

## مجال تطبيق قانون المنافسة في القانون المقارن

الدكتور عيمور رشيد ،

كلية الحقوق و العلوم السياسية

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

تاريخ الاستلام: 2022/05/25 تاريخ القبول: 2022/06/08 تاريخ النشر: 2022/06/16

## ملخص:

إن قانون المنافسة يطبق إذا كان التصرف المتنازع فيه يضر المنافسة في سوق معينة أو في جزء هام منها.

هذا ما تعبر عليه المادة 2 من الأمر رقم 03-03 بتاريخ 20 جويلية 2003، المعدلة بقانون 2008 وقانون 2010 والمادة 3 فقرة ب من نفس الأمر.

إن المنافسة حسب هذين النصين تستلزم وجود السوق لأن قواعد قانون المنافسة هدفها رقابة ممارسات المتعاملين الاقتصاديين اعتبارا للسوق التي ينشطون فيها. لذا استعمال القواعد القانونية المتعلقة بالسوق التنافسي تفرض تعريف السوق التي تمارس عليها المؤسسات سلطتها وتحديدها.

**كلمات مفتاحية:** المنافسة، السوق، الممارسات، المتعاملين الاقتصاديين، السوق التنافسي .

**Abstract:**

Le droit de la concurrence est applicable si le comportement litigieux est susceptible d'affecter le marché ou une partie importante du marché.

C'est ce que traduit l'article 2 modifié par la loi 2008 et la 2010 de l'ordonnance n°03-03 du 20 juillet 2003 relative à la concurrence et l'article 3 alinéa b de la même ordonnance.

D'après ces deux textes, la concurrence exige l'existence du marché car les règles du droit de la concurrence ont pour but le contrôle des pratiques des agents économiques du marché où ils exercent.

C'est pourquoi l'utilisation des règles juridiques concernant le marché concurrentiel impose la définition du marché où les entreprises exercent leur pouvoir et sa limitation.

**Keywords:** La concurrence ; le marché ; les pratiques ; les agentes économiques ; le marché concurrentiel.

#### مقدمة:

إن انتقال الجزائر من النظام الاقتصادي الاشتراكي إلى نظام الاقتصاد الحرّ أدى بوجود نظام قانوني لممارسة لمنافسة الحرة الذي يتطلبها هذا النظام القائم على "تحقيق الكفاءة الاقتصادية بتوفير السلع والخدمات بأقل سعر وأفضل النوعية، والبحث الدائم عن فرص للتميز والتفوق للمتنافسين، مما يترتب عليه زيادة الإنتاجية، وتحسين القدرة التنافسية للمنتجين والتجار، مما يساعد على النمو الاقتصادي والرفع من المستوى المعيشي لأفراد المجتمع"<sup>(1)</sup>.

وهذا ما جسده المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-03 الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم بالقانون رقم 08-12 بتاريخ 25 جوان 2008 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05 بتاريخ 18 أوت 2010<sup>(2)</sup>، في مواد 2 و3، محددًا مجال تطبيق قواعده<sup>(3)</sup> على كل مجالات النشاطات الاقتصادية من إنتاج أو توزيع أو خدمات أو استيراد التي نمارسها المؤسسات

1- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، منشورات بغدادي، السنة 2010، ص11.

- L.N – Vuillierme, droit de la concurrence, 2ème ed vuilbert, 2011, p.167 : « la concurrence étant aujourd'hui le seul moyen de parvenir à une meilleur répartition des ressources, toute entreprise doit s'y soumettre et déterminer ses conditions de vente de façon autonome, c'est-à-dire non pas en s'entendant avec les autres entreprises ou en dévoilant sa stratégie, mais en fonction des coûts de sa propre entreprise et de l'offre et de la demande du marché » .

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 43 المؤرخة في 20 يوليو 2003، العدد 36 المؤرخة في 25 جوان 2008، العدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010 .

3- أنظر في هذا الموضوع، باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة المفكر، العدد 12 جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2015 .

الأشخاص الطبيعية أو المعنوية بما فيها النشاطات الاقتصادية التي تمارسها مؤسسات الأشخاص العموميين الخاضعين للقانون الخاص .

ويجب وفق قواعد هذا القانون، أن تمارس هذه النشاطات الاقتصادية المختلفة في السوق، المادة 1 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة<sup>(1)</sup> ثم تأتي المادتان 6 و7 من نفس الأمر لتلطف بوضوح في المادة 6 بعبارة " في نفس السوق أو في جزء هام منها " وفي المادة 7 بعبارة " هيمنة على السوق احتكار لها أو على جزء منها " وهذا لا نجده في القانون الفرنسي بحيث لم ينص عليه المشرع في المادة 1-420 L. من القانون التجاري<sup>(2)</sup> أي المادة 7 من الأمر 1986<sup>(3)</sup> بحيث اكتفى المشرع بذكر كلمة "سوق" في الفقرة الأولى "الحد من الدخول في السوق" وفي الفقرة 2 " تقليص ومراقبة منافذ التسويق" وفي الفقرة 3 " اقتسام الأسواق " .

إن المشرع الأوروبي<sup>(4)</sup> أخذ بعبارة "سوق معنية" في إحدى نصوصه الأساسية، المادة 2 من التنظيم الأوروبي المتعلقة بالتجميعات، التي تشير من بين معايير تقدير التجميعات بين المؤسسات "هيكل

---

1- تنص المادة 1 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ... " .

2- L'article L.420-1 c.com :

« Sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France , lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur le marché , les actions concertées , conventions , ententes expresses ou tacites ou coalitions ... » .

3- Ordonnance n°86-1243 du 01/12/1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence codifiée code de commerce , livre IV par l'ordonnance n°2000-912 du 18/09/2000 , journal officiel septembre 2000 , p.147 183 et modifiée par L.n°2001-420 , 15/05/2001 , journal officiel 16 mai 2001 , p.7776 .

4- Les articles 102 TFUE , 82 CE , 2 du règlement CE sur les concentrations , article 101 TFUC , article 81 CE .

- L.Vogel , l'influence du droit communautaire sur le droit français de la concurrence : JCPE 1992 , I , 3550 .

- Linda Arcelin , le droit de la concurrence , PUR , 2010 , p.35 : « La notion d'entreprise est le plus souvent utilisée comme simple commodité linguistique tel n'est pas le cas en droit de la concurrence où elle est le sujet privilégié de ses règles ... , elle permet de définir le champ d'application du droit de la concurrence » .

كل الأسواق المعنية" بل تستعمل المادة 2 من التنظيم الأوروبي عبارة أوسع "الوضعية في السوق" للمؤسسات .

إن السوق هو المكان الذي يلتقي فيه العرض و الطلب للسلع والخدمات. يفهم من هذا أن السوق هو المكان الذي تجرى فيه المنافسة، أي أن السوق التنافسي الذي تطبق عليه قواعد قانون المنافسة<sup>(1)</sup>.

من هنا تظهر ضرورة وجود السوق كمجال ترتكب فيه الممارسات المقيدة للمنافسة تطبق عليها قواعد قانون المنافسة .

يرى الفقه، أن السوق وجودها ضروري لرقابة شرعية أو عدم شرعية الممارسات التي ترتكب من طرف المؤسسات فيها . فالسوق سابق لكل وقاية تنافسية<sup>(2)</sup>.

لذا نتساءل عن وجود السوق، أهمية تعريفها وتحديدها؟

للإجابة على هذا الإشكال، نتطرق في القسم الأول إلى "وجود السوق وأهمية تعريفها"، ثم نتطرق في القسم الثاني إلى "أهمية تحديد السوق".

### القسم الأول: وجود السوق وأهمية تعريفها

إن تطبيق قانون المنافسة يفترض أن تكون السوق موجودة (أ). ماذا يقصد بالسوق ؟ لأن فيها تقدر سلطة المؤسسة أو المؤسسات المعنية (ب) .

#### أ- وجود السوق :

إن الممارسات المقيدة للمنافسة تظهر على السوق ، لتقدير وجودها فلا بد من معرفة السوق . لهذا وجود السوق ضروري بالنسبة لمجلس المنافسة عند فحصه حالة المنافسة في ميدان معين .

1- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، نشر دار هوم، الجزائر 2013، ص44 وما بعدها.

2- N.A Vullierme , opcit , p.98 : « le marché concerné ou le marché pertinent est le préalable à tout contrôle concurrentiel ... » .

« d'une délimitation plus ou moins étroite du marché dépendra le degré de l'effet concurrentiel » .

إن السوق التنافسي يعرفه قانون المنافسة الجزائري، قانون المنافسة الفرنسي وقانون المنافسة الأوروبي بطبيعة النشاطات الاقتصادية التي تمارس فيها .

حسب المادة 2 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة<sup>(1)</sup> المعدلة بالقانون رقم 12-08<sup>(2)</sup> والقانون رقم 10-05<sup>(3)</sup>، إن قواعد قانون المنافسة تطبق على نشاطات الإنتاج، التوزيع، الخدمات، الاستيراد، الصناعة التقليدية والصيد البحري، كما أنه يطبق على نشاطات الأشخاص العمومية الخاصة للقانون الخاص والجمعيات والمنظمات المهنية والصفقات العمومية .

وفي هذا الاتجاه قانون المنافسة الفرنسي ، المادة 1-410.L من القانون التجاري .

حسب هذا النص، "إن قواعد قانون المنافسة تطبق على نشاطات الإنتاج، التوزيع والخدمات بما فيها تلك التي يمارسها الأشخاص العموميين في إطار تفويض المرفق العام".

كما إن القانون الأوروبي يتجه نفس الاتجاه بتعريفه المؤسسة بأنها: "كل كيان يمارس نشاط اقتصادي منفصل عن قانونها الأساسي وطريق تمويلها"<sup>(4)</sup>.

إن المنافسة إذا، حسب قواعد قانون المنافسة، تستلزم وجود السوق لأن المشرع يفرض المنافسة على المتعاملين الاقتصاديين الذين ينشطون في السوق، وهذا معناه أن المنافسة تتضمن وجود سوق تمارس عليه<sup>(5)</sup> لأن قواعد قانون المنافسة هدفه رقابة ممارسات المتعاملين الاقتصاديين اعتبارا للسوق التي ينشطون فيها. وهذا ما عبر عليه أحد الفقهاء "أن السوق التنافسي يكون إطار تطبيق قواعد قانون المنافسة"<sup>(6)</sup>.

1- ج ر ج ج ، العدد 43 المؤرخة في 20/07/2003 .

2- ج ر ج ج ، العدد 36 المؤرخة في 25/06/2008 .

3- ج ر ج ج ، العدد 46 المؤرخة في 18/08/2010 .

4- المواد 81، 82 و83 من المعاهدة الأوروبية، التوجيهية رقم 2004-139 بتاريخ 20/01/2004 المتعلقة برقابة التركزات بين المؤسسات: "أن موضوع المنافسة هو المؤسسة".

5- الاتجاه العام لقواعد قانون المنافسة الجزائري.

6- M.Frison – Roche , opcit , p.37 .

- Laurence – Nicolas – Vullierme , droit de la concurrence , 2ème édition , 2011 , p.98 : « le marché est le lieu théorique de rencontre de l'offre et de la demande de produits ou de services considérés par les acheteurs comme substituables aux autres biens ou services offerts » .

- Comm . CE . JOCE n°C 372 , 9 décembre 1997 , point 7 .

هذا يعني انه بممارسة المؤسسة للنشاط الاقتصادي قد تكون لها سلطة<sup>(1)</sup> على السوق.

لذا استعمال القواعد القانونية المتعلقة بالسوق التنافسي تفرض تعريف السوق الذي تمارس عليها المؤسسات المعنية سلطتها<sup>(2)</sup>.

### ب- أهمية تعريف السوق :

إن السوق اليوم، هي أساس تقريبا، كل الأنظمة الاقتصادية، فلا وجود لاقتصاد بدون سوق<sup>(3)</sup>.  
بصورة عامة يمكن تعريف السوق بأنه المجال الذي تتبادل فيه المنتجات والخدمات والذي  
يحتمل أن يكون مسرحا لعرقلة المنافسة<sup>(4)</sup>.

ويعرف الفقه السوق بأنها: "عبارة عن منطقة يتصل بها المشترون والبائعون إما بطريق مباشر أو  
عبر طريق وسطاء، بحيث أن التسعير الذي يسود في أحد أجزاء السوق يكون له تأثير على الأسعار  
السائدة في أجزائه الأخرى مما يترتب عنه وجود تجانس في أسعار السلعة الواحدة في السوق  
كلها..."<sup>(5)</sup>.

1- L.Arcelin , opcit , p.54 : Selon le règlement n°2790/1999/CE du 22/12/1999 concernant l'application de l'article 81§3 du traité européen et selon la définition du pouvoir de marché d'une entreprise donnée par la commission européenne , « une entreprise possède un pouvoir sur marché » , « si elle est capable d'influencer de manière notable sur ses prix de vente et si , en pratiquant des prix supérieurs à un niveau compétitif , elle peut , au moins à court terme , réaliser des bénéfices exceptionnels » .

2- M.Malaurie – Vignal , droit de la concurrence interne et communautaire , 3ème ed , Armand Colin , 2005 , p.57 : « la détermination du marché est une condition de fond retenue par les droit interne et communautaire de la concurrence » .

- JOCE n° C 372 du 9/12/1997 , point 2 : « c'est au sein du marché que les règles de la concurrence s'appliquent » .

3- L.N – Vulierme , opcit , p.87 : « le marché est le moyen de parvenir à une meilleur allocation des ressource dans une économie de marché : l'offre rencontre la demande et détermine la qualité et le prix . Marché et concurrence sont intimement liés » .

4- D.Mainguay et M.depincé , droit de la concurrence , ed.2015 , Paris , p.85 .

5- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم، الجزائر، الطبعة 2013، ص 52 وما بعدها.

ويعرف احد الفقهاء السوق بأنه "المكان الذي يتواجد فيه العرض والطلب للمنتوجات والخدمات التي بإمكانها تحقيق نفس الحاجة (1). وهذا التعريف بالسوق أخذ به الكثير من الفقهاء باعتبارهم أن السوق "هو المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب للمنتوجات والخدمات المماثلة" (2).

ونستنتج من مختلف هذه التعاريف أن السوق يمكن تعريفه بأنه المكان المعين الذي تجري فيه العمليات التجارية للمنتوجات والخدمات المماثلة. وهذا معناه، أن السوق تقوم على وجود منافسة بين السلع والخدمات المماثلة أو المتبادلة فيما بينها وليس بينها وغيرها من السلع والخدمات في نفس السوق (3).

ويلاحظ أن المشرع الجزائري جمع بين مختلف هذه التعاريف بل جاء تعريفه للسوق بأكثر دقة بحيث تنص المادة 3 فقرة ب من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (4) أنه : "يقصد بالسوق: كل سوق للسلع والخدمات المعنية بممارسات المقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها أو الاستعمال الذي خصصت له، أو المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية، ...".

ويفهم من هذا التعريف أن تعريف السوق يلعب دورا هاما في تحديد احتمال وضعية الهيمنة (5) لمعرفة إذا كانت هذه المنافسة المقيدة للمنافسة تعسفية. وعليه، يجب أن يضر تصرف المؤسسة بالسوق

1- M.Pédamon , droit de la concurrence , ed .2015 Paris , p.85 .

2- M.Malaurie – Vignal , opcit , p.57 .

3 L.Bidaud , la délimitation du marché pertinent en droit français de la concurrence , Litec , 2001 , p.433 et S .

4- ج ر ج ، العدد 41 بتاريخ 2003/08/20 .

5- CA Paris , 7 juill . 1995 : BOCC1995 , p.376 : la position dominante « s'entend du pouvoir de faire obstacle à une concurrence effective et suppose que l'entreprise en cause occupe sur le marché pertinent une place prépondérante en raison notamment de l'importance de la part de marché qu'elle détient dans celui-ci et de sa capacité à s'abstraire de la pression d'autres entreprises sur le marché »

- CJCE , 14 février 1978 , aff , 27/76 , Rec CJCE 1978 , p.207 , a défini la position dominante comme « la situation de puissance économique détenue par une entreprise qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents , de ses clients et , finalement , des consommateurs » .

التي تنشط عليه أي سوق " السلع والخدمات المعنية " كما أشار إليها المشرع الجزائري في نص المادة 3 السالف الذكر مرتين .

وهذا يدل على أن المشرع الجزائري يقصد بالسوق "السوق المعنية" Le marché en cause للسلع و الخدمات الموجودة في منطقة جغرافية معينة أي محددة بهذه السلع والخدمات (1). إذن فان تعريف السوق كما جاء به المشرع الجزائري هو شرط موضوع أساسي، ضروري وأولي في قانون المنافسة (2).

لأن قبل إثبات وجود تعسف في وضعية الهيمنة، يجب إثبات وجود وضعية الهيمنة في سوق معينة أو في جزء هام منها (3).

ويقصد بالسوق المعنية، حسب اللجنة الأوروبية "المساحة التي تمارس في داخلها المنافسة بين المؤسسات" (4).

وقد سماه بعض الفقهاء بالسوق المرجعي (5).

ويقصد بالسوق المعنية أو السوق المرجعي هو "مكان يتواجه فيه العرض و الطلب للسلع والخدمات المماثلة بينها وليس مماثلة لمنتجات وخدمات لأخرى .

إن المنتجات والخدمات المماثلة هي تلك التي يكون التنافس بينها ذي قوة" (6).

1- Contrats , conc , consom . 2000 , comm . 128 .

2- M.Malaurie – Vignal , opcit , p.56 et S .

3- تنص المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: "تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء منه ...".

4- Menouer . M , droit dela concurrence , Berti , ed , Alger 2013 , p.111 et S .

- L.Bidaud , la délimitation du marché pertinent en droit français de la concurrence , litec , 2001 – M-C Boutard – Labarde « la délimitation du marché pertinent » , RJDA 1993 , 743 – L.vogel , les limites du marché comme instruments de la concurrence , JCP 1994 , I , 37 .

5- L.N – Vullierme , opcit , p.29 : le marché du produit en cause comprend : « tous les produits ou services que le consommateurs considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés » .

6- تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 55 و ما بعدها .

وهذا التعريف جاء به كذلك مجلس باريس الذي يعرف السوق بأكثر وضوح بأنه "المكان النظري أين يلتقي العرض والطلب لمنتجات وخدمات يعتبرونها المشترون أو المستعملون مماثلة بينها، لكن غير مماثلة لمنتجات وخدمات أخرى معروضة"<sup>(1)</sup>.

ويستنتج من مختلف هذه التعاريف وبالأخص من تعريف السوق المعنية، الذي جاء به المشرع الجزائري في المادة 3، فقرة ب من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر، مدى أهمية تحديدها بأنها كل سوق تتوفر فيها سلع وخدمات محل تناوب في تحقيق نفس الطلب من جهة، وتتوفر فيها مساحة تمارس داخلها المنافسة تفتحها لهذه الخيارات بين السلع والخدمات.

### القسم الثاني: أهمية تحديد السوق المعنية

يتم تحديد السوق، حسب المادة 3، فقرة ب من الأمر رقم 03-03 المتعلقة بالمنافسة السالفة الذكر، عن طريق السلع والخدمات المعروضة للبيع والشراء (أ) وعن طريق الحيز الجغرافي المتواجدة فيه المؤسسات المتنافسة لتحديد أسعارها من جهة أخرى (ب) .

### أ- سوق السلع والخدمات المعنية :

ماذا يقصد بسوق السلع والخدمات المعنية ؟

يريد بها المشرع الجزائري تلك السوق التي توجد فيها السلع والخدمات موضوع البيع والشراء معينة بممارسات مقيدة للمنافسة والتي هي بالنسبة للمستهلك مماثلة وتعويضية في كل ما يتعلق بمميزاتها وأسعارها أو الاستعمال الذي خصصت له أو الحيز الجغرافي محل عرض هذه السلع والخدمات<sup>(2)</sup>.

1- CA Paris , 1ere ch , 17/06/1999, BOCCRF, 4 juillet , p.217 , la cour de Paris définit le marché pertinent comme étant : « le lieu théorique où se rencontre l'offre et la demande des produits ou services qui sont considérés par les acheteurs ou les utilisateurs comme substituables entre eux , mais non substituables aux autres biens ou services offerts » .

2- المادة 3، فقرة ب من الأمر رقم 03-03 الصادر بتاريخ 2003/07/20 المتعلق بالمنافسة، ج ر ج العدد 46 بتاريخ 2003/07/20.

وفي نفس الاتجاه، تعرف التوجيه الأوروبية<sup>(1)</sup> سوق المنتجات المعنية بأنه: "السوق الذي يحتوي على كل المنتجات و/ أو الخدمات التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو بديلة بسبب خصائصها، وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له.

إن السوق المنتجات المعنية، يمكن، في بعض الحالات، أن يتكون من عدة منتجات و/ أو خدمات تحتوي على خصائص طبيعية و تقنية في غالبها مماثلة و متبادلة".

حسب القضاء الفرنسي السوق المعنية هي "السوق التي يمكن التقدير فيها وجود منتجات وخدمات تمثل وسائل تناوبية أو تبادلية لتحقيق نفس الطلب"<sup>(2)</sup>.

وحسب نفس القضاء ، تعريف السوق يصلح أساسا لرسم حدود "الطاقة التنافسية"<sup>(3)</sup>.

ويفهم من مختلف هذه التعاريف أن السلع والخدمات كما سماها المشرع الجزائري<sup>(4)</sup> أو المنتجات أو الخدمات كما جاء بها المشرع الفرنسي والأوروبي هي تلك التي في نظر المستهلك أو المستعمل مماثلة ومبادلة .

1- Le règlement CE , n° 139/2004 définit , le marché des produits en cause comme étant « un marché qui contient tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques , de leur orix et leur usage auquel ils sont destinés .

Un marché de produits en cause peut , dans certains cas , se composer de plusieurs produits et/ou services qui présentent des caractéristiques physiques ou techniques en grande partie identiques et sont interchangeables » .

2- Cons . conc , déc n°07 – D – 12 , 28 mars 2007 , selon la jurisprudence française , le marché en cause « c'est le marché où il convient d'apprécier la disponibilité de produits ou services constituant des moyens alternatifs de satisfaire la même demande » .

3- Cons . conc . 2008 , p.212 , selon la jurisprudence française : « la définition du marché sert principalement à dessiner les contours de la « concurrence potentielle » .

4- تعرف المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الفقرة 10، ج رج ج العدد الصادرة بتاريخ 2009/02/27، المنتج بأنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

- وتعرف نفس المادة من نفس القانون، فقرة 17، السلعة بأنها: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".

- وتعرف نفس المادة، فقرة 16، من نفس القانون الخدمة بأنها: "كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو هذا التسليم تابع ومدعما للخدمة المقدمة".

وبتعبير آخر فإن سوق السلع والخدمات المعنية هو المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب لسلع أو خدمات خاصة، ولاعتبار السوق المعنية، أنه يعني وجود منافسة فعلية بين السلع والخدمات الموجودة فيه، مما يفرض درجة كافية في المبادلة والمماثلة لنفس الاستعمال للسلع والخدمات لنفس السوق.

ويستخلص مما تقدم أن تحديد السوق المعنية يؤدي إلى تشخيص سوق السلع والخدمات<sup>(1)</sup>. وهنا نلاحظ أن كل من المشرع الجزائري، الفرنسي والأوروبي ركز في تعريفهم على عاملين هاميين: من جهة، كون السلع والخدمات أو المنتوجات، يجب أن تكون مماثلة ومبادلة، ومن جهة أخرى، يجب أن يكون تقدير شخصي للمستهلك أو المستعمل في كون السلع والخدمات تعويضية أم لا. وهذا معناه، أن تحديد السوق لا يكون فقط بالسلع والخدمات موضوع طلب المستهلك أو المستعمل المعروضة في السوق التنافسي لكن كذلك بالسلع أو الخدمات المماثلة والمبادلة لها أي السلع والخدمات التي تكون لها نفس الخصائص الطبيعية وتكون مخصصة لنفس الاستعمال. وشريطة أن يعتبرها المستهلك أو المستعمل تعويضية<sup>(2)</sup>.

ويفهم بوجه المخالفة، أن السلع والخدمات المعروضة في السوق التنافسي لا تكون تعويضية حتى ولو تكون لها نفس الخصائص الطبيعية أو تكون مخصصة لنفس الاستعمال، إذا رفض المستهلك أو المستعمل اعتبارها كذلك، لأنها لم تلب رغبته<sup>(3)</sup>.

---

1- Selon le règlement CE n°139/2004/CE du 20/12/2004 relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises : « un marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques , de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés . Un marché de produits en cause peut dans certains cas , de composer de plusieurs produits et/ou services qui présentent des caractéristiques physiques ou techniques en grande partie identiques et sont interchangeables » .

2- M.Menouer , opcit , p.111 et S .

M.Malaurie – Vignal , opcit , p.58 .

3- Idem .

وقدم المشرع الجزائري، في المادة 3 السالفة الذكر، معايير على سبيل المثال، يمكن الاستدلال بها وهي: مميزات السلع والخدمات<sup>(1)</sup>، أسعارها و الاستعمال الذي خصصت له. وتطبيقا لهذه المعايير اعتبر القضاء الفرنسي ومجلس المنافسة "أن سوق منتوجات شبكة الطرقات المصنوع من مادة الرخام يشكل لوحده سوق مرجعي خاص لا تعوضه منتوجات شبكة الطرقات المصنوعة من الاسمنت التي هي من نوعية جمالية جد منخفضة"<sup>(2)</sup>. وفي هذا الاتجاه مجلس المنافسة الفرنسي الذي "يعتبر في الميدان الرياضي كل نموذج من تجهيز المستعمل في كرة القدم ينتمي إلى سوق مميزة، وأن الأحذية الرياضية تكوّن لوحدها سوق خاص"<sup>(3)</sup>.

في هذا الاتجاه كذلك، محكمة العدل الأوروبية التي أسست وجود سوق مختلف للموز عن سوق الفواكه الأخرى الطازجة، على الخصائص الخاصة بهذا المنتج: أن الموز مظهر، ذوق، طراوة وأكل سهل كما أنه ينتج على طول السنة مما يجعل أنه يلي رغبة شريحة هامة من المجتمع المكونة من الأطفال و كبار السن والمرضى"<sup>(4)</sup>.

إن السلطات الأوروبية تتخلى عن المعايير الكلاسيكية لتحديد سوق المنتوجات المعنية وتأتي بمفهوم حديث هو: " التقدير الإجمالي المرتبط بسلطة السوق المسندة لقواعد التي تقوم عليها

---

1- حسب المادة 3، فقرة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 بتاريخ 2013/11/9 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام، ج ر ج بتاريخ 2013/11/18 العدد 38 مميزات السلع و الخدمات: "المعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة والتي تحمل على الأقل تعريف المنتج والمتدخل المعني بعرض المنتج للاستهلاك للمرة الأولى وطبيعة المنتج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمن المنتج والسعر ومدة الخدمات".

2- Cass . com , 21 juin 1994 , n°92 – 22.016 , RTD com . 1995 , p.220 .

3-Cons . cpnc , déc , n°97 – D – 71 , 7 oct 1997 , BOCCRF 31 déc , p.894 .

4- CJCE , 14 février 1978 , United Brands , Rec . I . 207 : Selon la cour de justice européenne , le marché du produit de la banane est un marché distinct qui ne peut être remplacé par le marché des fruits frais parce que : « la banane a une apparence , un goût , une consistance moelleuse , une absence de pépins , un m'angement facile , un niveau permanent de besoins constants d'une catégorie importante de la population composée d'enfants , de personnes âgées et de malades » .

المنافسة<sup>(1)</sup> وتتمثل في: "كل ممارسة، اتفاقية أو ممارسة تعسفية، تساهم في خلق، الحفاظ أو تعزيز سلطة السوق التي تفسد قواعد المنافسة فهي معاقب عليها"<sup>(2)</sup>.

وتعرف سلطة السوق بأنها: "القدرة على ممارسة أسعار مرتفعة بالنسبة للأسعار الناتجة عن العرض والطلب، لمدة زمنية معتبرة، أو الحفاظ على الإنتاج فيما يخص كميته، نوعيته، تنوع المنتجات، أو على التجديد في حدود مستوى أقل مما ينتج عن الاعبة التنافسية العادية"<sup>(3)</sup>.

ونستنتج من هذا الاتجاه الجديد للسلطات الأوروبية، في تحديدها للسوق المنتوجات المعنية، أنه لا داعي إلى اللجوء إلى المعايير الكلاسيكية إذا كانت آثار الممارسات المقيدة للمنافسة ظاهرة جليا من الأطراف في السوق.

وختاما لما سلف يمكن القول، أن السوق المعنية التي يمكن ضمنها تقدير ممارسات مقيدة للمنافسة لا يمكن تحديدها إلا بربط سوق المنتوجات المعنية بالحيز الجغرافي التي توجد فيه المنافسة<sup>(4)</sup>، أي تحديد الحدود الجغرافية لهذا السوق التنافسي .

## ب- السوق الجغرافي : Le marché géographique

ماذا يقصد بالسوق الجغرافي ؟

إن تحديد السوق الجغرافي يعني تحديد الإقليم الذي تجري فيه ممارسة بين المتعاملين الاقتصاديين تستوجب التقدير إن هي مقيدة أم لا للمنافسة لمعرفة القانون الواجب التطبيق .

1- M.Vignal , opcit , p.61 .

2- M.Malaurie – Vignal , opcit , p.61 : « toute pratique entente ou pratique abusive , contribuant à la création , au maintien ou au renforcement d'un pouvoir de marché qui altère les structures de la concurrence est répréhensible » .

3- Idem : « les autorités communautaires définissent le pouvoir de marché comme étant : « la capacité de pratiquer pendant une durée significative des prix supérieurs au niveau qui résulterait du jeu de la concurrence ou de maintenir pendant une durée significative la production en termes de quantité , qualité , diversité des produits ou en terme d'innovation à un niveau inférieur à celui qui résulterait du jeu normal de la concurrence » .

4- Communication de la commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaires de la concurrence JOCE n° C 372 du 9/12/1997 , point n°13 : « le marché en cause dans le cadre duquel , il convient d'apprécier un problème donné de concurrence est donc déterminé en combinant le marché de produits et le marché géographique » .

وهذا ما ينص عليه المشرع الجزائري في المادة 3، فقرة ب عند تعريفه للسوق بأنها: "كل سوق للسلع و الخدمات المعنية بممارسة مقيدة للمنافسة ...".

ويفهم من هذا التعريف أن المشرع يقصد السوق (1) الجغرافي الذي يجب تحديده لمعرفة أن ممارسة وضعية الهيمنة مقيدة أم لا للمنافسة.

إن التعريف الذي جاء به المشرع الجزائري عاما، يثير تساؤلا هاما: ما هي شروط المنافسة الواجب وجودها في السوق المعنية التي ترسم حدود السوق الجغرافي؟

حسب بعض الفقه يعني السوق الجغرافي تحديد القطر الذي تجري داخله المنافسة بشروط متجانسة ومتناسبة (2).

وفي هذا الاتجاه الفقيه راشد البراوي الذي يعرف السوق الجغرافي بأنها: "المنطقة التي يتصل بها المشترون والبائعون إما بطريق مباشر أو عن طريق وسطاء ... بحيث أن التسعير الذي يسود في أحد أجزاء السوق يكون له تأثيره على الأسعار السائدة في أجزائه الأخرى، مما يترتب عنه وجود تجانس في أسعار السلعة الواحدة في السوق كلها بغض النظر عما يحدث من انحرافات عن الثمن المتجانس ترجع إلى اعتبارات محلية وأسباب طارئة ووقوتية" (3).

ويقتررب كثيرا الفقه الجزائري إلى الفقه الفرنسي (4) والمصري في تعريفها للسوق الجغرافي .

---

1- يجب الإشارة أن السوق، يقصد بها في قانون المنافسة الجزائري، السوق كله أو فقط جزء جوهرى منه، وهذا ما تنص عليه كل من المادة 6 والمادة 7، فقرة 1 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالفتين الذكر.

2- F.Riem : « concurrence effective ou concurrence efficace ? L'ordre concurrentiel en trompe - l'œil ? RIDE , 2008 , n°1 , p.71 .

3- تيورسي محم ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومو، الجزائر، 2013، ص52 .

4- Linda Arcelin , opcit , p.53 : « selon cette auteur le marché géographique c'est « l'espace où se rencontrent l'offre et la demande et où les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes » .

- Cass . com , 30 mai 1995 , BOCC 20 juill . 1995 : Selon la cour de cassation , « l'offre et la demande ne peuvent de rencontrer et constituer un marché au ses économique que dans une aire géographique délimitée par la proximité de l'entreprise avec laquelle le client entre directement en rapport » .

بحيث تعرف الفقيهة جلال مسعد كذلك السوق الجغرافي بأنها: "مكان التقاء العرض والطلب في المنتجات والخدمات المعروضة من المؤسسات الاقتصادية بشروط تنافسية واحدة"<sup>(1)</sup>.

وتعرف التوجيه الأوروبية السوق الجغرافي بأنه الإقليم الذي تعرض وتطلب فيه المؤسسات المنتجات والخدمات المعنية والذي تكون فيه شروط المنافسة متجانسة ومعايرة للمناطق الجغرافية المجاورة لاختلاف شروط المنافسة فيما بينها بصورة متميزة<sup>(2)</sup>.

وفي هذا الاتجاه، اللجنة الأوروبية في تعريفها للسوق الجغرافي المعنية بأنه: "المجال التي تعرض فيه المؤسسات المعنية منتجاتها وخدماتها، والذي تتجانس فيه شروط المنافسة والذي يمكن تمييزه عن مناطق جغرافية مجاورة، لأن خاصة شروط المنافسة تختلف بطريقة واضحة"<sup>(3)</sup>.

فيبرز من مختلف هذه التعاريف أن العامل الأساسي لتحديد السوق الجغرافي هو تجانس شروط المنافسة في السوق المعنية بالنسبة لكل المتعاملين الاقتصاديين . ماذا يقصد بتجانس شروط المنافسة ؟ حسب اللجنة الأوروبية السوق الجغرافي هو "المنطقة التي توجد فيها شروط موضوعية لمنافسة المنتج المعني ويجب أن تكون هذه الشروط مماثلة ومتطابقة لكل من المتعاملين الاقتصاديين. إن المطابقة والمماثلة تكفي أن تكون نسبية"<sup>(4)</sup>.

---

1- جلال مسعد، "مدى تأثير الممارسة الحرة على الممارسات التجارية"، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر 2012 .

2- Règlement n°802/2004 qui définit le marché géographique comme étant : « le territoire sur lequel les entreprises offrent et demandent les biens et les services en cause , sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que , en particulier , les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable » .

3- Communication de la commission européenne sur la définition du marché en cause , précitée , point n°8 .

4- TPICE , 6 oct 1994 , Tetra Pak / Commission , aff . T . 83 , Rec . p . II – 755 , point 91 : « il n'est nullement nécessaire que , les conditions objectives de concurrence entre les opérateurs économiques soient parfaitement homogènes . il suffit qu'elles soient « similaires » ou « suffisamment homogènes » » .

- En ce sens le conseil de la concurrence français , cons . conc , déc , n°08 – D – 02 , 12 février 2008 , Free SAS , Rapp. cons – conc , 2008 , p.211 : le marché géographique pertinent peut être défini comme étant : « le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande de produits ou services pertinents et où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes » .

ويقصد بالشروط الموضوعية للمنافسة في السوق عامل التأطير القانوني للاستيراد وتسويق المنتجات<sup>(1)</sup>، تكاليف النقل<sup>(2)</sup>، الابتعاد في الأسعار بين المناطق الجغرافية، خصائص السلع<sup>(3)</sup>. وفي هذا اتجاه التوجيه الأوروبية التي ترى "أن العوامل الحساسة في تحديد السوق الجغرافي المعنية يضم خاصة طبيعة وخصائص المنتجات والخدمات المعنية، خيارات المستهلكين، الاختلاف الهام في حصص السوق بين المناطق الجغرافية والفرق الجوهرية في الأسعار"<sup>(4)</sup>. إن هذه العوامل الموضوعية هامة لتحديد السوق المعنية تحديدا جغرافيا. وبالتالي تحديد قوة السوق<sup>(5)</sup> في النطاق الجغرافي المحدد أين تلتقي المؤسسات بعرضها والمستهلكين بطلبهم. لذا تصرفات المستهلكين كذلك هامة جدا وتؤخذ بعين الاعتبار في تحديد السوق الجغرافي : كعاداتهم في شراء المنتجات واختياراتهم للمنتجات وميلهم لبعض العلامات دون أخرى. فإن هذه التصرفات الشخصية للمستهلكين تساهم، بجانب الشروط الموضوعية للمنافسة، في رسم الحدود الجغرافية للسوق المعنية<sup>(6)</sup>.

## الخاتمة:

- 1- مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، جامعة تيزي وزو، 2015.
- 2- باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة المفكر، العدد 12، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2015.
- 3- باطلي غنية، المذكور سالفًا.

4- Règlement n°802/2004 qui définit le marché géographique : « les facteurs pertinents pour la délimitation du marché géographique en cause incluent notamment la nature et les caractéristiques des produits et des services en cause , l'existence de barrières à l'entrée , les préférences des consommateurs , des différences appréciable de parts de marché entre zones géographiques et des écarts de prix substantiels » .

5- CA Paris , 29/01/2008 , RLC 2008/15 , n°1053 , obs . Sélinsky . V : « la délimitation du marché doit permettre de définir le pouvoir de monopole d'une entreprise , il faut déterminer l'espace géographique dans lequel ce pouvoir peut évoluer » .

- L.Arcelin , opcit , p.102 : « le pouvoir du marché , c'est la capacité de l'opérateur d'élever ses prix sans diminuer ses ventes » . « La capacités de maintenir les prix à un niveau supérieur à celui des prix compétitifs , ou de maintenir la production en termes de quantité , de qualité et de variété des produits ainsi que d'innovation à un niveau inférieur à ce que devrait être une production compétitive et cependant une période non négligeable » .

6- Linda Arcelin , droit de la concurrence des pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire , 2009 , p.50 .

نلاحظ مما سلف، أن السوق والمنافسة مرتبطان ارتباطا وثيقا. فلا يمكن فصلهما عن بعضهما البعض، لا وجود للسوق بدون منافسة، كما لا وجود للمنافسة بدون سوق.

## قائمة المراجع

- باطلي غنية، نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر، مجلة المفكر، العدد 12، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2015.
- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، نشر دار هوم، الجزائر 2013.
- جلال مسعد، "مدى تأثير الممارسة الحرة على الممارسات التجارية"، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر 2012.
- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية ، منشورات بغدادي ، السنة 2010.
- مختور دليلا، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، جامعة تيزي وزو، 2015.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 43 المؤرخة في 20 يوليو 2003، العدد 36 المؤرخة في 25 جوان 2008، العدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010 .
- المادة 1 من الأمر رقم 03-03 .
- ج ر ج ج ، العدد 43 المؤرخة في 2003/07/20 .
- ج ر ج ج ، العدد 36 المؤرخة في 2008/06/25 .
- ج ر ج ج ، العدد 46 المؤرخة في 2010/08/18 .
- المواد 81، 82 و 83 من المعاهدة الأوروبية، التوجيهية رقم 2004-139 بتاريخ 2004/01/20 المتعلقة برقابة التركيزات بين المؤسسات: "أن موضوع المنافسة هو المؤسسة".
- ج ر ج ج ، العدد 41 بتاريخ 2003/08/20 .
- المادة 6 من الأمر رقم 03-03.
- المادة 3، فقرة ب من الأمر رقم 03-03 الصادر بتاريخ 2003/07/20 المتعلق بالمنافسة، ج ر ج ج العدد 46 بتاريخ 2003/07/20.
- المادة 3 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 2009/02/25 .
- المادة من نفس القانون، فقرة 17.
- المادة، فقرة 16.
- المادة 3، فقرة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 بتاريخ 2013/11/9 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام، ج ر ج ج بتاريخ 2013/11/18 العدد 38
- المادة 6 والمادة 7، فقرة 1 من الأمر رقم 03-03.

- CA Paris , 1ere ch , 17/06/1999, BOCCRF, 4 juillet.
- CA Paris , 29/01/2008 , RLC 2008/15 , n°1053 , obs . Sélinsky . V.
- CA Paris , 7 juill . 1995 : BOCC1995 , p.376.
- Cass . com , 21 juin 1994 , n°92 – 22.016 , RTD com . 1995 .
- Cass . com , 30 mai 1995 , BOCC 20 juill . 1995.
- CJCE , 14 février 1978 , aff , 27/76 , Rec CJCE 1978.
- CJCE , 14 février 1978 , United Brands , Rec . I . 207 .
- Comm . CE . JOCE n°C 372 , 9 décembre 1997 , point 7 .
- Communication de la commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaires de la concurrence JOCE n° C 372 du 9/12/1997 , point n°13 .
- Cons . conc , déc n°07 – D – 12 , 28 mars 2007.
- Cons . conc . 2008 .
- Contrats , conc , consom . 2000 , comm . 128 .
- D.Mainguy et M.depincé , droit de la concurrence , ed.2015 , Paris.
- F.Riem : « concurrence effective ou concurrence efficace ? L'ordre concurrentiel en trompe – l'œil ? RIDE , 2008 , n°1 .
- JOCE n° C 372 du 9/12/1997 , point 2 : « c'est au sein du marché que les règles de la concurrence s'appliquent » .
- L.Bidaud , la délimitation du marché pertinent en droit français de la concurrence , Litec , 2001.
- L.Bidaud , la délimitation du marché pertinent en droit français de la concurrence , litec , 2001 – M-C Boutard – Labarde « la délimitation du marché pertinent » , RJDA 1993 , 743
- L.N – Vullierme , droit de la concurrence , 2ème ed vuilbert , 2011 .
- L.Vogel , l'influence du droit communautaire sur le droit français de la concurrence : JCPE 1992 , I , 3550 .
- L.vogel , les limites du marché comme instruments de la concurrence , JCP 1994 , I.
- L'article L.420-1 c.com .
- Laurence – Nicolas – Vullierme , droit de la concurrence , 2ème édition , 2011.
- Le règlement CE , n°139/2004 .
- Les articles 102 TFUE , 82 CE , 2 du règlement CE sur les concentrations , article 101 TFUC , article 81 CE .
- Linda Arcelin , droit de la concurrence des pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire , 2009 .
- Linda Arcelin , le droit de la concurrence , PUR , 2010.
- M.Malaurie – Vignal , droit de la concurrence interne et communautaire , 3ème ed , Armand Colin , 2005 .
- M.Pédamon , droit de la concurrence , ed .2015 Paris .
- Menouer . M , droit dela concurrence , Berti , ed , Alger 2013.
- Ordonnance n°86-1243 du 01/12/1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence codifiée code de commerce , livre IV par l'ordonnance n°2000-912 du 18/09/2000 , journal officiel septembre 2000 , p.147 183 et modifiée par L.n°2001-420 , 15/05/2001 , journal officiel 16 mai 2001 , p.7776 .
- Règlement n°802/2004 . .

- Selon le règlement CE n°139/2004/CE du 20/12/2004 relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises.
- TPICE , 6 oct 1994 , Tetra Pak / Commission , aff . T . 83 , Rec . p . II – 755 , point 91.
- Cons . cpnc , déc , n°97 – D – 71 , 7 oct 1997 , BOCCRF 31 déc .
- Déc , n°08 – D – 02 , 12 février 2008 , Free SAS , Rapp. cons – conc , 2008.