 أوت 1990.

[2] أمر رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03، الصادر في 19 جويلية 2003، والمتعلق بالمنافسة ، ج ر ج ج، عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

الفرع الأول

نشاط الإنتاج والتوزيع والاستيراد

يطبق قانون المنافسة حسب المادة 02 من قانون المنافسة 03-03 المعدل والمتمم على مختلف صور النشاط الاقتصادي داخل السوق، والتي تشمل كل من نشاطات الإنتاج(1) والتوزيع والاستيراد(2).

1- نشاط الإنتاج:

عرف المشرع الجزائري نشاط الإنتاج بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[1]نشاط الإنتاج بأنه: "جميع العمليات التي تتمثل بتربية المواشي، وصنع المنتج، جنيه، تحويله، توضيبه وتخزينه في أثناء صنعه وقبل أول تسويق له".

أما وفقا للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[2] فالإنتاج هو: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل، التركيب وتوضيب المنتوج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول".

تؤدي معرفة الإنتاج إلى معرفة المنتوج والذي عرفته المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، سالف الذكر بأنه: " كل شيء منقول مادي قابل لأنّ يكون موضوع معاملات تجارية".

ووفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 فالمنتوج هو: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

---

[1] قانون رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ج، عدد 05، الصادر في 30 جانفي 1990، معدل ومتمم.

[2] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، عدد 15، الصادر في8 مارس2009، معدل ومتمم.

حصرت المواد أعلاه المنتوجات في المنقولات وهي الأشياء غير المستقرة وغير الثابتة، ويمكن نقلها فتكون قابلة للتوزيع، وعلى هذا، تخرج العقارات من هذا المفهوم، لكن هذا لا يعني استبعادها من التعامل فيها كممارسة تجارية من دائرة المنافسة، إذا كان المنافس مؤسسة بمفهوم الأمر المتعلق بالمنافسة، كما هو الحال في الوكالات العقارية، وتبقى العقارات بالتخصيص منتجات إذا تم التعامل فيها كمنقولات مستقلة عن العقارات التي وضعت لخدمتها[1].

ويشمل المنتوج المادي كل من المواد الغذائية وغير الغذائية وقد بينت المادة 02 من القانون رقم 10-05 المتمم للقانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بعض النشاطات التي تدخل في إطار الإنتاج، من تربية المواشي والنشاطات الفلاحية.

والمنتج ملزم قبل أن يعرض منتوجه للتوزيع والبيع النهائي، أن يحترم النصوص القانونية والتنظيمية التي وضعت لأجل حماية المستهلك، وذلك بأن يبين بصورة واضحة عن مكوناته، وغيرها من البيانات الضرورية التي تضمن سلامة وحماية المستهلك[2]، حتى يستجيب المنتوج لرغبات المستهلك،كما يشترط أن يراعى في إنتاجه المواصفات والمقاييس القانونية.

2/-نشاط التوزيع والاستيراد:

تعتبر نشاطات التوزيع والاستيراد مرحلة تتوسط الإنتاج والتسويق والبيع النهائي، وقد وضحت المادة 02 من القانون رقم 10-05 سالف الذكر، بعض هذه النشاطات، ويتعلق الأمر بتلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعي اللحوم بالجملة، وعلى الموزع أن يتأكد من صلاحية المنتوج للاستهلاك باعتباره مهنيا.

[1] باطلي غنية، مرجع سابق، ص341.

[2] المادة 11 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر.

الفرع الثاني

نشاط الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري

تدخل ضمن النشاطات الاقتصادية التي يطبق عليها قانون المنافسة داخل السوق، كل من نشاط الخدمات (1) والصناعات التقليدية (2) والصيد البحري (3).

1- الخدمات:

عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش سالف الذكر، الخدمات بأنها: " كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتوج، ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له"

تقع على عاتق المنتج نفس الالتزامات التي تقع على عاتق مؤدي الخدمات، حيث يلتزم بالإعلام بمضمون الخدمة، فإذا كانت تتمثل في التصليح التزم بإعلام طالبها بالأجزاء التي يريد استبدالها وأصلها وسعرها ويلتزم بضمانها.

ومصطلح الخدمة اقتصادي وينتمي أيضا إلى قانون الاستهلاك وقانون المنافسة، ومن الخدمات التنظيف والتصليح والترميم والنقل، وتسليم المنتوج لا يدخل في مفهوم الخدمة، لأنه من بين الالتزامات التي تترتب على عاتق المنتج أو البائع أو الموزع، والذي يجد له أساسا في القانون المدني[1].

2- الصناعات التقليدية:

تقتضي دراسة الصناعات التقليدية التعرض أولا لتعريفها (أ) تم تبيان أنواعها (ب).

أ- تعريف الصناعات التقليدية:

تعتبر الصناعة التقليدية أحد مقومات الشخصية الوطنية الأساسية للشعوب، لأنها تميّز خصوصية المجتمع وهويته وأصالته، كما تعبّر عن تراكمات الناتج الحضاري لإنسان المنطقة الذي تفاعل مع الطبيعة بمقدراتها المحلية، مبرزا قدراته في إنتاج ما هو بحاجة إليه

[1] باطلي غنية، مرجع سابق، ص343.

للاستعمالات اليومية والموسمية، المتراكم عبر السنوات الذي ساهمت فيه الأجيال السابقة واللاحقة بلمستها الإبداعية المتراكمة عبر العصور المتعاقبة[1].

هذا وقد خلى التشريع الجزائري قبل صدور الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، سالف الذكر والنصوص التطبيقية له، من تعريف واضح وصريح لقطاع الصناعات التقليدية، لكن بصدور الأمر أعلاه أدرج تعريفا لها بموجب المادة 05 منه على النحو التالي: " الصناعة التقليدية والحرف هي كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي، وتمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو معرضي، وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقاولة للصناعة التقليدية أو الحرف".

ب-أنواع الصناعات التقليدية:

يمكن تقسيم الصناعات التقليدية إلى الصناعات التقليدية بوجه عام (1)، الصناعات التقليدية الفنية (2)، والصناعات التقليدية الحرفية النفعية الحديثة (3).

1-الصناعات التقليدية بوجه عام:

هي كل الصناعات لأشياء تزينية أو نفعية يغلب عليها الطابع اليدوي حتى وأن استعمل الحرفي الآلات، كصناعة الأواني الفخارية مثلا.

2- الصناعات التقليدية الفنية:

تعتبر صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بأصالتها وطابعها الإبداعي، وتشمل الوظيفة الرئيسية لهذه الصناعات في الوظيفة التزيينية أساسا، مثل فن الطرز والنسيج اليدوي[2]، وهذا النوع من الصناعات يتطلب تأهيلا عاليا للحرفي في المجال الفني، إضافة إلى

[1] بن صديق نوال، التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة على التراث ومطلب التجديد، دراسة انتروبولوجية بمنطقة تلمسان، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، تخصص أنتروبولوجية التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2013، ص 12.

[2] بدوي عبد الجليل وهنان علي، مرجع سابق، ص51.

استبعاد نظام تقسيم العمل في هذا الصنف من الحرف، لذلك تتسم بارتفاع أسعارها باعتبارها تستغرق وقتا طويلا في الصنع وتتطلب مهارات فنية عالية[1].

3- الصناعات التقليدية الحرفية النفعية الحديثة:

يقصد بالصناعات التقليدية الحرفية النفعية الحديثة،كل صنع لمواد استهلاكية مثل مواد التجميل والمواد الغذائية، وكذا مواد البناء وتتميز هذه الصناعة في كونها تعتمد على درجة كبيرة من تقسيم العمل، وتعرف خاصة ب: " الصناعات الصغيرة"، حيث قد يكون صاحبها مقاولا من الباطن[2].

4- الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات:

تكون الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات في مجال التصليح والصيانة أو الترميم، كترميم أثاث قديم أو تنظيم المفروشات[3].

3-الصيد البحري:

أدرج المشرع الجزائري قطاع الصيد البحري ضمن النشاطات التي تخضع لقانون المنافسة، وذلك بغرض إدماجه بصفة مستدامة في الاقتصاد الوطني وفقا لبرنامج المخطط الخماسي 2011/2010، من خلال تنظيم مصايد الأسماك، عن طريق وضع مخطط للتهيئة والتسيير يرتكز على معطيات علمية ويتكيف مع الخصوصيات الاجتماعية والاقتصادية الوطنية، وعلى ضبط جهد الصيد من خلال التدخل على مستوى كل حلقات السلسلة الإنتاجية بغية السماح بالاستغلال العقلاني للموارد مع المحافظة على المخزون وتنظيم عمليات الإنزال ومراقبتها بغية ضمان دقة المعطيات الإحصائية المتعلقة بالمخزون الصيدي، واحترام القوانين المعمول بها فيما يتعلق بحفظ الصحة وسلامة المنتجات الصيدية

[1] بن صديق نوال، مرجع سابق، ص 14.

[2] بن صديق نوال، نفس المرجع، ص ص 17- 18.

[3] باطلي غنية، مرجع سابق، ص339.

وفقا للمعايير الدولية، ومن جانب آخر ضرورة التسيير المحكمة لموانئ الصيد التي تعد كيان اقتصادي بالتسيير الجيد وتحقيق الفعالية والمردودية الاقتصادية[1].

وفيما يخص تسويق المنتجات الصيدلية، فالأولوية تكون لتموين السوق الوطنية، وبالتالي ينبغي ضبط ومراقبة تصدير هذه المنتجات في إطار قطاعي مشترك، والتأكيد على ضرورة تحديد مستوى الصادرات، مع الأخذ بعين الاعتبار التدفق الشامل والعتبات المسموح بها والأنواع المرخص بتصديرها[2].

الفرع الثالث

الصفقات العمومية

تعتبر الصفقات العمومية من أهم العقود الإدارية لارتباطها الوثيق بالمال العام وبحجم المصاريف الضخمة التي تنفقها الدولة من أجل تحقيق البرامج التنموية والمحافظة على المال العام بكل الوسائل الممكنة، وعليه فقد شهد التنظيم القانوني للصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام تطورا متسرعا لمواكبة التحولات الاقتصادية التي تشهدها البلاد، وهو ما تجسد من خلال الترسانة القانونية التي وضعها المشرع من أجل الحفاظ على المال العام وترشيد النفقات العمومية في ظل حكومة الصفقات العمومية[3].

وقد عرّفت المادة 02 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام بأنها: "عقود مكتوبة في مفهوم التشريع المعمول به تبرم بمقابل مع متعاملين اقتصاديين وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم لتلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال واللوازم والخدمات والدراسات"[4].

---

[1] باطلي غنية، مرجع سابق، ص343.

[2] خنافو رشيد، يدعو لإدماج الصيد البحري بصفة مستدامة في الاقتصاد، جريدة أخبار اليوم، الأحد 17 أكتوبر 2010 على الموقع www.akhbarelyoum_dz.com

[3] بن السعيد المختار، مرجع سابق، ص33.

[4] مرسوم رئاسي رقم 15-247 مؤرخ في 16 سبتمبر 2015، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، ج ر ج ج، عدد 50، الصادر في 20 سبتمبر 2015.

تعتبر علاقة قانون المنافسة بالصفقات العمومية علاقة تكامل بين الجانب القانوني الذي يضفيه قانون المنافسة عليها والجانب الاقتصادي الذي تشكله الصفقات العمومية من خلال وزنها المالي الثقيل من أجل حماية المال العام، فهو يخلق جوا تنافسيا بين الأعوان الاقتصاديين الناشطين في مجال معين وجعلهم في تسابق وتنافس للاستجابة للطلب العمومي وتوفير ما تدعوا إليها الهيئة العامة في إطار تحقيق المصلحة العامة[1].

المبحث الثاني

السوق كمحل لتطبيق قانون المنافسة

يسعى الإنسان في حياته اليومية لتحقيق متطلباته العديدة والمتنوعة ولا يمكن أن يلبيها بمفرده، لهذا وجب عليه التعاون مع غيره عن طريق التبادل، وحتى تسير عملية التبادل بشكل سليم لابد من وجود حل يسمح لها بتسييرها، وذلك يكون عن طريق السوق.

يعتبر السوق أحد الركائز الأساسية للحياة الاقتصادية التي لا يمكن لأي مشروع العمل إلا من خلاله حيث أن السوق هو المنفذ الذي يتم تسويق المنتجات من خلاله.

السوق ليس بالضرورة كما يظن عامة الناس بأنه ذلك المكان المعين أو مجموعة من المتاجر وإنما هو مجموعة معاملات تتم بين البائع والمشتري ترسم إطار معينا من خلاله يتحدد مستوى الأسعار وكميات السلع والخدمات التي يجري تداولها بيعا وشراء في هذا الإطار بحيث اختلف الفقهاء حول تحديد مفهوم السوق (المطلب الأول)، ومن خلال قانون المنافسة المشرع الجزائري أخذ بالسوق المعنى (المطلب الثاني)

[1] براهيمي فضيلة، تأثير مبدأ المنافسة على الحرية التعاقدية للشخص المعنوي العام، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلد 16، عدد02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، 2017، ص112.

المطلب الأول

مفهوم السوق

تتطلب الحياة اليومية للإنسان بذل مجهود لتلبية حاجياته المتنوعة وبفضل الأسواق المختلفة ساعدته في تحقيق مستوى معيشي أفضل سواء كان منتجا أو مستهلكا.

حظي مفهوم السوق بأهمية بالغة من قبل المتخصصين في مجال الاقتصاد والقانون، فظهرت عدة تعاريف له من عدة نواحي (الفرع الأول) ولقد مرّ السوق بعدة مراحل تاريخية وأزمنة مختلفة ومازال إلى يومنا هذا (الفرع الثاني)، كما أنّه تعددت أنواعه وأشكاله (الفرع الثالث).

الفرع الأول

تعريف السوق

يعرف السوق عامة بأنه: " المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات" أو بعبارة أخرى: "هو محل التقاء العرض والطلب على السلع والخدمات"

ويعرف أيضا بأنه: المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون، أو يكونوا على اتصال مع بعضهم البعض لإتمام صفقة معينة (بيع وشراء سلعة معينة عند سعر معين)[1]

تم تعريف السوق من عدة نواحي فهناك من عرفه في اللغة والاصطلاح (أولا) وهناك من عرفه في المعنى الاقتصادي (ثانيا) كما عني القانون بإعطاء تعريف له (ثالثا).

أولا: السوق في اللغة والاصطلاح

يقتضي فهم المقصود بالسوق، البحث عن معناه اللغوي (1) والاصطلاحي (2).

[1] PICARD Pierre « Elément de Microéconomie », Théorie et application, 6ème édition Montchrestien, Paris, 2002, P259.

1- المعنى اللغوي للسوق:

يقصد بالسوق لغة موضع البياعات[1]، جمع بياعة وهي السلعة[2]، ولفظ السوق "مذكر ومؤنث"[3]، وتسوق القوم إذا باعوا واشتروا" والسين والواو والقاف أصل واحد، وهو حدو الشيء، يقال: ساقه يسوقه سوقا...

ويقصد بالسوق لغويا بأنه: "الموضع الذي يجلب إليه المتاع والسلع للبيع والابتياع " أو هو "الموضع أو المكان المعين المعروف الذي يجتمع فيه الناس بقصد البيع أو الشراء أو المبادلات"[4].

وقد ورد لفظ السوق في القرآن الكريم بصيغة الجمع، وذلك في موضعين: أولهما في قوله تعالى: ((وقالوا مال هذا الرسول يأكل الطعام ويمشي في الأسواق)) (الفرقان07) وثانيهما في قوله: ((وما أرسلنا قبلك من المرسلين إلا أنهم ليأكلون الطعام ويمشون في الأسواق)) (الفرقان: 20).

2- المعنى الاصطلاحي للسوق:

يقصد بالسوق اصطلاحا هو المكان الذي يجتمع فيه طرفان، أحدهما معني ببيع سلع ومنتجات معينة أو تقديم خدمة ما والأخر يقصد شراء هذه السلع والخدمات، أو هو المكان الذي يجتمع فيه الناس للبيع والشراء، وهي الطريقة التي يتم بها اتصال البائعين والمشترين.

---

[1] ابن منظور، محمد بن كرم، لسان العرب، ج10، دار صادر، بيروت، 1990، ص167.

[2] الفيروز أبادي، محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، دار الفكر، بيروت، 2008، ص635.

[3] ابن سيده علي بن إسماعيل، المحكمة والمحيط والأعظم في اللغة، ج6، تحقيق: كامل مراد، معهد المخطوطات، جامعة الدول العربية، 1972، ص324.

[4] د. بدوي عبد الجليل ود. هنان علي، حدود السوق لتطبيق قواعد قانون المنافسة، مجلة التميز، المجلد 03، عدد 01، المركز الجامعي نور البشير، البيض، 2020، ص35.

يشمل السوق في المعنى الاصطلاحي كل موضع وقع فيه البيع والشراء وان لم يكن معروفا عند الناس بأنه سوق[1].

ثانيا: السوق في المعنى الاقتصادي

يتفق تعريف علماء الاقتصاد للسوق في الجملة مع التعريف الاصطلاحي، كما يتفق مع المعنى المعاصر للسوق حيث لم يعد السوق قاصرا على الموضع المعين المعروف، لكل إطار يتم فيه التعامل والتعاقد على الصفقات التجارية يسمى سوقا، وعلى هذا فالسوق تشمل الموضع المادي الحقيقي الذي يتم فيه البيع والشراء، كما يشمل الموضع الاعتيادي الذي تحدد فيه أسعار السلع، كأن يقال: أسعار سوق الذهب وأسواق النفط والماشية، العملات... الخ[2].

يقول الدكتور علي حافظ منصور: " السوق في التعريف الاقتصادي هي مجموع البائعين والمشترين لسلعة معينة أو لعناصر الإنتاج في فترة زمنية معينة وعلى اتصال وثيق بينهم"[3].

ويذكر الدكتور محمد عبد المنعم الجمال: " لا يقصد الاقتصاديون باصطلاح السوق مكانا معينا تباع وتشترى فيه الأشياء، بل كل الإقليم الذي يكون فيه البائعون والمشترون على اتصال حر يؤدي إلى مساواة أثمان السلع التي من نوع واحد بسهولة وسرعة"[4]

أما الدكتور راشد البراوي فيعرفه بقول: "السوق عبارة عن منطقة يتصل فيها المشترون والبائعون، إما بطريقة مباشرة أو عن طريق وسطاء (تجار)، بعضهم ببعض، بحيث أن

---

[1] تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للنشر والطباعة، الجزائر، 2013، ص 51.

[2] طويل مريم، قانون السوق وفكرة توازن مصالح المنتج وحقوق المستهلك (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص (الطور الثالث) تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017، ص18.

[3] منصور علي حافظ وعفر محمد عبد المنعم، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار المجتمع العلمي، جدة (1399هـ-1979م)، ص 200.

[4] الجمال محمد عبد المنعم، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، ط2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، (1406هـ-1986م)، ص523.

الأسعار السائدة في جزء من السوق تؤثر في الأسعار التي تدفع في الأجزاء الأخرى، مما يترتب عليه وجود تجانس في أسعار السلعة الواحدة في السوق كلها، بغض النظر عما يحدث من انحرافات عن الثمن المتجانس ترجع إلى اعتبارات محلية أو أسباب طارئة ووقتية"[1].

وقد أورد بعض الاقتصاديين تعريفا أوسع عندما عرفوا السوق بأنها: " ذلك الحيز الذي ينتشر فيه بائعو ومستوردو السلعة أو خدمة ما، انتشار لا يمنعهم من الاتصال ببعضهم البعض اتصالا تاما، وقد يكون هذا الحيز قرية أو حيا أو مدينة أو قطر أو إقليما كما قد يشمل العالم بأسره"[2].

ثالثا: المعنى القانوني للسوق

بالرجوع إلى الأمر المنظم للمنافسة في الجزائر، نجد أن المشرع الجزائري عرف السوق في المادة 3 الفقرة 2 من الأمر 03-03 بأنها:" كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية"[3].

الفرع الثاني

التطور التاريخي للسوق

وجدت الأسواق منذ انخراط البشر في التجارة، ويعتقد بأن أولى البزارات كانت قد نشأت في بلاد فارس، ومن هناك انتشرت إلى باقي أجزاء الشرق الأوسط وأوروبا، وقد اتفق على أن الأسواق قد مرت بمراحل تاريخية بداية بعصور ما قبل التاريخ (أولا)، العصور

[1] راشد البراوي، الموسوعة الاقتصادية، مكتبة النهضة المصرية، ط2، القاهرة، (1407هـ-1987م)، ص319.

[2] محمد علي نشأت، رائد الاقتصاد ابن خلدون، مطبعة دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1944، ص61.

[3] المادة 3 فقرة 2 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

القديمة (ثانيا)، وكذا مرحلة ما قبل الإسلام (ثالثا)، وما بعدة (رابعا)، وأخير المرحلة المعاصرة (خامسا).

أولا: في عصور ما قبل التاريخ

وجدت الأسواق منذ العصور القديمة، وقال بعض المؤرخين أن نوعا من الأسواق كان قد وجد منذ بدأ الإنسان بالانخراط في التجارة.

عرفت الأسواق العامة في الهواء الطلق في بلاد بابل وأسور وفينيقيا واليونان القديمة ومصر القديمة وشبه الجزيرة العربية، مع ذلك لم تتمكن جميع المجتمعات من تطوير نظام للتسوق[1].

لقد انبثقت شبكة من الأسواق عبر البحر المتوسط وبحر ايجة منذ أوائل العصر البرونزي، إذ شاعت تجارة مجموعة واسعة من السلع ومن ضمنها: الملح واللازورد والإصباغ والملابس والمعادن والأواني والسلع السياميكية والتماثيل والرماح وغيرها من الأدوات الأخرى.

ثانيا:في العصور القديمة

تمركزت الأسواق في العصور القديمة في وسط المدينة، وكان السوق محاطا بأزقة يقطنها مجموعة من الحرفيين البارعين، مثل الحماديين وعمال الجلود والنجارين، باع هؤلاء الحرفيون سلعهم من محلاتهم بشكل مباشر، ولكنهم حضروا سلعا للبيع أيضا في الأيام التي يقام فيها السوق[2].

كانت الأسواق في اليونان القديمة التي يطلق عليها أغواري موجودة في معظم المدن، إذ كانوا يعملون في أماكن مفتوحة (أغورا)، بين الأعوام 550 و350 قبل الميلاد، تجمع

[1] PAQUET-Byrne, L, The urge to splurge: A social History of Shopping, ECWpress, 2003, PP 13-14.

[2] BINTHIFF, J, « Ging to Market in Antiquity » « In stuttgarter Kolloquium Zur Historischen Geographie des Altertums, Eckart Olshausen and Holger Sornabend (eds), Stuttgart, Franz, Steiner, 2002, PP209-250.

أصحاب الأكساك معا وفقا لنوع السلع المباعة، إذ كان بائعو السمك في مكان واحد، وبائعو الملابس في مكان آخر، وكان بائعو السلع الباهظة مثل العطور والجرار في بناء منفصل[1].

نظم اليونانيون التجارة إلى مناطق منفصلة تقع جميعها بالقرب من مركز المدينة وتعرف باسم (ستوا)، واحتوت السنوا على أعمدة قائمة بذاتها وممر مغطى وكانت مكانا للتجارة والتنزه أيضا، وتقع ضمن الأماكن المفتوحة (الأغوار) أو بالقرب منها[2].

ثالثا:الأسواق قبل الإسلام:

اشتهر العرب بالتجارة قبل مجيء الإسلام، فقد تواصلوا مع بلاد فارس عن طريق قبائل العراق ومع مصر عن طريق القبائل المنتشرة في الصعيد، ولذلك كانت لهم قوافل تجارية تنقل البضائع من الجزيرة إلى هذه المناطق.

وقد نتج عن التعامل التجاري وجود ظاهرة الأسواق الموسمية التي كانت تقام في أماكن محددة، وفي أوقات محددة في السنة أو الفصل أو الشهر أو الأسبوع، كما وجدت الأسواق الثابتة أو أسواق الحضر التي تقام يوميا، ويلاحظ أن النوع الأول أعم وأشمل لارتباطه بالإنتاج الزراعي أو الحيواني وكذا الإنتاج الثقافي الذي يتمثل في المسابقات الشعرية والنوع الثاني ثابت ومستمر لارتباطه بحاجة الناس في كل وقت[3].

وقد أوصل المؤرخين عدد الأسواق الموسمية التي كانت تجمع الناس من بلاد شتى في شبه الجزيرة العربية إلى العشرين[4]، منها سوق "دومة الجندل" وسوق " هجر" وسوق

[1] MC Millan, J, Reinventing the Bazar A, Natural History of Markets, N, Y, Norton, 2002, P5.

[2] GHARIPOUR, M, « The culture and politics of commerce », in the Bazaarin the Islamic city, Design, culture, and History, Mohammad Gharipou (ed), New york, the American university in cairo Press, 2012, P4.

[3] هارون محمد صبري، أحكام الأسواق المالية والأسهم والسندات، ط2، دار النفائس، الأردن، 2009، ص17.

[4] منصور عبد الحميد، الأسواق الاقتصادية بين الماضي والحاضر، ع5، مجلة منار الإسلام، ابوظبي، 1997، ص ص 118-119.

"مزاحم" وسوق " المسقر" وسوق" ذي المجاز" وسوق " مجنة" وسوق " عكاظ"[1].

رابعا: السوق بعد الإسلام:

شرع النبي– صلى الله عليه وسلم– يوطد أركان الدولة الإسلامية بعد هجرته، بحيث اهتم في بناء سوق تجاري وجعله من أولوياته لما يؤديه من دور في التنمية الاقتصادية وحافظ على هيبة الدولة ونفوذها وسلطانها، وما ذلك إلا حرصا منه –صلى الله عليه وسلم– في أن يكون للمجتمع الإسلامي الجديد موقع استراتيجي بين المجتمعات المجاورة، فكانت أول سوق إسلامية هي سوق المدينة المنورة[2]، الذي لازال قائما إلى الآن، ويعرف بسوق "المناخة" قرب "ثنية الوداع" وهذه السوق قد خططها ونظمها ووضع ضوابطها وأرسى أسسها رسول الله –صلى الله عليه وسلم– وكانت سوقا حرة لم يتعامل فيها بالربا ولم يحجر فيها على احد يريد البيع، إلا من كان يبيت الكيد للإسلام وأهله كاليهود ومن مشاكلهم الذين تضاءلت أسواقهم، لانصراف الناس عنها إلى السوق الإسلامية القائمة على العدل والسماحة والتراضي في البيع والشراء[3].

وقد كان رسول الله –صلى الله عليه وسلم– يشرف على مراقبتها بنفسه محذرا من العيوب التي تعتري التبادلات التجارية، ومرشد المتابعين إلى التحلي بالآداب الفاضلة.

ثم اقتدى به أصحابه – رضي الله عنهم– من بعده، خاصة الخلفاء الراشدين، فكانوا يتعهدون الأسواق بالمراقبة والتوجيه والإرشاد، ثم الأمويين والعباسيين ومرورا بالفاطميين ووصولا إلى أوج الحضارة الأندلسية، ويعود السر في ذلك الازدهار إلى حسن توظيف نظام الحسبة وجهاز الرقابة في الإشراف على السوق، وكان المحتسب أو صاحب السوق يتعاهد الأسواق بمراقبة الغش والخداع ويتفقد المكاييل والأوزان.

---

[1] القرني عبد الحفيظ فرعلي علي، آداب السوق في الإسلام، دار الصحوة للنشر، القاهرة، 1987، ص ص 12–13.

[2] هارون محمد صبري، نفس المرجع، ص18.

[3] منصوري محمد، مقاصد أحكام السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية تخصص فقه وأصول، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم الشريعة، جامعة أدرار، 2009/ 2010، ص12.

خامسا: الأسواق المعاصرة:

تطورت الأسواق في القرون الأخيرة بحيث أصبح محل التبادل يتناول إلى جانب السلع والخدمات ما يعرف بالسندات، مثل سندات التحويل وسندات الأمر، والسندات التجارية وأيضا تبادل الأسهم في الشركات الكبيرة، مما اوجد سوقا جديدة في مجال المعاملات التجارية عرف بالأسواق المالية.

إنّ مفهوم السوق المالية لا تختلف عن مفهوم السوق، إلا أن هذا التعامل الجديد قد تطور من أسواق عادية للسلع والبضائع إلى أسواق يغلب فيها العناية بالنقود والأسهم والسندات والودائع[1]، ويذكر أن سوق المال يختلف عن سوق العملات، إن شأن النقود في هذا الأخير كشأن أي سلعة يراد بيعها من أجل الحصول على ربح ما، بينما يكون الطلب عليها في السوق المالي من أجل تمويل المشروعات أو سداد الالتزامات[2]، فالبائع يكون مدخر للمال والمشتري هو بمثابة المستثمر له، يجتمعان في سوق مالية لإبرام صفقات مختلفة ومن هنا يبرز دور وظيفة الأسواق المالية في تحريك رؤوس الأموال من الجهات ذات الفائض إلى الجهات ذات العجز[3].

في وقتنا الحالي وبفضل التطور على مستوى وسائل الاتصال لم يعد السوق يقتصر على المحل الجغرافي فقط، بل أصبحت التعاملات واسعة المجال، فمثلا في وقتنا هذا أصبحت الانترنت سوقا عالمية تربط كافة أسواق العالم.

يعتبر التسوق عبر الانترنت شكل من أشكال التجارة الالكترونية التي تسمح للمستهلكين لشراء السلع والخدمات مباشرة من البائع عبر الانترنت باستخدام متصفح الويب.

---

[1] القرة داغي، علي محي الدين، الأسواق المالية في ميزان الفقه الإسلامي، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، ع7، ج1، منظمة المؤتمر الإسلامي، جدة، 1992، ص81.

[2] مبارك بن سليمان، أحكام التعامل في الأسواق المالية المعاصرة، ج1، دار كنوز اشبيليا، الرياض، 2005، ص36.

[3] رضوان سمير عبد الحميد، أسواق الأوراق المالية المعاصرة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996، ص180.

الفرع الثالث

أنواع السوق

تتنوع أشكال السوق وتتعدد، ومن أهمها سوق المنافسة التامة (أولا)، سوق المنافسة الاحتكارية (ثانيا)، سوق الاحتكار التام (ثالثا)، سوق احتكار القلة (رابعا).

أولا: سوق المنافسة التامة (الكاملة)

يعرف سوق المنافسة التامة بوجود كبير من المنتجين للسلعة وعدد كبير من الطالبين لنفس السلعة[1].

ويعتبر السوق سوق منافسة تامة في حالة وجود عدد كبير من المنتجين يسوقون تقريبا نفس المنتوج، حيث تكون الأسعار متقاربة فيما بينها والسلع المباعة تشمل بصفة خاصة السلع الاستهلاكية.

ويتميز أيضا بحرية الدخول والخروج من السوق، فيفترض عدم وجود عراقيل أو موانع تمنع المنتجين من الدخول إلى السوق في حالة الربح أو الخروج منه في حالة الخسارة[2].

تسود السوق حالة المنافسة التامة إذ تحققت الشروط أو الفرضيات التالية التي من أهمها ما يلي:

1/- وجود عدد كبير من المشترين (المستهلكين) والبائعين (المنتجين) للسلعة:

تعمل هذه الخاصية على ضمان عدم تأثير أي مستهلك أو منتج على سعر السلعة في السوق، ويكون المنتج في هذه الحالة مستقبلا للسعر، حيث لا يستطيع التأثير عليه، ويسمى السعر السائد في السوق التنافسي بسعر المنافسة، وهو السعر الوحيد الذي تباع به السلعة[1].

---

[1] عفاف عبد الجبار سعيد، د. مجيد علي حسين، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، ط3، دار وائل للنشر، 2004، ص294.

[2] عمر صخري "مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدي"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص88.

2/-تجانس السلعة تجانسا تاما:

فالسلعة هنا متشابهة ومتجانسة تماما، بحيث يمكن إحلال أي سلعة منها محل الأخرى في إشباع نفس الحاجة لدى المستهلك.

3/-حرية الدخول إلى السوق:

يمكن لأي منتج الدخول إلى سوق السلعة وإنتاج هذه السلعة، لعدم وجود أي عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق، وتستطيع عناصر الإنتاج أيضا الانتقال بسهولة من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى.

4/-توافر المعلومات بشكل كامل:

تتوفر جميع المعلومات المطلوبة حول السلعة وسعرها وطريقة إنتاجها والتكاليف المرتبطة بإنتاجها والتقنية المستخدمة في عملية إنتاجها بصورة تامة في سوق المنافسة الكاملة[2].

ثانيا: سوق المنافسة الاحتكارية

يجمع سوق المنافسة الاحتكارية بين سمات سوق المنافسة التامة وبعض سمات سوق الاحتكار التام، إلا أن سمات المنافسة التامة تكون فيها أكبر من سمات الاحتكار.

يمكن تعريف سوق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنتجين، كل منهم ينتج جزءا بسيطا من مجموع الإنتاج، بحيث أن هذه المنتجات هي سلع غير متجانسة، تتميز بوجود درجة محدودة من التحكم في الأسعار، كما أن الدخول والخروج من السوق قد يكون

[1] بن الطاهر علي، هيكل السوق وربحية القطاع (دراسة حالة القطاع المصرفي الجزائري)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2010، ص03.

[2] بن الطاهر علي، نفس المرجع، ص04.

سهلا نوعا ما، وتكون الوسيلة الأساسية للتنافس هي إبراز الصفات التي تتميز بها السلع وذلك باستخدام وسائل الدعاية والإعلان[1].

يعتبر سوق المنافسة الاحتكارية قريب الشبه من سوق المنافسة الكاملة، ومن خصائص هذه السوق[2]:

1/-وجود عدد كبير من المؤسسات الصغيرة، بحيث لا تستطيع أي مؤسسة التأثير على السلع.

2/-السلع متشابهة لكنها غير متجانسة، حيث يمكن التفرقة بين السلع الموجودة في السوق ويكون منحنى الطلب الذي يواجه المؤسسة منحدرا من أعلى إلى أسفل، ومن اليسار إلى اليمين.

3/- سهولة الدخول إلى السوق.

4/-وجود المنافسة غير السعرية، وتتمثل باستخدام طرق تنافسية كاستخدام وسائل الدعاية والإعلان، ويسمى هذا بالتمييز السلعي[3].

ثالثا: سوق الاحتكار التام:

يمكن تعريف الاحتكار بأنه الحالة التي يوجد فيها منتج واحد لسلعة ليس لها بدائل[4]، بحيث يسيطر على السوق، ومن ثمّ يتمتع بقدرة كبيرة على تغيير السعر.

يتميز سوق الاحتكار التام بخصائص عديدة منها:

1/-**وجود منتج أو بائع وحيد في السوق:** في هذه الحالة فإنّ المحتكر هو المنتج أو البائع الوحيد للسلعة، وبالتالي فإن هذا المحتكر يمثل سوق السلعة، فعندما يقوم المحتكر برفع

[1] عمر صخري، مرجع سابق، ص 112.

[2] BERNARD Jurion : Economie politique, de Boeck, 3édition, Paris, 2006, P202.

[3] بن الطاهر علي، مرجع سابق، ص09.

[4] عبد القادر محمد عطية، " التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق"، دار النشر الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص290.

الكمية المعروضة من السلعة، فإن سعر السلعة سوف ينخفض، أما عندما يقوم بتخفيض الكمية المعروضة فإن سعر السلعة سوف يرتفع، ويعتبر صانعا للسعر وليس مستقبلا للسعر كما في سوق المنافسة الكاملة.

2/-عدم وجود بدائل قريبة للسلعة المحتكرة: ما يميز السلعة التي يقوم المحتكر بإنتاجها أو بيعها هو عدم وجود بدائل قريبة للسلعة، وبالتالي تكون مرونة الطلب السعرية لسلعة المحتكر مرونة منخفضة جدا، ويكون معامل المرونة مقاربا للصفر.

3/-**وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى سوق المحتكر:** على النقيض من سوق المنافسة، فإن سوق الاحتكار يتميز بوجود عوائق تمنع دخول أي مؤسسة إلى سوق المحتكر فقد تكون هذه العوائق عوائق قانونية (براءات الاختراع والامتياز)، أو عوائق حكومية (قوانين محلية)، أو عوائق إنتاجية (ملكية طريقة الإنتاج أو ملكية عناصر الإنتاج)، أو عوائق تقنية (التكنولوجيا المستخدمة في عملية الإنتاج) أو عوائق طبيعية[1].

رابعا: سوق احتكار القلة:

يعرف سوق احتكار القلة، بوجود عدد قليل من المنتجين مقابل عدد كبير من المشترين، بحيث يمكن أن تكون السلعة المنتجة متجانسة أو غير متجانسة، بحيث يتميز بصعوبة الدخول والخروج من السوق[2].

إنّ سوق احتكار القلة يتضمن العديد من الخصائص والسمات من بينها ما يلي:

1/- وجود عدد قليل من المنشآت التي تملك حصة كبيرة من السوق، ويمكن قياس حجم حصة المؤسسة في السوق بتقدير حجم المبيعات أو الإنتاج.

2/-وجود المنافسة غير السعرية.

[1] بن الطاهر علي، مرجع سابق، ص ص، 6-7.

[2] ROBERT Pindyck, RUBINFLED Daniel « Micro économie », 6ème édition Pearson, France 2005, P500.

3/-تكون السلعة المنتجة سلعة متميزة، حيث يكون هناك اختلاف بسيط كنوع التغليف أو خدمات ما بعد البيع.

المطلب الثاني

السوق المعني بقانون المنافسة

تعمل قوانين المنافسة على حماية المستهلك ومنع الممارسات الضارة بالمنافسة، وذلك عن طريق السوق.

يقصد بالسوق المعني ذلك الإطار الذي يتم فيه تطبيق قانون المنافسة ويختلف تقدير مدى تأثير العملية على المنافسة بحسب نطاق السوق، وهذا ما جاء في تعريف المشرع الجزائري للسوق المعني (الفرع الأول)، وبما أن السوق يعتبر الفضاء الذي تتم فيه هذه الممارسات، فإنّه من الضروري وضع معايير محددة تميز السوق المعنية بالمنافسة حتى يتسنى تطبيق قواعد قانون المنافسة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف السوق المعني

عرّف المشرع الجزائري السوق المعني في المادة 3 فقرة 2 بأنه: "كل سوق للسلع والخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له والمنطقة الجغرافية التي تعرض فيها السلع والخدمات المعنية"[1].

فهذه المادة عرفت السوق على أساس طبيعة السلع المعروضة وعلى أساس هدف المستهلك منها، لهذا يتحدد موقف المشرع الجزائري بتحليل هذه المادة من جانبين:

[1] المادة 3 فقرة 2 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

-**من حيث المنتجات:** وسع المشرع الجزائري في تحديد السوق المعني من حيث طبيعة المنتجات المعنية، أن يشمل المنتجات المتماثلة والمنتجات التي يعتبرها المستهلك تبادلية بالنظر إلى ميزاتها أو خصائصها أو استعمالاتها.

-**من حيث النطاق الجغرافي:** حدّد المشرع الجزائري في المادة 3 فقرة 2 المقصود بالنطاق الجغرافي وهو المجال الإقليمي الذي يتم فيه عرض وتوزيع المنتجات المعنية وتتدخل فيه المؤسسات المعنية بالممارسات المقيدة للمنافسة.

الفرع الثاني

معايير تحديد السوق عند سلطات ضبط المنافسة

توجد حدين للسوق المعنية أو السوق التنافسية، الحد الأول يتعلق بالسلع والخدمات محل المنافسة[1]، ويطلق عليه البعض وصف الحد المادي للسوق التنافسية (أولا)، والحد الثاني يتعلق بالنطاق الجغرافي الذي يمارس فيه النشاط التجاري المتعلق بالسلع والخدمات محل المنافسة وهو ما يسمى بالتحديد الجغرافي للسوق (ثانيا).

أولا: سوق السلع والخدمات

عرفت المادة 3 فقرة 2 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة السوق المعني، ومن خلال التعريف نرى بأن المشرع قد اخذ بمعيار المنتوج المعني أو المنتوجات المماثلة التعويضية.

يقصد بسوق المنتجات المعنية أن كل المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق المعنية هي بديلة أو ممكن أن تحل محل سلعة أخرى بسبب خصائصها وسعرها وأيضا الاستعمال الموجه إليه[2].

---

[1] الماحي حسين، حماية المنافسة دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري رقم 3 لسنة 2005 ولائحته التنفيذية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص18.

[2] بوزيد صبرينة، قانون المنافسة: لا أمن قانوني أم تصور جيدي للأمن القانوني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 45، قالمة، 2016/2015، ص69.

ويعتبر معيار المماثلة (Substituabilité) أو معيار اعتبار السلعة تعويضية من أهم المعايير التي يمكن الاعتماد عليها، يتضح من دراسة القوانين المختلفة لاسيما القانون الأمريكي والأوروبي والمصري والجزائري والكويتي أن سوق المنتوجات البديلة تتطلب استحواذ التاجر على المركز الاحتكاري، في سوق السلع ويعني ذلك السيطرة على الأسعار أو تفادي المنافسة فإنه ينبغي التعرض بشيء من الدقة لتعريف المنطقة التي يتمكن فيها من تفادي المنافسة[1].

يوجد منهجان لقياس درجة التبادل بين السلع والمنتجات: الأول يتمثل في قياس جانب الطلب على المنتجات في السوق، والثاني يكمن في النظر إلى العرض في السوق.

1- مرونة الطلب

تعني مرونة الطلب درجة تأثر الطلب بتغير الثمن، فإذا كان مقدار الطلب يتغير بتغير الثمن فيعني ذلك أن الطلب مرن على المنتوج، أما إذا كان مقدار الطلب لا يتأثر بتغير الثمن فإن الطلب على المنتوج يعد غير مرن أي ليس له منتجات بديلة، لذا يجب تحديد مدى وجود عروض بديلة لسلعة المؤسسة أو المؤسسات المعنية، بمعنى مدى توفر سلع أو خدمات متبادلة من شأنها الاستجابة لنفس الطلب، وبالتالي فإن تحديد الطلب أمر ضروري وصعب، تكمن الصعوبة في هذه الحالة في ندرة البدائل المتعاملة تماما وهي مسألة نسبية وفي بعض الحالات نجد سلعتين بالأحرى مختلفتين لكن تم اعتبارهما تنتميان لنفس السوق ومستعملي هذه السلع أو مستهلكها يعتبرونها سلعتين متبادلتين والعكس حيث يمكن أن توجد سلعتين أو خدمتين رغم أنهما من نفس الطبيعة لكنهما لا يستجيبان لنفس الطلب وهذا يؤدي إلى فصل سوق السلعة أو الخدمة الأولى عن الثانية، فالمماثلة هي إذن معيار يحتوي على جانب من الثانية.

[1] الجلولي عبد الناصر فتحي، الاحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة "دراسة مقارنة" بين قوانين مكافحة الاحتكار الأمريكية وقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص214.

2- مرونة العرض (عرض السلع)

يقصد بمصطلح العرض في التحليل الاقتصادي كمية المنتجات التي يقدمها لتجار عند سعر معين وفي وحدة زمنية معينة وعلى منوال مرونة الطلب فان مرونة العرض تعني أنّه إن تغيرت الكميات التي تقدم للبيع تغيرا أكبر من التغير في الكميات المعروضة للبيع من المنتوج مرنا، أما إذا كان التغير في الكميات المعروضة للبيع من هذا المنتوج اقل من التغير في السعر، كان عرض المنتوج غير مرن[1] .

ثانيا: السوق الجغرافي:

يتطلب دراسة السوق المرجعي التعرض أولا لتعريفه (1)، ثم تحديد معاييره (2).

1- تعريف السوق المرجعي

يقصد بالسوق الجغرافي أو النطاق الجغرافي للسوق المعني هو الإطار الجغرافي الذي يتم فيه التعامل بالسلع والخدمات المعنية وتقوم فيه شروط منافسة متشابهة يتميز عن المناطق الأخرى التي تختلف فيها شروط المنافسة بصفة جذرية.

وعرف النطاق الجغرافي للسوق المعني بكونه: "السوق الجغرافي المعني هو الإقليم الذي تقوم فيه المؤسسات المعنية بتقديم خدمات أو تتعامل في السلع المعنية والتي تقوم فيها شروط منافسة متماثلة ويمكن أن يتم تمييزه عن المناطق الجغرافية الأخرى لكون شروط المنافسة تختلف بصفة جوهرية"[2]

فالسوق الجغرافية هي المنطقة التي تمارس فيها المؤسسة نشاطها التجاري، حيث تعرض فيها منتجاتها على القاطنين أو المترددين على المنطقة، وتسودها ظروف متجانسة للمنافسة، ومن الطبيعي أن نطاق هذه السوق يتوقف على حجم وأهمية النشاط التجاري للمؤسسة إذ كلما زاد حجم النشاط وأهميته كلما كانت السوق الجغرافية لمنتج المؤسسة

[1] بدوي عبد الجليل ود. هنان علي، مرجع سابق، ص ص 39-40.

[2] الجلولي عبد الناصر فتحي، مرجع سابق، ص117.

المذكورة مترامية الأطراف واسعة المدى، وعادة ما تكون السوق الجغرافية بمثابة مرآة وتعكس الحصة السوقية للسلعة أو الخدمة التي ستحوز عليها المؤسسة، والتي قد تمكنها من السيطرة على الأسعار أو تفادي المنافسة في نطاق هذا السوق[1].

يدخل الموقع الجغرافي للسوق كأحد المحددات الهامة لاعتبار السوق مناسبا للاحتكار من عدمه، والمقصود من ذلك إمكانية المؤسسة الاقتصادية في تقليص الإنتاج مثلا أو فرض الأسعار في نطاق جغرافي معين ولا يقابلها رغبة سريعة من طرف المستهلكين في تبديل اختيارهم نحو العرض المقدم من طرف المؤسسات الأخرى الواقعة خارج هذا الحيز المكاني ولا قدرة المؤسسات الموجودة خارج هذا الحيز المكاني ولا قدرة المؤسسات الموجودة خارج هذا النطاق من السوق الاستجابة لرغبات المستهلكين بسبب سلوك المؤسسة الأولى ذي الصبغة الاحتكارية[2].

ويستلزم تحديد النطاق الجغرافي تحديد الإطار الجغرافي الذي تتطور فيه المؤسسة، فهناك سوق عالمي مثلا يخص صناعة السيارات وهناك أسواق محلية أو وطنية تخص مثلا صناعة الخبز أو المشروبات الغازية ويتم تحديده عن طريق الأخذ بعين الاعتبار تجانس شروط المنافسة.

عبر المشرع الجزائري عن النطاق الجغرافي للسوق، ضمن نص المادة 3 بالمنطقة الجغرافية، تعبير أي رقعة جغرافية، تعرض فيها السلع والخدمات المعنية، بحيث تتجانس فيها ظروف التنافس[3].

---

[1] الماحي حسين، مرجع سابق، ص36.

[2] قوسم غالية، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2007، ص31.

[3] بوحلايس الهام، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2017/2016، ص117.

2- عوامل تحديد السوق الجغرافي

هناك مجموعة من العوامل الطبيعية (أ)، اللائحية (ب)، والسلوكية التي قد تساهم بشكل جوهري في رسم السوق الجغرافية (ج).

أ- العوامل الطبيعية:

تتمثل في التضاريس الجغرافية للمنطقة التي تمثل حدود السوق المعنية وحالة شبكة الطرقات بها، ويمكن أن تؤثر المسافات التي يقطعها المنتجون وطالبوا المنتج إلى السوق المعنية[1].

وأيضا من العوامل الطبيعية التي لها تأثير على الخصائص الفيزيائية للمنتجات، نجد نقل المنتجات والأثمان المترتبة عن نقلها بسبب ذلك الثقل، وخاصيتها المتعلقة بمدة صلاحياتها للاستهلاك تدهور إمكانية استعمالها خلال مدة زمنية معينة... الخ، وهذه العوامل هي التي تحدد الطابع المحلي أو الجهوي أو الوطني أو حتى العالمي للسوق الجغرافية[2].

ب-العوامل المتعلقة بالقواعد القانونية أو اللائحية:

من العوامل المؤثرة في تحديد نطاق السوق الجغرافي، تلك المتعلقة بالقواعد القانونية أو اللائحية، على سبيل المثال هناك بعض الأسواق تحدد جغرافيا بنصوص قانونية أو لائحية أمرة مثل سوق توزيع الكهرباء، كما أن اختلاف الدول في معايير الجودة للسلع والخدمات يكون له أثره القاطع في وضع حدود للسوق الجغرافية للسلع والخدمات[3].

[1] الماحي حسين، مرجع سابق، ص36.

[2] قوسم غالية، مرجع سابق، ص32.

[3] الماحي حسين، مرجع سابق، ص37.

جـ-العوامل المتعلقة بسلوكيات طالبي السلع والخدمات:

تؤثر في ترسيم نطاق السوق الجغرافية للسلع والخدمات اعتبارات شخصية، فهناك أفضليات تمليها العادات المحلية، حيث تصادف أحيانا ارتباطا من قاطني ما بالمنتجات المحلية لإقليمهم، ولا يرون له بديل من المنتجات المماثلة التي تجلب من مناطق أخرى[1].

[1] بدوي عبد الجليل ود. هنان علي، مرجع سابق، ص41.

الفصل الثاني

مجلس المنافسة كسلطة لضبط السوق

الفصل الثاني

مجلس المنافسة كسلطة لضبط السوق

تم تأسيس مجلس المنافسة سنة 1995 في ظروف خاصة عرفتها الجزائر، ولقد اقترن ظهوره وتطوره بظهور وتطور التشريعات المناهضة للاحتكارات، حيث ظهرت في البلدان المنتهجة لنظام الاقتصاد الحر.

يعتبر قانون المنافسة من بين الوسائل القانونية للانتقال من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر، بحيث تعتبر من قبيل الاحتكارات تلك الممارسات التي يكون الهدف منها الإدخال بمبدأ المنافسة الحرة، ومن أجل حماية الاقتصاد الحرّ لجأت هذه الدول إلى إنشاء أجهزة متخصصة تسهر بصفة عامة على حماية القواعد الاقتصادية في السوق، ونظرا لأهمية هذا الجهاز خصص له المشرع تنظيما خاصا به (المبحث الأول)، ولحماية النظام الاقتصادي في بعده التنافسي يتبع إجراءات لإصدار قراراته (المبحث الثاني).

المبحث الأول

تنظيم مجلس المنافسة

يخضع مجلس المنافسة في إطار ممارسته إلى تنظيم خاص به وذلك بموجب الأمر رقم 03-03 هذا الأمر الأخير الذي عرف عدة تعديلات لسدّ ثغراته ومن بين التعديلات التي طالت هذا الأمر هيكلة المجلس (المطلب الأول) الذي خول له عدة اختصاصات (المطلب الثاني).

المطلب الأول

هيكلة مجلس المنافسة

يقوم مجلس المنافسة بوظيفة أساسية تتمثل في تنظيم وضبط المنافسة في السوق، ما يستدعي تشكيلة قادرة على ممارسة دورها على أكمل وجه (الفرع الأول) وتسييره بالشكل الذي يضمن أدائه للدور المنوط به (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تشكيلة مجلس المنافسة

استحدث المشرع الجزائري مجلس المنافسة لأول مرة في الجزائر بموجب الأمر 95-06 الملغى ثم أدخل عليه جملة من التعديلات تتعلق أساسا بتشكيلته،ولمعرفة التشكيلة التي يتضمنها مجلس المنافسة نستدل بما ورد بالمادة 24 من الأمر رقم 03-03 حيث نصت على أنه يتكون من تسعة أعضاء يتبعون الفئات الآتية:

1-عضوان (02) يعملان أو عملا في مجلس الدولة، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار.

2-سبعة أعضاء (7) يختارون من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية أو في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك من ضمنهم عضو يختار بناء على اقتراح الوزير المكلف بالداخلية.

يمارس أعضاء المجلس وظائفهم بصفة دائمة.

قسم النص أعلاه أعضاء مجلس المنافسة إلى فئتين تتمثل في كل من:

-فئة القضاة.

-فئة الخبراء القانونيين أو الاقتصاديين، رئيس المجلس، ونائب الرئيس، والأعضاء الآخرين[1] بموجب مرسوم رئاسي لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد وتنتهي مهامهم بالأشكال نفسها[2].

وبصدور الأمر رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم03-03 تم تعديل المادة المذكورة أعلاه بموجب المادة 10 من القانون 08-12 فأصبحت على النحو التالي:

" يتكون مجلس المنافسة من 12 عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية:

1/- ستة (06) أعضاء يختارون ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية مماثلة وخبرة مهنية مدة ثماني (8) سنوات على الأقل في المجال القانوني و/ أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجالات المنافسة والتوزيع والاستهلاك وفي مجال الملكية الفكرية.

2/-أربعة (4) أعضاء يختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة خمس (5) سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف، والخدمات والمهن الحرة.

3/- عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين.

يمارس أعضاء مجلس المنافسة وظائفهم بصفة دائمة"[3].

يستخلص من المادة أعلاه تغيير تشكيلة المجلس لتشمل ثلاث فئات، الأولى فئة الأعضاء، والثانية فئة المقررين والثالثة جمعية ممثلي المستهلكين.

---

[1] المادة 24 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] المادة 25 من الأمر رقم 03-03 من نفس القانون.

[3] المادة 10 من الأمر رقم 08-12 مؤرخ في 28 يوليو 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03، ج ر ج ج، عدد 36، الصادر في2 يوليو 2008.

أولا: فئة الأعضاء

استناد إلى المادة 10 من الأمر رقم 08-12 فإنّ أعضاء مجلس المنافسة يشكلون 12 عضوا، يعينون بموجب مرسوم رئاسي وهو ما أكدته المادة 11 من نفس القانون والتي جاء فيها: "يعين المجلس ونائب الرئيس والأعضاء الآخرون لمجلس المنافسة بموجب مرسوم رئاسي، وتنتهي مهامهم بالأشكال نفسها..."[1].

ويتم تجديد عهدة أعضاء مجلس المنافسة كل أربع سنوات فيحدد نصف أعضاء كل فئة من الفئات المذكورة في المادة 10 من القانون 08-12 السالف الذكر.

الملاحظ في هذا الصدد التغيير الكبير الذي أحدثه المشرع على مستوى أعضاء مجلس المنافسة، كذلك الصفات الواجب توفرها في هؤلاء الأعضاء، حيث أنه في ظل الأمر رقم 03-03، كان عدد الأعضاء09، ووجوب أن يكون عضوان يعملان أو عملا في مجلس الدولة، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار[2].

حيث أسقط المشرع الجزائري صفة القضاة عن أعضاء مجلس المنافسة، وهذا مخالف مع الأحكام القانونية في ظل الأمر 03-03 التي استمد منها المشرع الجزائري قواعد قانون المنافسة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نلاحظ أن المشرع الجزائري قام بالنص على المعايير والشروط الواجب توفرها في الأعضاء المكونين للمجلس باستخدام عبارات تحمل معاني عامة وهذا يمنح السلطة المختصة بالتعيين بسلطة تقديرية واسعة في اختيار الأعضاء بناء على معايير ذاتية لا تضمن استقلالية المجلس ولا فعاليته.

فعلى سبيل المثال، لم يكتف الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة في المادة 24 بالنص على معايير تعيين أعضاء سلطة المنافسة بل إضافة إلى ذلك، فهو يضع شرط العمل في

[1] المادة 10 من الأمر رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] كتو محمد شريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، د ط، دج، منشورات بغدادي، بغداد، 2010، ص61.

مجلس الدولة أو المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار[1] وفي التعديل الأخير أصبح بإمكانهم ممارسة نشاطهم بصفة دائمة[2].

ثانيا: فئة المقررين

نصت المادة 12 من الأمر رقم 08-12 المعدلة والمتممة للمادة 26 من الأمر رقم 03-03 على أنه: "يعين لدى مجلس المنافسة أمين عام ومقرر عام وخمسة (5) مقررين، بموجب مرسوم رئاسي، يجب أن يكون المقرر العام والمقررون حائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية مماثلة وخبرة مهنية مدة خمس (5) سنوات على الأقل تتلاءم مع المهام المخولة لهم طبقا لأحكام هذا الأمر[3].

ويكون هناك المقررين خارج التشكيلة ويكلف المقرر بمهام لها صلة بمجلس المنافسة من طرف رئيس مجلس المنافسة للتحقيق في العرائض، ومن صلاحيات المقرر من الخمس السابق ذكرهم الاستماع إلى أي شخص يرى هذا الأخير إفادته بالمعلومات التي تدور حول الملف المنسب له، ولإضفاء الشفافية وبموجب قرار يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلا دائما له وآخر مستخلف له لدى مجلس المنافسة، ويشاركان مجلس المنافسة دون أن يكون لهم الحق في التصويت، وقد سكت المشرع عن صلاحياتهم داخل المجلس كي لا يمس بالاستقلالية[4].

[1] المادة 24 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] المادة 5 من القانون 10-05، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[3] المادة 12 من الأمر رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[4] شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، د ج، دار الهدى، الجزائر، 2012، ص47.

ثالثا: فئة ممثلي جمعيات حماية المستهلكين

بالرجوع إلى أحكام المادة 10 من الأمر رقم 08-12 في الفقرة الأخيرة: "... عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين"[1].

ولقد عرفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، جمعيات حماية المستهلكين بأنها: " جمعيات حماية المستهلكين، هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حرية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"فهي تهدف إلى حماية وتمثيل المستهلك من خلال تحسيسه وتوعيته، وبما أن قانون المنافسة من القوانين الهادفة إلى ذلك، فقد دفع المشرع إلى إشراك هذه الفئة في مجلس المنافسة[2].

أما بالنسبة للأمر رقم 10-05 لم يتعرض من جديد إلى مسالة تحديد تشكيلة المجلس، فهو قانون مقتضب يتكون من 7مواد فقط تناولت مواضيع محددة مثل توسيع نطاق أحكام الأمر رقم 03-03 لتشمل مزيدا من النشاطات، فهو عبارة عن مبادرة تشريعية ترمي إلى تقويم الوضع وتدعيم تدخلات الدولة وجعلها أكثر فعالية في مجال تحديد ومراقبة أسعار وهوامش السلع والخدمات ولاسيما فيما يخص المواد والخدمات الضرورية وذات الاستهلاك الواسع[3].

الفرع الثاني

تسيير مجلس المنافسة

على اعتبار استقلالية مجلس المنافسة تجاه السلطات العامة، فإن لرئيس مجلس المنافسة الحرية في اختيار الأشخاص المكلفة بالإدارة العامة وتسيير المجلس، وهذا ما جاء في نص المادة 4 من المرسوم الرئاسي 96-44 يتولى الرئيس للإدارة العامة لمصالح مجلس المنافسة، أو في حالة حدوث مانع له يخلفه أحد نائبيه ويمارس السلطة السلمية على

[1] المادة 10 من الأمر رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] المادة 21 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر.

[3] قانون رقم 10-05، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

جميع المستخدمين، وقد جاء في المادة 12 من الأمر رقم 08-12 الفقرة الأولى استثناء على ما جاء في المادة 4 من المرسوم أعلاه 96-44 يعين الأمين العام بموجب مرسوم رئاسي وإلى جانب الأمين العام يوجد مديرو مصالح الأعوان الإداريون والمصلحون ويعينهم رئيس المجلس[1].

أولا: الأمين العام

يتولى الأمين العام للإدارة العامة وسير المنافسة ويتم عن طريق مرسوم رئاسي وبعد تعينه وتنصيبه يكلف بالمهام الآتية:

-تسجيل العرائض وضبط الملفات والوثائق وحفظها.

-تحرير محاضر الأشغال وإيداع مداولات مجلس المنافسة ومقرراته.

-إعداد جدول أعمال المجلس

بمقتضى المادة الخامسة (05) من المرسوم الرئاسي رقم 96-44، أنه ينسق الأمين العام ويراقب أنشطة المصالح المتكونة من مصلحة الإجراءات والدارسات، والتعاون ومصلحة التسيير الإداري والمالي، ومصلحة الإعلام الآلي[2].

بمفهوم هذه المادة يمكن تقسيم هذه المصالح إلى ثلاثة مصالح.

1-مديرية الإجراءات ومتابعة الملفات

حسب تنظيم وتسيير مجلس المنافسة، بناء إلى المديرية كما يلي:

أ-استلام الإخطارات وتسجيلها.

ب-معالجة البريد: يتولى مكتب البريد استقبال الظروف الموصى عليها، والتي تشمل عرائض الإخطار مهما كانت الجهة المقدمة للإخطار، وكذلك الوثائق الملحقة بها مقابل وصل استلام.

---

[1] شرواط حسين، مرجع سابق، ص48.

[2] المادة 5 من المرسوم الرئاسي رقم 96-44، مؤرخ في 17 يناير 1996، يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة، ج ر ج ج، عدد 5، الصادر في 21 جانفي1996.

ت-إعداد الملفات ومتابعتها في جميع مراحل الإجراءات على مستوى المجلس والجهات القضائية المختصة، وفي هذا الشأن وتراقب احترام الإعمال والانتظام المادي، لتوفير الوثائق المقدمة للمناقشة.

ث-كما يتولى كتابة جلسات مجلس المنافسة، وتحضير تنظيمها وبهذه الوصفة توجه الاستدعاءات وتوزيع مقررات مجلس المنافسة وآراءه تراجعها قبل إرسالها إلى الوزير المكلف بالتجارة، الذي يكلف بنشرها في النشرة الرسمية للمنافسة[1].

2/-مصلحة الوثائق والدراسات والتعاون:

تكلف مصلحة الوثائق والدراسات والتعاون بالمهام الآتية:

أ-جمع الوثائق الإعلامية التي تتصل بنشاط مجلس المنافسة وتوزيعها على مصالحه.

ب-انجاز الدراسات والأبحاث لحساب مجلس المنافسة أو أنها تكلف من ينجزها وهذا يدخل في إطار صلاحيات المجلس الذي يأمر بالقيام بالأبحاث والدراسات التي لها علاقة بالمنافسة وفي الأخير يعدها في شكل تقارير ويرسلها إلى الوزير المكلف بالتجارة.

ت-تسيير وتنسيق برامج التعاون الوطنية والدولية وخاصة مع العلم أن مجلس المنافسة مكلف بتطوير علاقات التعاون مع الهيئات الأجنبية والمؤسسات الدولية التي لها نفس الاختصاص وذلك وفق المادة 43 والمادة 23 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بقانون المنافسة.

وحسب المادة 08 من المرسوم96-44 والمادة 37 من 08-12 يمكن للمجلس انجاز دراسة أو خبرة يراها مفيدة لأعماله.

[1] ميدون فتيحة، الرقابة القضائية على قرارات، مجلس المنافسة مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2020/2019، ص 15.

ث-الحفاظ على الأرشيف ويكون عن طريق القيام بعملية التنظيم وترتيب الوثائق بطريقة تسمح بالإطلاع على الوثيقة المرغوب فيها بكل سهولة[1].

3/- مصلحة التسيير الإداري والمالي:

استحدثت مصلحة التسيير الإداري والمالي بموجب المادة 09 من المرسوم الرئاسي رقم 96-44 والتي تكلف بدورها بالمهام الآتية:

أ-تسيير مستخدمي مجلس المنافسة ورسائله المادية.

ب- تحضير الميزانية وتنفيذها.

ت- القيام بالمحاسبة لصالحه[2].

4/-مصلحة الإعلام الآلي:

نصت المادة 09 من المرسوم الرئاسي 96-44 الذي يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة على انه: تكلف لجنة الإعلام الآلي بتسيير وسائل الإعلام في مصالح مجلس المنافسة.

وعليه فمن خلال هذه المادة نجد أن مصلحة الإعلام الآلي تتكلف بمهمة سير وسائل الإعلام الآلي الخاصة بمصالح مجلس المنافسة[3].

ثانيا: مديرو المصالح

يوجد على كل مصلحة من المصالح التي تم ذكرها مدير يعينه رئيس المجلس بموجب قرار، بحيث يكلف بتسيير المصلحة التي يترأسها وذلك لغرض تحسين وتنظيم سير مجلس المنافسة، وتصنف وظيفة المدير حسب وظائف مدير الديوان ومدير الإدارة المركزية

[1] ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004/2003، ص23.

[2] جمعة حياة وبن تشقال زهية، دور مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون العون الاقتصادي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015، ص17.

[3] جمعة حياة وبن تشقال زهية، مرجع سابق، ص18.

ومدير الدراسات على مستوى الوزارة[1] وعليه فإنّ استناد مهمة تسيير وإدارة كل مصلحة من المصالح إلى مدير يدل على مدى مساهمتهم في تسيير مجلس المنافسة بصفة عامة باعتبار أن هذه المصالح تمثل أو تعتبر بمثابة مصالح إدارية داخل مجلس المنافسة[2].

ثالثا: الأعوان الإداريون التقنيون والمصلحون:

يتمثل هؤلاء من رؤساء المصالح، المحاسبون والموثقون وتقنيو الإعلام الآلي، وأما تقنيون وأعوان الرقابة يوزعون عبر مختلف مصالح مجلس المنافسة ويستفيدون من التعويض المنصوص عليه في التنظيم الجاري العمل به، والمطبق على المستخدمين التابعين لصالح رئاسة الحكومة إلا أنّه في حالة الإخلال بواجباتهم، تطبق عليه الإجراءات التأديبية المقررة في التنظيم المطبق على الأسلاك المشتركة التابعة للإدارة العمومية طبقا للمادتين 14 و15 من المرسوم الرئاسي 96-44 المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة.

لقد جاء تنصيب مجلس المنافسة بالأساس لترقية وحماية المنافسة، كما يتضح ذلك من خلال الأمر رقم 03-03 الذي وضع المبادئ والقواعد التي تنظم الممارسات والتصرفات، الصادرة عن الأعوان الاقتصاديين وتمكين تحقيق هذه المهام إلا عن طريق السلطات المخولة له بموجب أحكامه[3].

المطلب الثاني

صلاحيات مجلس المنافسة

قصد تمكين مجلس المنافسة من ممارسة دوره الرقابي على المنافسة في السوق وتحقيق الضبط الفعال لها وحمايتها، أحاط المشرع الجزائري المجلس مجموعة من الصلاحيات ونظمها بموجب الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم والمتمثلة في كل من

[1] انظر المادة 12 من المرسوم الرئاسي رقم 96-44، المتعلق بالنظام الداخلي لمجلس المنافسة، سالف الذكر.

[2] عمورة عيسى النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007/2006، ص12.

[3] ميدون فتيحة، مرجع سابق، ص17.

صلاحيات استشارية (الفرع الأول) وصلاحيات تنازعية (الفرع الثاني) بالإضافة إلى الصلاحيات التنظيمية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الصلاحيات الاستشارية لمجلس المنافسة

تعتبر الاستشارة أمام مجلس المنافسة وسيلة في متناول جميع أفراد المجتمع، ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين، وقد بدأ التفكير في الدور الاستشاري لبعض الهيئات المكلفة بذلك في إطار المرسوم الرئاسي 2000-372 المتضمن لجنة إصلاح هياكل الدولة والذي وضع لجنة فرعية تسمى "اللجنة الفرعية للاستشارة والضبط في المراقبة"[1].

بحيث يعتبر مجلس المنافسة بمثابة الخبير المختص في مجال المنافسة[2]، حيث يستشار في جميع الأمور ذات الصلة بالمنافسة رغم تمتعه بالسلطة التنظيمية التي يحتكرها وزير التجارة[3].

فقد منح المشرع الجزائري لمجلس المنافسة بموجب المادة 34 صلاحية إبداء الرأي أو ما يعرف بتقديم الاستشارة، حيث تعتبر الاستشارة من الأهمية بما كان في المجال الإداري كونها تتيح للمستشير الاستفادة من المستشار وخبرته في المجال الذي استشير حوله، ففي هذا الصدد يبدي مجلس المنافسة رأيه سواء بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة

[1] مرسوم رئاسي رقم 2000-372 مؤرخ في 22 نوفمبر 2000، يتضمن أحداث لجنة إصلاح هياكل الدولة ومهامها، ج ر ج ج، عدد 72، الصادر في 26 نوفمبر 2000.

[2] خمايلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو2014/2013، ص24

[3] بلحارث ليندة، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة المعارف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة اكلي محند اولحاج، البويرة، عدد21، ديسمبر 2016،ص8.

أو كل طرف آخر معني[1] وعليه فان مجلس المنافسة بصفته خبير في مجال المنافسة فإنّ القانون خوّل له نوعين من الاستشارات استشارة اختيارية (أولا) واستشارة وجوبية (ثانيا)[2].

أولا: الاستشارة الاختيارية (الجوازية)

يقصد بالاستشارة الاختيارية تلك التي تطلبها جهة معينة من مجلس المنافسة، دون أن يفرضها نص قانوني، حيث يبدي رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك[3]، فهي لا تتعلق بالمؤسسة بعينها وإنما تهم جميع المؤسسات الناشطة والفعالة في السوق[4].

فإن أراء مجلس المنافسة في حالة الاستشارات الاختيارية تعتبر هي الأخرى غير إلزامية، إذ لا تعدوا أن تكون مجرد اقتراحات لا تكتسي أي طابع إلزامي بالنسبة للهيئة المستشيرة سوى قيام المجلس من خلال ما ترد عنه من آراء بلفت نظرها حول تلك الجوانب التي تبدوا له كفيلة بعرقلة المنافسة[5].

وقد سميت بهذه التسمية نظرا إلى أن كل شخص حرّ في القيام بطلب استشارة من المجلس أو عدم القيام بذلك دون أن يرتب أي أثر على ذلك، فهي مسألة متروكة للجهات

---

[1] المادة 34 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] لحراري ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010/ 2011، ص148.

[3] بن خمة جمال، الهيئات المكلفة بحماية المستهلك في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020/2019، ص119.

[4] عيساوي محمد، القانون الإجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006/2005، ص59.

[5] عليان مالك، الدور الاستشاري لمجلس المنافسة، دراسة تطبيقية، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص36، نقلا عن التقرير السنوي لمجلس المنافسة لسنة 1997.

المعنية بذلك، فمجلس المنافسة يمكن له إعطاء رأيه في كل ما يرتبط بالمنافسة عندما يتم إخطاره مسبقا لأنه لم يتم فرض الإخطار التلقائي للمجلس[1].

وقد حصرت المادة 35 من الآمر رقم 03-03 الأشخاص المؤهلين بطلب الاستشارة من طرف مجلس المنافسة وهم الحكومة، الجماعات المحلية (الولائية والبلدية)، الهيئات الاقتصادية المالية، المؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية، وجمعيات حماية المستهلك[2].

وفي مقابل حرية هاته الهيئات بطلب الاستشارة من عدمها، نجد المشرع قد قيدها بموضوع الاستشارة إذ لابدّ لموضوع الاستشارة أن يكون ذو علاقة بالمنافسة[3].

بالإضافة إلى الاستشارة من طرف الجهات القضائية التي نصت عليها المادة 38 من الآمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بحيث يمكن لهذه الأخيرة أن تطلب رأي مجلس المنافسة فيما يخص معاجلة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر، ولا يبدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضوري إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية، تبلغ الجهات القضائية مجلس المنافسة بناء على طلبه المحاضر أو تقارير التحقيق ذات الصلة بالوقائع المرفوعة إليه[4].

ثانيا: الاستشارة الإلزامية(الوجوبية)

خلافا للاستشارة الاختيارية التي يكون اللجوء إليها أمرا متروكا لحرية الهيئة المستشيرة للمجلس، فإن الاستشارة الإلزامية وكما تدل تسميتها تكون فيها الجهة المعنية ملزمة وجوبا

---

[1] نواري محمد، مجلس المنافسة بين الدور القضائي والوظيفة الإدارية، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، فرع القانون الاقتصادي، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، 2016/2015، ص 26.

[2] المادة 35 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[3] كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون أعمال، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، 2010/2009، ص55

[4] المادة 38 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

باستشارة المجلس، وذلك بغض النظر عن مدى ضرورة الأخذ برأي مجلس المنافسة من عدمه[1].

وحسب المادة 36 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالأمر رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، فان مجلس المنافسة يستشار وجوبا في كل نص تشريعي[2] أو تنظيمي[3] له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها :

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

-وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

-كل نص يتعلق بفرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات.

-تحديد ممارسة موحدة في ميدان شروط البيع[4].

ووفقا لما جاء في نص المادة 5و 17 تكون الاستشارة وجوبيا أيضا في:

-حالة خروج الدولة من مبدأ حرية الأسعار نصت عليها المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب الأمر رقم 08-12 حيث يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات، التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة في حالة تقنين الأسعار من طرف الدولة تكون باستشارة وجوبية، لأنها تخضع لقواعد المنافسة وقانون العرض والطلب، وتبقى السلطة التقديرية للدولة في معرفة ما إذا كانت سلعة معينة إستراتيجية أم لا[5].

---

[1] كحال سلمى، مرجع سابق، ص55

[2] إن التشريع في القانون الجزائري يقترح إما من طرف الوزير الأول ويسمي هذه الحالة "مشروع قانون «أو من طرف20 نائبا فيطلق عليه تسمية "اقتراح قانون، انظر المادة 119 من المرسوم الرئاسي رقم 96 -438، مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، ج ر ج ج، عدد 76، الصادر في 08 ديسمبر1996.

[3] كان مجلس المنافسة يستشار وجوبا حول مشاريع نصوص تنظيمية فقط، ولكن بعد تعديل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بموجب الأمر رقم 08- 12، تم التوسيع من مجال استشارته ليشمل بذلك مشاريع النصوص التشريعية.

[4] المادة 36 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، المعدلة بموجب المادة 19 من الأمر رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، سالف الذكر.

[5] كحال سلمى، نفس المرجع، ص56.

-حالة التجميعات الاقتصادية نصت عليها المادة 17 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة حيث تشمل كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة ولاسيما بتعزيز هيمنة مؤسسة على سوق ما، يجب أن يقدمه أصحابه إلى مجلس المنافسة للرد على الاستشارة المعروضة عليه، من قبل أصحاب التجميع غير أنه يسجل عدم وضوح موقف المشرع في حالة غياب رد المجلس على هاته الاستشارة، وحول ما إذا كان سكوت المجلس قبولا للتجميع أم رفضا له[1].

الفرع الثاني

الصلاحيات التنازعية

يمكن أن تلجأ المؤسسات في إطار قيامها بنشاطاتها الاقتصادية من أجل تعزيز قدرتها التنافسية إلى ممارسات غير مشروعة تناولتها أو عددتها المادة 46 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة ويتعلق الأمر في:

-الاتفاقات المحظورة (نصت عليها المادة 6)[2] .

-الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق والتبعية الاقتصادية (نصت عليها المواد 7 و11).

-البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي (نصت عليها المادة 12)[3]

-كذلك الأمر بالنسبة لمراقبة التجميعات التي قد تؤدي هي الأخرى إلى تشكيل ممارسات مقيدة للمنافسة (نصت عليها المواد من 15 إلى 22)[4].

[1] المادة 17 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] المادة 6 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة معدل ومتمم، سالف الذكر.

[3] المواد 7-11-12 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، من نفس القانون.

[4] المواد من 15 إلى 22 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، من نفس القانون.

الفرع الثالث

الصلاحيات التنظيمية

نجد من السلطات الإدارية من هي مستقلة تحوز على حق المشاركة في وضع التنظيمات من خلال إصدار قرارات ولوائح تنظيمية وتعليمات في المجال الذي يليه، فهي بذلك تتمتع بسلطة تنظيمية مباشرة، وهي الوظيفة التي أناطها المشرع الجزائري بمجلس المنافسة، حيث منحه صلاحية إصدار التنظيمات المتعلقة بالمنافسة، حيث لم يتوقف المشرع الجزائري عند إلزام السلطتين التشريعية والتنظيمية باستشارة المجلس في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي ذو علاقة بالمنافسة وإنما تعداه إلى منحه صلاحية التنظيم، وهو ما أكدت عليه المادة 34 فقرة 02 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، حيث يمارس هذه الصلاحية عن طريق إصدار أنظمة في شكل نظام أو تعليمة أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة والتي يشرف عليها المجلس وفقا للأوضاع المقررة قانونا عكس ما كان عليه الحال في ظل الأمر 06-95، حيث كان الاختصاص التنظيمي يمارس عن طريق اتخاذ أنظمة فقط[1].

بحيث نجد أن نص المادة 34 فقرة 02 من قانون المنافسة المعدل والمتمم فيه نوع من الإبهام لذا وجب التطرق أولا إلى الضرورة الفنية والتقنية للأنظمة المتخذة من طرف المجلس وثانيا إلى محدودية المجال التطبيقي[2].

أولا: الضرورة الفنيّة والتقنية للأنظمة المتخذة من طرف المجلس

تنص المادة 34 من قانون المنافسة المعدل والمتمم على: " يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة

[1] براهيمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 08-12، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009/ 2010، ص78.

[2] يونسي عمار، دور مجلس المنافسة في ضبط القطاع الاقتصادي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية، فرع قانون أعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019/2018، ص40.

أو كل طرف آخر معني، بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق، بأية وسيلة مرئية أو اتخاذ القرار أو كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية.

في هذا الإطار يمكن لمجلس المنافسة اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة المنصوص عليها في المادة 49 من هذا الأمر ..."[1] .

من خلال سياق المادة وعلى وجه الخصوص عبارة "وفي هذا الإطار" أنه من صلاحيات مجلس المنافسة إمكانية اتخاذ أنظمة لفرض تشجيع وضمان حماية السوق والذي يتبعه بالتأكيد ضبط السير الحسن للمنافسة وذلك بتطويرها في شتى المناطق الجغرافية، أو قطاعات النشاط التي تسير فيها المنافسة بشكل شبه منعدم، ذلك كون أن جوهر هذه العملية يعمل على حماية المبدأ الأساسي وهو تكريس لمبدأ المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، وهذا ما يعكس الدور الذي نقصد به الضرورة الفنية والتقنية للأنظمة المتخذة من طرفه، وعليه يجب أن تكون في حيز خدمة مجاله باعتباره من أهل الاختصاص[2].

ثانيا: حدود المجال التطبيقي للأنظمة الصادرة عن مجلس المنافسة

حسب نص المادة 34 فقرة 2، نرى بأنها اكتفت فقط بتخويلها صلاحيات الحق في اتخاذ أنظمة ومناشير لصالح مجلس المنافسة وعليه نجد بأن نص هذه المادة قد أعاق بدرجة كبيرة عمل المجلس كونه يحوز على وضع يخوله التدخل في العديد من المسائل الجوهرية لأنه ذو اختصاص عام يشمل عدة قطاعات حتى تلك الموضوعة تحت رقابة سلطة ضبط قطاعية خاصة به، ومن ناحية أخرى نجد أنه منح سلطة اتخاذ أنظمة لصالح

[1] المادة 34 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] براهيمي فضيلة، مرجع سابق، ص79.

مجلس المنافسة دون وضع حيز بين مجال اختصاصه، وهو الأمر الذي يجعله يملك سلطة تنظيمية واسعة كتلك المخولة للسلطة التنفيذية وهذا الأمر مستحيل[1].

وبالعودة إلى السياق ذاته نجد بأن المادة 34 فقرة 2 لم تقم بتحديد حيز تدخل مجلس المنافسة عن طريق التنظيم كما لم تأتي بالصيغة التي تجعل من هذه الأنظمة تدخل حيز التنفيذ، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن مجلس المنافسة لا يحوز على صلاحيات سلطة تنظيمية حقيقية كما هو الحال بالنسبة لكل من مجلس النقد والقرض ولجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة[2].

فبالنسبة لمجلس النقد والقرض باعتباره سلطة نقدية تحوز على العديد من الصلاحيات التي خولها له القانون كحق سن أنظمة في مجال النقد والقرض، وهذه التسهيلات أتت كلها في مدة لا تتجاوز عشرة سنوات أتحته الفرصة للمجلس إصدار أكثر من 71 نظام والذي كان غرضها تنظيم وتقنين النشاط المصرفي، كما أن هذا الأمر ساعد في تطوير وتحديث وعصرنة المجال التنظيمي وذلك بالعمل على سياسة تنظيمية أكثر مرونة ساعدت في مسايرة مختلف التطورات التي طرأت على الساحة الاقتصادية.

كما أن لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة قد خول لها المشرع عدة صلاحيات، كما تم الاعتراف لها صراحة بممارسة السلطة التنظيمية وذلك جنبا إلى جنب مع السلطة التنفيذية بحيث يمكن لها تنظيم ومراقبة سوق القيم المنقولة، وذلك بالعمل على حماية الادخار المستثمر في سوق القيم المنقولة أو المنتجات المالية الأخرى[3]، في حين يتبين أن مجلس المنافسة لا يتعدى اختصاصه إلى وضع أنظمة حقيقية بل لا يتعدى عمله في تفسير النصوص القانونية، وعليه فان دورنا يكمن فقط في انتظار الترسيم الفعلي والتجسيد على ارض الواقع لمجلس المنافسة، وذلك من أجل أن يكون له دور أساسي في إرسال أنظمة

[1] براهيمي فضيلة، مرجع سابق، ص ص 80 81.

[2] يونسي عمار، مرجع سابق، ص42.

[3] براهيمي فضيلة، نفس المرجع، ص 81.

جديدة تعمل على تسيير وتحسين وتجسيد المبدأ الرئيسي وهو حرية المنافسة والتحسيس في العمليات التي تربط بين المتعاملين الاقتصاديين ويتبع ذلك الأحكام والقواعد المنصوص عليها في المراسيم المنظمة للنشرة الرسمية للمنافسة[1].

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري مكن مجلس المنافسة من صلاحية أخرى تندرج ضمن الوظائف غير التنازعية المنوطة به، وهي صلاحية الإشراف على النشرة الرسمية للمنافسة وذلك طبقا لنص المادة 49 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم التي جاء فيها:

" ينشر مجلس المنافسة القرارات الصادرة عنه وعن مجلس قضاء الجزائر وعن المحكمة العليا وكذا عن مجلس الدولة، والمتعلقة بالمنافسة في النشرة الرسمية للمنافسة.

كما ينشر نشر مستخرجات من قراراته وكل المعلومات الأخرى بواسطة أي وسيلة إعلامية أخرى، يحدد إنشاء الرسمية المنافسة ومضمونها وكيفية إعدادها عن طريق التنظيم"[2].

حيث يتولى مجلس المنافسة تبعا لنص هذه المادة الإشراف على إعداد النشرة الرسمية للمنافسة، والتي ينشر من خلالها كل قرار صادر عنه أو عن المحكمة العليا أو عن مجلس الدولة متعلق بالمنافسة، هذا و قد ارجع المشرع الجزائري كيفية إعداد هذه النشرة ومضمونها إلى التنظيم، فصدر في هذا الشأن المرسوم رقم 12-242[3].

[1] يونسي عمار، مرجع سابق، ص42.

[2] المادة 49 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[3] المرسوم رقم 12-242، مؤرخ في 10 جويلية 2011، يتضمن إنشاء النشرة الرسمية للمنافسة ويحدد مضمونها وكذا كيفيات إعدادها، ج ر ج ج، عدد 39، الصادر في 13 جويلية 2011.

المبحث الثاني

الجانب الإجرائي أمام مجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة باختصاص قمع الممارسات المقيدة للمنافسة باعتباره الخبير الأول في هذا الميدان، حيث منح هذا الاختصاص لتعزيز دوره كسلطة ضابطة في السوق.

نصت أحكام قانون المنافسة على إلزامية إتباع المجلس لمجموعة من القواعد والإجراءات التنظيمية تتعلق أساسا بالقواعد الإجرائية الخاصة بتدخل مجلس المنافسة (المطلب الأول) وبعد تثبيت التحقيقات التي قام بها المقررون بأن الأعمال المحقق فيها تدخل ضمن إحدى الممارسات فإنّ مجلس المنافسة يتخذ إحدى الآليات لضبط السوق (المطلب الثاني).

المطلب الأول

القواعد الإجرائية الخاصة بتدخل مجلس المنافسة

في إطار سعي المجلس لحماية التزام العام الاقتصادي في بعده التنافسي، يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرارات في أي مسألة، أو أي عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة، وهذا عملا بأحكام المادة 34 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب الأمر رقم 08-12.

وحتى يقوم مجلس المنافسة بالأعمال المنوطة به، وضع القانون قواعد إجرائية تنظم سير أعماله من الواجب احترامها، وتتمثل في إخطار المجلس كإجراء أولي (الفرع الأول) ثم إجراء التحقيق من طرف الأعوان المؤهلين كذلك (الفرع الثاني) بعدها تأتي مرحلة البث في القضايا (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الإخطار

يقصد بالإخطار إعلام مجلس المنافسة بوقائع معينة من أجل اتخاذ الإجراءات الضرورية التي يخولها القانون، ويمثل الإخطار بداية اتصال مجلس المنافسة بالقضية[1]، فلا بد أن ترفع القضية إلى المجلس خلال 3 سنوات من تاريخ وقوع الفعل، ما لم يحدث سبب يقطع التقادم مثل إجراء بحوث أو معاينات أو صدور عقوبة[2].

والأصل أن مجلس المنافسة لا يتدخل إلا بعد إخطاره من قبل الأشخاص المحددة في المادة 44 من الأمر رقم 03-03 والتي تشمل كل من الوزير المكلف بالتجارة باعتباره الشرطة الإدارية الساهرة على المصلحة العامة لهذا يطلق عليه الإخطار الوزاري[3]، وكذا المؤسسات المعنية المتضررة، حيث منحها القانون إمكانية إخطار مجلس المنافسة بغية وضع حد لهذه الممارسات[4].

كما تتمتع الجماعات المحلية (الولاية والبلدية) التي تسمح لها بإبرام عقود وفقا لقانون الصفقات العمومية، بحق إخطار مجلس المنافسة حول كل الممارسات المقيدة للمنافسة والتي تلحق أضرارا بالمصالح التي تكلف بحمايتها[5]، إضافة إلى الهيئات الاقتصادية والمالية، التي يقصد بها مجموع سلطات الضبط القضائية في كل من المجال الاقتصادي

---

[1] بن عبد الله صبرينة، متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة من طرف مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012، ص28.

[2] بن خمة جمال، مرجع سابق، ص123.

[3] بن لشهب أسماء، مجلس المنافسة كآلية لترقية وحماية المنافسة من الممارسات المقيدة لها، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، عدد 1، جامعة قسنطينة 1، 2016، ص10.

[4] جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع قانون أعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص343.

[5] المادة 2 من المرسوم الرئاسي رقم 02-250، مؤرخ في 24 جويلية 2002 المتضمن الصفقات العمومية، ج ر ج ج، عدد 52، الصادر في 2002.

والمالي، وكذا البنوك والمؤسسات المالية، حيث يمكن أن تخطر مجلس المنافسة فيما يتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة المرتكبة في القطاع الاقتصادي والمالي[1].

يضاف إلى هؤلاء الجمعيات، حيث منح المشرع الجزائري للجمعيات المهنية والنقابية وجمعيات حماية المستهلكين حق إخطار مجلس المنافسة بشرط أن تكون معتمدة، ومن أمثلة هذه الجمعيات المهنية والنقابية نقابات المحامين والأطباء والصيادلة والمهندسين[2].

لكن استثناء يمكن للمجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه، وذلك حسب نص المادة 44 فقرة 1 من الأمر المتعلق بالمنافسة، وقد منحه المشرع هذا الحق في حال مخالفة أحكام المواد 6-7-10-11 و 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وفي هذه الحالة يباشر التحقيقات عن طريق المقرر دون انتظار إخطار من الوزير المكلف بالتجارة أو من الجهات الأخرى المصرح لها قانونا[3].

يلجأ مجلس المنافسة إلى الإخطار التلقائي في الحالات الآتية:

-ورود شكوى إلى مجلس المنافسة من شخص مجهول، أو شكوى من أشخاص ليست لهم مصلحة مشروعة، أو اطلاع المجلس على معلومات من السلطات الوطنية أو عند قيامه بالاستشارة[4].

-تنازل أحد أطراف النزاع عن القضية ففي هذه الحالة يمكن لمجلس المنافسة متابعة التحقيق في القضية المخطرة بها من تلقاء نفسه.

-إذا تم إخطار مجلس المنافسة بوقائع وتم رفضها لعدم كفاية عناصر الإثبات هذه الحالة فإن المجلس يلجأ إلى الإخطار التلقائي من أجل توسيع مجال تحقيقاته.

---

[1] جلال مسعد زوجة محتوت، مرجع سابق، ص323.

[2] بن طاوس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي دار هومة، الجزائر، 2012، ص136.

[3] شرواط حسين، مرجع سابق، ص53.

[4] بن طاوس ايمان، نفس المرجع، ص136.

-قد يكتشف المجلس بمناسبة دراسته لقضية ما، أن هناك قضايا أخرى تمس بالمنافسة ولم يخطر بشأنها، فيلجأ إلى هذا الإجراء لحماية المنافسة من الممارسات المقيدة لها[1].

يتم الإخطار بموجب رسالة موصى عليها مع وصل الاستلام، ترسل إلى رئيس مجلس المنافسة، ويكون مرفقا بجميع الوثائق اللازمة في أربعة نسخ، ويجب أن تتوفر على البيانات اللازمة، من معلومات حول الطرف المخطر، وموضوع الإخطار فان كان المخطر شخصا طبيعيا عليه تحديد اسمه ولقبه ومهنته وموطنه، بينما إذا كان العارض شخصا معنويا، فيجب تحديد اسم الجهاز الذي يمثله، وشكله القانوني ومقره، وفي حال تغيير عنوان المخطر، يجب إشعار مجلس المنافسة بذلك بموجب رسالة موصى عليها مع وصل إشعار بالاستلام[2].

كما يجب أن يكون الإخطار مؤسسا، وذلك بإرفاقه بجميع العناصر المقنعة والإثباتات القانونية التي تثبت صحة الادعاءات، على أن يكون موضوع الإخطار إحدى الممارسات المنافية المنصوص عليها في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، فالصلاحيات التنازعية لمجلس المنافسة تنحصر في هذه الممارسات دون غيرها، كما يتعين على صاحب الإخطار تحديد موضوع الطلب ما إذا يقصد به وضع حد للممارسات المنافية للمنافسة، أم اتخاذ إجراءات تحفظية.

أما بخصوص الشخص المخطر فيجب أن تتوافر فيه شرطي الصفة والمصلحة، فالأولى يقصد بها أن يكون الشخص أو الهيئة المخطرة لمجلس المنافسة أن يكون من بين الأشخاص والهيئات المذكورة سابق، أما الثانية فيعنى بها أن يكون الشخص أو الهيئة

[1] بن خمة جمال، مرجع سابق، ص136.

[2] عمورة عيسى، مرجع سابق، ص38.

المخطرة مصلحة مادية أو معنوية، وللمجلس السلطة التقديرية في تقدير وجود هذه المصلحة من عدمها ومدى مشروعيتها[1].

يتخذ الإخطار إما شكل الطلب أو الشكوى،فالطلب يكون في الحالات التي يطلب فيها من مجلس المنافسة تقديم آرائه الاستشارية أي يتم إخطاره بطريقة غير مباشرة، فالمخطر هنا يود أن يعاين المجلس عدم خرقه للقواعد المتعلقة بالمنافسة وذلك من خلال طلب شهادة السلبية أو من خلال طلب الحصول على إعفاء.[2]

أما بالنسبة للشكوى فإن المجلس يتخذها في حال خرق قواعد قانون المنافسة ففي هذه الحالة يتدخل مجلس المنافسة بسبب ضرر وقع، وذلك حسب نص المادة 50 من الأمر رقم 03-03، لكن بعد تعديل المادة 50 من الأمر رقم 03-03 بموجب المادة 25 من الأمر رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة، أصبح كل من الطلبات والشكاوى مدمجة في مصطلح واحد وهو مصطلح القضايا.[3]

الفرع الثانـي

التحقيق

يلي إجراء إخطار مجلس المنافسة،إجراء آخر بالغ الأهمية هو التحقيق، الذي يتم من خلاله الكشف عن مدى جدوى الإخطار[4]، حيث يقوم المجلس بعد إخطاره بالممارسات المنافية للمنافسة بهذا الإجراء، بعد تعيين رئيس المجلس المقرر المكلف بتلك العملية،هذا الأخير الذي يقرر ما إذا كانت الدعوى مقبولة أم لا، وفي حالة ما إذا رأى أنها غير كذلك

[1] بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013/2012، ص ص 112،113.

[2] بن طاوس ايمان، مرجع سابق، ص ص 132، 133.

[3] قابة صورية، مجلس المنافسة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2000/ 2001، ص ص 56-57.

[4] بن يسعد عذراء، سلطة مجلس المنافسة في ضبط الاتفاقات المقيدة للمنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2016/2015، ص247.

يقوم بتحرير تقرير إلى الرئيس يقترح فيه عدم قبول الدعوى، ويعود للمجلس وحده القرار، حيث يحق له طبقا للمادة 44 فقرة 3 من الأمر رقم 03-03 أن يصرح بموجب قرار معلل بعدم قبول الإخطار، إذا رأى أو الوقائع لا تدخل ضمن اختصاصه أو غير مدعمة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية، أما إذا أثبتت الدراسة بأنه توجد مؤشرات جديرة لإجراء التحقيق، يتولى المقرر ذلك ويملك في ذلك نفس السلطات التي يملكها المحققون التابعون لوزارة التجارة، وعندما يتعلق الأمر بالقضايا التابعة لقطاعات نشاط موضوعة تحت رقابة سلطة ضبط، كما هو الحال لقطاعي البريد والمواصلات والكهرباء، والغاز، فيتم التحقيق بالتنسيق مع مصالح السلطة المعنية[1].

حدد المشرع الأشخاص المكلفون بالتحقيق في القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة والتي يتم إخطار مجلس المنافسة بها، من خلال نص المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المعدلة بالقانون رقم 08-12على سبيل الحصر وهم:

-ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.

-المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

-الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية وكذا المقرر العام.

-المقررون لدى مجلس المنافسة بعد أداء اليمين في نفس الشروط والكيفيات التي تؤدي بها من طرف المستخدمين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون الإدارة المكلفة بالتجارة[2].

يمرّ التحقيق بمرحلتين هما مرحلة التحري الأولي، خلال هذه المرحلة يتولى المقرر فحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون التمسك في مواجهته بالسر المهني.

[1] المادة 44 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

[2] المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، من نفس القانون.

ثم تأتي مرحلة التحقيق الحضوري المنصوص عليه في المادة 52 من الأمر رقم 03- 03 والذي يتضمن أيضا مرحلتين، تبدأ الأولى بإرسال المآخذ وإرسالها إلى الأطراف المعنية والى الوزير المكلف بالتجارة وكذا جميع الأطراف ذات المصلحة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز 3 أشهر، أما الثانية فتكون بتبليغ التقرير النهائي إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين، كما تحدد تاريخ الجلسة، وهنا يمكن للأطراف الاطلاع على الملاحظات المكتوبة طبقا للمادة 55 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.[1]

الفرع الثالث

البث في القضايا

تصبح القضية بعد الانتهاء من مرحلة التحقيق جاهزة للبث فيها من خلال جلسات يتم عقدها وفق مجموعة من قواعد قانونية وإجراءات تحكم سيرها، فجلسات مجلس المنافسة لا تصح قانونا إلا باكتمال النصاب القانوني والمحدد بستة (06) أعضاء على الأقل في الأمر رقم 03-03.

بينما التعديل الجديد في القانون 08-12 وطبقا للمادة 14 منه فان النصاب محدد بثمانية (08) أعضاء، لأن التشكيلة اختلفت بزيادة 03 أعضاء عن سابقتها، يتأكد بعدها رئيس المجلس طبقا للمادة 29 من نفس الأمر فيما إذا وجدت حالة من حالات التنافي بالنسبة لأعضاء المجلس، كأن يكون لأحدهم علاقة بصاحب القضية المطروحة أمامه من حيث المصلحة أو القرابة لغاية الدرجة الرابعة، وان يكون ممثل أو يمثل احد أطراف القضية، فكلها حالات تمتنع على من توافرت أن يشارك في المداولة.

وبعدما يتأكد الرئيس من اكتمال النصاب القانوني، وانعدام أسباب التنافي بالنسبة للأعضاء يعكف بعدها على افتتاح الجلسة والشروع في المناقشة بالاستماع إلى المقرر ثم

[1] فضيلة براهيمي، مرجع سابق، ص66.

إلى الأطراف المعنية بالقضية المرفوعة أمامها دون ممثل الوزير المكلف بالتجارة عملا بالمادة 30 من نفس الأمر[1]، وتكون جلسات مجلس المنافسة سرية، طبقا للمادة 28 فقرة 3 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، إذ تتم بحضور الأطراف فقط أو ممثليها، غير أن مبدأ السرية غير مطلق باعتبار أنه يمكن الطعن ضد قراراته أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر التي تنظر في الاستئناف في جلسة علنية.

خول المشرع لأطراف النزاع الاستعانة حق الدفاع من خلال ضمان مبدأ المواجهة والذي يقضي بحق معرفة صاحب الشأن بالوقائع والاتهامات المنسوبة إليه، وكذا حق الاطلاع على الملف، إضافة غلى احترام مبدأ المواجهة، وهنا يحق للأطراف المعنية الاستعانة بمدافع أو أي شخص تراه مناسبا للدفاع عن حقوقها[2].

يقوم المجلس بعد انتهاء أشغال الجلسة، بإجراء المداولة وإصدار القرار الذي يتخذ بالأغلبية البسيطة للأعضاء، وفي حالة تساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا[3]، وهنا يمكن أن يصدر المجلس مقرر بعدم قبول الإخطار، إذ تبين له انه قد تم إخطاره من اجل وقائع لا تدخل ضمن نطاق المواد 6-7-10-11 و12 من قانون المنافسة أو أن الجهة المخطرة لم تقم أدلة إثبات مقنعة.

وكذا في حالة ما أن تم الإخطار من قبل شخص غير مؤهل قانونا للقيام بالإخطار أي انعدام الصفة، أو كان المجلس غير مؤهل، للفصل في الوقائع المخطر بها، حيث يقضي

[1] بوقندورة عبد الحفيظ، الرقابة القضائية على منازعات مجلس المنافسة، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة يومي 16 و17 مارس 2015، ص5.

[2] عمورة عيسى، مرجع سابق، ص56.

[3] كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص70.

المجلس بمقرر الرفض لانعدام الصفة والمصلحة[1]، أما في حال تبين لمجلس المنافسة بأن العرائض والملفات المرفوعة أمامه والتي بادروه بها من اختصاصه لوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة، فلا بد للمجلس أن يتخذ احد الإجراءات المناسبة[2].

المطلب الثاني

آليات مجلس المنافسة لضبط السوق

كلف مجلس المنافسة بعدة مهام ضبطية بموجب الأمر رقم 03-03 ومن بين هذه المهام تلك التي تهدف إلى إيقاف الممارسات المنافية للمنافسة قبل أن تلحق ضررا بالمنافسة في السوق، فبعد ثبوت الإدانة يقوم مجلس المنافسة بتوقيع العقوبات الملائمة على المؤسسة المخالفة ورغم اختلاف هذه العقوبات فان المجلس ملزم باحترام الضمانات القانونية والقضائية المكرسة دستورا وبعد أن يتأكد مجلس المنافسة من وقوع ممارسة مقيدة للمنافسة بعد إجرائه للتحقيقات اللازمة، فانه يتمتع بسلطة القمع التي خولها له القانون بحيث يقوم بإصدار تدابير وقائية (الفرع الأول) وتدابير قمعية (الفرع الثاني) كما يمكن لمجلس المنافسة تخفيض العقوبة المالية أو عدم الحكم بها (الفرع الثالث).

الفرع الأول

التدابير الوقائية (الرقابية)

يلجا مجلس المنافسة في إطار ممارسة دوره الحمائى إلى اتخاذ وسائل وقائية تسبق فصله في موضوع النزاع تقسم إلى الأوامر (أولا) والتدابير المؤقتة (ثانيا).

---

[1] بوعبس يوسف، دور مجلس المنافسة في ضبط السوق وترقية المنافسة، الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، يومي 17 و18 نوفمبر 2015، ص11.

[2] عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، دفعة 14، الجزائر، 2005/ 2006، ص 19.

أولا: الأوامر

يعتبر إصدار الأوامر الوسيلة الأولى التي تتدخل من خلالها مجلس المنافسة إذ يتم اللجوء إليها قبل اتخاذ أي قرار في الموضوع، وهي طريقة فعالة لإيقاف الممارسات الأقل خطورة[1].

تشكل سلطة اتخاذ الأوامر في العادة إحدى مظاهر سلطة القاضي في تطبيق القانون[2] ومهما يكن من أمر فإن الأوامر تعتبر تدابير كان يختص بها القاضي الجنائي في ظل الأمر رقم 89-12 المتعلق بالأسعار[3] وبمقتضى الأمر رقم 95-06 الملغى أحيل هذا الاختصاص لمجلس المنافسة الذي يمكنه الحكم بها.

يمكن للمجلس أن يأمر المؤسسة أو المنظمة المهنية أو الجمعية بالامتثال لأحكام قانون المنافسة عن طريق إنهاء الممارسات المقيدة للمنافسة، في غضون مدة معينة يحددها مجلس المنافسة في الأمر الذي يصدره[4].

خول المشرع الجزائري لمجلس المنافسة سلطة توجيه أوامر معللة إلى المتعاملين الاقتصاديين في حالة إخلالهم بأحكام قانون المنافسة ويظهر هذا من خلال نص المادة 45 فقرة 1 من قانون المنافسة أن مجلس المنافسة يوجه أوامر معللة إلي المؤسسة المتهمة إذا تأكد أن الممارسات المرتكبة من طرفها تمس بالمنافسة الحرة[5]

وقد حصر المشرع سلطة مجلس المنافسة في إصدار الأوامر في حالة واحدة وهي الحد من الممارسات المقيدة للمنافسة، بحيث تعتبر سلطة إصدار الأوامر إلية أخرى

---

[1] شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بن احمد، وهران، 2014/2013، ص172.

[2] جلال مسعد زوجة محتوت، مرجع سابق، ص378.

[3] قانون رقم 89-12، المتعلق بالأسعار، سالف الذكر.

[4] جلال مسعد زوجة محتوت، نفس المرجع، ص ص381,375.

[5] قابة صورية، مرجع سابق، ص ص 327-328.

للسلطات المخولة لمجلس المنافسة تتضمن تدابير وقائية تتسم بطبيعة دائمة من اجل استعادة الطابع التنافسي والسير الحسن للمنافسة[1].

تتميز أوامر مجلس المنافسة بالطابعين السلبي والإيجابي، فالأوامر التي تتمتع بالطابع السلبي اقل خطورة لأنه يطلب من الأطراف التوقف عن الممارسة المقيدة للمنافسة، وقد يكون ذلك بطلب الامتناع عن القيام بعمل أو ممارسة معينة، وذلك في حالة ما إذا وقعت مخالفة لأحكام قانون المنافسة المتمثلة في إبرام اتفاقية مقيدة ويتدخل مجلس المنافسة عن طريق الأوامر[2].

وفي هذا الإطار يمكن الإشارة إلى أن قرار مجلس المنافسة الجزائري، الذي وجه أمر إلى الشركة الوطنية للتبغ والكبريت بالكف فورا عن الممارسات أتي تقوم بها والمتمثلة في البيع المشروط والبيع التمييزي[3].

كما وجه المجلس في نفس السياق أمرا إلى المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية بالكف عن الممارسات التي تقوم بها هذه المؤسسة المتمثلة في البيع التمييزي، التمييز بين الزبائن في كيفية الدفع والتعسف في وضعية الهيمنة[4]، وهذا النوع من الأوامر يعتبر اقل خطورة لأنه يطلب من الأطراف التوقف عن الممارسة المقيدة للمنافسة[5].

أما الطابع الإيجابي لأوامر مجلي المنافسة يظهر في كون أن هذه الأوامر اشد خطورة من الأوامر السلبية كونها تنصب في الخصوص على طلب اتخاذ إجراءات معينة تؤدي هذه الأخيرة إلى رجوع إلى الحالة التي تتطابق مع قواعد المنافسة لأنها تنصب على

---

[1] كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص347.

[2] ماتسة لامية، الرقابة القضائية على أعمال مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية،2013/2012، ص66.

[3] قرار رقم 98- ق-03، مؤرخ في 13-12-1998، يتعلق بممارسات الشركة الوطنية للتبغ والكبريت (غير منشور).

[4] قرار رقم 99- ق-01، مؤرخ في 23-06-1999، يتعلق بالممارسات المرتكبة من طرف المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية، وحدة سيدي بلعباس، (غير منشور).

[5] كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص348.

عمل إيجابي يقع على عاتق الأطراف، يتجسد بالخصوص في طلب تعديل التصرفات التي كانت سببا في الممارسات المقيدة للمنافسة مثل العقود والاتفاقيات وأيضا القوانين الداخلية للمؤسسات[1] غير أن هذا لا يعني أن مجلس المنافسة هو صاحب الاختصاص في إبطال الاتفاقيات والعقود وذلك من اختصاص القضاء[2].

وهكذا يمكن لمجلس المنافسة أن يطلب من المؤسسات تحويل أو إزالة الشروط التعاقدية التي تتضمنها الاتفاقيات، ولا يتعلق الأمر بالمجالات التعاقدية وإنما يمكن لمجلس المنافسة توجيه أوامر إلى المؤسسات يطلب منها إعلام زبائنها بالأحكام التنظيمية أو التشريعية أو بإعلامها بالأسعار التي تطبقها أو بتعديل بعض الوثائق[3].

وعليه فالأوامر تساهم في نشر ثقافة المنافسة، وتحسين الأعوان الاقتصاديين بالآثار السلبية الناجمة عن سلوكهم على سير السوق ولهذا قيل عنها أنها تؤدي دور بيداغوجي وتصحيحي، وبما أن هذه الأوامر هي عبارة عن قرارات فردية فانه يمكن للأطراف المعنية بها الطعن فيها أمام الجهات القضائية المختصة[4].

ثانيا: التدابير المؤقتة (التحفظية)

تعتبر التدابير المؤقتة من بين المستجدات التي جاء بها الأمر رقم03-03 المتعلق بالمنافسة، وذلك حماية لمصالح المتعاملين الاقتصاديين خاصة والاقتصاد الوطني عامة، فغالبا ما تتطلب إجراءات متابعة الممارسات المنافية للمنافسة وقتا طويلا، لذلك كان لابد من إيجاد حل من أجل حماية مصالحهم الاقتصادية وذلك عن طريق التدابير المؤقتة أو التحفظية[5].

---

[1] بن خمة جمال، مرجع سابق، ص113.

[2] ماتسة لامية، مرجع سابق، ص67.

[3] كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص348.

[4] جلال مسعد زوجة محتوت، مرجع سابق، ص378.

[5] براهيمي نوال، الاتفاقات المحظورة في قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2005/2004، ص109.

تعرف التدابير المؤقتة بأنها تلك التدابير الاستعجالية التي يتم اتخاذها بهدف تفادي إما تفاقم خطورة حالة ضارة، أو استمرار حالة مشروعة، وإما الحفاظ على الحقوق المشروعة لطرف أو الحفاظ على الصالح العام[1]، وهو ما تناولته المادة 46 من الأمر رقم03-03.

كما يظهر من اسمها بأنها عبارة عن إجراءات مؤقتة وجدت لمعالجة أوضاع مستعجلة بهدف الحد من أثارها المحتملة إلى حين الفصل النهائي في موضوع النزاع[2]، وغرض التدابير المؤقتة ليس توقيع العقاب، وإنما هو الوقاية من الأضرار المحتملة مما يجعلها بذلك تتميز عن العقوبات[3].

واضطلاع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ التدابير المؤقتة منوط بتوفر شروط شكلية وموضوعية، حتى تنتج الآثار القانونية التي اتخذت من اجلها، أوردها المشرع في نص المادة 46 من الأمر رقم 03-03.

تتمثل الشروط الشكلية في وجوب صدور طلب اتخاذ التدابير يقدم من طرف أشخاص مؤهلة تناولتهم المادتين 35 و46 من الأمر رقم03-03 ويتعلق الأمر بكل من المدعي والوزير المكلف بالتجارة، إضافة إلى اشتراط تقديم الطلب أثناء مرحلة المتابعة[4].

ويشترط لطلب اتخاذ التدابير المؤقتة أثناء مرحلة المتابعة شروط موضوعية تتمثل في عنصري الاستعجال والضرر المنصوص عليها في المادة 46 من الأمر رقم03-03 المتعلق بالمنافسة، حيث يشترط توفر حالة الضرورة التي لا تحتمل التأخير ولا التأجيل، بسبب احتمال وقوع ضرر جسيم أو خوفا من تفاقمه في حالة النظر في النزاع وفق الإجراءات العادية المتبعة[5].

---

[1] بن ناصر محمد، إجراءات الاستعجال في المادة الإدارية، مجلة مجلس الدولة، عدد 4، 2003، ص 32.

[2] براهيمي نوال، مرجع سابق، ص109.

[3] قرار مجلس الدولة رقم12101، مؤرخ في 01 افريل2003، يتعلق بقضية البنك الجزائري الدولي ضد محافظ البنك الجزائري، ومن معه مجلة مجلس الدولة، عدد 6، 2005، ص64.

[4] ماتسة لامية، مرجع سابق، ص69.

[5] بن خمة جمال، مرجع سابق، ص115.

أما شرط الضرر فيعتبر من أهم الشروط التي وجدت من اجلها التدابير المؤقتة، لان عدم تحققه يؤدي بالضرورة إلى عدم إصدار التدابير المؤقتة حتى وان تحققت باقي الشروط الأخرى[1]، ويشترط في الضرر أن يكون محددا وهو ما أكدت عليه المادة 46 من الأمر رقم 03-03 السالفة الذكر وأن يكون مؤكد الوقوع، إضافة إلى اشتراط أن يكون معتبرا، بحيث لو لم يتم تداركه بالتدابير المؤقتة أدى إلى حدوث أضرار كبيرة لا يمكن إصلاحها[2].

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري لم يقم بتعداد التدابير المؤقتة التي بإمكان مجلس المنافسة اتخاذها، ومع ذلك فإن هذه التدابير لا يمكن أن يكون الغرض منها إلا تعليق الممارسة المقيدة للمنافسة[3].

يبقى على المجلس عند إصداره التدابير المؤقتة،أن يتقيد بما هو ضروري لمواجهة حالة الاستعجال فقط، وهو ما يعرف بمبدأ التناسب[4] الذي يقوم على أساس خلق التوازن بين الضرر المحتمل الوقوع أو الواقع، والذي يتحمله المدعي أو الاقتصاد الوطني، والتدابير المؤقتة التي يتخذها مجلس المنافسة، مما يعني انه على مجلس المنافسة أن يأخذ بعين الاعتبار معطيات كل قضية على حدا[5].

---

[1] براهيمي نوال، مرجع سابق، ص 112.

[2] بن خمة جمال، نفس المرجع، ص116.

[3] بالرغم من أن هذه الصور لم يتم ذكرها في قانون المنافسة، إلا أن المادة 49 مكرر من هذا القانون 03-03 تحيلنا إلى القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والذي حدد هذه الصور في حجز البضائع موضوع الممارسات، كما يمكن حجز العتاد، التجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، للتدقيق انظر: المادة 39 من القانون رقم 04 -02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004.

[4] إن التناسب فكرة أساسية من أفكار القانون الإداري، تتشكل من ثلاثة عناصر هي: القرار الصادر والحالة الواقعية والغاية المستهدفة، فمبدأ التناسب من المبادئ القانونية العامة التي تستوجب على الإدارة الالتزام بها في تصرفاتها دون حاجة إلى وجود نصوص صريحة تتضمنها، للتدقيق أكثر أنظر: حاجة عبد العالي وتمام بعيش آمال، الرقابة على تناسب القرار الإداري ومحله في دعوى الإلغاء، مجلة المنتدى القانوني، عدد5، 2008، ص 136-137.

[5] براهيمي نوال، مرجع سابق، ص ص 112-113.

الجدير بالذكر انه من الناحية التطبيقية، لم يسبق لمجلس المنافسة الجزائري وان اتخذ تدبيرا مؤقتا منذ صدور الأمر رقم03-03 المتعلق بالمنافسة، وهذا بالرغم من تقديم عدة طلبات بذلك من طرف الأعوان الاقتصاديين[1]، ويرجع سبب ذلك لكون المجلس كان غير مفعل في الساحة الاقتصادية ولم يتم تنصيبه إلا منذ فترة وجيزة[2].

بحيث تبقى التدابير المؤقتة مجرد إجراءات وقتية تنتهي بانتهاء التحقيق أو في إحالة القضية على الجلسة من اجل إصدار القرارات الأخرى.

الفرع الثاني

التدابير القمعية (الردعية)

يتمتع مجلس المنافسة باختصاص فرض عقوبات لا يستهان بها، وذلك لوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة وقمع أي مساس بمبدأ المنافسة الحرة[3] ويما أنه ليس هيئة قضائية فليس باستطاعتها لا فرض عقوبات في سبيل قيامه بدوره البيداغوجي والتصحيحي والقمعي[4].

فإذا كان الهدف من اتخاذ التدابير المؤقتة والأوامر هي الوقاية وتصحيح الوضع في السوق التنافسي، فان الغرض من توقيع التدابير القمعية هو علاج وقمع الممارسات والإجراءات المنافية للمنافسة مع احتفاظها بالطابع الإداري[5]، فالتدابير القمعية التي يصدرها مجلس المنافسة قد تأخذ وصف العقوبات المالية (أولا)، كما له إمكانية إقرار عقوبات تكميلية تتمثل في نشر القرار أو الحكم (ثانيا).

---

[1] بلغزلي صبرينة، نظام التدابير الوقائية المتخذ من قبل السلطات الإدارية المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية،2011/2010، ص48.

[2] نصب مجلس المنافسة رسميا في 29 جانفي2013 من طرف السيد الوزير المكلف بالتجارة بعد غياب لسنوات عن الساحة العملية.

[3] ZOUAIMIA Rachid, « les fonctions répressives des autorités administratives indépendantes statuant en matière économique », Revue Idara, N° 28, 2004, PP 123-165.

[4] جلال مسعد زوجة محتوت، مرجع سابق، ص376.

[5] تواتي محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص119

أولا: العقوبات المالية

يقوم مجلس المنافسة بفرض غرامات أو عقوبات مالية عند عدم تطبيق الأوامر أو عند عدم امتثال العون الاقتصادي (المؤسسة) إلى أوامر يفرضها المجلس وتكون هذه الغرامات إما نافذة فورا وبالآجال[1].

فالعقوبة المالية هي تلك العقوبة التي تلحق بالذمة المالية للشخص المخالف، إذ يعتبر مبلغا ماليا يدفع للدولة عن طريق الخزينة العامة[2].

يختص مجلس المنافسة بتوقيع العقوبات المالية على مرتكبي الممارسات المقيدة للمنافسة، وحسب نص المادة 56 من الأمر رقم03-03 المعدلة بموجب المادة 26 من الأمر رقم 08-12 يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة بغرامة لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربع المحقق بواسطة هذه الممارسات، على أن تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وان كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار وهو ما يوضح أن لمجلس المنافسة سلطة تقدير العقوبة لان المشرع لم ينص سوى على حدها الأقصى، كما أن هذه العقوبة تخص كل الممارسات المقيدة للمنافسة.

لم يبق للمشرع عند هذا الحد بل عاقب أيضا على المساهمة الاحتيالية في تنظيم أو في تنفيذ هذه الممارسات المقيدة للمنافسة التي يقوم بها كل شخص طبيعي بصفة شخصية، وذلك طبقا للمادة (57) بغرامة قدرها مليوني دينار.

ومن اجل حث المؤسسات على تحري الدقة في تقديم معلومات صحيحة فقد منح المشرع لمجلس المنافسة في المادة 59 من الأمر 03-03 المعدل بالمادة 28 من الأمر

[1] جمعة حياة وبن تشقال زهية، مرجع سابق، ص 69.

[2] تنص المادة 71 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على: " تحصل مبالغ الغرامات والغرامات التهديدية التي يقررها مجلس المنافسة بوصفها ديون مستحقة للدولة"

رقم 08-12 إمكانية إقرار غرامة لا تتجاوز 800000دج بناء على تقرير المقرر ضد المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها، كما يمكنه أيضا أن يحكم بغرامة تهديدية لا تقلعن 100000دينار عن كل يوم تأخير[1].

ثانيا: نشر القرار أو الحكم

على غرار القاضي الجزائي، فان مجلس المنافسة باعتباره هيئة إدارية مستقلة كرس به المشرع إلى جانب العقوبات الأصلية إمكانية توقيع عقوبات أخرى تكميلية، وتسمى كذلك بالعقوبات غير المالية تتجسد هذه العقوبة أساسا في نشر القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة.

قبل التطرق إلى مضمون هذا الإجراء يجب أولا التمييز بين نشر القرار كوسيلة إعلامية للسماح لكل الأطراف الاطلاع على أراء مجلس المنافسة وقراراته التي يفصل فيه في إطار سلطانه التنازعية تطبيقا لأحكام قانون المنافسة وهو ما نصت عليه المادة 45 من الأمر رقم03-03 إذ نصت على:

"ينشر الوزير المكلف بالتجارة القرارات في مجال المنافسة الصادرة عن مجلس المنافسة ومجلس قضاء الجزائر في النشرة الرسمية للمنافسة"[2].

وإجراء نشر القرار كعقوبة تكميلية، حيث يستطيع المجلس أن يأمر بنشر قراره في الصحف الوطنية أو الجهوية أو المحلية، أو في المنشورات المهنية أو المتخصصة أو الجمعوية أو أجهزة إعلام المستهلكين، ويمكن له كذلك أن يأمر بتعليقه في الأماكن التي

[1] بن لشهب أسماء، مرجع سابق، ص 13.

[2] بوحوية آمال، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة في السوق، مجلة الحقوق والحريات، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاغواط، 2013، ص ص 17-18.

يحددها أو بإدماجه في التقرير المعد حول عمليات الحصيلة للشركة من طرف المسيرين أو مجلس الإدارة أو مجلس المديرية للشركة[1].

هذا بالإضافة إلى قيام مجلس المنافسة بنشر قراراته في النشرة الرسمية للمنافسة والموقع الالكتروني لمجلس المنافسة[2].

تجدر الإشارة في هذا الصدد أن المجلس عند إصداره لعقوبة نشر القرار، فانه غير ملزم بتوزيع العبء على المعنيين بالأمر حسابيا، حيث يقرر بحسب عناصر القضية الأشخاص أو الأجهزة التي تتحمله كليا أو جزئيا[3]، كما أن عملية النشر تمس جميع القرارات الصادرة عن مجلس لمنافسة بما فيها تلك التي تتضمن اتخاذ تدابير مؤقتة[4].

كما أن القرارات التي تتضمن عقوبة النشر قابلة للطعن فيها، ذلك أن القرار المنشور يمكن أن يحتوي على توضيح يفيد بأنه محل طعن قضائي وموضوع طلب وهذا قصد تأجيل تنفيذه أمام الجهة المختصة[5].

ونشير إلى انه إذا تم تقديم طعن في القرار الصادر عن مجلس المنافسة، فانه ليس لمثل هذا الإجراء أي اثر موقف لعملية نشر القرار المطعون فيه[6].

---

[1] تواتي محند الشريف، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، كلية الحقوق والعلوم التجارية، 2008/2007، ص123.

[2] المادة 42 من القرار رقم 01، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة، مرجع سابق.

[3] تواتي محند الشريف، نفس المرجع، ص 122.

[4] جلال مسعد زوجة محتوت مرجع سابق، ص 349.

[5] ماتسة لامية، مرجع سابق، ص88.

[6] كحال سلمى، مرجع سابق، ص169.

الفرع الثالث

التدابير التفاوضية

يمكن لمجلس المنافسة تخفيض العقوبة المالية أو عدم الحكم بها وذلك طبقا لنص المادة 60 من الأمر رقم 03-03 بحيث تتمثل القرارات المرتبطة بالإجراءات التفاوضية في قرارات متعلقة بإجراءات العفو (أولا)، وقرارات متعلقة بإجراءات التعهد (ثانيا) وقرارات متعلقة بإجراءات الاعتراف بالمأخذ (ثالثا).

أولا: القرارات المتعلقة بإجراءات العفو

يكون ذلك بإعفاء المؤسسات من توقيع العقوبة عليها كليا أو جزئيا أي تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على تلك المؤسسات التي تبادر بالتبليغ عن ممارسة تبين لها أنها مقيدة للمنافسة أثناء فترة التحقيق في القضية كانت طرفا فيها وتعرفت على فاعليها أو تتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق هذا الأمر[1] وهذا طبقا لنص المادة 60 فقرة 1 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة والتي جاء فيها: " يمكن مجلس المنافسة أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر".

ونص الأمر 03-03 أن لا تطبق أحكام الفقرة الأولى من المادة 60 منه في حالة العود مهما تكن طبيعة المخالفات المرتكبة[2].

[1] عبد الكريم خيضر، الممارسات المقيدة للمنافسة والية الرقابة عليها في ظل قانون المنافسة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2017/2016، ص62.

[2] المادة 60 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

ثانيا: القرارات المتعلقة بإجراء التعهد

ويقصد بها المؤسسات التي تتعهد بوضع حد لممارساتها قبل أن يتم إبلاغها بالمأخذ المسجلة عليها وكذا قبل تكييفها بمخالفات من قبل مجلس المنافسة تستفيد من إجراء عدم توقيع العقوبة المالية عليها ويكون هذا الإجراء عادة في القضايا البسيطة دون القضايا الخطيرة التي تمس بالمنافسة.

ثالثا: القرارات المتعلقة بإجراءات الاعتراف بالمأخذ.

تشمل قرارات مجلس المنافسة حول إمكانية تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية وتتعاون بالإسراع في التحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام قانون المنافسة[1].

[1] عبد الكريم خيضر، مرجع سابق، ص63.

خاتمة

توصلنا في نهاية الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها فيما يلي:

يحظى السوق بأهمية كبيرة، باعتباره يساهم في تكوين اقتصاد قوي، وهذا ما جعل قوانين المنافسة تخصص له مكانة هامة ضمن المنظومة القانونية في بلادنا، سعى من خلالها المشرع إلى حماية هذا الكيان الحساس.

تأخذ قواعد حماية السوق أهميتها بالنظر إلى مجال تطبيقها، سواء من حيث الأشخاص الذين ينقسمون إلى أشخاص خاضعة للقانون العام، المتمثلة في الأشخاص المعنوية الإقليمية والمرفقية، إضافة إلى الأشخاص الذين يشملهم القانون الخاص والمتمثلة في التاجر والحرفي والأشخاص المعنوية الخاصة كالشركات والجمعيات والمنظمات المهنية.

وكذلك يدخل في نطاق تطبيق قانون المنافسة مختلف النشاطات التي حددتها المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلقة بالمنافسة ليشمل كل من الإنتاج والتوزيع والاستيراد، الخدمات، الصيد البحري، الصناعات التقليدية، الصفقات العمومية.

تظهر أهمية تحديد السوق بصفة دقيقة، باعتباره محل الحماية القانونية ويتمثل في سوق للسلع والخدمات المعنية وهذا ما جاء في المادة 03 فقرة ب من الأمر رقم 03-03 كون المشرع الجزائري أخذ بالسوق المعني.

ولضبط السوق لابد من وجود جهاز متخصص يضبطه، هدفه بالدرجة الأولى حماية المنافسة في السوق، لذلك أنشأ مجلس المنافسة الذي يعتبر بمثابة الخبير العام بمسائل المنافسة في جميع القطاعات فقد خولت له صلاحيات واسعة تمكنه من ضبط المنافسة في السوق وذلك بعد إتباع إجراءات معنية، من تقديم الإخطار من الجهات المعنية إلى مجلس المنافسة ليتم بعد ذلك إحالة الملف إلى التحقيق، ويحق لمجلس المنافسة اتخاذ قرارات في حالة ارتكاب المخالفات المتعلقة بالمنافسة ويشمل توقيع عقوبات صارمة وتتمثل في نشر القرار والعقوبات المالية.

المصادر المراجع

ا- باللغة العربية :

أولا: الكتب

1- ابن سيّده، علي بن إسماعيل، المحكم والمحيط والأعظم في اللغة، ج1، تحقيق: كامل، مراد، معهد المخطوطات، جامعة الدول العربية، 1972.

2- ابن منظور، محمد بن كرم، لسان العرب، ج10، دار صادر، بيروت، 1990.

3-البراوي راشد، الموسوعة الاقتصادية، ط2،مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1987.

4-الجلولي عبد الناصر فتحي، الاحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة «دراسة مقارنة»بين قوانين مكافحة الاحتكار الأمريكية وقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.

5-الجمال محمد عبد المنعم، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، ط2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1986.

6- الصغير محمد، القرارات والعقود الإدارية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2017.

7-الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، دار الفكر، بيروت، 2008.

8-القرني عبد الحفيظ فرعلي علي، أداب السوق في الإسلام، دار الصحوة للنشر، القاهرة، 1987.

9-الماحي حسين، حماية المنافسة دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري رقم 3 لسنة 2005 ولائحته التنفيذية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.

10-بن زارع رابح، مبادئ القانون التجاري، دار العلوم، عنابة، 2006.

11-بن طاوس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، الطبقة الأولى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

12-بوضياف عمار، الوجيز في القانون الإداري، ط3، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.

13-تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،الجزائر، 2013.

14-جعفور محمد سعيد، مدخل إلى العلوم القانونية، دروس في نظرية الحق، الجزء الثاني، الطبعة الأولى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.

15-حمدي باشا عمر، القضاء التجاري، دار هومة،الجزائر، 2009.

16-خشاب حمزة، مدخل إلى العلوم القانونية ونظرية الحق، دار بلقيس للنشر، الجزائر،2014.

17-رضوان سمير عبد الحميد، أسواق الأوراق المالية المعاصرة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996.

18-زواوي محمدي فريدة، المدخل للعلوم القانونية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1998.

19-شرواط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المعدل والمتمم بالقانون 10-05 وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، الجزائر، 2018.

20-عبد القادر محمد عطية، « التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق» ، دار النشر الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005.

21-عفاف عبد الجبار سعيد، د. مجيد علي حسين، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، ط3، دار وائل للنشر، 2004.

22-فيلالي علي، نظرية الحق، موفم للنشر، الرغاية، 2011.

23-كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02 منشورات بغدادي، الجزائر، 2010.

24-مبارك بن سليمان، أحكام التعامل في الأسواق المالية المعاصرة، ج1، دار كنوز إشبيليا، الرياض، 2005.

25-محمد علي نشأت، رائد الاقتصاد ابن خلدون، مطبعة دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1944.

26-مروان محي الدين القطب، طق خصخصة المرافق العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.

27-منصور علي حافظ وعفر، محمد عبد المنعم، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار المجتمع العلمي، جدة، 1979.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- رسائل الدكتوراه:

1-بن خمة جمال، الهيئات المكلفة بحماية المنافسة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017/2016.

2-بوحلايس إلهام، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2017/2016.

3-بن يسعد عذراء، سلطة مجلس المنافسة في ضبط الاتفاقات المقيدة للمنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2016/2015.

4-جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013/2012.

6- سليمان نسرين، تسيير الخدمات العامة المحلية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،2018/2017.

7-طويل مريم، قانون السوق وفكرة توازن مصالح المنتج وحقوق المستهلك (دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص (الطور الثالث)، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017.

ب- مذكرات الماجستير:

1-براهيمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 08-12، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2010/2009.

2-براهيمي نوال، الاتفاقات المحظورة في قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون أعمال، جامعة الجزائر، 2005/2004.

3-بلغزلي صبرينة، نظام التدابير الوقائية المتخذة من قبل السلطات الإدارية المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2011/2010.

4-بن الطاهر علي، هيكل السوق وربحية القطاع (دراسة حالة القطاع المصرفي في الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2010.

5- بن صديق نوال، التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة على التراث ومطلب التجديد لدراسة التروبولوجيا بمنطقة تلمسان، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص التروبولوجية للتنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014/2013.

6-بن عبد الله صبرينة، متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة من طرف مجلي المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012.

7-بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013/2012.

8-بوزيد صبرينة، قانون المنافسة: لا آمن قانوني أم تصور جديد للأمن القانوني؟، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 45، قالمة، 2016/2015.

9-تواتي محند الشريف، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007/2006.

10-خمايلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014/2013.

11-سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة وهران، 2011/2010.

12- شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2014/2013.

13-عليان مالك، الدور الاستشاري لمجلس المنافسة (دراسة تطبيقية)، مذكرة ماجستير في القانون، فرع إدارة ومالية، كلية الحقوق،بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2004/2003.

14-عمورة عيسى، النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007/2006.

15-عيساوي محمد، القانون الإجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006/2005.

16-قابة صورية، مجلس المنافسة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2000/ 2001.

17-قوسم غالية، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2008/2007.

18-قيراط نصيرة، تطبيق قانون المنافسة على الأشخاص المعنوية العامة، شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة قالمة،2016/2015.

19-كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2010/2009.

20-لحراري ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011/2010.

21-ماتسة لامية، الرقابة القضائية على أعمال مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

22-منصوري محمد، مقاصد أحكام السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية تخصص: فقه وأصول، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم السياسية، قسم: الشريعة، جامعة أدرار،أدرار، 2010/2009.

23- ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004/2003.

ج- مذكرات الماستر:

1-بن أسعد المختار، مجال تطبيق قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019/2018.

2-جمعة حياة، بن تشقال زهية، دور مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون العون الاقتصادي،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015.

3-عبد الكريم خيضر، الممارسات المقيدة للمنافسة وآلية الرقابة عليها في ظل قانون المنافسة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2017/2016.

4-ميدون فتيحة، الرقابة القضائية على قرارات مجلس المنافسة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019.

5-يونسي عمار، دور مجلس المنافسة في ضبط القطاع الاقتصادي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019/2018.

6-نواري محمد، مجلس المنافسة بين الدور القضائي والوظيفة الإدارية، لنيل شهادة ماستر في الحقوق، فرع القانون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة،2016/2015.

د- إجازة المدرسة العليا للقضاء:

-عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، الجزائر، 2006/2005.

ثالثا: المقالات (المجلة)

1-القرة داغي علي محي الدين، الأسواق المالية في ميزان الفقه الإسلامي، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، ع7، ج1، منظمة المؤتمر الإسلامي، جدة، 1992، ص 81.

2-باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة فرحات عباس، سطيف، عدد 12، ص ص 336-343.

3- بدوي عبد الجليل وأهنان علي، نطاق تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص وفقا للأمر 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، مجلد 06، عدد 11، ديسمبر 2020، ص ص 48-63.

4- بدوي عبد الجليل وأهنان علي، حدود السوق لتطبيق قواعد قانون المنافسة، مجلة التميز، المجلد 03، عدد 01، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، 2021، ص ص 34-42.

5-براهيمي فضيلة، تأثير مبدأ المنافسة على الحرية التعاقدية للشخص المعنوي العام، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، مجلد 16، عدد 2، 2017، ص ص 109-123.

6- بلحارف ليندة، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة المعارف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أكلي محند الحاج، البويرة، عدد 12، ديسمبر 2016 ص ص 222-251.

7-بن لشهب أسماء، مجلس المنافسة كآلية لترقية وحماية المنافسة من الممارسات المقيدة لها، مجلة البحوث في العقود وقانون أعمال، جامعة قسنطينة، عدد1، 2016، ص ص 01-17.

8-بن ناصر محمد، إجراءات الاستعجال في المادة الإدارية، مجلة مجلس الدولة، عدد 4، 2003,ص ص 1-19

9-بوحوية أمال، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة في السوق، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط، عدد 2، 2013، ص ص 109-128.

10-حاحة عبد العالي وتمام بعيش أمال، الرقابة على تناسب القرار الإداري ومجلة في دعوى الإلغاء، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر، بسكرة،عدد 5،2018، ص ص1-20

11-منصور عبد الحميد، الأسواق الاقتصادية بين الماضي والحاضر، مجلة منار الإسلام، أبو ظبي، عدد 5، 1997، ص ص 118-119.

رابعا: المداخلات

1-بوعيس يوسف، «دور مجلس المنافسة في ضبط السوق وترقية المنافسة»، الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولاي، يومي 17 و18 نوفمبر 2015.

2-بوقندورة عبد الحفيظ، «الرقابة القضائية على منازعات مجلس المنافسة»، مداخلة فيالملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، يومي 16 و17 مارس 2015.

خامسا: النصوص القانونية

أ- الدستور:

-دستور 2020، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 82 الصادر في 30 ديسمبر 2020.

ب- النصوص التشريعية:

1-قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 ماي 1989، يتعلق بالأسعار، ج. ر، عدد 29، الصادر في 19 جويلية 1989، الملغى بموجب الأمر 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج. ر، عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995.

2-قانون رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر،عدد 5، الصادر في1990 معدل ومتمم.

3-قانون رقم 90-22 مؤرخ في 18 أوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري ج. ر، عدد 36، الصادر في 22 أوت 1990.

4-أمر رقم 96-01 مؤرخ في 10 جانفي 1996 يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج. ر، عدد 03، الصادر في 14 جانفي 1996.

5-أمر رقم 96-27 مؤرخ في 09 ديسمبر 1996 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، والمتضمن القانون التجاري، ج. ر، عدد 77، الصادر في 11 سبتمبر 1975.

6-أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج. ر، العدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003.

7-قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 الصادر في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني.

8-قانون رقم 08-12، مؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل ويتمم للأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج. ر، عدد 39، الصادر في 2 جويلية 2008.

9-قانون رقم 09-03،مؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر،عدد 15،الصادر في8مارس 2009.

10-قانون رقم 04-02،مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،ج. ر، عدد 41، الصادر في 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 25 أوت 2010، ج. ر، عدد 46،الصادر في 2010.

11-قانون رقم 10-05، مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخفي 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج. ر، عدد 46،الصادر في 18 أوت 2010.

12-قانون رقم 11-10، مؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية، ج. ر،عدد 37، الصادر في 03 جوان 2011.

13-قانون رقم 12-06،مؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات، ج. ر،عدد 02، الصادر في 15 جانفي 2015.

14-قانون رقم 12-07، مؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج. ر، عدد 12، الصادر في 29 فبراير 2012.

ج-النصوص التنظيمية:

1-مرسوم تنفيذي رقم 90-266،مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج. ر، عدد 40، الصادر في 1990.

2-مرسوم رئاسي رقم 96-44، مؤرخ في 17 يناير سنة 1996، يحدد النظام الداخلي للمجلس المنافسة، ج. ر، عدد 05، الصادر في 21 جانفي 1996.

3-مرسوم رئاسي رقم 2000-372، مؤرخ في 22 جويلية 2000، يتضمن إحداث لجنة إصلاح هياكل الدولة ومهامها، ج. ر، عدد 72، الصادر في 26 نوفمبر 2000.

4-مرسوم رئاسي رقم 02-250، المتضمن الصفقات العمومية، مؤرخ في 24 يوليو 2002، ج. ر، عدد 52،الصادر في 2002.

5-مرسوم تنفيذي رقم 11-242، مؤرخ في 10 جويلية 2011، يتضمن إنشاء النشرة الرسمية للمنافسة ويحدد مضمونها وكذا كيفيات إعدادها، ج. ر، عدد 39، الصادر في 13 يوليو 2011.

6-مرسوم رئاسي رقم 15-247، مؤرخ في 16 سبتمبر 2015، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، ج. ر، عدد 50، الصادر في 20 سبتمبر 2015.

د- قرارات مجلس المنافسة:

1-مجلس المنافسة، النشرة الرسمية للمنافسة، عدد 08، قرار رقم 98. ق. 03، مؤرخ في 13 ديسمبر 1998، يتعلق بممارسات الشركة الوطنية للتبغ والكبريت، 2015.

2-مجلس المنافسة، النشرة الرسمية للمنافسة، عدد 08، قرار رقم 99. ق. 01، مؤرخ في 23 جوان 1999، يتعلق بالممارسات المرتكبة من طرف المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية، 2015.

سادسا: الاجتهاد القضائي

قرارات مجلس المنافسة:

1- قرار مجلس الدولة رقم 12101، مؤرخ في 1 أفريل 2003، يتعلق بقضية البنك الجزائري الدولي (AIB) من محافظ البنك المركزي ومن معه، مجلة مجلس الدولة، العدد 6، 2005.

II –باللغة الأجنبية

أولا: باللغة الفرنسية

1-BERNARD Junior : Economie Politique, de boeck, 3édition, pari, 2006.

2- PICARD Pierre « Elément de Microéconomie» , Théorie et Application, 6éme édition Montchrestien, Paris, 2002.

3-ROBERT Pindyck, Daniel Rubinfled « Micro-économie », 6éme édition pearson, France,2005.

4-ZOUAIMIA Rachid : « Les Fonctions répressivedes autorités administratives indépendantes statuant en matièreéconomique », revue Idara n°28,2004.

ثانيا: باللغة الإنجليزية

1-BINTLIFF, J, « Going to Market in Antiquity », InstuttgarterKolloquiumZurHistorischen, Geographie des Altertuns,EckartOlshausenand HolgerSonnalend (eds), Stuttgart, Franz, Steiner, 2002.

2-GHARIPOUR, M, «The Culture and Politics of Commerce», in the Bazzar in the Islamic city, Design culture, and History, Mohammed Gharipour (ed), New York, The American University in Cairo Press, 2012.

3-MC Millan, J, Reinventing the Bazaar A, Natural History of Markets, N.Y, Norton, 2002.

4-PAQUET-BYRNE, L,The urge to Splurge: A Social History of Shopping, E CW press, 2003.

III- المواقع الإلكترونية

www.akhbarelyoum-dz-com.

الفهرس

الفـهـرس

شكر وعرفان

إهداء

قائمة المختصرات

مقدمة..... 2-1

الفصل الأول: قانون المنافسة كضابط قانوني للسوق

المبحث الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة 5

المطلب الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص 5

الفرع الأول: أشخاص القانون العام..... 5

أولا: الأشخاص المعنوية الإقليمية..... 6

ثانيا: الأشخاص المعنوية المرفقية..... 7

الفرع الثاني: أشخاص القانون الخاص..... 8

أولا: الأشخاص الطبيعية..... 9

ثانيا: الأشخاص المعنوية الخاصة..... 10

المطلب الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط..... 13

الفرع الأول: نشاط الإنتاج والتوزيع والاستيراد..... 14

الفرع الثاني: نشاط الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري..... 16

الفرع الثالث: الصفقات العمومية..... 19

المبحث الثاني: السوق كمحل لتطبيق قانون المنافسة..... 20

المطلب الأول: مفهوم السوق..... 21

الفرع الأول: تعريف السوق..... 21

أولا: السوق في اللغة والاصطلاح..... 21

ثانيا: السوق في المعنى الاقتصادي..... 23

ثالثا: المعنى القانوني للسوق..... 24
***الفرع الثاني*:** التطور التاريخي للسوق..... 24
أولا: في العصور ما قبل التاريخ..... 25
ثانيا: في العصور القديمة 25
ثالثا: الأسواق قبل الإسلام..... 26
رابعا: السوق بعد الإسلام 27
خامسا: الأسواق المعاصرة..... 28
***الفرع الثالث*:** أنواع السوق..... 29
أولا: سوق المنافسة التامة (الكاملة)..... 29
ثانيا: سوق المنافسة الاحتكارية..... 30
ثالثا: سوق الاحتكار التام..... 31
رابعا: سوق احتكار القلّة..... 32
المطلب الثاني: السوق المعني ضمن قانون المنافسة..... 33
***الفرع الأول*:** تعريف السوق المعني..... 33
الفرع الثاني: معايير تحديد السوق عند سلطات ضبط المنافسة..... 34
أولا: سوق السلع والخدمات..... 34
ثانيا: السوق الجغرافي..... 36

الفصل الثاني: مجلس المنافسة كسلطة لضبط السوق

المبحث الأول: تنظيم مجلس المنافسة..... 42
المطلب الأول: هيكلة مجلس المنافسة..... 42
***الفرع الأول*:** تشكيلة مجلس المنافسة..... 42
أولا: فئة الأعضاء 44

ثانيا: فئة المقررين..... 45
ثالثا: فئة ممثلي جمعيات حماية المستهلكين 46
الفرع الثاني: تسيير مجلس المنافسة..... 45
أولا: الأمين العام..... 47
ثانيا: مديرو المصالح..... 49
ثالثا: الأعوان الإداريون والتقنيون والمصلحون..... 50
المطلب الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة..... 50
الفرع الأول: الصلاحيات الاستشارية لمجلس المنافسة..... 51
أولا: الاستشارة الاختيارية (الجوازية)..... 52
ثانيا: الاستشارة الإلزامية (الوجوبية)..... 53
الفرع الثاني: الصلاحيات التنازعية..... 55
الفرع الثالث: الصلاحيات التنظيمية..... 56
أولا: الضرورة الفنية والتقنية للأنظمة المتخذة من طرف المجلس..... 56
ثانيا: حدود المجال التطبيقي للأنظمة الصادرة عن مجلس المنافسة..... 57
المبحث الثاني: الجانب الإجرائي أمام مجلس المنافسة..... 60
المطلب الأول: القواعد الإجرائية الخاصة بتدخل مجلس المنافسة..... 60
الفرع الأول: الإخطار..... 61
الفرع الثاني: التحقيق..... 64
الفرع الثالث: البث في القضايا..... 66
المطلب الثاني: آليات مجلس المنافسة لضبط السوق..... 68
الفرع الأول: التدابير الوقائية (الرقابية)..... 68
أولا: الأوامر..... 69

ثانيا: التدابير المؤقتة (التحفظية)..... 71
الفرع الثاني: التدابير القمعية (الردعية)..... 74
أولا: العقوبات المالية..... 75
ثانيا: نشر القرار أو الحكم..... 76
الفرع الثالث: التدابير التفاوضية..... 78
أولا: القرارات المتعلقة بإجراءات العفو..... 78
ثانيا: القرارات المتعلقة بإجراء التعهد..... 79
ثالثا: القرارات المتعلقة بإجراءات الاعتراف بالمأخذ..... 79
خاتمة..... 81
قائمة المراجع..... 83
الفهرس 98

ملخص

يعتبر السّوق نواة النّشاط الاقتصادي، لذلك خصص له قانون المنافسة أحكاما لتنظيم نطاقه سواء من حيث الأشخاص أو من حيث الموضوع، و لضبط نشاط المنافسة تم وضع جهاز متخصص، هدفه بالدرجة الأولى حماية المنافسة في السوق، يتمثل في مجلس المنافسة الذي يعتبر بمثابة الخبير العام بمسائل المنافسة في جميع القطاعات حيث خولت له صلاحيات واسعة تخول له التدخل في مجالات سطرها له المشرع، إذ يتمتع بسلطة إصدار قرارات في الأعمال المودعة أمامه و المتمثلة في صلاحيات استشارية تتمثل في إبداء رأيه في كل مسألة متعلقة بالمنافسة وصلاحيات تنازعية مفادها التصدي و الفصل في القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، كما يتمتع أيضا بصلاحية التنظيم عن إصدار أنظمة و مناشير وتعليمات متعلقة بالمنافسة ضمن الأطر المحددة له، وفي حالة المتابعة تمر الإجراءات بعدة مراحل بداية بالإخطار ثم يليه التحقيق الذي يتم من خلاله الكشف عن جدوى الإخطار المرفوع أمام المجلس وصولا إلى عقد الجلسات لإصدار قرارات مرتبطة بتدابير وقائية أو تدابير ردعية أو تدابير متعلقة بتدابير تفاوضية.

الكلمات المفتاحية:

السّوق، قانون المنافسة، ضبط السوق، مجلس المنافسة.