

## 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 .