

المحاضرة رقم 04

الفصل الأول: مبادئ قانون المنافسة ونطاق تطبيقها

على ضوء هذا المحور سوف يتم الإشارة ثلاث نقاط أساسية:

أولاً: التكيف القانوني لقانون المنافسة

يتم تكيف قانون المنافسة من خلال اتجاهين هما:

الاتجاه الأول: قانون المنافسة فرع من فروع القانون الخاص أو فرع من فروع القانون

العام: وهنا يتم التساؤل التالي: هل قانون المنافسة قانون خاص لكونه ينظم العلاقات بين

المؤسسات (أشخاص قانون الخاص) داخل السوق؟، أو هل هو فرع من القانون العام لكونه

ينظم تدخل الدولة لضبط العلاقة بين المتدخلين؟.

أقر البعض أن قانون المنافسة هو فرع من فروع القانون العام، وحجتهم في ذلك أنه

ينظم عملية ضبط الدولة لعلاقات المتدخلين داخل السوق، وحقيقة الضبط هو من المهام

الدستورية للدولة الجزائرية ولا يوجد أدنى شك في أن قانون الضبط الاقتصادي هو فرع من

فروع القانون الاقتصادي العام.

فالدولة تمارس وظيفتها بضبط الممارسات في مختلف القطاعات الاقتصادية فقانون

التأمين فرع من فروع خاص وقانون البنوك و قانون البورصة هي فروع القانون الاقتصادي

الخاص - قانون الأعمال - ومع ذلك الدولة تتدخل لضبط الممارسات ووضع حد لتجاوزات

في هذه الاسواق عن طريق هيئات ضبط مختصة وهي لجنة الاشراف على التأمينات

ومجلس النقد والقرض ولجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة .

وهذا القول ينطبق على قانون المنافسة فهو ينظم العلاقات بين المؤسسات

الاقتصادية داخل الاسواق المعنية وقيام مجلس المنافسة بعملية ضبط السوق لا يكفي وحده

لاعتبار قانون المنافسة فرع من فروع القانون الاقتصادي العام لكونه لا ينظم النشاط

الاقتصادي للدولة أو فروعها .

وهناك من أكد على ضرورة التمييز بين قانون عام للمنافسة وقانون خاص للمنافسة، إلا أن هذا الرأي منتقد والسبب أن اقتصاد السوق يقوم على المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين العموميين والخواص، كما أن السوق المعني واحد بغض النظر عن الطبيعة القانونية الأموال المؤسسة المعنية، علما أن المشرع الجزائري على وحدة قانون المنافسة عن طريق اخضاعه بعض المعاملات التي تعتبر عامة طبقا للقانون الاداري إلى قانون المنافسة والتي أهمها الصفقات العمومية.

الاتجاه الثاني: قانون المنافسة فرع من فروع القانون الاقتصادي: كيف قانون المنافسة على أنه قانون اقتصادي لكونه قانون يسعى إلى حماية المنافسة داخل السوق وينظم علاقات المتدخلين داخله، مع الإشارة بأن القانون الاقتصادي يشمل مجموعة النظم القانونية التي تهدف إلى إقامة نظام اقتصادي في الدولة وهو يشمل شقين: قانون اقتصادي عام: بمعنى يشمل مجموعة النظم والقواعد القانونية التي تنظم النشاط الاقتصادي للدولة وفروعها، قانون اقتصادي خاص أو قانون الأعمال، والذي يشمل مجموعة النظم والقواعد القانونية التي تنظم نشاط وعلاقة المتدخلين الاقتصاديين الخواص. لذلك فهو يشمل القانون التجاري بمفهومه الواسع والذي يضم التقنين التجاري بالإضافة إلى القوانين الأخرى لتي لها علاقة بالنشاط الاقتصادي الخاص كقانون البنوك، المنافسة، الاستثمار... إلخ.

قانون المنافسة هو التشريع الذي ينظم ممارسة المنافسة بغرض ضمان تحقيق دورها الفعال داخل السوق والوصول إلى الازدهار الاقتصادي، وذلك عن طريق تفادي إساءة استعمالها لتحقيق مأرب شخصية غير مشروعة للمشروعات المتدخلة في السوق. لهذا اعتبر البعض من الفقهاء أن قانون المنافسة هو مخبر القانون الاقتصادي لكونه يقوم بتحليل كل الممارسات الاقتصادية لتقدير إن كانت تتم بطريقة شفافة وقانونية، فهو يوجد في محور القانون الاقتصادي لكون اقتصاد السوق لا يستقيم بدونه.

وحالياً أضحي من أهم فروع قانون الأعمال رغم أنه قانون حديث نسبياً إذ تتجسد فيه معظم الإشكاليات التي يطرحها فقهاء الاقتصاد والقانون مثلاً : توازن العلاقات العقدية، حماية الحقوق والحريات الشخصية ، العولمة ، تحرير الاقتصاد... إلخ .

ثانياً: مبادئ قانون المنافسة

يكرس قانون المنافسة مبدأ الحرية التنافسية أي مبدأ المنافسة الحرة¹ وذلك من خلال السماح للمتعاملين الاقتصاديين أو الأعوان الاقتصاديين بممارسة نشاطاتهم الاقتصادية في السوق وبكل حرية، وتظهر هذه الحرية في تحديدهم لأسعار سلعهم ومنتجاتهم وفقاً لاستراتيجيتهم الاقتصادية ومن دون تقييد، إذ يعد السعر ركيزة أساسية في السوق، غير أنه قد تطرأ عدة استثناءات على مبدأ أو قاعدة حرية الأسعار من أجل المحافظة على السين الحسن والعادي للسوق، كما تحمل قانون المنافسة عدة قواعد الغرض منها هو حماية السوق وضبطه ومحاربة كل التصرفات والأعمال والاتفاقات التي من شأنها عرقلة أو الحد أو التقييد مجال التنافس بين مختلف الأعوان الاقتصاديين.

1- مبدأ حرية الأسعار: تقوم قواعد قانون المنافسة على مبدأ أساسي و هو مبدأ حرية الأسعار أي خضوع الأسعار لقاعدة العرض و الطلب، وهذا المبدأ يقابله مبدأ حماية الحق في المنافسة، أكدت على ذلك نص المادة 4 من قانون المنافسة) والمعدلة بالقانون رقم

¹ - يقوم قانون المنافسة على الموازنة بين مبدأ حرية الاسعار وحماية السوق الحر في مواجهة كل ما يعرقل سيره الطبيعي. فالتنافس الشديد الذي قد ينشأ بين المؤسسات الناشطة في السوق التي تسعى إلى كسب أكبر عدد من العملاء قد يؤدي إلى المساس بمصالح الاطراف الاخرى المتدخلة في السوق. لهذا المشرع حضر مختلف الممارسات المقيدة للمنافسة و منح لعدة أطراف حق إخطار مجلس المنافسة إذا توافرت شروطها و ذلك سعياً منه لضمان الحد الضروري من المنافسة الشفافة و الحرية. كما أنه أقر إجراءات رقابية تطبق على التجميعات الاقتصادية لضمان عدم مساسها بالمنافسة الحرة داخل السوق المعني.

10-05) حيث نصت على أنه: « **تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة.** »

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الانصاف والشفافية،....»

وذلك تم التأكيد على أن الاسعار تحدد بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة ووفقا لمقتضيات ومتطلبات اللعبة التنافسية في السوق المعنية، فالمشرع الجزائري ترك بذلك الحرية للأعوان الاقتصاديين في تحديد أسعار سلعهم ومنتجاتهم وخدماتهم في إطار منافسة نزيهة.

ويتم تحديد أسعار المنتجات والخدمات بالاستناد إلى عدة معايير كسعر التكلفة، وجودة المنتجات والخدمات مقارنة بغيرها، نسبة الطلب عليها من قبل المستهلكين...وغيرها من المعايير التي يركز عليها الأعوان الاقتصاديون في تحديد أسعارهم، فلا يحق لهم عرض أسعار تتنافى مع قواعد المنافسة النزيهة، بمفهوم آخر أن هناك عدة عناصر يتم على أساسها تحدد الاسعار الحرة في إطار القانون و ذلك باحترام تركيبة الاسعار فيما يخص نشاطات الانتاج و التوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها..، هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع و توزيعها أو تأدية الخدمات، شفافية الممارسات التجارية...وغيرها.

فالأصل أن الأسعار تخضع لقاعدة العرض والطلب وهذا ما ينتج عنه تنافس المتدخلين في السوق على توفير أفضل السلع بأحسن الاسعار للمستهلكين، وبهذا يتأكد الالتزام بتطبيق مبدأ حرية ممارسة التجارة والصناعة والاستثمار والتنافس المكرس في الجزائر منذ صدور دستور 1989 و أكد عليه دستور 1996، إلا أن هذا المبدأ الدستوري ليس مطلقا إذ قيده المشرع بأن يمارس في حدود القانون ولقد أكد التعديل الدستوري لسنة 2016 على دور الدولة في ضبط السوق ومنح المشرع في قانون المنافسة الحق للدولة أن

تتدخل لتحديد اسعار بعض السلع و الخدمات، إلى غاية صدور دستور 2020 الذي هو الآخر يقر بذلك.

والجدير بالإشارة أنه يلتزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بأسعار منتوجاتهم وخدماتهم، وهذا ما جاء في نص المادة 07 الفقرة الأولى من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمعدل سنة 2010 وذلك بموجب القانون رقم 10-06، حيث نصت المادة على أنه: « يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها»، إذ يتم الاعلام بواسطة جداول أو دليل الأسعار أو النشرات البيانية أو بآية وسيلة أخرى.

وكما يلزم أيضا المشرع الجزائري ففترة كل بيع سلع ومنتوج أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين بموجب فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها، والغاية من ذلك هو السماح للأعوان من التعرف على الأسعار الممارسة من قبل منافسيهم، والتأكد من مدى احترامها لمبدأ حرية الأسعار القائم على المنافسة النزيهة.

المحاضرة رقم 05

2- الاستثناءات الواردة على مبدأ حرية الأسعار: انطلاقا من أنه لكل قاعدة استثناء، فإذا القاعدة العامة هي مبدأ حرية الأسعار فإنه يمكن للدولة أن تتدخل لتحديد أسعار بعض المنتوجات، ولا يملك العون الاقتصادي في هذه الحالة الحرية في تحديد السعر، بل يتوجب عليه احترام الاسعر الذي تحدده الدولة، حيث نصت المادة 05 من قانون المنافسة على أنه: «...يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الآتية:

- تثبيت استقرار مستويات وأسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع، في حالة اضطراب محسوس للسوق،

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق...».

فلا يمكن تدخل التنظيم من أجل تحديد الأسعار أو الهوامش إلا في الحالات الحصرية أو في الحالات المحددة أعلاه، ويرجع غرض وهدف الدولة من تدخلها في تحديد الأسعار أو الهوامش إلى ضبط السوق من أجل تحقيق مبدأي النزاهة والشفافية بين مختلف الأعوان الاقتصادية.

فإذا لاحظت الدولة الارتفاع المفرط لأسعار بعض السلع والمنتجات أو حتى الخدمات لاسيما في فترة الأزمات الاقتصادية، فتتدخل من خلال تقنين أسعار هذه المنتجات أو الخدمات من أجل المحافظة على مبدأ الحرية التنافسية في الأسواق. ومن بين المنتجات التي يمكن للدولة تحديد أسعارها مثلا أسعار بيع الحليب، الخبز، تسعيرة نقل المسافرين عبر السكك الحديدية، والنقل بسيارات الأجرة.... وغيرها، وتتدخل من خلا تسقيف الأسعار أي تحديد الحد الأقصى لبعض المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق، وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والاستيراد كالسعر الأقصى المحدد. وما تجدر الإشارة إليه أن المادة 5 من الأمر رقم 03-03، عدلت بالقانون رقم 05-10 عن طريق منح سلطات أوسع للدولة للتدخل في تحديد الاسعار و يتجلى ذلك في: في قانون 2003 اقتصر تدخل الدولة لتقنين الاسعار على السلع الاستراتيجية لكن في قانون 2010 منح المشرع الحق للدولة أن تتدخل في تحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها دون حصره على لسلع و الخدمات الاستراتيجية. قانون 2003 اشترط أن يتم تحديد الاسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، في حين في تعديل 2010 اكتفى المشرع باشتراط أن يتم تحديد الاسعار بموجب التنظيم، فيمكن أن تحدد الاسعار بتعليمية أو قرار من وزير التجارة مثلا، كما أنه في 2010 استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة واكتفى بالنص

على أن هذا التحديد يتم بناء على اقتراح القطاعات المعنية، تضمن قانون 2003 أجلا للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها الدولة تسقيف الأسعار مثل حالة الاضطراب الشديد للسوق أو الكوارث وهي 6 أشهر ، في حين في تعديل 2010 لم يحدد أجل لذلك، حدد المشرع في تعديل 2010 الاسباب التي قد يتم الاستناد إليها لتسقيف الاسعار وهي: تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في، حالة اضطراب محسوس في السوق، مكافحة المضاربة بكل أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، وعليه في 2010 أدرجت في قانون المنافسة أحكاما تسمح - للإدارة - الممثلة في وزارة التجارة و القطاعات المعنية أن تتدخل مباشرة في تحديد الاسعار دون اللجوء إلى مجلس المنافسة رغم أنه الجهاز المكلف بضبط السوق وهذا لا يتلاءم مع سعي الجزائر إلى تكريس مبادئ اقتصاد السوق .

لهذا يجب على السلطة الحاكمة أن تطبق هذه الأحكام أخذة بعين الاعتبار مبادئ الادارة الرشيدة لكي لا تكون سببا في تعطل دواليب سير الاقتصاد ولا تحقق الهدف المعلن وهو حماية المستهلك، وتتبنى التدخلات المتواترة للإدارة في تسقيف الاسعار على أنه لا يوجد سوق منظم. فالحماية الفعالة للمستهلك لا تتحقق إلا في حالة بناء اقتصاد حقيقي ومنتج وسوق شفاف تمارس فيه المنافسة بحرية و نزاهة، أما تدخل الادارة المتكرر في سير السوق فهو مجرد جرعة دواء مهدئة لا تقضي على المرض .

ثالثا: نطاق تطبيق قانون المنافسة

نصت المادة الثانية من قانون المنافسة على أنه: « بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على مايلي:

- 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 الحوم بالجملة،

- نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها.

- الصفقات العمومية، بدءا بنشر الاعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

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

وبتحليل مضمون هذه المادة يستنتج أن نطاق تطبيق قانون المنافسة عن يكون من خلال ثلاث مجالات وهي:

1- النطاق الشخصي لتطبيق قانون المنافسة: قانون المنافسة جاء لأجل مخاطبة المؤسسات، وبذلك تعتبر المؤسسة المخاطب الأساسي بقانون المنافسة، فرغم أن المؤسسات المتدخلة في السوق هي المخاطب الأساسي بمعظم أحكام قانون المنافسة إلا أن المشرع خاطب في مواقع مختلفة الدولة ممثلة في وزارة التجارة باعتبارها المكلفة بتنظيم الأسواق والعلاقات داخلها، وكذلك الجماعات المحلية في بعض الأحيان عن طريق منحها حق إخطار واستشارة مجلس المنافسة، كما أن المشرع منح جمعيات حماية المستهلك حق إخطار المجلس وتضم تشكيلة المجلس ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك.

والمؤسسة في قانون المنافسة تعرف بحسب نص المادة 03 الفقرة أ على أنها: «كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد». علما أن المشرع الجزائري عرف للمؤسسة تعريفا واسعا إذ لم يشترط شكل قانوني معين لها فقد تكون: شخص طبيعي أو معنوي ، تجمع او مجموعة أشخاص، لكنه ركز في تعريفه على ممارسة الوحدة نشاط اقتصادي بصفة دائمة، كما يشترط لكي تعتبر الوحدة مؤسسة أن تتمتع بالاستقلالية في اتخاذ قراراتها الاقتصادية داخل السوق، فمفهوم المؤسسة هذا يتعلق بتطبيق قانون المنافسة بمفهومه الضيق أما إذا تعلق الأمر بدعوى المنافسة غير المشروعة فالمؤسسة يقصد بها المحل التجاري.

وتظهر شروط اعتبار الوحدة مؤسسة طبقا لقانون المنافسة فيما يلي:

الشرط الأول: أن تمارس الوحدة نشاطا اقتصاديا: اعتمد المشرع الجزائري في قانون المنافسة مفهوم اقتصادي وظيفي للمؤسسة وليس مفهوم هيكلي قانوني. فكل وحدة تمارس نشاطا اقتصاديا داخل السوق قد تعتبر مؤسسة، حددت المادة أعلاه المقصود بالنشاط الاقتصادي: فهو الذي يشمل نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها الاستيراد السلع لإعادة بيعها والوكلاء والوسطاء، وتلك التي يقوم بها الأشخاص المعنويون العموميون والجمعيات والاتحادات المهنية أيا كان قانونها الأساسي وشكلها أو موضوعها. كما يطبق على الصفقات العمومية من الإعلان عن الصفقة إلى المنح النهائي للصفقة.

كما تطبق على النشاطات الفلاحية وتربية المواشي فهذا المفهوم واسع يشمل مختلف النشاطات الاقتصادية سواء الصناعية أو التجارية أو الخدماتية أو الفلاحية، كذلك يطبق على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين إذا تدخلوا داخل السوق وكذلك الجمعيات إذا قامت بالأنشطة الاقتصادية لكن إذا اقتصر نشاط الجمعية على القيام بوظائف خيرية واجتماعية بحتة فلا يطبق عليها قانون المنافسة، كما يطبق على نشاط المنظمات المهنية مهما كان وضعها القانوني وشكلها وهدفها.

الشرط الثاني: أن تمارس الوحدة نشاطها الاقتصادي بصفة دائمة: لاعتبار الوحدة مؤسسة طبقا لقانون المنافسة يجب أن تمارس نشاطها بصفة دائمة أي أن لا يكون وجودها داخل السوق موسميا أو عرضيا، لهذا فغالبا ما تكون الوحدة تاجرًا يمارس نشاطه بصفة متكررة وباحتراف لأن التكرار والاحتراف يؤديان إلى ديمومة النشاط.

الشرط الثالث: أن تمارس الوحدة نشاطها الاقتصادي بصفة مستقلة: الوحدة التي تخضع لقانون المنافسة هي التي تتمتع بصلاحية اتخاذ القرار الاقتصادي داخل السوق فهي الوحدة التي تصدر عنها إرادة القيام بأعمال قد تضر بالمنافسة، وتظهر أهمية هذا الشرط في تحديد الخاضع لقانون المنافسة وكذلك تحديد من تطبق عليه العقوبات، بما يستنتج من هذا الشرط أن قانون المنافسة يطبق على الوحدة الاقتصادية الأساسية التي قد تظهر في

شكل شخص طبيعي، شخص معنوي أو مجموعة من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين. وفي هذا الإطار يطرح تساؤلين أساسيين فيما يخص تحديد الوحدة الخاضعة لقانون المنافسة: في حالة وجود مؤسسة متعددة الوحدات. ما هي الوحدة التي يطبق عليها قانون المنافسة ؟ هل هي المؤسسة الرئيسية أم فروعها أم وكالتها أم شركاتها التابعة؟

الجواب على هذا السؤال يستلزم التمييز بين الفروع والوكالات والشركات التابعة. فيما يخص الفروع والوكالات ومكاتب الأعمال فإنها عبارة عن وسائل توسع للمؤسسات لا تتمتع بالشخصية المعنوية، فهي تابعة قانونيا واقتصاديا للشركة الرئيسية. فهذه الأخيرة هي التي تخضع لقانون المنافسة في هذه الحالة و تسأل عن أعمال فروعها و وكالاتها. أما فيما يخص الشركات التابعة فهي أشخاص قانونية مستقلة لهذا فالأصل أنها تتمتع باستقلالية قرارها الاقتصادي.

المحاضرة رقم 06

2- النطاق الموضوعي لتطبيق قانون المنافسة: يطبق قانون المنافسة على مختلف صور النشاط الاقتصادي داخل السوق إذ تخضع له نشاطات الانتاج و الخدمات و الصيد البحري و الفلاحة و ذلك حسب نص المادة 2 من قانون المنافسة :

نشاطات الانتاج و التوزيع و الاستيراد: عرف المادة 3 في الفقرة 9 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، الانتاج على أنها: «العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني و الصيد البحري والنبح و المعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوظيف المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول»، أما المنتج فحسب الفقرة 10 من نفس المادة فهو: «كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا».

فالإنتاج يتمثل في النشاط الصناعي كما يشمل عرض المنتج في شكله الطبيعي مثلا منتجات الأنشطة الفلاحية و الصيد البحري، أما نشاطات التوزيع والاستيراد فهي نشاطات توسط بين الانتاج والبيع النهائي للسلعة - عملية التسويق - كما تشمل نشاطات مستورد

السلع لإعادة بيعها على حالها ويمتد قانون المنافسة ليطبق على كل هذه المراحل بما في ذلك عمليات البيع النهائي للسلع .

الخدمات و الصناعات التقليدية و الصيد البحري: وعرف قانون حماية المستهلك و قمع الغش المذكور سابقا في المادة 3 الفقرة 16 الخدمة على أنها: « بكل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة» .

فيشمل مصطلح الخدمة يشمل عدة نشاطات مثل التنظيف التوصيل ، الترميم والنقل ، المقاوله والوكالة والفندقة، كما تعتبر المنتجات البنكية والتأمينية خدمات، وتشمل الخدمات أيضا التي يقدمها ممارسو المهن الحرة والوكالات كالوكالات العقارية والسياحية، أما الصناعات التقليدية فهي كل النشاطات التي يقوم بها الحرفي.

الصفات العمومية : للإشارة أن المشرع الجزائري أدرج في تعديل قانون المنافسة لسنة 2010 الصفات العمومية ضمن النشاطات الخاضعة لقانون المنافسة ابتداء من نشرها إلى غاية المنح النهائي للصفة، والصفات العمومية ماهي إلا وسيلة من الوسائل التي تستعملها الادارة العامة لممارسة نشاطاتها المتعلقة باستغلال وتسيير المال العام والغرض من إخضاع هذه الصفات إلى اختصاص مجلس المنافسة إلى جانب اختصاص القضاء الاداري العادي أو الاستعجالي هو منح المجال للمتعاملين الاقتصاديين للطعن و الاخطار بأي تصرف مقيد للمنافسة يتم عند منح أو إبرام الصفات العمومية ، فهي عقد إداري لكن موضوعها اقتصادي لهذا المشرع أخضعها لقانون المنافسة، فقواعد المنافسة يطبق في هذا الإطار على التواطؤ أو الاتفاقات المقيدة للمنافسة التي قد تتم بين المتعاملين عند تقديمهم بعروض لكسب الصفة وذلك في المادة 6 من قانون المنافسة سنفصل أكثر في هذه الجزئية عند تناول الفصل الثالث.

ثالثا: النطاق المكاني لتطبيق قانون المنافسة :

عرف المشرع الجزائري السوق المعني في المادة 3 الفقرة ب من قانون المنافسة باعتباره الاطار الذي يتم فيه تطبيق قانون المنافسة على أنه: « كل سوق للسلع والخدمات

المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية،
لا سيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي
تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية».

فالسوق هو مصطلح اقتصادي ويعتبر المحور الذي تدور حوله الأنظمة الاقتصادية
المعاصرة، وهو الوسيلة التي تؤدي إلى تحقيق أفضل مردود في ظل اقتصاد السوق إذ فيه
يلتقي العرض بالطلب، لهذا هناك علاقة وطيدة بين المنافسة والسوق، لكن المشرع صحيح
أنه عرف السوق لكنه لم يتطرق إلى مسألة الممارسات التي يتم الاتفاق عليها في الخارج
وتنتج أثارا مقيدة للمنافسة في الجزائر، ففي هذه الحالة تظل خاضعة للأحكام العامة لتتنزع
القوانين الواردة في القانون المدني، ولكن حبذا ولو لم تم إدراج مادة في قانون المنافسة تعالج
هذه المسألة.

فالسوق هو قلب الاقتصاد الداخلي والدولي إذ أن مختلف الأحكام القانونية المتعلقة
بالنشاط الاقتصادي مثل: القانون الاقتصادي، قانون الأعمال، القانون التجاري، قانون حماية
المستهلك، قانون التأمين و البنوك تدور حول سير السوق. فإن كانت قاعدة العرض والطلب
هي أساس المنافسة الحرة داخل السوق وهي أساس التطور الاقتصادي لكنها تحتاج دائما
إلى سلطة لضبطها ومنع التجاوزات التي قد يقوم بها بعض المتدخلين الاقتصاديين.

فالمبدأ في ظل اقتصاد السوق هو خضوع الأسواق للمنافسة، أي أن الأسواق الخاضعة
للمنافسة هي الأسواق التي تتدخل فيها المؤسسات الاقتصادية وتخضع لمبدأ حرية ممارسة
التجارة والاستثمار، فالمؤسسة هي وحدة تمارس نشاط اقتصادي داخل السوق، ففي إطار
قانون المنافسة الشكل القانوني للمؤسسة لا يؤثر على تكييفها، فقد تكون عامة أو خاصة،
شركة أو أفراد، المهم أن تمارس نشاط اقتصادي في سوق ما، فالقطاع العام الاقتصادي
يخضع لقانون المنافسة إذ لا يهم طبيعة الاموال المستثمرة المهم أن ترصد للقيام بنشاط
اقتصادي وهذه هي القاعدة العامة لكن ترد على هذا المبدأ استثناءات متعددة لكون بعض
النشاطات لا تخضع لمبدأ حرية المنافسة وهي النشاطات تقوم بها المؤسسات داخل السوق

ومع ذلك هي مستثناة من تطبيق قانون المنافسة وهذه النشاطات هي النشاطات ذات الطبيعة غير الاقتصادية وكذلك أنشطة مؤسسات تابعة للدولة داخل السوق باعتبارها سلطة عامة، كالإعانات الممنوحة لمؤسسات مقابل تكليفها بأعباء الصالح العام أو الممنوحة لمؤسسات تنشط في مناطق تتميز بتأخر في التنمية أو في مناطق تعرضت لكوارث طبيعية أو لحماية البيئة في منطقة تتميز بوجود مخاطر بيئية وكذلك الإعانات المقدمة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم التشغيل والتعليم .