

المملكة المغربية
ROYAUME DU MAROC

مجلس المنافسة

ⵎⴰⵔ ⵏ ⵙⵉⵔ ⵏ ⵙⵉⵔ ⵏ ⵙⵉⵔ

CONSEIL DE LA CONCURRENCE



دليل إعداد برامج الملاءمة مع
قانون المنافسة داخل المنشآت
والمنظمات المهنية

دليل إعداد برامج الملاءمة مع قانون المنافسة داخل المنشآت والمنظمات المهنية

مجلس المنافسة
نسخة 10 يناير 2022

مجلس المنافسة
شارع التين، محج الرياض سانتر
عمارة 7 و8، الطابق الرابع، حي الرياض - الرياض
الهاتف: 0537752810 - 0537756216

فهرس

7	مقدمة.....
7	تذكير بالإطار القانوني المنظم للمنافسة بالمغرب.....
8	تذكير بأبرز القواعد المنصوص عليها في قانون المنافسة (انظر الملحق 1).....
8	أولاً: إعداد برنامج الملاءمة.....
8	أ- تقديم المقاربة المعتمدة في الملاءمة.....
10	ب- المكونات الرئيسية لبرنامج الملاءمة.....
15	ت- آليات المراقبة لبرنامج الملاءمة.....
16	ثانياً: المجالات المعرضة للأخطار التنافسية وكيفية تدبيرها.....
16	أ- المجالات المعرضة للأخطار التنافسية.....
19	ب- كيفية تدبير المخاطر التنافسية والقواعد الواجب احترامها.....
28	ت- العقوبات المفروضة في حالة الإخلال بقواعد قانون المنافسة.....
31	الملحق.....
33	الملحق 1: القواعد الرئيسية لقانون المنافسة.....
50	الملحق 2: خصوصيات مرتبطة بالمنظمات المهنية.....

مقدمة

يعد مجلس المنافسة هيئة مستقلة مكلفة، في إطار تنظيم منافسة حرة ومشروعة، بضمان الشفافية والإنصاف في العلاقات الاقتصادية، خاصة من خلال تحليل وضبط وضعية المنافسة في الأسواق، ومراقبة الممارسات المنافسة لها والممارسات التجارية غير المشروعة وعمليات التركيز الاقتصادي والاحتكار.

علاوة على السلطات التقريرية المخولة له بمقتضى النصوص التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل، يكتسي العمل الذي يقوم به المجلس أهمية ذات أبعاد بيداغوجية ووقائية، تتمثل في تعزيز شروط ممارسة المنافسة في الأسواق، وتحسيس وتوعية المنشآت بمخاطر خرق قواعد المنافسة المحتملة.

في هذا السياق، يحث المجلس كافة المنشآت والمنظمات المهنية، بصرف النظر عن حجمها أو القطاع الذي تشتغل فيه، على العمل من أجل التصدي للممارسات المنافسة لقواعد المنافسة عبر إعداد برنامج للملاءمة يتناسب مع حاجياتها، ويندرج في إطار مقاربة استباقية للوقاية من المخاطر التنافسية وتديبيرها.

ويهدف هذا الدليل إلى توجيه المنشآت والمنظمات المهنية قصد تمكينها من برنامج للملاءمة مع قانون المنافسة، سواء بشكل مستقل أو من خلال الانخراط في سياسة أكثر شمولية للامتثال للقوانين والمعايير الجاري بها العمل (أعمال فساد، وتمويل الأنشطة غير المشروعة، وتبييض الأموال، وحماية المعطيات الشخصية، وغيرها).

فضلا عن ذلك، يوفر هذا الدليل للمنشآت والمنظمات المهنية الإطار العام والأدوات الضرورية واللازمة لمساعدتها في وضع البرنامج السالف الذكر على النحو الأنسب. كما يعرض توصيات تتمحور حول الخطوات العملية التي يمكن اتخاذها من لدن المنشآت من أجل ترسيخ ثقافة حقيقية للملاءمة، تراعي الممارسات السليمة.

وأخيرا، يتيح هذا الدليل للمنشآت إمكانية اغتنام الفرص التي توفرها المنافسة الحرة والمشروعة بهدف تحسين قدراتها التنافسية، ودعم مبادراتها الابتكارية، وتسهيل ولوجها للأسواق والموارد.

تذكير بالإطار القانوني المنظم للمنافسة بالمغرب

يتكون الإطار القانوني المنظم للمنافسة بالمغرب من النصوص التشريعية والتنظيمية التالية:

- القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.14.116 الصادر في 2 رمضان 1435 الموافق لـ 30 يونيو 2014؛

- القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة، الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.14.117 الصادر في 2 رمضان 1435 الموافق لـ 30 يونيو 2014؛
- المرسوم رقم 2.14.652 الصادر في 8 صفر 1436 الموافق لفاتح دجنبر 2014 بتطبيق قانون حرية الأسعار والمنافسة؛
- المرسوم رقم 2.15.109 الصادر في 16 شعبان 1436 الموافق لـ 4 يونيو 2015 بتطبيق القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة؛
- قرار الوزير المنتدب لدى رئيس الحكومة المكلف بالشؤون العامة والحكامة رقم 15-3433 الصادر في 12 محرم 1437 الموافق لـ 26 أكتوبر 2015 المتعلق بالمعايير المحددة للاتفاقات ذات الأهمية الدنيا التي لا تعرقل المنافسة بشكل ملموس؛
- النظام الداخلي لمجلس المنافسة كما وقع تغييره وتتميمه، والمنشور بالجريدة الرسمية عدد 7014 بتاريخ 10 محرم 1443 الموافق لـ 19 غشت 2021.

مقتضيات دستورية مكرسة لعمل المجلس

ينص الفصل 36 من الدستور على أن القانون يعاقب على الشطط في استعمال مواقع النفوذ والامتياز، ووضعيات الاحتكار والهيمنة، وباقي الممارسات المخالفة لمبادئ المنافسة الحرة والمشروعة في العلاقات الاقتصادية.

ينص الفصل 166 منه على أن مجلس المنافسة يعتبر هيئة مستقلة، مكلفة في إطار تنظيم منافسة حرة ومشروعة بضمان الشفافية والإنصاف في العلاقات الاقتصادية، خاصة من خلال تحليل وضبط وضعية المنافسة في الأسواق، ومراقبة الممارسات المنافية لها والممارسات التجارية غير المشروعة وعمليات التركيز الاقتصادي والاحتكار.

تذكير بأبرز القواعد المنصوص عليها في قانون المنافسة (انظر الملحق 1)

أولاً: إعداد برنامج الملاءمة

أ - تقديم المقاربة المعتمدة في الملاءمة

1 - ما المقصود ببرنامج الملاءمة؟

يعد برنامج الملاءمة بمثابة وثيقة-إطار تروم المساعدة في الوقاية من المخاطر التنافسية والحد منها وتديبرها، والحيلولة دون لجوء الفاعلين الاقتصاديين إلى خرق المعايير القانونية التي تسري عليهم.

ويتطلب إعداد برنامج الملاءمة، علاوة على الحد الأدنى من الشروط القانونية الواجب توفرها، اعتماد مقاربة أكثر شمولية تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للمنشأة إزاء النظام البيئي والاجتماعي والاقتصادي، لاسيما المشهد التنافسي الذي تتطور فيه.

علاقة بالمجال التنافسي، تساعد برامج الملاءمة الخاصة بقواعد قانون المنافسة وقيمه المنشآت في ترسيخ ثقافة المنافسة بشكل أفضل عند تصميم استراتيجياتها وتتبع التسيير اليومي لأنشطتها.

لا تقوم هذه البرامج على تدابير تهدف إلى غرس ثقافة احترام القواعد (من خلال الالتزام والتكوين والتوعية) فحسب، بل تركز أيضا على إرساء آليات داخلية ضرورية للإنذار والتدقيق وتقديم المشورة وتحميل المسؤولية، بغية إثارة ردود أفعال إيجابية داخل المنشآت (الوقاية من حالات الخروقات المحتملة ورصدها ومعالجتها).

لا يكمن الغرض من هذه الوثيقة في اقتراح برنامج شامل للملاءمة في مجال المنافسة يسري على جميع المنشآت، إذ يتعين على المنشأة إعداد وتصميم البرنامج الذي يتماشى مع مصالحها، وتكييفه حسب وضعية الأسواق، والمنتجات، وطريقة تنظيم المنشأة المعنية وحجمها وثقافتها ودائرة اتخاذ القرار فيها.

وبالتالي، يروم هذا الدليل إمداد المنشآت والمنظمات المهنية بدليل مرجعي عام للامتثال للقواعد المعمول بها في قانون المنافسة. ويضع، لهذه الغاية، مجموعة من الأدوات، تحت تصرفها، قصد تمكينها من تصميم برامج المطابقة الخاصة بها وإضفاء بصماتها الشخصية عليها. كما يقترح عليها مجموعة مع الممارسات السليمة في المجالين التنظيمي والتدبيري التي يتعين تفعيلها لإعداد هذه البرامج، وكذا ردود الفعل الإيجابية التي ينبغي على المنشأة تطويرها قصد الامتثال لقواعد المنافسة. ويتم ذلك من خلال تحديد المخاطر الفعلية أو المحتملة التي تهدد نشاطها.

2 - لماذا يجب إعداد برنامج للملاءمة مع قانون المنافسة؟

تتيح برامج الملاءمة للمنشآت والمنظمات المهنية إمكانية التدخل على نحو استباقي قصد تقنين المنافسة في الأسواق، إذ تنطوي على مقاربة للتقنين الذاتي من طرف الفاعلين أنفسهم، الذين يعملون على تعزيز سير الأداء التنافسي في الأسواق، عبر رصد مخاطر المساس بالعملية التنافسية المرتبطة بأعمالهم والوقاية منها، بدلا من أن يكونوا مصدرا للاختلالات التي تقع في هذه الأسواق.

بمعنى آخر، وعلاوة على تمكين المنشآت والمنظمات المهنية من حماية نفسها من الناحية القانونية، عبر التقليل، إلى أقصى حد ممكن، من مخاطر أن تكون طرفا في ممارسة منافية لقواعد المنافسة مع كل ما يترتب عنها من تداعيات قانونية وتكاليف مرتبطة بها (فرض

غرامات مالية واكتساب سمعة سيئة وتدني مكانة المنشأة وتطبيق عقوبة سالية للحرية على المسيرين وغيرها)، تؤهل هذه البرامج المنشآت والمنظمات المذكورة لتكون جزءاً من الحل وليس المشكلة، من خلال تبني سلوك يساهم في تحسين سير العملية التنافسية في السوق. إضافة إلى ذلك، ترتبط برامج الملاءمة بسمعة المنشأة وحاكمتها الرشيدة، حيث يساهم الإعداد الفعال لها في حماية وتعزيز صورة المنشأة (أو المنظمة المهنية) والحفاظ على سمعتها في تعاملاتها مع شركائها ومستخدميها وحتى مساهمياها.

ب - المكونات الرئيسية لبرنامج الملاءمة

يتعين تصميم برنامج الملاءمة بطريقة لا تروم فقط الامتثال لقواعد قانون المنافسة المنصوص عليها في القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، بل تتوخى إرساء وتطوير منظومة قيم تنصب على حرية المنافسة، وتلعب دوراً رئيسياً في ترسيخ ثقافة المنافسة وتعميمها في السوق.

وتجدر الإشارة، من الناحية القانونية، إلى أن الممارسات المنتهكة لقانون المنافسة هي ذات طبيعة موضوعية بقصد أو بدونه، حيث لا تعكس عناصرها الوصفية والإثباتية نية مرتكبيها. بمعنى آخر، لا يعتد بالجهل بهذه القواعد كوسيلة لتبرير ممارسة منافسة لقواعد المنافسة أو إعفاء صاحبها من المسؤولية القانونية الناجمة عنها. وبالتالي، يتعين على جميع الفاعلين الإلمام بقواعد وقيم قانون المنافسة وغرسها في أذهانهم.

ومن تم، يرتبط تصميم وبلورة برنامج ملاءمة، يتسم بالفعالية والمصادقية، بجميع المستويات التراتبية داخل المنشأة، بدءاً من الإدارة ومروراً بفرق العمل والمساهمين.

وتحقيقاً لهذه الغاية، يوصي مجلس المنافسة بدمج 5 عناصر رئيسية مترابطة فيما بينها قصد التحقق من فعالية ومصادقية برنامج الملاءمة، وتشمل:

1. التزامات الإدارة ودعمها؛
2. تعيين مخاطبين على المستوى الداخلي؛
3. إعداد وثيقة-إطار ووضع مساطر ملائمة؛
4. الإعلام والتواصل والتكوين والتحسيس والتوعية؛
5. تحديد مخاطر عدم الامتثال والتحكم فيها.

وتعد هذه العناصر صالحة للتطبيق داخل المنشآت والمنظمات المهنية على حد سواء بعد إجراء التغييرات اللازمة عليها. كما يمكن تكييفها وتحديد حجمها وفقاً لحجم كل منشأة وطريقة تنظيمها.

1 - التزامات الإدارة ودعمها

تكمن أول رכיـزة لإنجاح برنامج الملاءمة في ضمان موقف وإلتزام واضح وراسخ وعلني باحترام قواعد المنافسة وقيمها من طرف الهيئات المسيرة للمنشأة المعنية.

وتكتسي الإرادة في إظهار الإلتزام المذكور أعلاه أهمية بالغة، إذ تمكن من إضفاء دينامية تحفيزية لجميع العاملين بالمنشأة، وتشجع هذه الأخيرة على الانخراط بفعالية في الامتثال لقواعد المنافسة.

يجب أن يكون دعم المسيرين للبرنامج موثوقا به وقابلا للتجديد لكونه يجسد، حسب شركاء المنشأة، إرادة هؤلاء في اعتماد مقاربة تتسم بالشفافية وتحترم حرية المنافسة أثناء مزاولتهم لأنشطتهم.

كما يجب أن يجسد الانخراط في بلورة هذا البرنامج، التزاما رسميا ومكتوبا من أعلى هيئة تقريرية في المنشأة إزاء كافة مستخدميها و مختلف الجهات المعنية.

2 - تعيين مخاطبين على المستوى الداخلي

يشكل تعيين أشخاص مسؤولين مكلفين بتدبير برنامج الملاءمة داخل المنشأة من طرف مسيرها ثاني رכיـزة لتفعيله على أرض الواقع.

ومن أجل الاضطلاع الأمثل بمهامه، يتعين تمكين الشخص، المفوض من قبل المسيرين لمزاولة هذه الوظيفة، من الولوج مباشرة إلى جميع المعلومات والوثائق اللازمة قصد مساعدته في رصد مكامن الخطر والضعف في الآليات والمساطر المعمول بها في تسيير المنشأة. كما يتعين عليه مراجعة الاستراتيجية الصناعية والتجارية للمنشأة بصفة دورية، بغية التحقق من مطابقتها مع قواعد قانون المنافسة، واقتراح التدابير الكفيلة بالوقاية من هذه المخاطر وحسن تدبيرها على الإدارة العامة.

وتعتبر تعبئة الوسائل البشرية والتقنية الكفيلة بوضع البرنامج السالف الذكر، وحسب أهمية المنشأة، ضرورة أساسية. مبدئيا، ومراعاة للطابع التقني لقانون المنافسة، يتعين إسناد هذه الوظيفة لخبير متمرس وملم بقانون واقتصاد المنافسة، ويتوفر على تجربة كافية في المجال. كما يمكن إسناد ذات الوظيفة لبنية تابعة للمنشأة وتختص بالبـت في المسائل العامة ذات الصلة بالملاءمة انطلاقا من مختلف جوانبها (حماية المعطيات الشخصية ومحاربة الفساد وغيرها) أو لمصلحة قانونية في حالة انعدام الوسائل. ويمكن مزاولتها أيضا داخل المنشأة أو تفويضها لمكاتب استشارة أو محاماة، لاسيما إذ تعلق الأمر بمنظمة مهنية.

صحيح أن برنامج الملاءمة يتطلب، مثله مثل جميع البرامج الملاءمة المشابهة، تعبئة الحد الأدنى من الموارد البشرية المؤهلة والمتخصصة. بيد أنه لا ينبغي مراعاة البعد المادي لهذه المقاربة فقط، بل يجب اعتبارها بمثابة استثمار يروم تمكين المنشأة من تفادي المساس

بقواعد المنافسة والتعرض، بالتالي، لعقوبات مالية وإدارية (تصل إلى خصم 10 بالمائة من رقم معاملاتها العالمي) أو مدنية (التعويض عن الأضرار) أو حتى جنائية (السجن لمدة تصل إلى 5 سنوات)، مع الحرص على الحفاظ على سمعتها إزاء شركائها.

علاوة على ذلك، ومن أجل ضمان مصداقية برنامج الملاءمة، يفضل منح الأولوية للمستخدمين التابعين لأعلى هيئة تفريرية بالمنشأة لتعيينهم كمخاطبين من طرف الإدارة العامة، والعمل على توفير الوسائل الضامنة لاستقلاليتهم قصد التحقق من الامتثال للبرنامج وانخراط كافة الجهات التابعة للمنشأة.

3 - إعداد وثيقة-إطار ووضع مساطر ملائمة

يشكل حجم المنشأة المعيار الرئيسي في تحديد كفاءات ترسيخ ثقافة المنافسة لدى مستخدميها، حيث يمكن صياغتها والتصنيف عليها على شكل:

- دليل الملاءمة، أو

- مدونة سلوك، أو

- توجيهات ومذكرات داخلية موجهة لمستخدمي المنشأة.

بصفة عامة، يجب أن تتضمن جميع الوثائق التي يجري مشاركتها على المستوى الداخلي المواضيع والمحاور التالية:

- عرض موجز لقانون المنافسة؛

- عرض حول سياسة المنشأة إزاء المنافسة مع التأكيد على التزام الإدارة بالامتثال لقانون المنافسة؛

- تعداد للسلوكيات والتصرفات التي تنطوي على خطر محتمل يمس بكيان المنشأة؛

- تذكير بالعقوبات المطبقة في حق المستخدمين؛

- الإشارة إلى المساطر الداخلية المعمول بها داخل المنشأة، وضرورة أخذها بعين الاعتبار لخصوصيات قانون المنافسة.

علاقة بالفقرة الأخيرة، يتعين صياغة مساطر الملاءمة وإضفاء الطابع الرسمي عليها بشكل يتوازى مع أنشطة الشركة أو القطاع الذي تنشط فيه أو فرعها الاقتصادي، وكذا مع هيكلتها الداخلية.

كما يجب ضمان يقظة قانونية مستمرة عند تفعيل هذه المساطر، وإرساء آليات للمراقبة الداخلية مصممة على نحو يحظر التصرفات والممارسات المنافسة لقواعد المنافسة.

4 - الإعلام والتواصل والتكوين والتحسيس والتوعية

4-1 الإعلام والتواصل

يتعلق الأمر باتخاذ إجراءات وتدابير مندمجة في سياسة التواصل الداخلية. ويمكن للمنشأة (أو المنظمة المهنية)، في هذا الصدد، تعميم وثائق واضحة تفسر بطريقة بيداغوجية النطاق العملي لقواعد المنافسة، وتوجه للمسيرين والأطر وغيرهم من المستخدمين المعنيين.

وتروم هذه الوثائق الرفع من مستوى الوعي بأهمية الامتثال لقواعد المنافسة بشكل جماعي وفردى على حد سواء، ورصد المجالات المعرضة للأخطار التنافسية ذات الصلة بتدخلات مختلف الأقسام (المكلفة بالمبيعات والمشترىات وغيرها)، وإطلاع المستخدمين على كيفية تدبير هذه المخاطر، وعلى السلوك الواجب اتباعه في حالة حدوث مشكلات، وعلى مساطر التبليغ عن الخطر ومعالجته.

وسيتولى المخاطبون المعينون على المستوى الداخلي مسؤولية التفعيل السليم لإجراءات التواصلية، خاصة عبر إعداد وسائط مادية أو إلكترونية أو هما معا (تتخذ شكل مطويات وعروض ومذكرات داخلية وغيرها) توجه لجميع المستخدمين، وتحثهم على تبني الممارسات السليمة الرامية إلى الحد من المخاطر التنافسية المهددة لأنشطة المنشأة.

4-2 التكوين

يمكن للمنشأة أو المنظمة المهنية أيضا تنظيم دورات تكوينية حول قواعد المنافسة لفائدة مستخدميها. ويجب أن تستهدف الدورات، المنظمة داخل المنشآت، جميع المستخدمين مع منح الأولوية للفئات المعرضة بدرجة عالية للخطر أثناء مزاولتها لأنشطتها، بمن فيها الفئات العاملة بقسم المبيعات أو المشترىات.

ويجب أن تشمل برامج التكوين قواعد بسيطة وواضحة لتحفيز المستخدمين على الانخراط فيها، واستعمال أقل قدر ممكن من المصطلحات القانونية قصد ضمان أقصى حد ممكن من الإلمام بموضوع التكوين.

كما يجب عرض نماذج ملموسة عن وضعيات خاصة بأنشطة المنشأة أو المنظمة المهنية أثناء تنظيم هذه الدورات، تأخذ، إذا لزم الأمر، شكل تجسيد لأدوار (أو محاكاة لوضعيات) وتمارين تطبيقية قصد تسهيل استيعاب المشاركين لمضمون الدورة.

وأخيرا، يجب تحيين دعائم التكوين بصفة منتظمة، وتنظيم دورات للتكوين المستمر تراعى تطور أنشطة المنشأة، وممارسات صنع القرار والاجتهادات القضائية في مجال قانون المنافسة.

3-4 التحسيس والتوعية

يتعين تصميم حملات التحسيس والتوعية بقواعد المنافسة على نحو يساهم في غرس ثقافة الامتثال لقانون المنافسة داخل المنشأة أو المنظمة المهنية. ويتم ذلك من خلال اتخاذ كافة الإجراءات والتدابير التي تفسر بطريقة واقعية ركائز سياسة الامتثال وأهدافها.

كما يجب أن تستهدف هذه الحملات الإلمام ببرنامج الملاءمة ومقاصده ونطاق تطبيقه، وأهمية الامتثال للقواعد السالفة الذكر وفوائدها في سياق الأنشطة المهنية المزاوله.

بصفة عامة، يعد التقييم المنتظم لمعارف المستخدمين وسلوكهم إزاء سياسات ومساطر الملاءمة ضرورة أساسية. ويتم ذلك، بوجه خاص، من خلال إجراءات موحدة (تشمل تنظيم أيام مخصصة لموضوع الامتثال لقانون المنافسة، وتوزيع استبيانات داخلية تتوج بجوائز رمزية، وغيرها) تهدف إلى تكريس انخراط كافة مكونات المنشأة في الحملات التحسيسية.

5 - تحديد مخاطر عدم الامتثال والتحكم فيها

تتمثل إحدى المهام التي يجب إسنادها للمخاطبين في تحديد المخاطر التنافسية التي تتعرض لها المنشأة، إذ لن يساهم ذلك في تمكين هذه الأخيرة من التركيز على الأنشطة المعرضة أكثر للخطر فحسب، بل سيفضي إلى توضيح وجهة الإجراءات المتخذة وتعزيز مصداقية برنامج الملاءمة على جميع مستويات المنشأة.

ويتعلق الأمر بتطوير منهجية ووضع مسطرة لرصد المخاطر الداخلية والخارجية في مجال المنافسة، وتوفير إمكانية تكييف برنامج الملاءمة مع طبيعة الخطر المحدد الذي تتعرض له المنشأة.

كما يتعين ترتيب مخاطر عدم الامتثال حسب أولوياتها بمجرد رصدها، والانتقال من مرحلة جردها إلى مرحلة ترجمتها إلى إجراءات دقيقة قصد التقليل من احتمال وقوعها.

وستمكن عملية تحديد أولويات المخاطر من تصنيفها أخذا بعين الاعتبار العناصر التالية:

- درجة خطورتها (تداعياتها على المنشأة)؛
- وثيرة وقوعها (احتمالات وقوعها)؛
- وتدابير الحماية القائمة من أجل التصدي لها (مساطر وآليات مراقبة ومنظومات داخلية وغيرها).

وأخيرا، يستند التحكم الأمثل للمخاطر على العناصر الخمسة الرئيسية لبرنامج الملاءمة المذكورة أعلاه. إلا أن هذه الأخيرة لن تثبت فعاليتها في حالة عدم مواكبتها بآليات مهيكلة للمراقبة.

ت - آليات المراقبة لبرنامج الملاءمة

1 - منظومة التتبع

يتوقف الإعداد الأمثل لبرنامج الملاءمة على قدرة المنشأة على تتبع عملية تنزيله على أرض الواقع. في هذا السياق، يشكل التقييم المتواصل لأي برنامج من برامج الملاءمة مع قانون المنافسة مسألة ضرورية، مع مراعاة دينامية السياق التجاري والتنظيمي الذي تنشط ضمنه المنشآت.

وتهدف إجراءات التتبع، التي يمكن تفعيلها بصفة دورية أو استثنائية أو بسبب وقوع حدث معين، إلى التحقق من امتثال مكونات المنشأة لبرنامج الملاءمة، ومن اتخاذ تدابير ملائمة في حالة ثبوت العكس. كما تروم التأكد من فعالية البرنامج. وتختلف منهجية التتبع من منشأة إلى أخرى حسب خصوصياتها.

ويكمن الغرض الأساسي في إرساء نظام للمراقبة الداخلية متكامل مع المساطر، المعمول بها داخل المنشأة، بمجموعة من قواعد التدبير وآليات مراقبة خاصة بقانون المنافسة.

كما يجب أن تكون آليات المراقبة المذكورة نتاج تفكير تقوده المنشأة عند رصدها لمخاطر عدم الامتثال لقواعد المنافسة.

2 - منظومة الإنذار

تهدف منظومة الإنذار إلى تمكين المستخدمين من التواصل بشكل سري مع المخاطبين الرسميين المكلفين بتفعيل برنامج الملاءمة قصد طلب استشارتهم أو تنبيههم إلى خروقات مؤكدة أو محتملة تقع داخل المنشأة.

ويشجع التواصل السري على المستوى الداخلي للمستخدمين على الإمداد بمعلومات بشأن مخاطر مخالفة برنامج الملاءمة، إذ قد يستخدمها المخاطبون الرسميون كنقطة بداية لتعميق التحقيق أكثر في هذا الإطار.

ومن المهم توضيح مسألة في هذا السياق، وتتمثل في ضرورة تمكين المستخدمين من طلب الاستشارة والتعبير عن شكوكهم دون خوف من إجراءات انتقامية في حقهم ودون تبليغ رؤسائهم التسلسليين بذلك.

ومن تم، يجب التنصيص بوضوح على الممارسات المؤخذ عليها في برنامج الملاءمة، وأيضا تحديد كفاءات تبليغ الخروقات المحتملة للأشخاص المختصين.

وعلاوة على إرساء آليات داخلية للتبليغ عن المخاطر، قد تتطلب بعض الحالات أو المهن الخاصة الاستعانة بآليات خارجية للإنذار، تستطيع من خلالها مختلف الأطراف الفاعلة في المنشأة تبليغ المخاطبين بخروقات محتملة لقواعد المنافسة.

3 - تدابير الانضباط الداخلي

يتعين التنصيص بوضوح على تدابير تأديبية في برنامج الملاءمة، بغية إضفاء نوع من المصدقية عليه، قد تشمل التوقيف المؤقت عن العمل أو التهقرة من الرتبة أو الدرجة، أو التسريح أو حتى إجراءات قضائية تتخذ في حق مستخدم أو مستخدم سابق، في حالة ارتكاب خروقات بسيطة لقواعد المنافسة. وتسري هذه التدابير على جميع مستخدمي المنشأة بصرف النظر عن أقدميتهم أو المنصب الذي يشغلونه.

ويجب أن تطبق سياسة التأديب بشكل منهجي وفي انسجام مع كافة مكونات المنشأة، والحيولة دون استفادة أطرها ومسيريها من نظام يوفر لهم حماية أكثر أو حصانة في حالة انتهاك قواعد المنافسة.

وبالموازاة مع ذلك، يجب التنصيص على تدابير تحفيزية كافية في برنامج الملاءمة بهدف ضمان احترام مقتضياته، وترسيخ ثقافة الامتثال لقواعد المنافسة. في هذا السياق، يشكل الشق المتعلق بالأخلاقيات والامتثال إحدى الأدوات الفعالة لتكريس هذه الثقافة، حيث يتعين مراعاته عند توظيف المستخدمين وتقييم مردوديتهم وترقيتهم ومنحهم المكافآت والعلاوات.

ويوصى، في هذا الصدد، بإلزام المستخدمين، وفي طليعتهم المعرضين أكثر لخطر انتهاك القواعد المذكورة سلفا بحكم طبيعة عملهم، بالتعهد، كتابة، بعدم الانخراط في ممارسات منافية لقواعد المنافسة (بقصد أو عن غير قصد) تحت طائلة التعرض للعقوبات المعمول بها داخليا، وتحمل العواقب القانونية لأفعالهم.

وستمكن هذه المقاربة، الوقائية والتصحيحية في نفس الوقت، المنشآت من تديبر المخاطر التنافسية على النحو الأمثل، والحيولة دون تفشي الممارسات غير المشروعة داخل المنشأة وفي السوق بشكل عام.

ثانيا: المجالات المعرضة للأخطار التنافسية وكيفية تديبرها

أ - المجالات المعرضة للأخطار التنافسية

على الرغم من غياب منهجية واضحة المعالم أو مقاربة فريدة لتقييم المخاطر في مجال المنافسة، إلا أن المخاطر التنافسية النموذجية، التي يجب الحرص على مراعاتها في قانون المنافسة، تشمل المجالات التالية:

- المخاطر المحتملة ذات الصلة بالممارسات المنافسة لقواعد المنافسة، من بينها:
 - الاتفاقات غير المشروعة؛
 - الاستغلال التعسفي لوضع مهمين؛
 - الاستغلال التعسفي لحالة تبعية اقتصادية؛
 - ممارسة أسعار بيع منخفضة بصورة تعسفية، وغيرها.

- المخاطر المحتملة ذات الصلة بالتركيزات الاقتصادية، من ضمنها:
 - تطبيق ممارسات منافية لقواعد المنافسة من لدن أحد الأطراف المتدخلة في عملية التركيز؛
 - عدم تبليغ مجلس المنافسة بعملية التركيز؛
 - إنجاز عملية التركيز قبل صدور قرار مجلس المنافسة؛
 - حذف أو الإدلاء بتصريح مغلوطن بالمعطيات في ملف التبليغ؛
 - إنجاز عملية التركيز بشكل يخالف الشروط المنصوص عليها في القرار الصادر عن مجلس المنافسة، وغيرها.
- ويكتسي رصد الأحداث التي قد تكون سببا في ظهور المخاطر، المشار إليها أعلاه، مسألة أساسية لتفادي الوقوع فيها. وتروم القواعد والتوصيات العملية، الواردة أدناه، تمكين كافة المنشآت من وضع تصور لردود الأفعال التي تساعد على الامتثال لقواعد المنافسة. ويتعلق الأمر بقائمة انتقائية التي يمكن تطويرها حسب نشاط المنشأة ومستوى هيكلتها.
- ويتعين على المنشآت، بمجرد رصد المجالات المعرضة للأخطار التنافسية، تحديد المستخدمين المعنيين بها، والمعرضين لاحتمال انتهاك قانون المنافسة. ويتعلق الأمر أساسا بالفئات التالية:
 - الأطر المسيرة للمنشأة؛
 - الممثلون التجاريون؛
 - الممثلون القانونيون؛
 - جميع المستخدمين الآخرين الذي تربطهم صلة بمنافسي المنشأة أو عملائها أو مورديها.
- ومن تم، يوصى بإجراء مقابلات مع هؤلاء المستخدمين قد التحقق من احتمال انتهاكهم سابقا للقواعد المتعلقة بقانون المنافسة (بسبب جهلهم بها في بعض الأحيان) أو من المرجح أن يقوموا بذلك، وفي مرحلة ثانية، اتخاذ التدابير الرامية إلى التحكم في مخاطر عدم الامتثال لقانون المنافسة.
- كما يجب إعداد مخططات عمل، بمجرد رصد الأنشطة والأشخاص الرئيسيين المعرضين بدرجة عالية للأخطار المذكورة أعلاه داخل المنشأة، قصد التخفيف من حدتها، والحرص على إشراك هؤلاء الأشخاص في بلورتها.
- ومن المهم أيضا، أثناء إعداد تصور لكل هذه التدابير، تحديد الأنشطة والمستخدمين المعرضين بدرجة عالية للأخطار التنافسية داخل المنشأة بشكل دقيق. ويمكن، في هذا الصدد، إعداد استبيانات على المستوى الداخلي (أو قائمة مرجعية) لتقييم هذه المخاطر وتحديد المستخدمين المعرضين لها.

قائمة مرجعية توضيحية تمكن من تقييم المخاطر التنافسية وتحديد الأشخاص الرئيسيين المعنيين بها داخل المنشأة.

تمت صياغة هذه القائمة بشكل يمكن كل منشأة من طرح الأسئلة الملائمة وتقييم مستوى الخطر المعرضة له عند مزاولتها لأنشطتها، مع تحديد المهن المعرضة بدرجة عالية للمخاطر داخل الهيكل التنظيمي للمنشأة

لا	نعم	الأسئلة
أسئلة متعلقة بالممارسات المنافسة لقواعد المنافسة		
		هل يعتبر منافسيكم في نفس الوقت عملاء وموردين؟
		هل توجودون في منافسة مع الموردين الذين تتعاملون معهم في سوق معينة؟
		هل قمتم بإبرام عقود حصرية طويلة الأمد مع العملاء أو الموردين؟
		هل تتضمن العقود، التي قمتم بإبرامها، بنودا خاصة تتعلق بالمبيعات والمشتريات؟
		هل تقوم المنشأة، التي تعملون بها، بفرض قيود بيع على عملائها؟
		هل تقومون بمشاركة الأسواق مع المنشآت المنافسة لكم (حسب المناطق الجغرافية أو نوعية العملاء)؟
		هل تقومون بتبادل معلومات حول المنتجات أو الخدمات مع المنشآت المنافسة لكم؟
		هل تقومون بإشراك الأغيار في النقاش المتعلق بتقديم تعهدات للصفقات العمومية؟
		هل تقومون بفرض شروط بيع على العملاء الذين تتعاملون معهم مثل مستوى الأسعار الواجب تطبيقه أو الخصومات أو آجال الأداء؟
		هل تقومون بتقييد مبيعات الموزعين أو العملاء الذين تتعاملون معهم (حسب المناطق الجغرافية أو نوعية العملاء)؟
		هل تتوج الاجتماعات المنعقدة داخل المنظمات المهنية بمحاضر تفصيلية؟
		هل تعقد الاجتماعات داخل المنظمات المهنية في إطار غير رسمي؟
		هل قمتم بتبادل معلومات سرية عند إجراء مفاوضات لاقتناء أصول منشأة؟
أسئلة متعلقة بالمهن المعرض للخطر داخل المنشأة		
		هل يتعين على المستخدم مخاطبة أو الاتصال بالمنشآت المنافسة لكم أو العملاء أو الموردين الذين تتعاملون معهم؟
		هل يشارك المستخدم في اجتماعات المنظمات المهنية أو أنشطة أخرى خاصة بقطاع النشاط الذي تزاولونه؟
		هل سبق وأن اشتغل المستخدم كأجير بمنشأة منافسة لكم؟
		هل يحق للمستخدم الولوج إلى معلومات تجارية سرية (تتعلق بالأسعار واستراتيجية البيع والشراء وغيرها)؟
<ul style="list-style-type: none"> تقدم القائمة المرجعية أعلاه على سبيل التوضيح، ويمكن إغناؤها حسب وضعية كل منشأة إذا كنتم تعتبرون تقييم المخاطر ذات الصلة بالممارسات المنافسة لقواعد المنافسة عملا معقدا، لا تترددوا في طلب استشارة قانونية خاصة. 		

ب - كيفية تدبير المخاطر التنافسية والقواعد الواجب احترامها

تعد القواعد المتعلقة بقانون المنافسة بمثابة سلسلة من الضوابط تروم تعزيز المنافسة الحرة في الأسواق وصيانتها.

كما تهدف إلى ضمان حسن سير المنافسة على النحو الأنسب في الأسواق، بشكل يعود بالنفع على:

- المنشآت من خلال ضمان ولوج عادل ومنصف للأسواق، وتفادي إزاحة فاعل أو الاستغلال التعسفي لوضعها؛
- المستهلكين عبر ضمان رفايتهم وتوفير سلع تتسم بالجودة وأسعار تفضيلية.

ووفقا لمقتضيات المادة الأولى من القانون رقم 104.12 المشار إليه أعلاه، تطبق هذه القواعد على:

1. جميع الأشخاص الذاتيين أو الاعتباريين سواء كانوا متوفرين أم غير متوفرين على مقر أو تمثيلات بالمغرب بمجرد ما يكون غرض عملياتهم أو تصرفاتهم المنافسة في السوق المغربية أو في جزء مهم من هذه السوق أو يمكن أن يترتب عليها أثر على هذه المنافسة؛
2. جميع أعمال الإنتاج والتوزيع والخدمات، بما فيها تلك التي تقوم بها أشخاص اعتبارية خاضعة للقانون العام، عندما تتصرف كفاعلين اقتصاديين وليس أثناء ممارستها لصلاحيات السلطة العامة أو لمهام المرفق العام؛
3. الاتفاقات المتعلقة بالتصدير فيما إذا كان لتطبيقها أثر على المنافسة في السوق الداخلية المغربية.

مفهوم المنشأة في قانون المنافسة

يشمل مفهوم المنشأة، في قانون المنافسة، كل كيان يتمتع أو لا يتمتع بالشخصية القانونية، شريطة أن يكون مزاولا لنشاط اقتصادي.

في الواقع، لا يهم إن كان هذا الكيان يتمتع بالشخصية القانونية، إذ قد يكون شخصا ذاتيا أو اعتباريا أو هيئة لا تتمتع بالشخصية القانونية، كمجموعة شركات أو فرع.

علاوة على ذلك، يظل النشاط الاقتصادي الذي يزاوله الكيان، المعيار المحدد في تمتعه بالشخصية القانونية من عدمه. ويعرف النشاط الاقتصادي على أنه كل نشاط يشمل المنتوجات أو السلع أو الخدمات المنجزة في سوق معينة بصرف النظر عن كيفية مزاولته، بمن فيهم الأشخاص الاعتباريين الخاضعين للقانون العام، عندما يتصرفون كفاعلين اقتصاديين.

1 - تدبير المخاطر ذات الصلة بالاتفاقيات المنافسة لقواعد المنافسة

1-1 المبدأ المطبق في تدبير المخاطر

يتعين على كل منشأة تحديد سياستها واستراتيجيتها (الصناعية والتجارية) بشكل مستقل في سوق حرة وتنافسية. وتحظر المادة 6 من القانون رقم 104.12 المذكور أعلاه كل الاتفاقيات والأعمال المدبرة، কিفما كان شكلها، عندما يكون الغرض منها أو يمكن أن يترتب عنها الحد من المنافسة في السوق.

وتحظر الاتفاقيات المنافسة لقواعد المنافسة بسبب تداعياتها المضرة بالمستهلكين (النهائيين والوسطاء) والمجتمع. تفضي هذه الممارسات، في أغلب الأحوال، إلى ارتفاع مفتعل للأسعار وتدني مستوى الجودة والابتكار، حيث، وبدلاً من الدخول في منافسة فعالة، تعتمد المنشآت، التي تتفق فيما بينها، إلى تحييد المنافسة بينها قصد مضاعفة أرباحها، مما يفضي إلى حرمان المجتمع من الاستفادة من مزايا الابتكار والجودة والسعر التي قد تترتب عن العملية التنافسية.

2-1 ردود الفعل الواجب تطويرها

1.2.1 بين المنشآت المتنافسة

ما يجب تفاديه

يتعين على المنشآت الامتناع عن الاتفاق أو التواطؤ مع منافسيها من أجل:

- تحديد الأسعار أو تنسيق تذبذباتها أو هوامش الربح أو الحسومات بجميع أشكالها، بما فيها بنية الأسعار أو السعر المرجعي أو سعر البيع والشراء وكيفيات تطبيقه أو هوامش الربح المطبقة؛
 - تقييد حجم الإنتاج أو البيع، لاسيما من خلال تحديد حصص الإنتاج أو افتعال آليات لتقنين عروض المنتجات أو الخدمات في السوق؛
 - تقاسم الأسواق أو مصادر التمويل أو المنافذ، بما في ذلك تقاسمها حسب المناطق الجغرافية أو الحصص أو أجزاء من السوق وغيرها؛
 - تقييد المناطق الترايية أو قاعدة العملاء الخاصة بالعميل أو البائع؛
 - التخزين السري للسلع من أجل التأثير على السوق؛
 - مقاطعة الأغيار (متنافس آخر أو فاعل جديد في السوق أو عميل أو مورد وغيرهم)؛
 - التلاعب بطلبات العروض العمومية بغية التأثير على نتائجها عن طريق:
- تنسيق ردود الفعل؛
 - تبادل معلومات حساسة (تتعلق بمبلغ الصفقة وتوزيع الحصص وغيرها)؛
 - إيداع عروض وهمية (عروض تمويهية).

ويمكن فرض عقوبات أيضا على تبادل بسيط للمعلومات بين المنشآت المتنافسة باعتباره ممارسة منافية لقواعد المنافسة.

لذلك، يتعين على المنشآت الإحجام عن تبادل المعلومات الحساسة الاستراتيجية، التي تندرج في نطاق سرية الأعمال، مع منافسيها، من ضمنها المعلومات ذات الصلة بالسياسة التجارية أو الصناعية أو التموينية (مثلا السعر أو شروط البيع أو كلفة الإنتاج أو الحجم المتوفر أو الخصومات أو قدرات الإنتاج أو العملاء أو الموردين وغيرها).

ما يجب القيام به

يتعين على كل منشأة صياغة سياستها التجارية والصناعية والتمويلية على نحو مستقل.

وإذا توصل مستخدم أو مسير منشأة بطلب من منشأة متنافسة لإمدادها بمعلومات سرية أو الدخول في نقاش معها أو الاتفاق شفهيًا أو كتابيًا على نقطة من النقاط المذكورة أعلاه، يتعين عليه إنهاء المحادثة فورًا ورفض الانخراط، كتابة، في أي نقاش في هذا السياق (تحرير محضر أو توجيه رسالة عادية أو عبر البريد الإلكتروني). كما يتوجب عليه ربط الاتصال فورًا بالمسؤول المكلف ببرنامج الملاءمة مع قواعد المنافسة بالمنشأة، وإشعاره بما وقع له.

2.2.1 بين العملاء والموردين

ما يجب تفاديته

- الامتناع عن إدراج بنود تتعلق بالتوزيع الحصري أو الانتقائي لمصادر التموين أو التوزيع في العقود قبل استشارة الشخص المكلف ببرنامج الملاءمة مع قواعد المنافسة أو إطار قانوني خاص؛
- الامتناع قط، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، عن فرض سعر إعادة البيع أو تحديد هامش ربح الموزع أو البائع. غير أنه يمكن اقتراح أسعار موصى بها، من غير أن تكون هذه المقترحات مشفوعة بقيود تهدف إلى فرض هذه الأسعار بشكل غير مباشر أو مراقبتها؛
- الامتناع عن تقييد النطاق الجغرافي (zone de chalandise) لبيع موزعي المنشأة من خلال منعهم من إعادة البيع في مناطق أخرى؛
- الامتناع عن حرمان موزع حصري من الاستجابة للطلبات الغير مقدمة من طرف عملاء يقيمون خارج مجاله الترابي (المبيعات السلبية).

ما يجب القيام به

- منح الموزع حرية تحديد سعر البيع للمستهلكين؛
- الامتناع عن مواكبة سعر إعادة البيع الموصى به بآليات للمراقبة أو قيود تجعله يتخذ طابعا إلزاميا بشكل غير مباشر؛

- منح الموزع حرية اختيار المجال الترابي الذي يرغب العمل فيه لإعادة بيع منتجاته للعملاء؛
- التمتع بالحرية في صياغة سياسة التموين.

معلومات يجب معرفتها

- لا يمثل شكل الاتفاق معيارا للحسم في عدم شرعيته، إذ ليس من الضروري إثبات وجود اتفاق رسمي ومكتوب (عقود) للقيام بذلك. ويمكن أن تتخذ الممارسات غير المشروعة شكل اتفاق مكتوب أو محادثة بسيطة أو تبادل شفهي للمعلومات أو اتخاذ قرار بتكوين جمعية منشآت أو تبادل رسائل إلكترونية أو حتى محادثات هاتفية.
- لا توجد قيود في إثبات وجود اتفاقات غير مشروعة، حيث يمكن إثباتها بأي وسيلة متاحة، من بينها الرسائل الإلكترونية ودفاتر المواعيد والتسجيلات والفواتير والعقود المبرمة بين الموردين والموزعين ومذكرات مكتوبة بخط اليد، وغيرها.

3-1 ليست جميع الاتفاقات منافية لقواعد المنافسة

لا يحظر قانون حرية الأسعار والمنافسة جميع الاتفاقات المبرمة بين المنشآت المتنافسة، إذ قد تكون بعض الاتفاقات الأفقية أو العمودية تتوافق مع القواعد المنصوص عليها في هذا القانون، إذا استوفت الشروط التراكمية المنصوص عليها في المادة 9 منه. ويتعلق الأمر، على سبيل المثال، بالاتفاقات التالية:

- اتفاقات البحث والتطوير؛
- اتفاقات الإنتاج والتي تشمل، مثلا، العقود المبرمة من الباطن؛
- اتفاقات الشراء المبرمة بين عدة منشآت متنافسة بهدف تقليص تكاليف الشراء أو الاستيراد؛
- اتفاقات نقل التكنولوجيا والتي تشمل، مثلا، براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق التأليف، والمعارف؛
- اتفاقات المجموعات عند تقديم تعهدات للصفقات العمومية.

الاستثناءات المنصوص عليها في القانون

- تنص المادة 9 من القانون رقم 104.12 على أن بعض الممارسات لا تعتبر منافية لقواعد المنافسة، حين:
- تنتج عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي؛
- تساهم في التقدم الاقتصادي أو التقني، بما في ذلك خلق مناصب الشغل أو الحفاظ عليها؛
- تخصص للمستعملين جزءا عادلا من الربح الناتج عنها دون أن تفضي إلى إلغاء المنافسة؛
- تهدف إلى تحسين تسيير المنشآت الصغرى والمتوسطة.

4-1 تدبير المخاطر على مستوى المنظمات المهنية

يمكن للمنظمات المهنية (جمعيات ونقابات مهنية وهيئات مهنية منظمة) أن تلعب، بحكم المهام المنوطة بها، دوراً أساسياً وحيوياً في ترسيخ وتعميم ثقافة المنافسة في القطاع الذي ينشط فيه أعضاؤها.

ويمكنها، في المقابل، أن توفر بيئة مناسبة لظهور الممارسات المنافسة لقواعد المنافسة بين أعضائها، لكونها تشكل فضاء لتنظيم لقاءات وحلقات للنقاش وتبادل الآراء بشأن القضايا ذات الصلة بالقطاعات التي ينشطون فيها.

ومن تم، تتطوي هذه المنظمات على خطر كبير لحدوث انتهاكات لقانون المنافسة، يمكن أن يترتب عنه انعكاسات ذات الصلة بالتكاليف الكبيرة التي لن تتحملها المنظمة المهنية فحسب، بل ستؤثر على جميع الأعضاء الذين يتحملون بالتضامن المسؤولية الجماعية والفردية عن الممارسات المنافسة لقواعد المنافسة (فرض غرامات مالية أو عقوبات جنائية أو التعويض عن الأضرار وغيرها).

لذلك، يوصي مجلس المنافسة أعضاء المنظمات المهنية بعدم المشاركة في الاجتماعات الرسمية أو غير الرسمية (حضور وجبة غداء أو الانخراط في نقاش غير رسمي وغيرها)، تتمحور، على سبيل المثال لا الحصر، حول النقاط التالية:

- الأسعار المطبقة؛
- تذبذبات الأسعار في المستقبل؛
- الشروط التجارية (الخصومات والحسومات وغيرها)؛
- الكميات المباعة؛
- تطور حجم المبيعات؛
- العلاقات مع العملاء والموردين؛
- مشاريع المنشأة في المستقبل وغيرها.

بصفة عامة، يتعين على المنشآت التحلي باليقظة إزاء طبيعة المعلومات التي يقومون بتبادلها بصفتهم أعضاء ينتمون لمنظمات مهنية. وبالتالي، يتوجب عليهم الحرص قدر المستطاع على نقل المعلومات المتاحة للعموم فقط، وتفادي تقاسم المعلومات التجارية أو التنافسية ذات طبيعة حساسة.

وعلاقة بالدراسات القطاعية أو الإحصائية المنجزة داخل المنظمات المهنية، من الضروري التحقق من عدم تسريب المعلومات المتبادلة لمنشآت أخرى متنافسة. كما لا يجب أن تتضمن نتائج هذه الدراسات معلومات ذات طبيعة سرية، من شأنها الإخلال بالمنافسة بين الفاعلين في القطاع.

وللتصدي لهذه الوضعية، يوصي مجلس المنافسة المنظمة المهنية بسن مقتضيات تلزم جميع المستخدمين المكلفين بالمعلومات السرية أو ممن يتوصلون بها بالحفاظ على سريتها.

ما لا يجب القيام به

- رفض الولوج إلى المنظمة المهنية في غياب دواعي قانونية أو أسباب موضوعية؛
- تنسيق الأعمال والممارسات بين أعضاء المنظمة المهنية في السوق سواء تم ذلك بشكل صريح أو ضمني أو كتابة أو شفهيًا أو بصفة رسمية أو غير رسمية، وذلك حين يكون الغرض من هذا التنسيق:
 - تحديد الأسعار أو تنسيق تذبذباتها أو هوامش الربح أو الحسومات بجميع أشكالها، بما في ذلك بنية الأسعار أو السعر المرجعي أو سعر الشراء والبيع وكيفيات تطبيقه أو هوامش الربح المطبقة؛
 - تقييد حجم الإنتاج أو البيع، لاسيما من خلال تحديد حصص الإنتاج أو افتعال آليات لتقنين عروض المنتجات أو الخدمات في السوق؛
 - تقاسم الأسواق أو مصادر التمويل أو المنافذ، بما في ذلك تقاسمها حسب المناطق الجغرافية أو الحصص أو أجزاء من السوق وغيرها؛
 - مقاطعة الأغيار (متنافس آخر أو فاعل جديد في السوق أو عميل أو مورد وغيرهم)؛
- تبادل معلومات تتصل بالاستراتيجية أو السياسة التجارية بين أعضاء المنظمة المهنية (معلومات تتعلق بالسعر أو الحسومات أو قدرات الإنتاج وتكلفته أو قائمة العملاء أو التعبير عن النية في المشاركة في طلبات العروض أو كيفيات البيع أو الشراء وغيرها). بصفة عامة، لا يجب تبادل أية معلومات تجارية حساسة تروم الحد من حالة الغموض إزاء وضعية السوق، وتتيح التنبؤ بسلوك المنشآت المتنافسة.

ما يجب القيام به

- يجب أن تكون اجتماعات المنظمات المهنية موضوع إشعار مسبق يرسل لأعضائها، مع موافاتهم بجدول أعمال محدد. وقد يحضرها، عند الاقتضاء، خبير متخصص في قانون المنافسة، لاسيما إذا كانت أحد النقاط المدرجة في جدول الأعمال من شأنها إثارة إشكاليات ذات الصلة بالقانون ذاته (تشمل مثلا دراسات أو معطيات سيتم استقاؤها وغيرها).
- ومن الضروري احترام جدول الأعمال المحدد قصد تفادي أي تحريف للنقاش حول النقاط التي قد تثير إشكاليات من وجهة نظر تنافسية. ويتعين، في هذا الصدد، القيام بما يلي:
 - طلب سحب، النقاط التي قد تثير انشغالات تنافسية من جدول الأعمال، والامتناع عن حضور الاجتماعات إلا في حالة التأكد من سحبها؛
 - طلب إنهاء، أي نقاش يتعلق بمسألة أو قضية قد تتطوي على ممارسة منافية لقواعد المنافسة بصفة صريحة، والتماس تسجيل الاعتراض المعبر عنه في محضر الاجتماع، والانسحاب منه إذا استدعت الضرورة لذلك؛
 - التشديد دائما على ضرورة تحرير محضر للاجتماع والتحقق من مطابقته لمضامينه، مع الحرص على الحفاظ على جميع المحاضر وجدول الأعمال وصيانتها.

معلومات يجب معرفتها

يمكن للمنظمات المهنية دراسة ومناقشة القضايا ذات صبغة تقنية أو علمية بشكل شرعي، أو قضايا أخرى ذات الصلة بالتنظيم العام لأنشطة أعضائها، أو مواضيع ذات طبيعة إدارية أو جبائية أو مرتبطة بالروابط المؤسسية.

ويمكنها أيضا استقاء إحصائيات حول أنشطة أعضائها بهدف إعداد معطيات إحصائية ذات الصلة بالقطاع الذي تنشط فيه، ووفقا لشروط معينة. ولا يمكنها نشر وتعميم هذه المعطيات إلا إذا كانت شاملة، ولا تطبعها نزعة فردية، ومر عليها وقت طويل (قد تتفاوت هذه المعايير حسب طبيعة المعطيات وبنية السوق المعنية) (انظر الملحق 2).

2 - تدبير المخاطر ذات الصلة بالتصرفات المحتملة المتعلقة بوجود وضع مهيمين أو حالة تبعية اقتصادية

يشمل الاستغلال التعسفي لوضع مهيمن الممارسات التجارية المنافسة لقواعد المنافسة، والتي يحتمل أن تتخرب فيها منشأة تتمتع بوضع مهيمن بغية الحفاظ على وضعها في السوق أو تكريسه.

ولا يحظر قانون المنافسة الوضع المهيمين بحد ذاته، وإنما يمنع فقط الاستغلال التعسفي له. وبالتالي، لا يوجد ما يمنع قانونا منشأة من التمتع بوضع مهيمن في السوق بفضل المزايا التي توفرها (دعم الابتكار وتعزيز المنافسة بالأسعار وضمان الجودة وغيرها). بيد أن هذا الوضع يرقى إلى استغلال تعسفي له في حالة استخدامه لإزاحة المنشآت المتنافسة في السوق أو الفروع التابعة لها، أو من أجل استغلال المستهلكين. وفي بعض الحالات، لاسيما في الأسواق التي تتسم باحتكار الأقلية أو احتكار ثنائي، قد تتمتع عدة منشآت مجتمعة بوضع مهيمن، وهو ما يشار إليه بـ «الوضع المهيمن الجماعي».

ويفرض الوضع المهيمن على المنشأة التي تتمتع به تحمل مسؤولية خاصة في السوق، إذ يتعين عليها مضاعفة يقظتها قصد التحقق من عدم مساس ممارستها واستراتيجياتها بالسير التنافسي للسوق ذاتها. ومن ثم، تكون منشأة في حالة وضع مهيمن إذا كان هذا الوضع يتيح لها التصرف بشكل مستقل، دون مراعاة للضغط التنافسي الذي يمارسه منافسوها أو عملاؤها.

ولا يحدد القانون المغربي سقف رقم الأعمال أو حصص السوق التي يمكن من خلالها اعتبار منشأة في حالة وضع مهيمن، حيث يتم تقييم هذا الوضع استنادا إلى خصوصيات كل سوق وبنيته. بصفة عامة، يتم الاحتكام إلى عدة معايير لتقييم الوضع، تضم:

- معايير كمية: تشمل حصص السوق من حيث حجمها وقيمتها، والقدرات المالية، وقدرات الإنتاج أو التخزين، وغيرها؛
- معايير نوعية: تضم سمعة المنشأة وعمرها، ووجود بنىات تحتية أساسية، والتمتع بحقوق الملكية الفكرية (براءات الاختراع وعناصر أخرى).

ويظل تقييم الوضع المهيمن لمنشأة مقرونا بالسوق المعنية التي يتعين تحديدها حسب نوع المنتج أو الخدمة، وكذا الموقع الجغرافي.

تعريف السوق المعنية حسب قانون المنافسة

تعرف السوق المعنية بكونها السوق المعنية المحددة حسب نوع المنتجات أو الموقع الجغرافي، والتي يكون للفاعل فيها أثر عليها بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

وتشتمل السوق المعنية للمنتجات على كافة المنتجات أو الخدمات التي يعتبرها المستهلك قابلة للمبادلة أو الاستبدال، نظرا لمواصفاتها ولثمنها وللإستعمال الذي أعدت من أجله.

ويمكن اعتبار بعض المنتجات، ولو أنها غير قابلة للاستبدال، كمنتجات موجهة لنفس السوق، بمجرد ما تتطلب استعمال نفس التكنولوجيا لتصنيعها، ولكونها جزءا من تشكيلة منتجات من شأنها تحديد ميزات هذه السوق.

السوق المناسبة جغرافيا هو نطاق ترابي تعرض وتطلب فيه منتجات وخدمات، وفق شروط تنافسية منسجمة بما فيه الكفاية والذي يمكن تمييزه عن المناطق الجغرافية المجاورة لسبب يتمثل خاصة في شروط المنافسة التي تختلف فيه بصورة ملحوظة.

وإذا كانت المنشأة تتمتع بوضع مهيمن، بشكل فردي أو جماعي، فيتعين عليها تفادي استغلاله في السوق أو في جزء منها للقيام بممارسات تجارية، يكون الغرض منها أو يمكن أن يترتب عنها إزاحة منشأة منافسة أو استغلال العملاء أو الموردين.

ما يجب تفاديه

- فرض أسعار شراء أو بيع عدوانية أو مرتفعة بصورة مفرطة؛
- فرض شروط وكيفيات بيع أو شراء غير منصفة أو باهظة؛
- منح خصومات غير مبررة من الناحية الاقتصادية (خصومات الولاء)؛
- ممارسة التمييز على مستوى الأسعار أو الشروط التجارية بين الشركاء التجاريين المستوفين للمعايير ذاتها، عن طريق فرض شروط غير قانونية؛
- منح الأفضلية للفروع على المستوى القبلي والبعدي فيما يخص الشروط التجارية؛
- رفض بيع أو إمداد الشركاء بالخدمات دون تقديم عذر قانوني؛
- إخضاع إبرام العقود لموافقة الشركاء في تقديم خدمات إضافية (المبيعات المتلازمة)؛
- فرض شروط حصرية مبالغ فيها.

الاستغلال التعسفي لحالة تبعية اقتصادية

خلافًا للاستغلال التعسفي للوضع المهيمن المرتبط بالهيمنة المطلقة، يركز الاستغلال التعسفي لحالة تبعية اقتصادية على الروابط العمودية بين المنشآت.

ويهدف الاستغلال التعسفي لحالة تبعية اقتصادية إلى حصر بعض الممارسات التعسفية التي تظهر، على الخصوص، من خلال موازين القوى بين الموردين والموزعين، والتي لا يمكن تعريفها على أنها استغلال تعسفي لوضع مهيمن في غياب مؤشرات دالة على ذلك.

ويتطلب وجود استغلال تعسفي لحالة تبعية اقتصادية توافر العناصر المكونة له التالية:

- وجود علاقة تربط العميل بالمورد؛
- وجود حالة تبعية اقتصادية؛
- غياب حلول بديلة؛
- الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية المذكورة.

3 - تدبير المخاطر ذات الصلة بعمليات التركيز الاقتصادي

لا يستهدف قانون المنافسة سلوك المنشآت في السوق فحسب، بل يدرس أيضا بنية الأسواق عن طريق مراقبة عمليات التركيز الاقتصادي.

ويعتبر تركيزا اقتصاديا كل عملية تستهدف النمو الخارجي لمنشأة، ويفضي إلى تغيير دائم في المراقبة الخاضعة لها. ويمكن أن تتخذ عدة أشكال تشمل:

- اقتناء حصص في الأسهم الاجتماعي أو أسهم أو أصول تجارية أو أصول أو خدمات؛
- دمج المنشآت؛
- إحداث منشأة مشتركة؛
- الانتقال من مراقبة مشتركة إلى مراقبة حصرية أو العكس؛
- التوقيع على بعض العقود التي تفضي إلى تأثير حاسم على المنشأة (يشمل تشكيلتها أو مداولاتها أو هيئتها التدبيرية).

وإذا كانت العملية السالفة الذكر تستوفي شروط أسقف رقم المعاملات المنصوص عليها في القانون رقم 104.12، والمرسوم رقم 2.14.652 الصادر في 8 صفر 1436 الموافق لفتح دجنبر 2014، فيتعين تبليغ مجلس المنافسة بها تحت طائلة فرض العقوبات المنصوص عليها في المادة 19 من نفس القانون.

أسقف رقم المعاملات الموجبة للتبليغ

تنص المادة 12 من القانون رقم 104.12 على وجوب تبليغ كل عملية تركيز قبل إنجازها إلى مجلس المنافسة من طرف المنشآت والأطراف المعنية.

وتطبق هذه القاعدة إذا تحققت أحد الشروط الثلاثة التالية:

- عندما يفوق رقم المعاملات الإجمالي العالمي، دون احتساب الرسوم، لمجموع المنشآت أو مجموعات الأشخاص الذاتيين أو الاعتباريين الأطراف في عملية التركيز المبلغ المحدد بنص تنظيمي؛
- عندما يفوق رقم المعاملات الإجمالي، دون احتساب الرسوم، المنجز بالمغرب من طرف اثنتين على الأقل من المنشآت أو مجموعات الأشخاص الذاتيين أو الاعتباريين المعنيين المبلغ المحدد بنص تنظيمي؛
- عندما تتجز جميع المنشآت التي تكون طرفا في العقد أو موضوعا له أو مرتبطة به اقتصاديا خلال السنة المدنية السابقة أكثر من 40% من البيوع أو الشراءات أو المعاملات الأخرى في سوق وطنية للسلع أو المنتجات أو الخدمات من نفس النوع أو القابلة للاستبدال أو في جزء مهم من السوق المذكورة.

ت. العقوبات المفروضة في حالة الإخلال بقواعد قانون المنافسة

تتخذ مخالفات قانون المنافسة طبيعة موضوعية وتحقق بتوفر قصد أو بدونه، حيث لا تعكس عناصرها الوصفية والإثباتية نية مرتكبيها.

وتعرض المنشأة أو المنظمة المهنية المخلة بقواعد قانون المنافسة نفسها لعدة أنواع من العقوبات التي قد تتخذ شكلا تراكميا، من بينها:

- غرامات مالية إدارية: يجوز لمجلس المنافسة إصدار غرامة مالية قد تصل إلى خصم 10 بالمائة من مبلغ رقم المعاملات العالمي أو الوطني دون احتساب الرسوم، حسب خطورة المخالفة ومدتها والضرر الملحق بالاقتصاد وبالمستهلكين؛
- أمر مشفوع بغرامة تهديدية في حالة عدم تنفيذ القرار الصادر عن المجلس؛
- عقوبات سالبة لحرية المسيرين والمستخدمين الذين يشاركون، على سبيل التدليس أو عن علم، مشاركة شخصية وحاسمة في تخطيط أو تنظيم أو تنفيذ أو مراقبة اتفاق مناف لقواعد المنافسة أو استغلال تعسفي لوضع مهيمن. ويختص القضاء بإصدار هذه العقوبات؛
- التعويض عن الأضرار أمام المحاكم المختصة؛
- إلغاء الاتفاقات المبرمة؛

- إلغاء عملية التركيز غير المبلغة وتفكيك بنيتها المحدثة؛
- الإقصاء من المشاركة في الصفقات العمومية؛
- نشر قرار المجلس في الصحافة وعلى نفقة المنشأة المخالفة.

تلخص الفقرة التالية القواعد العملية التي يجب ترسيخها في الأذهان:

لضمان احترام قواعد المنافسة وتفاذي مخاطر عدم الامتثال لها، يوصي مجلس المنافسة المنشآت بالامتناع عن ربط أي اتصال غير ضروري مع ممثلي المنشآت المتنافسة.

وفي حالة عقد لقاء مع هؤلاء الممثلين، ومن أجل الحيلولة دون إثارة شكوك أو بعث إشارات بخرق القواعد المذكورة أعلاه، يوصي المجلس بالقيام، من بين أمور أخرى، بما يلي:

- منح الأفضلية للقاءات الرسمية المنظمة في إطار الجمعيات أو النقابات أو الفيدراليات أو المجموعات المهنية؛

- السهر على وضع جدول أعمال محدد وضمان احترامه، وتفاذي تحريف النقاش من أجل إثارة نقاط غير مدرجة فيه؛

- منع كل تبادل لمعلومات ذات صبغة حساسة أو سرية أو هما معا؛

- استشارة المخاطبين المعيّنين أو الرؤساء التسلسليين مسبقا عند دراسة أي مشروع يستدعي التواصل مع المنشآت المتنافسة (عقود مناولة أو المشاركة بشكل مشترك في طلبات العروض أو اتفاق تعاون وغيرها) في حالة ظهور شكوك حول شرعيته.

ويوصي المجلس أيضا، في إطار العلاقة مع العملاء والموردين، بالقيام، من بين أمور أخرى، بما يلي:

- موافاة المخاطبين المعيّنين أو الرؤساء التسلسليين بجميع العقود المتضمنة لبنود التسويق الحصري أو مشاريع الخصومات والحسومات أو جميع الشروط الأخرى التي من شأنها مخالفة قواعد قانون المنافسة؛

- ضبط عمليات التواصل الداخلي والخارجي ومنح الأفضلية للمراسلات المكتوبة في المفاوضات.

الملاحق

الملحق 1: القواعد الرئيسية لقانون المنافسة

1 - الاتفاقات المنافسة لقواعد المنافسة

تحظر المادة 6 من القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة كل اتفاق أو ممارسات مدبرة كيفما كان شكلها (الأعمال مدبرة أو الاتفاقيات أو الاتفاقات أو التحالفات الصريحة أو الضمنية)، حين يكون الغرض منها أو يمكن أن يترتب عنها الحد من المنافسة في السوق، لاسيما من خلال:

- الحد من دخول السوق أو من الممارسة الحرة للمنافسة من لدن منشآت أخرى؛
- عرقلة تكوين الأسعار عن طريق الآليات الحرة للسوق بافترال ارتفاعها أو انخفاضها؛
- حصر أو مراقبة الإنتاج أو المنافذ أو الاستثمارات أو التقدم التقني؛
- تقسيم الأسواق أو مصادر التموين أو الصفقات العمومية.

وتكمن أسباب حظر الاتفاقات المنافسة لقواعد المنافسة في الأضرار التي تلحقها بالمستهلكين (النهائين والوسطاء) والمجتمع، إذ تفضي، في غالب الأمر، إلى افرفال ارتفاع الأسعار وتدني مستوى الجودة ومنع الابتكار.

تتمثل الاتفاقات في المحررات القانونية الصريحة (تتخذ شكل عقود ورسائل وتوصيات ودوريات وتوجيهات وغيرها) أو الضمنية، بصرف النظر عن طابعها الإلزامي من عدمه. كما تضم الأعمال المدبرة الرامية إلى إزالة حالات الفعوض الضرورية التي تلف وضعية السوق، وإتاحة إمكانية التنبؤ، بدرجة كبيرة، بسلوك الأطراف المتدخلة فيها.

ويمكن أن تتخذ أيضا شكل التزام أخلاقي بسيط على غرار ما يعرف بـ «اتفاق السادة أو النبلاء» (gentlemen's agreement). ويقصد به كل اتفاق شفهي غير رسمي أو سلسلة من أعمال التنسيق تنجز بين أطرافه، وتروم، على الخصوص، تحقيق أهداف ذات الصلة بالأسعار أو حجم البيع أو تواريخ عقد الاجتماعات الدورية وأماكنها.

فضلا عن ذلك، قد تظهر هذه الاتفاقات حين تميل منشأة إلى فرض سلوك من جانب واحد على منشأة أخرى، بمجرد ما تبدي هذه الأخيرة موافقتها على ذلك أو تسعى إلى تحقيق مصلحة من ورائه أو هما معا. ويحدث ذلك، على الخصوص، حين تلجأ منشأة، عن طريق إبرام عقد أو بسبب تهديدات تلقته أو تبعا لتوصلها بوعود تحفيزية، إلى التخلي عن نهج سلوك معين في السوق (يشمل مثلا منح خصومات أو تموين حاجياتها من مورد آخر).

ويتطلب الاتفاق إبرامه من طرف منشأتين على الأقل ليصبح نافذا. في هذا السياق، يستثني قانون المنافسة، بشكل عام، الاتفاقات المبرمة من طرف الشركات المنتسبة لنفس المجموعة المهنية، إذ يعتبر جميع الشركات المنتسبة لمجموعة واحدة، من حيث المبدأ، كما لو أنها تتصرف كمنشأة واحدة.

وليس من الضروري إثبات إبرام اتفاق رسمي ومكتوب للمعاقبة على هذا النوع من الممارسات، حيث تعتبر مسطرة التحقيق التي يباشرها مجلس المنافسة وتحليل الوثائق المرفقة المطلوبة أو التي حصل عليها بقوة القانون، في إطار التحقيق الجاري، عناصر كافية لإثبات وجود اتفاق مناف لقواعد المنافسة، تستند على مؤشرات خطيرة ومتناسقة وقد تشمل وثائق مكتوبة أو شهادات أو تبادل معلومات أو زيادات متتالية ومتطابقة في الأسعار.

ويعاقب على هذا الاتفاق سواء كانت الأطراف المعنية به تبرمه في إطار مرحلة معينة من العملية الاقتصادية (اتفاقات أفقية) أو في مراحل مختلفة منها (اتفاقات عمودية).

وتعرض الفقرة الموالية قائمة بالممارسات التقييدية التي يعاقب عليها مجلس المنافسة:

أ - الاتفاقات الأفقية

أ-1 الاتفاقات حول الأسعار

- يعد هذا النوع من الاتفاقات الأقدم والأكثر شيوعاً في مجال التنسيق بين المتنافسين لتحديد أسعار المنتجات أو الخدمات؛

- يكمن الغرض منها في عرقلة حرية تحديد الأسعار وافتعال ارتفاعها أو انخفاضها؛

- قد يشمل تحديداً صريحاً أو ضمناً سواء بصفة مباشرة (سعر أو عنصر سعر) أو غير مباشرة (عنصر يمكن من تحديد السعر كتكلفة النقل مثلاً وغيرها)؛

- قد يضم تحديد سعر متطابق (توحيد الأسعار) أو سعر مختلف (يفضي إلى تقاسم الأسواق)؛

- قد ينطوي على السعر وطريقة احتسابه والخصومات الممنوحة وشروط النقل (آجال التنفيذ ومدة القرض والضمانات) وهوامش الربح ومستوى تغيرات الأسعار المرتفعة أو المنخفضة؛

- قد تتخذ شكل عقد أو تنسيق في إطار منظمة مهنية أو استخدام قوائم أسعار مشتركة أو تطبيق «تعريف الفرع الإنتاجي» أو دليل مشترك أو تبادل معلومات بين المتنافسين عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو حتى مجرد مصافحة يد؛

- لا تقبل التضاميم المشتركة المتعلقة باحتساب الأسعار إلا إذا كان مضمونها ينحصر في صيغ لاحتساب التكاليف والأسعار، ومنح كل منشأة حرية تحديد أسعارها ومنح الخصومات. ولا يمكنها فرض أو اقتراح مبالغ محددة أو نسب مئوية جزافية تتعلق بالتكاليف المفصلة، أو فرض أو اقتراح هوامش ربح أو خصومات أو عناصر أخرى مرتبطة بالسعر أو الأسعار النهائية.

أ-2 الاتفاقات حول الكميات

- يهدف هذا النوع من الاتفاقات إلى افتعال تقييد كميات السلع أو الخدمات التي يتم إنتاجها أو توفيرها في السوق؛

- لها نفس الانعكاسات التي تفرزها الاتفاقات حول الأسعار.

أ-3 الاتفاقات حول توزيع الأسعار أو قاعدة العملاء

- تهدف هذه الاتفاقات إلى:

1. تقسيم الأسواق إما بناء على معايير جغرافية أو على أسس كمية أو حسب فئة المنتجات أو الخدمات؛
 2. تضيق هامش ممارسة المنافسة عبر توحيد الأسعار والشروط التعاقدية؛
 3. تقسيم المنافسة والتضييق من هامش ممارستها، في كثير من الأحيان، عن طريق تحديد الحصص والأسعار والتلاعب، أحياناً، بطلبات العروض؛
- لا يعتد بالشكل القانوني لهذه الاتفاقات، بل تكمن أهميتها في تأثيراتها على بنية السوق، بما في ذلك:

1. تبادل المعلومات بشأن تحديد الحصص أو الأسعار؛
 2. التوقيع على التزام (اتفاق السادة أو مدونة أخلاقيات) يفرض التشاور مسبقاً مع المتنافسين قبل الرد على طلب توفير عرض تقدم به عميل؛
 3. الاتفاق مع المتنافسين في إطار طلب عروض يعلنه القطاع العام أو الخاص بهدف التأثير على نتائج المناقصة (تبادل المعلومات بشأن ردود الأفعال أو في إعداد العروض التمويهية).
- يظهر هذا النوع من الاتفاقات حين تعتزم مجموعة من المنشآت تقديم عرض، وتتشاور فيما بينها مسبقاً لتحديد المنشأة التي ستقدم العرض الأفضل من الناحية الاقتصادية، وتعال الصفقة. وتلتزم المنشآت الأخرى إما بالامتناع عن المشاركة في طلب العروض أو تقديم عرض أعلى بصورة مصطنعة، مقابل الحصول على تعويضات أو إنجاز أشغال مناولة أو الحصول على ضمانات بإمكانية نيل صفقة لاحقة.

أ-4 اتفاقات تهدف إلى إقصاء المتنافسين الآخرين من دخول السوق

- تروم هذه الاتفاقات إقصاء متنافسين من دخول السوق، من غير المشاركين في الاتفاق، إما من خلال تقاسم هذه السوق أو الاكتفاء بإقصاء متنافسين؛
- قد تتخذ أشكالاً متنوعة، تشمل:
1. فرض شروط متبادلة بالامتناع عن المنافسة؛
 2. تطبيق أسعار عدوانية من طرف منشأتين تهدف بواسطتها منع منشأة متنافسة من الدخول إلى السوق المعنية؛
 3. اعتماد شروط للانضمام إلى منظمة مهنية أو نيل مؤهلات أو علامة تجارية تمكن من الولوج إلى السوق، وبشكل لا يستند على معايير دقيقة وموضوعية ومنصفة.

ب - الاتفاقات العمودية

ب-1 اتفاقات بشأن تحديد سعر إعادة البيع

- تمنع منعاً باتاً الاتفاقات بين المنتجين (أو المستوردين) والموزعين التي تحدد سعر إعادة البيع الواجب تطبيقه من طرف الموزع؛
- يسري هذا المنع أيضاً على الأسعار الثابتة المحددة من جهة، وعلى الحد الأدنى للسعر والخصومات ومكونات الأسعار وشروط أخرى للبيع من جهة ثانية؛
- لا تقبل توصيات الأسعار إلا إذا كانت تستوفي شروطاً تقييدية للغاية، تتمثل في:
 1. ضرورة التنصيص صراحة على أنها غير ملزمة؛
 2. إتاحة إمكانية الولوج إليها على نطاق واسع، وعدم حصرها على البائعين والتجار فقط؛
 3. عدم ربط تطبيقها، تحت أي ظرف من الظروف، بتهديدات أو بأشكال أخرى من الضغط أو بمنح امتيازات خاصة؛
 4. ضرورة التخلي عنها حين يشرع في تتبعها على نطاق واسع.

ب-2 أحادي العلامة التجارية (monomarchisme)

- يقصد بهذا المصطلح الاتفاقات التي تكمن سميتها البارزة في إرغام أو تحريض المشتري على تمويل حاجياته، المتعلقة بنوع معين من المنتجات، من مورد واحد فقط؛
- تتخذ هذه الممارسة، من بين أمور أخرى، الشكلين التاليين:
 1. التزامات بالامتناع عن المنافسة: لا يلزم المشتري بتمويل حاجياته مباشرة من مورد واحد فقد، ولكنه يتعهد بعدم شراء أو إعادة بيع السلع أو الخدمات المنافسة أو إدراجها ضمن قائمة منتوجاته؛
 2. حصص الشراء: يقتني المشتري معظم مشترياته من مورد واحد، ويتم ذلك وفقاً لتدابير تحفيزية أو تبعا لتعهدات متفق عليها مع هذا الأخير. وقد تتخذ حصص الشراء، مثلاً، شكل الالتزام بحد أدنى من الشراء أو توفير مخزون أو إقرار تسعيرة غير خطية تشمل، على الخصوص، منح تخفيضات مشروطة أو تطبيق سعر مكون من عنصرين (رسوم ثابتة متبوعة بسعر الوحدة). وغالباً ما يسفر عن البند المعروف باسم «البند الإنجليزي» (la clause anglaise)، الذي يقوم بمقتضاه المشتري بالتصريح وجوباً بأي عرض من العروض الأكثر فعالية ولا يمكنه قبوله ما لم يوافق عليه المورد، نفس الأثر الذي ينتجه الالتزام المتعلق بأحادي العلامة التجارية، لاسيما حين يلزم المشتري بذكر مصدر العرض.

- يكمن الغرض من الاتفاقات المذكورة أعلاه في منع موردين متنافسين أو محتملين من الولوج إلى السوق، وعرقلة المنافسة، وكذا تسهيل التواطؤ بين الموردين في حالة الاستخدام التراكمي لهذه

الاتفاقات، وحين يتصرف المشتري كبائع بالتقسيط يبيع منتوجاته للمستهلكين النهائيين، بالإضافة إلى تقويض المنافسة بين العلامات التجارية على مستوى نقاط البيع.

ب-3 التوزيع الحصري

- يوافق المورد، في إطار اتفاق للتوزيع الحصري، على بيع منتوجاته لموزع واحد فقط من أجل إعادة بيعها ضمن رقعة جغرافية محددة. وغالبا ما يقوم الموزع، في نفس الوقت، بحصر مبيعاته الإيجابية على مناطق أخرى (حصرية)؛

- قد يحتمل الوضع الذي يتمتع به المورد ومنافسوه مغزى ذي شقين:

1- إذا كانت وضعية المتنافسين قوية، فسيتم تقويض ضعف المنافسة في نفس العلامة التجارية، بشكل عام، بالقدر الكافي من المنافسة بين العلامات التجارية؛

2- غير أنه إذا أضحى عدد المتنافسين ضئيلا نسبيا، وإذا كانت وضعيتهم في السوق تتشابه، إلى حد ما، من حيث حصص السوق وقدرات التوزيع وشبكاتهما، فذلك يؤشر على خطر اللجوء إلى التواطؤ أو الحد من المنافسة أو هما معا.

- تتزايد حالات التوزيع الحصري، لاسيما إذا قامت مجموعة مختلفة من الموردين بتعيين نفس الموزع الحصري ضمن رقعة جغرافية معينة، مما يفضي إلى مضاعفة خطر اللجوء إلى التواطؤ أو الحد من المنافسة أو هما معا. كما يظهر احتمال تقييد المنافسة، بشكل ملموس، بين العلامات التجارية إذا تم تحويل أحد الموزعين حق توزيع منتوجين من المنتوجات المنافسة الهامة بصفة حصرية أو في الرقعة الجغرافية ذاتها.

- يفضي الجمع بين التوزيع الحصري والتموين الحصري إلى تنامي خطر تقويض المنافسة بين العلامات التجارية وتقسيم السوق، وتسهيل، على الخصوص، الممارسات التمييزية إزاء الأسعار. فضلا عن ذلك، يتسبب التموين الحصري، الذي يفرض على الموزعين الحصريين تأمين حاجياتهم من المنتوجات ذات العلامة التجارية المعنية مباشرة من الشركة المصنعة لها، في إلغاء إمكانية اللجوء إلى التحكم من طرف الموزعين الحصريين، حيث يمنع عليهم اقتناء منتوجاتهم من الموزعين الآخرين المنتسبين لنفس المنظومة.

ب-4 اتفاقات التعامل الحصري مع قاعدة العملاء

- يوافق المورد، في إطار هذه الاتفاقات، على بيع منتوجاته لموزع واحد فقط بغية إعادة بيعها لفئة معينة من العملاء. ويقوم الموزع، في الوقت ذاته، بحصر مبيعاته الإيجابية، في أغلب الأحوال، على فئة أخرى من العملاء (يتم التعاقد معهم بشكل حصري)؛

- قد تتسبب هذه الاتفاقات، بالدرجة الأولى، في تقويض المنافسة بين العلامات التجارية وتقسيم السوق، وبالتالي تسهيل الممارسات التمييزية إزاء الأسعار. ويظهر احتمال الحد من المنافسة وتسهيل التواطؤ حين يلجأ جل أو كافة الموردين إلى التعامل بشكل حصري مع فئة من العملاء بينهم وبين

الموزعين على حد سواء. ويفضي هذا التعامل إلى إغلاق السوق في وجه موزعين آخرين، وبالتالي الحد من شروط ممارسة المنافسة.

- يشكل الجمع بين التعامل الحصري مع العملاء والتوزيع الحصري عادة ممارسة مقيدة للمنافسة بشكل سافر، لاسيما وأن الموزعين المعيّنين لا يتمتعون عادة بحرية عرض مبيعاتهم الإيجابية على المستهلكين النهائيين.

ب-5 التوزيع الانتقائي

- تحدد اتفاقات التوزيع الانتقائي، من جهة، من عدد الموزعين المعتمدين، وتقلص، من جهة ثانية، من إمكانية إعادة بيع منتجاتهم. وخلافاً للتوزيع الحصري، لا يتوقف عدد التجار المعتمدين المحدود على عدد المناطق الجغرافية، وإنما يرتبط بمجموعة من معايير الانتقاء ذات الصلة، أساساً، بطبيعة المنتج. وتتمثل أوجه الاختلاف الأخرى في كون القيود المفروضة على إعادة البيع لا تستهدف المبيعات الإيجابية المنجزة في المنطقة الجغرافية، بل تستهدف جميع المبيعات الموجهة للموزعين غير المعتمدين، والتجار المعتمدين، والمستهلكين النهائيين باعتبارهم الفئة الوحيدة التي تقتني المنتجات.

- تفضي هذه الاتفاقات إلى تقويض المنافسة في نفس العلامة التجارية، لاسيما إذا تمخض عنها تداعيات تراكمية، وإزاحة فئة أو عدة فئات من الموزعين، والحد من شروط ممارسة المنافسة، وتسهيل التواطؤ بين الموردين والمشتريين.

- يقتضي التوزيع الانتقائي النوعي الخالص بحكم طبيعته منح الاعتماد لتجار استناداً على معايير موضوعية فقط، تفرضها طبيعة المنتج وتشمل، على سبيل المثال، تكوين الأشخاص المكلفين بالبيع، والخدمة المقدمة في نقطة البيع، ومزيج من المنتجات المباعة، وغيرها. ولا تفرض هذه المعايير تطبيق قيود مباشرة على عدد التجار.

- بصفة عامة، لا يترتب عن هذا النوع من التوزيع تداعيات تقوض المنافسة شريطة استيفائه لثلاثة شروط، تتمثل في:

1. ضرورة ملاءمة نظام التوزيع الانتقائي مع طبيعة المنتج المعني. بمعنى آخر، يجب اشتراط وضع هذا النظام كمطلب شرعي يراعي طبيعة المنتج بغية الحفاظ على جودته وضمان حسن استخدامه؛
2. ضرورة اختيار التجار وفقاً لمعايير موضوعية ونوعية يتم تحديدها بطريقة موحدة، وتبليغها للتجار المحتملين، وتطبيقها بشكل عادل ومنصف؛
3. الحرص على عدم تجاوز المعايير المحددة للسقف المطلوب.

- يضاف إلى التوزيع الانتقائي الكمي معايير انتقاء أخرى تحد، بشكل مباشر، من العدد المحتمل للتجار المعتمدين، عبر فرض حد أدنى أو أقصى من مستوى البيع، يشمل تحديد عدد التجار المعتمدين وما إلى ذلك.

- تكتسي وضعية المورد ومنافسيه في السوق أهمية خاصة لتقييم الآثار المحتملة المضرة بالمنافسة، إذ لا يظهر خطر تقويض المنافسة بين العلامات التجارية إلا إذا أضحت شروط ممارستها محدودة. وكلما ازدادت وضعية المورد قوة، كلما ازدادت إشكالية تقويض المنافسة بين العلامات التجارية حدة. ويشكل عدد شبكات التوزيع الانتقائي المتواجدة في السوق ذاتها عاملا مهما آخر، حيث لا ينتج عن التوزيع الانتقائي الكمي عادة آثارا سلبية صافية حيث يلجأ مورد واحد إلى تطبيق التوزيع الحصري في سوق معينة، شريطة أن تتطلب السلع التعاقدية، بحكم طبيعتها، سن نظام للتوزيع الحصري وتطبيق معايير انتقاء ضرورية لضمان توزيعها الفعال.

ب- 6 رسوم الولوج تدفع مقدما

- تعد رسوم الولوج المدفوعة مقدما بمثابة رسوم ثابتة يؤديها الموردون لصالح الموزعين في إطار اتفاق عمودي، وفي بداية فترة معينة، قصد تسهيل ولوجهم إلى شبكة التوزيع وتسييد ثمن الخدمات التي يوفرها تجار التقيسيط. وتضم هذه الرسوم ممارسات مختلفة، تشمل رسوم تخصيص فضاءات العرض (slotting allowances)، ورسوم الأداء مقابل الاستمرار في الولوج إلى الشبكة (pay-to-stay fees)، والرسوم التي تدفع للولوج إلى الحملات الترويجية للموزع، وغيرها؛ - قد تتسبب، في بعض الأحيان، في إقصاء موزعين آخرين بشكل يخالف قواعد المنافسة، إذا كان الغرض منها تحريض المورد على بيع منتوجاته عن طريق موزع واحد أو عدد محدود من الموزعين؛ - كما قد يطال الإقصاء ذاته فئة أخرى من الموردين، إذا كان نطاق استعمالها الواسع يكرس حواجز دخول منشآت جديدة صغيرة الحجم إلى السوق.

ب- 7 بيع مقيدة

- يقصد بالبيع المقيدة الحالة التي يلزم فيها العملاء الذين يقومون باقتناء منتج (يسمى «المنتج الرابط») القيام أيضا باقتناء منتج آخر ومنفصل (يسمى «المنتج المترابط») من نفس المورد أو من شخص يعينه هذا الأخير.

- يترتب عن هذا النوع من الممارسة تداعيات إقصائية ومنافية لقواعد المنافسة في السوق المترابط أو في السوق الرابط أو هما معا، حيث تتوقف على نسبة إجمالي المبيعات المنجزة في سوق المنتج المترابط المعني. كما تؤدي هذه الممارسة بالمشتري إلى اقتناء على الأقل نسبة معينة من حصة الشراء الخاصة بالمنتج المترابط. إضافة إلى ذلك، يتضاعف احتمال حدوث التداعيات السالفة الذكر في سوق المنتج المترابط إذا جرى سن التزام بالامتاع عن المنافسة في المنتج ذاته.

- تتسبب البيوع المقيدة في تقويض المنافسة بالنسبة للعملاء الراغبين في اقتناء المنتج المترابط، وليس المنتج الرابط:

1. إذا كان عدد العملاء الذين يقومون باقتناء المنتج المترابط غير كاف لدعم منافسي المورد في السوق المترابط، فقد تتسبب البيوع المقيدة في تطبيق أسعار أعلى على هؤلاء العملاء؛

2. إذا كان المنتج المترابط يشكل عنصرا متكاملًا هاما بالنسبة للأشخاص الذين يقومون باقتناء المنتج الرابطة، فإن تراجع عدد الموردين الآخرين المحتملين للمنتج المترابط، والتسبب في ندرته، قد يزيد من صعوبة الولوج إلى السوق المترابط الوحيد.

ت - اتفاقات أخرى بين المنشآت

تعتبر هذه الاتفاقات غير مشروعة في حالة تسببها فقط في تقييد المنافسة بشكل ملحوظ، ولا يمكن تعليلها بمبررات النجاعة الاقتصادية.

ت-1 الشراكات مع المنافسين

- تلعب الشراكات بين المنشآت المتنافسة دورا هاما في مساعدتها على بلوغ الحجم الكافي لإنجاز بعض المشاريع من خلال تجميع وتوحيد الموارد، تشمل، على سبيل المثال، البحث والتطوير والإنتاج المشترك أو قصد تجميع مشترياتها، وبالتالي تعزيز قوتها التفاوضية؛

- في حالة المشاريع غير المضمونة والمتطلبة لاستثمارات ضخمة، تتيح هذه الشراكات (إنشاء اتحاد مثلا)، عند الاقتضاء، إمكانية تنويع الخطر، وبالتالي تعزيز إمكانية تحقيق هذه المشاريع؛

- تكون لهذه الشراكات، عموما، انعكاسات إيجابية على المنافسة، وبالتالي يمكن تعليلها بمبررات الفعالية الاقتصادية. إلا أنها قد تفضي إلى تقييد المنافسة إذا اتخذت شكل تنسيق الأسعار أو توزيع قاعدة العملاء أو الحد من الإنتاج.

- تشمل الاتفاقات الإيجابية، ما يلي:

1. اتفاقات البحث والتطوير، أي العقود التي تتفق بموجبها الأطراف على إنجاز أعمال البحث والتطوير، والتي تؤطر، بشكل عام، الفوائد التي يجنيها كل طرف كنتيجة لهذه الأشغال.

2. اتفاقات الإنتاج، أي العقود التي تسند بموجبها منشأة تصنيع منتجاتها لمنشأة أخرى (المناولة)؛

3. اتفاقات الشراء الجماعية، أي الاتفاقات التي تأخذ، مثلا، شكل مركز مشتريات مشترك بين عدة منشآت متنافسة؛

4. اتفاقات نقل التكنولوجيا المتضمنة لعقود نقل حقوق الملكية الفكرية (براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق التأليف المتعلقة بالبرمجيات، والمهارات، والتصميم، وغيرها)، واتفاقات منح التراخيص ذات الصلة بهذه الحقوق.

ت-2 تبادل المعلومات

- قد تحدث حالات تتطلب من المنشآت المتنافسة العمل معا والتعاون، على الخصوص، بهدف تحقيق الأهداف التالية:

1. تقديم عرض مشترك في إطار طلب عروض (تأسيس تجمع بناء مثلا)؛

2. تطوير سوق جديدة (عبر إحداث منشأة مشتركة مثلا)؛

3. شراء أنشطة منشأة متنافسة.

- في جميع الحالات، يجب على الشركاء أن يتصرفوا كأطراف متنافسة ويظلون كذلك. ويتعين عليهم، بالتالي، القيام بما يلي:

1. حصر تبادل المعلومات، بشكل صارم، في حدود ما يتطلبه التعاون وأهدافه؛

2. التحقق من عدم بعث معلومات حساسة متعلقة بالمنشأة إلى الأطراف المتنافسة، لاسيما المعلومات ذات صبغة استراتيجية (مخططات التطوير، واستراتيجية التسويق، وغيرها) أو مالية (بنية التكاليف، وسياسة هوامش الربح والتكاليف/ وغيرها) أو تجارية (شبكة البيع، ومصادر التمويل، وغيرها)، ما لم تكن هذه ضرورية وحتمية لتحقيق أغراض الاتفاق؛

3. الحرص، في مرحلة التفاوض، أي قبل اتخاذ قرار تفعيل الاتفاق، على تبادل المعلومات الأكثر حساسية مع المستشارين الماليين للشريك، وتفادي إرسالها للشريك مباشرة. بمعنى آخر، يجب وضع تدابير احترازية قصد التحقق من عدم استغلال اتفاق التعاون أو العمل المشترك كوسيلة غير مباشرة لتبادل المعلومات بين المنشآت المتنافسة بشكل غير شرعي.

ت-3 الحياة المجتمعية

- تلعب المنظمات المهنية دورا هاما باعتبارها منتدى للتداول والنقاش بين مكونات فرع أنشطة ما. وتهدف إلى الدفاع عن المصالح العامة للفرع، لاسيما من خلال تحسين ظروف العمل الإطارية. كما تهدف، في بعض الحالات، إلى الحد من تكاليف التصنيع وتوسيع نطاق المنتجات المتوفرة عبر اعتماد معايير موحدة (معايير طاقة وسمات موحدة تميز منتجات معينة، وغيرها). وتتخرط، في هذا السياق، ضمن دينامية لتحسين آليات السوق وخلق فوائد ومزايا تنافسية.

- غير أن هذه المنظمات لا يجب تحويلها إلى منصة لتبادل معلومات حساسة بين المنشآت المتنافسة أو فضاء لإبرام اتفاقات غير شرعية.

- ويتعين، بالتالي، توخي الحيطة والحذر في القيام بالأنشطة وتبادل الآراء، والأخذ بالحسبان المخاطر المتعددة التي تنطوي عليها المنظمات المهنية، من بينها:

1. المواضيع الحساسة التي لا يجب مناقشتها بتاتا مع المنشآت المتنافسة (مثلا الزيادات في الأسعار المرتقبة)؛

2. فرضية استنتاج مجلس المنافسة أن اتفاق كارتل تم إبرامه في إطار العمل الذي تقوم به المنظمة المهنية، واستنادا على مؤشرات أخرى تشي بنهج سلوك منسق على مستوى فرع الأنشطة؛

3. إمكانية تسبب الأنظمة الأساسية للمنظمة في إقصاء بعض المنشآت المتنافسة المحددة؛

4. احتمال استخدام معايير تقنية لإزاحة بعض الفاعلين المحددين من السوق؛

5. إمكانية الخلط بين الدفاع عن مصالح الفرع وحماية المصالح التجارية الفردية لأعضائه.

- تتجزأ المنظمات المهنية أحيانا دراسات حول السوق، وتجري تحقيقات إحصائية أخرى حول سلوك أعضائها، بشكل لا يتعارض مع قانون المنافسة. ويمكنها أيضا تعزيز المنافسة من خلال إلمام أعضائها بشكل أفضل بالسوق الذي يطورون فيها أنشطتهم، وعند الاقتضاء، تقييم مواطن القوة والضعف فيها. بيد أن هذه الدراسات قد تتخذ شكل تبادل معلومات غير مشروعة أو حتى استعمالها كأداة لتنسيق السلوك التنافسي لأعضاء المنظمة.

ت-4 الشراكات مع المنشآت غير المنافسة

- يتيح إبرام اتفاقات مع منشآت غير منافسة، في بعض الأحيان، إمكانية تحسين عمليات الإنتاج أو التوزيع ودعم الابتكار؛

- بصفة عامة، لا يحظر قانون المنافسة هذا النوع من الاتفاقات طالما أنها لا تتضمن بنودا مقيدة وغير ضرورية لتحسين عمليات الإنتاج أو التوزيع أو من أجل إنجاز مشاريع البحث والتطوير؛

- من جهة أخرى، قد تدرج قيود أخرى متفق عليها بين الشركاء، وتتعلق أساسا بأنشطة البحث أو الأنشطة التجارية التي تمت بصفة مباشرة مع الشراكة المبرمة، أو بالأنشطة غير الضرورية لتنزيل الهدف الرئيسي من الشراكة، (قد تدرج) ضمن الأحكام ذات الصلة بالاتفاقات غير المشروعة. ويتعلق الأمر بالحالتين التاليتين:

1 - حالة الالتزام بعدم تطوير أنشطة في مجال جديد لا يرتبط مباشرة بالشراكة أو لا يمت بصفة بمساهمة طرف أو آخر؛

2 - الاتفاقات المتعلقة بتسويق المنتجات أو الخدمات من قبل كل طرف من الأطراف الموقعة، والناجئة عن الشراكة.

ت-5 اتفاقات التعاقد من الباطن

- يقصد باتفاق التعاقد من الباطن الذي يقوم بموجبه أمر بتوفير وسائل تقنية أو تجهيزات لتعاقد من الباطن (غير متنافس). ويلتزم هذا الأخير بتصنيع بعض المنتجات (حصريا) لصالح الأمر مستغلا هذه الوسائل أو التجهيزات؛

- بصفة عامة، لا يحظر قانون المنافسة هذا النوع من الاتفاقات طالما أن الوسائل التقنية أو التجهيزات المعنية تعتبر ضرورية لتمكين المتعاقد من الباطن من تصنيع المنتجات.

- غير أن القيود الأخرى المفروضة على المتعاقد من الباطن، مثل الالتزام بعد إنجاز أو استغلال أعمال البحث والتطوير أو عدم إنجازها، بشكل عام، لصالح الأغيار، قد تدرج ضمن الأحكام ذات الصلة بالاتفاقات غير المشروعة.

2 - الاستغلال التعسفي لوضع مهمين

- لا يشكل الوضع المهمين ممارسة غير شرعية بحد ذاتها غير أن «مسؤولية خاصة» تقع على عاتق المنشأة المستفيدة منه وتتمثل في عدم استغلاله على حساب منافسيها أو شركائها التجاريين؛

- ينطوي الوضع المهيمن على وضعية قوة اقتصادية توفر للمنشأة المستفيدة منه إمكانية التصرف أساسا بشكل مستقل عن باقي الفاعلين في السوق (متنافسين أو موردين أو مشترين)؛
- قد يشمل هذا الوضع إما العرض (مورد أساسي) أو الطلب (موزع أساسي). وتعد المنشأة المستفيدة منه غير مقيدة إلى حد كبير بالضغط التنافسي الذي عادة ما تواجهه أي منشأة؛
- لا يعكس الوضع ذاته حجم المنشأة المستفيدة منه، بل يجسد حجم السوق وبنيتها؛
- غالبا ما تجد منشآت صغرى ومتوسط نفسها في مواجهة شركاء أو متنافسين متمتعين بوضع مهيمن. غير أنه قد يحدث أن تستفيد منشأة من هذه الفئة من نفس الوضع في سوق محلية أو ذات خصوصيات كبيرة؛
- قد يحدث أيضا أن تهيمن عدة منشآت، لا تتمتع بوضع مهيمن في السوق بشكل فردي، على ذات السوق بشكل جماعي (وضع مهيمن جماعي)؛
- يركز تحليل الوضع الذي تحتله المنشأة المعنية مقارنة بمنافسيها، أساسا، على حصصها السوقية، المتمثلة في نسبة رقم المعاملات الإجمالي المحقق في السوق المعنية مقارنة بالنسبة المنجزة من طرف المتنافسين؛
- إذا كانت هذه الحصص تتجاوز نسبة 50 بالمائة، تكون المنشأة حينها في وضع مهيمن محتمل. بيد أنها يمكنها أن تعتبر كذلك حتى لو توفرت على حصص أقل من النسبة المذكورة، لاسيما إذا كان الجزء المتبقي من العرض مجزأ للغاية (حصص ضعيفة) أو إذا كان دخول السوق يتطلب إنجاز استثمارات هائلة أو إذا كانت المنشأة المعنية تتوفر على ميزة أخرى (تشمل، مثلا، التوفر على علامة تجارية معروفة، واستعمال وسائل تكنولوجية بشكل حصري، والاستفادة من موقع قوي في سوق مجاورة، وغيرها)؛
- قد يتخذ الاستغلال التعسفي لوضع مهيمن شكل:
 1. رفض الحفاظ على روابط تجارية، ويشمل ذلك، على سبيل المثال، رفض تسليم أو شراء سلعة أو وقف التسليم دون تقديم مبررات موضوعية. وتطبق هذه الحالة، بوجه خاص، إذا قامت المنشأة المعنية بتسليم مكونات أساسية لبعض منافسيها؛
 2. ممارسة التمييز بين الشركاء التجاريين في مجال الأسعار أو الشروط التجارية الأخرى، من خلال:
 - فرض أسعار على منشأة منافسة (فعلية أو محتملة) أعلى من الأسعار المفروضة على باقي العملاء؛
 - منح تخفيضات الولاء المشروطة بقيام العميل حصرا بتمويل كل أو جزء هام من حاجياته من المنشأة المهيمنة.

3. قيام فاعل تاريخي بفرض شروط تعسفية على الفاعلين الآخرين بهدف صيانة حصصه في السوق (شروط تتعلق بالولوج إلى الشبكة وتوفير الوسائل التكنولوجية الضرورية للتشغيل البيئي، وغيرها)؛
4. حصر إنتاج السلع أو الخدمات في سوق مشتقة لمنشآت من اختيار المنشأة المهيمنة عن طريق التذرع بحقوق الملكية الفكرية.

لا تشكل هذه الممارسة استغلالاً تعسفياً لوضع مهيمن إلا في الحالات التالية:

- ▶ عدم تعليل رفض المنتج أو الخدمة بمبررات موضوعية؛
 - ▶ غياب أي بديل حقيقي أو محتمل للمنتج أو الخدمة المرفوضة؛
 - ▶ اعتبار المنتج أو الخدمة المرفوضة شيئاً جديداً واحتمال عرقلة تسويقه على الرغم من الطلب المحتمل المستمر والمنتظم عليه من طرف المستهلكين.
5. عرض منتوجات بسعر أقل (sous-enchère) من الأسعار المطبقة من طرف منشأة متنافسة أو حد أدنى من الشروط التجارية الأخرى. ويتعلق الأمر بلجوء منشأة مهيمنة إلى بيع منتج بسعر لا يرضي الطرف المنافس بغية إزاحته، واحتمال رفع السعر لاحقاً؛
6. حصر الإنتاج أو المنافذ أو التقدم التقني؛
7. ربط إبرام العقود بشرط قبول الشركاء للخدمات الإضافية أو توفيرها.

3 - الاستغلال التعسفي لحالة تبعية اقتصادية

- يعاقب قانون المنافسة على الوضعية التي تنجز من خلالها منشأة أو مجموعة منشآت حصة هامة من رقم معاملاتها مع شريك أساسي وحيد (عميل أو مورد)، وبشكل يمكنها من نهج سلوك تعسفي إزاءه؛
- يجب استيفاء عدة معايير تراكمية لتأكيد مزاعم منشأة بكونها توجد في حالة تبعية اقتصادية إزاء شريك معين، وتشمل:

1. حصة المنشأة في رقم معاملات شريكها أو شركائها؛
 2. سمعة العلامة التجارية (أو شعارها)؛
 3. أهمية الحصة السوقية التي يتوفر عليها الشريك أو الشركاء؛
 4. وجود أو غياب حلول بديلة؛
 5. العوامل المفضية إلى حالة التبعية (خيار استراتيجي أو «قسري» لضحية السلوك المؤاخذ عليه).
- لا يكفي إنجاز موزع، على سبيل المثال، لمجموع رقم معاملاته تقريبا باستغلال منتوجات المورد للوقوع في حالة تبعية اقتصادية، إذ يجب أن يكون التدفق القوي للأعمال، المنجز بمعية شريك وحيد، ناتجا عن قيود شبه مفروضة؛

- قد تقع الحالة المذكورة إذا قام الموردون، في إطار العلاقة التي تجمعهم بالموزعين، بما يلي:

1. رفض البيع، أي رفض أحد المهنيين بيع منتج أو خدمة لمهني آخر أو لأحد الأفراد؛
2. ممارسة البيوع المقيدة، أي اقتراح أو بيع عدة منتجات ضمن نفس المجموعة دون عرضها بشكل منفصل وبنفس السعر؛
3. ممارسة أو الحصول من الشريك الاقتصادي على أسعار أو آجال للأداء أو شروط للبيع أو كفيات تمييزية للبيع أو الشراء وغير مبررة بمقابل حقيقي. ويتم ذلك من خلال خلق عناصر تنافسية سلبية أو إيجابية إزاء هذا الشريك؛
4. منح ما يسمى بـ «تخفيضات تشمل نطاق المنتجات المعروضة أو تشكيلتها» لصالح الشريك، المكلف بتوزيع منتجاتهم، مقابل التزام هذا الأخير بعرض كل أو جزء من هذه المنتجات في رفوفه. ويضمن المورد، بالتالي، توزيعا واسع النطاق لمنتجاته، ويتوصل البائع بتعويض مالي، ويستفيد المستهلك، من جهته، من تشكيلة واسعة من المراجع (لكنها تدرج كلها ضمن نطاق المنتجات التابعة للمورد ذاته)؛

- يمكن أن تتجلى الحالة أيضا في قيام الموزعين، في إطار علاقاتهم مع الموردين، بقطع الروابط التجارية.

4 - ممارسة أسعار بيع منخفضة بصورة تعسفية

- يتعلق الأمر بعروض أسعار أو فرض أسعار بيع للمستهلكين منخفضة بصورة تعسفية بالنسبة إلى تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق (بما في ذلك المصاريف الناتجة عن الالتزامات القانونية والتنظيمية المتعلقة بسلامة المنتجات)، وذلك بمجرد ما يكون الغرض من العروض أو الممارسات المذكورة أو يمكن أن يترتب عليها إقصاء منشأة أو أحد منتجاتها من سوق ما أو الحيلولة دون دخول هذه المنشأة أو أحد منتجاتها إلى سوق ما.

- إذا كانت منشأة تتمتع بوضع مهيمن، فإن العناصر المثبتة لرغبتها في إقصاء المنشآت الأخرى من دخول السوق تنتج عن هذه الممارسة. خلافا لذلك، تشكل الممارسة ذاتها قرينة أو مؤشرا على تجسيد هذا الإقصاء، والذي يتعين تعزيزه بمؤشرات أخرى لإثبات صحة وجوده.

5 - التركزات الاقتصادية

- تهدف عملية مراقبة التركزات إلى الحيلولة دون خلق كيان ناتج عن مجموعة منشآت، يمكنه الوضع المهيمن الذي يحتله في السوق من الوسائل الكفيلة بعرقلة المنافسة.

ومن تم، يتعين، انطلاقا من حجم معين، يتمثل في أسقف رقم المعاملات المنجزة من طرف المنشآت المتدخلة، تبليغ مجلس المنافسة بعمليات التركيز الاقتصادي، والترخيص لها قبل الشروع في إنجازها.

- تتلخص الأسقف المشار إليها أعلاه فيما يلي:

1. إذا كان رقم المعاملات الإجمالي العالمي، دون احتساب الرسوم، لمجموع المنشآت أو مجموعات الأشخاص الذاتيين أو الاعتباريين الأطراف في عملية التركيز، يفوق أو يعادل مبلغ 750 مليون درهم؛
2. إذا كان رقم المعاملات الإجمالي، دون احتساب الرسوم، المنجز بالمغرب من طرف اثنتين على الأقل من المنشآت أو مجموعات الأشخاص الذاتيين أو الاعتباريين المعنيين، يفوق أو يعادل مبلغ 250 مليون درهم؛
3. إذا كانت جميع المنشآت التي تكون طرفا في العقد أو موضوعا له أو مرتبطة به اقتصاديا خلال السنة المدنية السابقة تتجزأ أكثر من 40 بالمائة من البيوع أو الشراءات أو المعاملات الأخرى في سوق وطنية للسلع أو المنتجات أو الخدمات من نفس النوع أو القابلة للاستبدال أو في جزء مهم من السوق المذكورة.

- تضم عمليات التركيز المعنية المكونات التالية:

أ - اندماج المنشآت بمفهومه الحرفي

- يتعلق الأمر بعملية تركيز اقتصادي تتوخى خلق كيان اقتصادي انطلاقا من البنيات القانونية القائمة أو المراد خلقها؛
- يجب ضمان استقلالية المنشآت المتدخلة في العملية. ما عدا ذلك، فإن العملية تتخذ شكل إعادة هيكلة داخلية أو تولي المراقبة على منشأة واحدة؛
- ثمة عدة أشكال لاندماج المنشآت تشمل:

أ-1 الاندماج عبر إحداث كيان جديد

يفضي هذا النوع من الاندماج إلى إنشاء شخصية اعتبارية جديدة، تنقل إليها المنشآت المنتسبة لبعض الكيانات القديمة، والتي تزول بعد ذلك، وتفقد صفتها كشخصيات اعتبارية.

أ-2 الاندماج عبر ضم المنشآت

تختفي، في هذه الحالة، إحدى الكيانات بعد تفويت ذمتها المالية لكيان آخر الذي لا يستمر في التصرف كشخصية اعتبارية.

أ-3 إحداث وحدة اقتصادية جديدة أو وقوع اندماج فعلي حين يفضي الجمع بين أنشطة المنشآت المستقلة سابقا، وفي حالة غياب تركيز قانوني، إلى إحداث مجموعة اقتصادية واحدة

وتنطبق هذه الحالة، خصوصا، حين تقوم منشأتين أو عدة منشآت، على أساس تعاقدية، بخلق تدبير اقتصادي مشترك أو اعتماد بنية ذات إدراج مزدوج، مع الاحتفاظ بشخصيتهما القانونية. وإذا ترتب عن العملية المذكورة اندماج فعلي بين المنشآت المعنية وإحداث مجموعة اقتصادية واحدة، فيمكن اعتبارها

بمثابة تركيز اقتصادي. ويعد التدبير الاقتصادي الوحيد والمستدام شرطاً أساسياً للحسم في وجود مثل هذا النوع من التركيز الفعلي.

ويمكن مراعاة عوامل أخرى، في هذا الإطار، تشمل التعويض عن الأرباح والخسائر، وتوزيع المداخل بين مختلف الكيانات داخل المجموعة، ومسؤوليتها التضامنية أو تقاسم الأخطار الخارجية.

كما يمكن تعزيز الاندماج الفعلي بالمساهمات المتبادلة بين المنشآت المكونة للمجموعة الاقتصادية، في حالة استناده على أحكام تعاقدية بسيطة.

ب - العمليات المتعلقة بتولي المراقبة على منشأة من طرف منشأة أخرى تمارس نشاطها بمفردها أو عدة منشآت تمارس نشاطاً مشتركاً

تنبثق المراقبة عن الحقوق أو العقود أو الوسائل التي توفر، بشكل منفرد أو مشترك وأخذاً بعين الاعتبار الظروف الواقعية أو القانونية، إمكانية ممارسة تأثير حاسم على نشاط المنشأة.

وتشمل الحالات التالية:

ب - 1 شراء الأسهم أو الأصول

- تتحقق المراقبة، في أغلب الأحوال، عن طريق شراء الأسهم أو حقوق التصويت (طبقاً للنصوص التشريعية المتعلقة بقانون الشركات، لاسيما المادة 144 من القانون رقم 95-17 المتعلق بشركات المساهمة، الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.96.124 الصادر في 30 غشت 1996، كما وقع تغييره وتتميمه)، والمقرونة، عند الاقتضاء، باتفاق بين المساهمين في حالة تعلق الأمر بمراقبة مشتركة أو اقتناء الأصول.

- قد تكون المراقبة الحصرية ناجمة عن مساهمة أقلية، حين تكون حقوق خاصة مرتبطة بهذه الأخيرة، ولاسيما حين:

1. توفر الأسهم التفضيلية، التي ترتبط بها حقوقاً خاصة، لحامل أسهم من الأقلية إمكانية تحديد الاستراتيجية التجارية للمنشأة المستهدفة، كسلطة تعيين أكثر من نصف أعضاء مجلس الرقابة أو الإدارة؛

2. يتمتع حامل أسهم من الأقلية بحق تدبير أنشطة الشركة وتحديد سياستها التجارية على أساس البنية التنظيمية.

ب - 2 مراقبة مشتركة

تتحقق المراقبة المشتركة حين تتوفر منشأتين أو عدة منشآت أو أشخاص على صلاحية تجميد القرارات المحددة للاستراتيجية التجارية لمنشأة ما. ويمكن أن تفضي إلى حالة جمود مرتبطة بتوفر شركتين أو عدة شركات أو على صلاحية رفض القرارات الاستراتيجية المقترحة. ومن ثم، يتعين على هؤلاء المساهمين إبداء الموافقة الحتمية على السياسة التجارية للمنشأة المشتركة (الخاضعة للمراقبة) والتعاون فيما بينهم.

تحدد كفاءات تولي المراقبة المشتركة على الشكل التالي:

- ضمان المساواة في حقوق التصويت أو في التمثيلية ضمن الهيئات التقريرية؛

تضمن الصيغة الأكثر تقليدية في تقاسم شركتين بالتساوي لحقوق التصويت في المنشأة المشتركة. ويمكن أن تتجلى المساواة أيضا في منح الشركتين حق تعيين عدد متساو من الممثلين في الهيئات التقريرية بالمنشأة ذاتها.

- حق النقض

تقع هذه الحالة حين تتمتع أقلية من حاملي الأسهم بحقوق إضافية تمكنها من الاعتراض على القرارات الاستراتيجية للمنشأة المشتركة.

- ممارسة حقوق التصويت بشكل مشترك

تستطيع منشأتين أو عدة منشآت، تمتلكان مساهمات أقلية في منشأة أخرى، تولي المراقبة المشتركة عليها حتى في حالة عدم تمتعها بحقوق نقض خاصة. وتطبق هذه الحالة حين توفر المساهمات الأقلية، مجتمعة، الوسائل الكفيلة بممارسة المراقبة على المنشأة المستهدفة. بصيغة أخرى، تمتلك الأقلية من حاملي الأسهم على أغلبية حقوق التصويت، وتتسق فيما بينها لممارستها. وقد يكون هذا التنسيق نتيجة اتفاق ملزم قانونا أو تفرضه ظروف واقعية.

ب- 3 مراقبة على أساس تعاقدية

يترتب عن هذا النوع من المراقبة تتبع طريقة تدبير المنشأة الأخرى ومواردها:

- تتخذ العقود التنظيمية المبرمة بمقتضى قانون الشركات أو نماذج أخرى من العقود، على سبيل المثال، شكل اتفاقية للتسيير الحر، تتولى من خلالها المنشأة المقتنية مراقبة طريقة تدبير المنشأة الأخرى ومواردها، حتى لو لم يتم تحويل حقوق الملكية أو الأسهم إليها؛

- حق الانتفاع بأصول منشأة، ويشمل إبرام اتفاق لممارسة مراقبة مرتبطة بالتسيير الحر لأنشطة المنشأة، وإبرام عقد خاص يهدف إلى تحويل المراقبة على الموارد، وتدبير المخاطر المقاولاتية، وغيرها؛

- الروابط الاقتصادية الخالصة التي تلعب دورا حاسما حين يتعلق الأمر بمراقبة منشأة، حيث يمكن لحالة تبعية اقتصادية أن تفضي، في ظروف استثنائية، إلى ممارسة مراقبة بحكم الأمر الواقع، وذلك حين تمنح، مثلا، عقود التسليم طويلة الأمد وبالغلة الأهمية أو القروض الممنوحة من طرف الموردين أو العملاء، المقرونة بالروابط الهيكلية، تأثيرا حاسما.

ت - إحداه منشأة مشتركة

تقوم هذه المنشأة، بشكل دائم، بكافة مهام كيان اقتصادي مستقل (أي منشأة مشتركة تمارس كافة وظائفها) حين تتولى منشأة أو عدة منشآت مراقبة كافة أو جزء من أنشطة منشأة أخرى؛

- يمكن أن تتشكل ذات المنشأة، على سبيل المثال، من عدة شركات ترغب في تطوير مشروع جديد بشكل مشترك. وتقوم، بالتالي، بتوحيد قوتها لإنجاح المشروع أو التقليل من المخاطر الفردية؛

- رغم أن تجميع الموارد قد يفضي، بشكل عام، إلى تعزيز المنافسة، إلا أن تجميع عدة منشآت متنافسة، أو حتى نشيطة في الأسواق القريبة، في منشأة واحدة من شأنه الحد من المنافسة على عدة مستويات، تشمل، مثلاً، تبادل معلومات حساسة بين المنشآت المتنافسة أو تنسيق سلوك الشركاء في السوق؛

- يجب أن تستوفي منشأة مشتركة، تمارس جميع وظائفها، الشروط التالية:

1. أن تتوفر على الموارد الكافية لممارسة أنشطتها في السوق بشكل مستقل؛

2. أن تمارس أنشطة تتجاوز الوظائف الخاصة للشركات الأم.

- كما يجب ألا تتقيد بالمبيعات أو الشراءات المنجزة لدى الشركات الأم، وأن تتمتع، بالتالي، بحق الولوج إلى السوق التي تقع قبلها أو بعدها.

الملحق 2: خصوصيات مرتبطة بالمنظمات المهنية

1 - ما يجب القيام به كمنشأة عضو بمنظمة مهنية

- وضع قائمة بالمنظمات التي ينتسب إليها الأجراء والمستخدمون التابعين لهم، بما في ذلك الوظائف المحتملة التي يزاولونها داخل الهيئات أو اللجان؛
- التحقق من مشاركة الأشخاص المعنيين فقط بشكل فعلي بمحور أو موضوع محدد في اجتماعات المنظمة؛
- تحسيس كل شخص، ينتمي لمنظمة مهنية، بإشكالية قانون المنافسة وتوعيته بالمخاطر الرئيسية التي يمكن أن يواجهها؛
- إعداد أو طلب إعداد مقدا جدول أعمال محدد للجنة أو الجمع العام؛
- الحرص على تسجيل اجتماعات المنظمة ولجانها في جدول مواعيد يتضمن جداول الأعمال ذات الصلة؛
- عدم المصادقة على جداول الأعمال غير الملائمة أو المفرطة في الغموض (كالتى تتضمن «مختلفات» أو «عناصر أخرى»)، والحرص على عدم مشاركة مستخدمى المنشأة في الاجتماعات التي تتضمن جداول أعمالها نقاطا مثيرة للخلافات؛
- عدم التردد في طلب توضيحات حين يتطلب الموضوع المراد مناقشته ذلك؛
- التحقق، إذا لزم الأمر، من حضور مستشار قانوني في اجتماعات المنظمات المهنية؛
- تبادل الأفكار والآراء بشأن المحاور التي تتقاطع مع قانون المنافسة، من بينها:
 1. المسائل التقنية وغير السرية ذات الصلة بالفرع برتمه، مثل الشروط أو المعايير المتعلقة بالصحة أو السلامة؛
 2. المواضيع العامة المتعلقة بالوسائل التكنولوجية مثل خصائص أدوات معينة أو تقنيات خاصة ومدى ملاءمتها؛
 3. الشروط-الإطار أو المعايير؛
 4. الحملات التواصلية أو أنشطة الضغط داخل الفرع.
- تفادي مناقشة نقاط غير مدرجة في جدول الأعمال؛
- وضع حد لأي مناقشة تتعارض، مع قانون المنافسة والانسحاب، إذا لزم الأمر، من الاجتماع دون تردد، مع التحقق من تسجيل الانسحاب في المحضر مع ذكر أسبابه؛
- عدم تذييل المعطيات غير الحساسة المتبادلة لإنجاز الدراسات حول السوق والأبحاث الإحصائية الأخرى بتعليقات أو تحليلات أو ملاحظات أو توصيات؛

- الاستفسار عن المعلومات بشأن وثيرة تنظيم تظاهرات المنظمة وأماكنها؛
 - لا يمنع المشاركة في تظاهرات خاصة بقطاع نشاط معين. غير أن هذه التظاهرات قد تثير شكوكا بشأن احترام قواعد قانون المنافسة إذا كانت تنظم بوتيرة متكررة أو تجرى في أماكن غير معتادة؛
 - تحرير أو تسليم محضر مفصل عن الاجتماعات المنظمة؛
 - الحصول على نسخة والاحتفاظ بكل وثيقة جرى تبادلها أو مناقشتها أثناء الاجتماعات مع الجمعيات.
- 2- ما يجب القيام به كمنظمة مهنية
- التحقق من استيفاء المنظمة للشروط القانونية عند تأسيسها والتنصيب صراحة على إلزامية التقيد بقواعد المنافسة في أنظمتها الأساسية؛
 - التحقق من استناد العضوية إلى معايير موضوعية ودقيقة وغير تمييزية، وذلك في حالة ما كانت مقيدة وغير مفتوحة؛
 - التحقق من ملاءمة أعمال اللجان أو اللجان الفرعية مع أهداف المنظمة، وعدم إثارتها لمواضيع تنطوي، بدرجة كبيرة، على خطر إبرام اتفاق غير مشروع؛
 - تحديد طبيعة المعلومات التنافسية الحساسة ووضع قائمة تضم:
 1. المعلومات المقبولة تبادلها بين الأعضاء؛
 2. المعلومات التنافسية الحساسة التي يحظر تبادلها بين الأعضاء، وتحديد عواقب تبادلها.
 - التحقق من ملاءمة الموقع الإلكتروني ومحتوى الفضاء المخصص لأعضاء المنظمة مع قواعد المنافسة من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:
 1. هل يتضمن الموقع معلومات بشأن الأسعار أو عناصر الأسعار (كآليات تحديد الأسعار، وشروط منح القروض، والخصومات، والعروض الخاصة، والضرائب، وأسعار الشحن، وغيرها)؟
 2. هل توجد أدلة على تبادل معلومات مفصلة بشأن الأسعار أو الحصص السوقية أو العملاء أو حجم المبيعات؟
 3. هل توجد قائمة بالمستهلكين أو الموردين «المرخص لهم»؟
 - من أجل الحيلولة دون وقوع في أية مشاكل تتعلق بدراسات السوق أو التحقيقات الإحصائية الأخرى لأعضائها، يتعين التقيد بالعناصر التالية:
 1. التحقق من إسناد عملية جمع ومعالجة المعطيات لمنشأة مستقلة (أو إسنادها، على الأقل، لفريق مكون حصريا من مستخدمي المنظمة المهنية، باستثناء مستخدمي المنشآت المنتسبة للمنظمة)؛
 2. التحقق من عدم تبليغ المعلومات المتاحة لمنشآت متنافسة والتقيد الكامل بسرية المعطيات المتوفرة؛

3. التحقق من كون الإحصائيات تعد بصفة مجردة، ولا تتيح إمكانية ربط بيانات خاصة مع المنشأة التي قامت بتوفيرها؛
4. تفادي أي نقاش بشأن الإحصائيات المتبادلة من قبل المنشآت التي قامت بتوفيرها قبل وأثناء وبعد انتهاء اجتماعات المنشأة، وفي أي مناسبة أخرى.
- موافاة ممثلي أعضاء المنظمة المهنية بجدول أعمال مفصل ومطابق لقانون المنافسة قبل تحديد تاريخ انعقاده؛
- تحرير محاضر تتضمن وجوباً هوية جميع المشاركين في الاجتماع، وتعكس مضمون النقاشات والملاحظات المدلى بها، والقرارات المعتمدة؛
- الحرص على إبقاء النقاشات المثارة خلال الاجتماعات، وبشكل صارم، ضمن إطار جدول الأعمال المحدد:
1. إذا زاغت النقاشات عن الإطار المذكور لإثارة مواضيع تتعارض مع قانون المنافسة، فسيتعين على كل ممثل من ممثلي أعضاء المنظمة المهنية تحمل مسؤولية إعادة تأطير النقاش وإنهائه، إذا لزم الأمر، (لاسيما في حالة ظهور شكوك بشأن شرعية المعلومات المتبادلة)، عبر الانسحاب من الاجتماع وذكر أسبابه في المحضر؛
2. يتعين على المسؤول المكلف بالاجتماع أو مستخدمي المنظمة المهنية الدائمين وكل ممثل من ممثلي أعضائها التماس دعم المديرية المكلفة بالشؤون القانونية، كلما استدعت الضرورة ذلك، قبل المصادقة على مضمون محضر الاجتماع؛
- التحقق من دقة المحاضر من طرف ممثلي المنشآت المشاركة في الاجتماعات عبر الإجابة على الأسئلة التالية:
1. هل تمت صياغتها على النحو الكافي من الدقة؟
2. هل تتضمن أدلة عن تحريف النقاش عن إطار جدول الأعمال؟
3. هل تتضمن أدلة عن تقييد أعضاء المنشأة المشاركين في الاجتماعات بالقواعد المحددة من قبل المنشأة؟
- إشراك المديرية المكلفة بالشؤون القانونية التابعة لممثلي أعضاء المنظمة المهنية قصد تحديد شكل ومضمون مقاربات المنظمة الرامية إلى التعريف بالموقف المشترك للأعضاء إزاء المحيط الخارجي، والذي قد يختلف عن النشاط المحدد للمنظمة (عبر بلاغات صحفية ورسائل إلكترونية واجتماعات مع الأغيار، وغيرها)؛
- الاحتفاظ بجدول الأعمال وسجلات الحضور والمحاضر.

مجلس المنافسة

ⵎⴰⵔⴷⵓ ⵏ ⵏⵉⵙⵏ ⵏ ⵉⵎⵎⵓⵏⵏⵉ

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

المملكة المغربية
ROYAUME DU MAROC



مجلس المنافسة
شارع التين، معج الرياض سانتر
عمارة 7 و 8، الطابق الرابع. الرباط
الهاتف: 0537752810 - 0537756216