المبحث الثالث

مجال تطبيق قانون المنافسة

يتحدد مجال تطبيق قانون المنافسة بالاستناد إلى معيارين: أولهما النشاط الاقتصادي، و ثانيهما الأشخاص الخاضعة لقانون المنافسة.

تنص المادة 02 من القانون رقم 10-05 المتعلق بقانون المنافسة على أنه : " ... – نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي و نشاطات التوزيع و منها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها و الوكلاء و وسطاء بيع المواشي و بائعو اللحوم بالجملة و نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية و الصيد البحري و تلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية و جمعيات و منظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني و شكلها و هدفها .

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

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

المطلب الأول

مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي

لقد تجلى الطابع الاقتصادي لقانون المنافسة في خضوع جميع النشاطات الاقتصادية لأحكامه على اعتبار أن قانون المنافسة يهدف إلى حماية المنافسة في جميع القطاعات الاقتصادية مهما كانت طبيعة النشاطات الاقتصادية التي تظهر في نشاطات الانتاج والتوزيع والخدمات. وبهذا يمثل النشاط الاقتصادي مناط تطبيق قانون المنافسة.

وقد نص المشرع الجزائري على النشاطات الاقتصادية ضمن المادة 2 من الأمر رقم 03-03 التي أدخل عليه تعديلات بموجب القانون رقم 08-12 عندما أدرج إلى جانب نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات، نشاطات الاستيراد على اعتبار أنها تشكل مصدرا أساسيا في تمويل الأسواق في الجزائر.

وإضافة إلى ذلك، فقد أدرج المشرع الجزائري ضمن نفس التعديل الصفقات العمومية، حيث تخضع هذه الأخيرة لأحكام قانون المنافسة ابتداء من الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي لها، وهذا بهدف الحفاظ على مبدأ حرية المنافسة التي تخضع له الصفقات العمومية من أجل حمايتها من صور الممارسات المنافية للمنافسة التي تمس بتطبيق هذا المبدأ في مجال الصفقات العمومية.

كما أضاف المشرع الجزائري في إطار تعديل 10-05 النشاطات الفلاحية ونشاطات تربية المواشي وعمليات استيراد السلع لإعادة بيعها على حالها والنشاطات التي يقوم بها الوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة والصناعات التقليدية ونشاطات الصيد البحري والتي تعد في حد ذاتها نشاطات اقتصادية.

المطلب الثاني

مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

تعتبر المؤسسة أو المشروع الاقتصادي مناط تطبيق قانون المنافسة، وهذا ما يبينه الفقه الذي اعتبر المؤسسة كمحور لقانون المنافسة وأحد مفاهيمه الأساسية.

ولقد لعب الاجتهاد القضائي الأوروبي دورا كبيرا في إبراز مفهوم المؤسسة التي تظهر في إطار مشروع اقتصادي مهما كان شكله القانوني وطريقة تمويله، والتي تقوم بعرض منتجات أو خدمات في سوق معين وتكون لديها استقلالية ممارسة نشاطات في السوق بكل حرية، لذلك لا يشترط أن تتمتع بالشخصية المعنوية.

وقد نص المشرع الجزائري على مفهوم المؤسسة في قانون المنافسة في المادة 3 من الأمر رقم 03-03 على أنها: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

ضف لذلك، وسع المشرع الجزائري مفهوم المتدخل إلى فئة الأشخاص العمومية إلى جانب أصحاب المشروعات الاقتصادية مثلما أشرنا سابقا، وهذا ما نصت عليه المادة 2 من قانون المنافسة: ".... بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون..."

وبالتالي تطبق أحكام قانون المنافسة على الأشخاص العمومية سواء تعلق الأمر بالدولة أو الوزارات أو الولايات وكذلك البلديات وباقي المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري إذا قامت بنشاطات اقتصادية وظهرت كمتدخل في السوق.

غير أن تطبيق قانون المنافسة على الأشخاص العمومية يتوقف على مدى ارتباط النشاط الاقتصادي بأداء مهام المرفق العام وممارسة صلاحيات السلطة التنفيذية، بحيث يتوقف ذلك على عدم إعاقة قانون المنافسة لهذه المهام مثلما تطرق إليه المشرع الجزائري في تعديل 2008 بعدما استبعد تطبيق أحكام قانون المنافسة في ظل الأمر رقم 03-03. بحيث استبدل المشرع الجزائري عبارة: ألا يندرج بعبارة: ألا

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

وبهذا يتسع مجال تطبيق قانون المنافسة بعد تعديل 2008 على الأشخاص العمومية حتى لو تعلق الأمر بالمرافق العمومية، ذلك أن تطبيق قانون المنافسة لا يرتبط بصفة الأشخاص وإنما بطبيعة النشاط، بحيث تظهر المساواة بين المتعاملين الخواص و الأشخاص العمومية في إطار قانون المنافسة الذي لا يعتد بالتفرقة بين القانون العام والقانون الخاص و إنما يعتد بالطابع العد من اقتصادي للنشاط.

وتستبعد من نطاق قانون المنافسة، النشاطات ذات الطابع الاجتماعي كالتأمينات الاجتماعية مثلا.

كما تنص المادة 2 من قانون المنافسة، على إخضاع الجمعيات والتنظيمات المهنية لأحكام قانون المنافسة، على اعتبار أن هذه الأخيرة أصبحت تتدخل في الحياة الاقتصادية وتؤثر على المنافسة في السوق لاسيما بالنسبة للمنظمات المهنية التي تظهر في النقابات والفيدراليات والتعاونيات والاتحادات ضمن مختلف القطاعات الاقتصادية والمهن الحرة، فضلا عن الجمعيات التي تنطوي تحتها فئات المتدخلين في السوق مهما كان شكلها وقانونها الأساسي.

المطلب الثالث

تطبيق قانون المنافسة من حيث المكان

يرتبط تطبيق قانون المنافسة من حيث المكان بتحديد السوق المعنية أو المرجعية التي يتدخل فيها المتنافسون لعرض سلعة أو خدمة معينة، لذلك حظي هذا المفهوم بعناية كبيرة من قبل الفقه والاجتهاد القضائي.

الفرع الأول

تعريف السوق

يعرف السوق بأنه المكان الذي يلتقى فيه العرض والطلب لمنتوج أو خدمة معينة وهذا ما اعتمدته اللجنة الأوروبية في مراسلتها 9 ديسمبر 1997.

كما عرف الفقه السوق بأنه المكان الذي يلتقى فيه العرض والطلب لمنتوج أو خدمة معينة والتي يعتبرها المستهلك كبديلة ومماثلة وتلبي نفس الغرض.

وقد نص المشرع الجزائري على مفهوم السوق في الفقرة ب من المادة 3 من قانون المنافسة: كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة بالمنافسة وكذلك تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو

تعويضية بسبب مميزاتها و أسعارها والاستعمال الذي خصصت له أو المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية ....."

الفرع الثاني

أنواع السوق

يتضح من خلال نص الفقرة 2 من المادة 3 من قانون المنافسة أن المشرع الجزائري ميز بين فئتين من السوق منها ما يتعلق بالسلع والمنتجات ومنها ما يتعلق بالخدمات، فتسمى الأولى بسوق المنتجات، وهي التي يعرض فيها منتوج معين قابل للاستهلاك ضمن منطقة جغرافية معينة، في حين تسمى الفئة الثانية من الأسواق بالخدمات التي تقدم فيها المؤسسات خدمة معينة كخدمات النقل، الهاتف بمختلف مميزاتها وخصائصها.

وهذا ما عبر عنه المشرع الجزائري بالسوق المعنية التي يتدخل فيها عدة مؤسسات تقدم منتجات وخدمات تعويضية بالنظر إلى خصائصها و أسعارها واستعمالها من قبل المستهلك.

الفرع الثالث

عناصر تقدير السوق

يتعلق تقدير السوق بعنصريين أساسين هما: تحديد قابلية المنتجات أو الخدمات المعروضة للتعويض أو الاستبدالية، والمنطقة التي تظهر فيها هذه القابلية.

أولا: قابلية المنتجات أو الخدمات للتعويض

تشكل حالة قابلية المنتجات والخدمات للتعويض عند الطلب معيارا أساسيا لتحديد السوق حسب سلطات المنافسة، بحيث تصبح المنتجات أو الخدمات بديلة عندما تلبي نفس الغرض حسب ما ذهب إليه الاجتهاد كما هو الحال بالنسبة للنقل بالطائرة والقطار السريع.

ومن أجل تقدير قابلية المنتوجات أو الخدمات للتعويض تعتمد سلطات المنافسة عدة طرق لتقدير حالة التعويض أو المماثلة من خلال المقارنة بين خصائص ومميزات المنتجات المعنية إلى جانب سلوك المستهلك الذي يبقى يشكل المعيار الأساسي في ذلك. وهذا ما اعتمده المشرع الجزائري من خلال عبارات الفقرة ب من المادة 3 من قانون المنافسة. وكذلك تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لا سيما بسبب مميزاتها و أسعارها والاستعمال الذي خصصت له..."

وعليه يستند مجلس المنافسة إلى مميزات السلع أو الخدمات وكذلك أسعارها واستعمالاتها من أجل تقدير حالة الاستبدالية وتحديد السوق المعني. فكلما تقاربت خصائص المنتوج و أسعاره كلما توافرت حالة الاستبدالية وبالتالي نكون أمام نفس السوق.

ثانيا: تحديد المنطقة الجغرافية للسوق

وهي المنطقة التي يلتقى فيها العرض والطلب لمنتجات أو خدمات وتمارس فيها المنافسة بين متنافسين(مؤسستين). وفقا لشروط متقاربة ومتجانسة والتي تختلف عن منطقة جغرافية اخرى مجاورة على اعتبار أن شروط المنافسة تختلف ضمنها.

فتحديد المنطقة الجغرافية للسوق يتم على أساس توافر الشروط الموضوعية المماثلة لمنتوج أو خدمة معينة بالنسبة لجميع المتعاملين الاقتصادين.

هذا، وتعتمد سلطات المنافسة على عدة معايير في تحديد المنطقة الجغرافية أهمها:

-حقيقة تدفق المبادلات.

-المسافة التي يسلكها العارضون لتقديم العرض(التقاء العرض والطلب).

-توفر المنتجات بالنسبة للمستهلكين في تلك المنطقة الجغرافية أهمها:

-حقيقة تدفق المبادلات.

-المسافة التي يسلكها العارضون لتقديم العرض(التقاء العرض والطلب).

-فارق السعر بين المنطقتين.

وقد نص المشرع الجزائري على الجانب الإقليمي للسوق ضمن نص الفقرة الثانية من المادة الثالثة من قانون المنافسة: " ..... وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لا سيما بسبب مميزتها و أسعارها والاستعمال الذي خصصت له والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها أو الخدمات المعنية."

وعليه، فمن الأهمية بما كان تحديد الجانب الإقليمي للسوق باعتباره عنصرا أساسيا لتحديد قابلية التعويض لمنتوجين أو خدمتين حتى تتمكن سلطات المنافسة من تكييف الوضعيات التي تعرض عليها.