

المحاضرة الرابعة: الممارسات التنافسية غير المشروعة

إن عالمي التجارة و الصناعة حاليا وفي ظل إقتصاد السوق، يحكمها مبدأ أصلي و أساسي ألا وهو " الحرية"، لكن هذا المبدأ يترجمه و يكرسه عمليا مبدأ آخر إنه مبدأ حرية التنافس، وعليه إذا كان أي متعامل إقتصادي يملك القدرة على جلب عملاء الغير ، دون إمكانية مؤخراته من طرف هؤلاء الآخرين حتى وإن سبب لهم ذلك ضررا، انطلاقا من جواز و شرعية الضرر الناتج عن التزاحم التنافسي، فإنه في المقابل و تطبيقا للمبدأ ذاته (حرية المنافسة) ليس بإمكان أي متعامل إقتصادي الإدعاء بأي حق خاص على عملائه في حالة إذا غادروا نحو متعامل آخر، باعتبار أن هذا الأخير حر عموما في استخدام جميع الطرق و الوسائل لاستقطاب عملائه.

و لكن مع ذلك نجد أن النظام العام الإقتصادي سواء على المستوى الداخلي (الوطني)، أو على المستوى الدولي يوجب أن تتحرك هذه المنافسة داخل الحدود التي يفرضها مبدأ المشروعية، و من تم فعلى المتنافسين وهم يبحثون عن الزبائن أن لا يتعسفوا في إستخدام هذا الحق (حرية التنافس)، وعليه وجب التصدي للمقصود بالممارسات التنافسية غير المشروعة، وللصور التي تتخذها باعتبارها ظاهرة مركبة نسبيا.

أولا : مفهوم المنافسة غير المشروعة

المقصود بالمنافسة غير المشروعة الممارسات التنافسية غير المشروعة بوجه عام، كل ما يصدر عن المتعاملين الإقتصاديين من أعمال و تصرفات يكون من شأنها إما عرقلة حرية التنافس في السوق، أو الحد منها، وإما الإخلال بها، مما يعود بالضرر على المتنافسين الأخرين و المستهلك و على مجموع النشاط الإقتصادي على حد سواء.

ثانيا: صور المنافسة غير المشروعة

للمنافسة غير المشروعة عدة صور وردة في المادة 27 فقرة 05 من القانون 02/04 نذكر منها:

1- تشويه سمعة عون إقتصادي متنافس: وتتمثل في نشر معلومات مسيئة عن مؤسسة منافسة أو منتجاتها أو خدماتها ، كإدعاء أن مؤسسة لا تحترم شروط النظافة، وأنها مدعي عليها في دعوي تقليد علامة تجارية، تنشر بين العملاء و الزبائن، وفي حالة إثبات المنافس الذي تم تشويه سمعته ذلك فبإمكانه رفع دعوى على الآخر.

2- **زرع الشكوك في ذهن المستهلك حول هوية المؤسسة:** مثل تقليد العلامة المميزة

لعون إقتصادي منافس، أو تقليد منتجاته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون بزرع الشكوك أو أو هام في ذهن المستهلك.

3- **إحداث خلل في تنظيم المؤسسة المنافسة:** وذلك بالتأثير على القوة التجارية

للمنافس بتحويل زبائنه بكيفية غير مشروعة، و جلب عمال المؤسسة و استعمال عون إقتصادي لوسائل غير مشروعة لأجل الحصول على المعارف المهنية و طرق الصنع و نظم الإنتاج لعون إقتصادي منافس عن طريق الحيلة، مثال: من خلال شراء عمال المؤسسة الأخرى فيقوم بزيادة في الأجور و بهذا يتمكن من معرفة أسرار المؤسسة الأخرى.

4- **حالة إحداث خلل في السوق بصفة دائمة:** مثال عن طرق البيوع غير المشروعة

و الممارسات المقيدة للمنافسة.

ثالثا: تقسيمات المنافسة

المنافسة نوعان وهما:

1- **المنافسة المباشرة:** معناها تنافس عدة مؤسسات على نفس المنتج أو في نفس

القطاع (الفلاحة ، الصناعة ..)

2- **المنافسة غير المباشرة:** تنافس بين المؤسسات في السوق من أجل أخذ القوة

في بلد ما ، أو الفوز و كسب الموارد المتاحة في هذا البلد، والبحث عن المردودية و التفوق على منافسيه فهو لا يهمله:

- لا يهمله المنتج.

- بطريقة غير مباشرة يريد وضع أسم لنفسه في السوق

- لا يكون في قطاع واحد بل بين عدة قطاعات .