

الجمهورية التونسية

الحمد لله

مجلس المنافسة

الجلسة العامة

- استشاري -

القطاع: المطاعم والأكل السريع

الرأي عدد 152552

الصادر عن مجلس المنافسة

بتاريخ 8 أكتوبر 2015

إنّ مجلس المنافسة،

بعد الإطلاع على مكتوب وزير التجارة والصناعات التقليدية المرسم بكتابة المجلس تحت عدد 152552 بتاريخ 25 مارس 2015 طلب بمقتضاه إبداء الرأي حول طلب شركة "إفريقيا كاترينق" CATERING AFRICA الترخيص لإستغلال علامة أجنبية (أمريكية) تحت التسمية التجارية "هارديز" "Hardee's" في إطار عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية طبقاً لأحكام الفصل 6 من القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 والمتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وبعد الإطّلاع على القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 والمتعلّق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وعلى الأمر عدد 370 لسنة 2006 المؤرخ في 3 فيفري 2006 المتعلّق بضبط إجراءات وصيغ الاستشارة الوجوبية لمجلس المنافسة حول مشاريع النصوص الترتيبية،

وعلى الأمر عدد 477 لسنة 2006 المؤرخ في 15 فيفري 2006 المتعلّق بضبط التنظيم الإداري والمالي وسير أعمال مجلس المنافسة،

وبعد الإطّلاع على ما يفيد استدعاء أعضاء المجلس وفق الصيغ القانونية لجلسة يوم 8 أكتوبر 2015.

وبعد التأكد من توقّر النصاب القانوني،

وبعد الاستماع إلى المقررة السيّدة كوثر الشابي في تلاوة تقريرها الكتابي.

و بعد المداولة استقرّ رأي الجلسة العامة لمجلس المنافسة على ما يلي:

I - الإطار التشريعي والترتيبي المنظم للقطاع:

- القانون عدد 147 لسنة 1959 المؤرخ في 7 نوفمبر 1959 المتعلق بالمقاهي والمحلات المماثلة لها المنقح والمتّم بالقانون عدد 27 لسنة 2001 المؤرخ في 8 مارس 2001.

- القانون عدد 75 لسنة 2004 المؤرخ في 2 أوت 2004 المتعلق بحذف رخص ومراجعة موجبات إداريّة تخصّ بعض الأنشطة التجاريّة والسياحيّة والترفيهيّة.

- القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرخ في 12 أوت 2009 المتعلق بتنظيم تجارة التوزيع.

- القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 والمتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

- الأمر عدد 1501 لسنة 2010 المؤرخ في 21 جوان 2010 المتعلق بضبط الشروط الدنيا الواجب توفّرها في عقد الإستغلال تحت التسمية الأصليّة والمعطيات الدنيا المضمّنة بالوثيقة المصاحبة للعقد.

- قرار وزير التجارة والصناعات التقليديّة مؤرخ في 28 جويلية 2010 يتعلّق بمنح بعض عقود الإستغلال تحت التسمية الأصليّة ترخيصا آليّا.

II - دراسة السوق:

تحديد السوق المرجعية:

تندرج السوق المعنية في إستشارة الحال ضمن سوق الأكلة السريعة وهو ما يعبر عنه بـ: la restauration rapide في إطار محلات مختصة في تقديم المأكولات والمشروبات الحاملة لعلامة أجنبية أمريكية "هارديز"¹: Hardee's



وتتميز سوق المطاعم السريعة المعنية بإستشارة الحال إضافة إلى جودة المنتوجات والخدمات المقدّمة وتوقعها في مناطق راقية بأنّها تندرج ضمن سوق المطاعم التي تتميز بتقديم وصفات متنوعة بأسعار متوسطة.

وتحمل هذه المطاعم علامة: "هارديز".

وينبع الطلب بخصوص مختلف هذه المحلات من نوعيّة أو صنف من المستهلكين غالبا ما يكون من الشباب ومن ذوي مستوى دخل يتراوح بين فوق المتوسط والمرتفع.

ويشهد هذا القطاع على مستوى العالم تطوّرا ملحوظا وتعتبر العلامات التالية من أهمّ العلامات المتواجدة على الساحة العالميّة:

¹ -Hardee's chaine de restauration rapide américaine, fondée en 1960 par Wilber Hardee aux Etats Unis. Hardee's **est classée quatrième au monde** avec plus de 2000 point de vente franchises répartis sur plus de 80 pays. Après son acquisition par CKE Restaurant, la chaine continue son expansion dans le monde sous deux noms de marques: Hardee's et Carl's Jr



McDonald –



Quick –



Casino Caf  teria -

معطيات حول علامة هارديز:

سلسلة من المطاعم السريعة الأمريكية. تم تركيز هذه العلامة منذ سنة 1960 من طرف Wilber Hardee وهي مصنفة في المرتبة الرابعة على المستوى العالمي ولها أكثر من 2000 نقطة بيع بالولايات المتحدة الأمريكية و 200 مطعم موزع على أكثر من 80 دولة.

وهي متواجدة بالأردن (5 مطاعم) - البحرين (11 مطعم) - قطر (10) - العربية السعودية - الكويت (42) - لبنان (9) - عمان (5) - مصر (38) - الإمارات (31) - المغرب (مطعم واحد).

وتشتهر هذه العلامة خاصة بـ

- تقديم "Thickburgers" ذا جودة عالية
- مكوّنات طازجة
- تقديم وجبات نباتية
- أسعار متوسطة

- خدمات سريعة

وتجدر الإشارة إلى أنّ هذه العلامة تمّ شراؤها من طرف مجموعة CKE Restaurant وأصبحت منتشرة في العالم تحت التسميتين التجاريتين



و Carl's Jr



التاليتين: Hardee's

أهمّ العلامات المنافسة لعلامة "هارديز":

1- بأمريكا:

تحتل علامة "هارديز" الأمريكية المرتبة الرابعة عالميًا. وتمثّل العلامات التالية أهمّ العلامات المنافسة لها:



2- بالسّوق المحلية:

تتميّز السّوق المحلية للأكلة السريعة بتواجد نوعين من محلات الأكلات السريعة: محلات الأكلات السريعة التقليدية ومحلات الأكلات السريعة ذات الطابع العصري.

- محلات الأكلات السريعة التقليدية أو الشعبية كثيرة ومتعدّدة

ويصعب حصر عددها.

- محلات الأكلات السريعة ذات الطابع العصري وتنقسم إلى ثلاثة

أصناف من المحلات:

- محلات تحمل علامة تونسية وحيدة تعمل وفقا لتقنية الفرنشيز:

وتتمثل في "باقات آند باقات" "Baguette & Baguette" وتمكّنت من التوسّع من خلال إحداثها 19 نقطة.

- محلات تجارية عصرية حاملة لعلامات تجارية متعدّدة ومختصّة في تجهيز

الأكلات السريعة:

والملاحظ في هذا الشأن أنّه رغم غياب نظام "فرانشيز" متطوّر في السوق الوطنيّة للأكلات السريعة ذات الطابع العصري فإنّ ذلك لا ينفي وجود محلات تجارية عصرية حاملة لعلامات تجارية متعدّدة ومختصّة في تجهيز الأكلات السريعة.

وتتواجد أغلب هذه المحلات بالمناطق العمرانية وبالمساحات التجارية الكبرى وبالمركّبات التجارية. وتشكّل أهمّ مكوّن لسوق الأكلات السريعة من حيث العدد ومن حيث نسبة التشغيل. غير أنّه لا تتوفّر حاليا معطيات دقيقة حول عدد الناشطين بهذه السوق وكيفية توزيعهم الجغرافي.

- محلات تحمل علامات أجنبية في إطار عقود الإستغلال تحت التسمية

الأصلية : أو ما يعرف بـ « la franchise alimentaire type fast food »

انطلقت خاصّة منذ سنة 2012 على غرار العلامة الفرنسية **Pomme de pain**² المتواجدة بالسوق المحلية منذ 8 ديسمبر 2012 و**Quick** التي سبق أن قدّم مطلب بخصوصها لدى وزارة التجارة والصناعات التقليدية وأبدى مجلس المنافسة رأيه بشأنه بتاريخ 22 نوفمبر 2012.

موضوع العقد:

يتعلّق موضوع الإتّفاق بإستغلال شركة "AFRICA CATERING" علامة "هارديز" Hardee's

ويندرج النشاط موضوع الإتّفاق ضمن نشاط الخدمات المتمثّل في تقديم أكّلات خفيفة بمطاعم يتمّ تصميمها وتزويقها وفقا لمميزات العلامة التجارية التالية: Hardee's

كما تتمتّع المطاعم الحاملة لهذه العلامة التجاريّة بميزة تفاضليّة على مستوى نوعيّة المنتوجات التي يتمّ تقديمها للحرّيف وكذلك على مستوى الخدمات. كما تتميّز هذه العلامة بتقديم أكّلات خفيفة بأسعار متوسطة وتتمثّل خصوصية هذه العلامة خاصة في:

- تقديم منتج معروف تحت تسمية: "thickburgers"

- منتوجات طازجة

- أطباق نباتية: menus végétariens

²- Le réseau Pomme de Pain propose désormais ses sandwiches en Tunisie ! Depuis le 8 décembre 2012, l'enseigne accueille ses clients à Ennasr, au nord de la capitale.

Il s'agit du troisième pays d'implantation en Afrique du Nord pour l'enseigne qui est déjà présente au Maroc et en Egypte.

- خدمات سريعة

بعض المعطيات حول صاحب العلامة:

شركة les restaurants Hardee's شركة ذات مسؤولية محدودة مكونة وفقا لقوانين مقرها الإجتماعي كائن بـ

100 N Broadway, Suite 1200

معطيات حول الشركة المستغلة للعلامة بتونس:

شركة AFRICA CATERING شركة خفية الإسم مقرها الإجتماعي كائن بعمارة البحيرة فوروم الطابق السادس بضاف البحيرة 2 - 1053 المرسى. رأس مالها 1.600.000 دينار موضوع النشاط: خدمات المطاعم وفيما يلي قائمة المساهمين:

المبلغ (بالدينار)	المساهمين
799.700	TUNISIA HOLDING
799.700	سليم الرياحي
100	صباح علوي حرم سليم الرياحي
100	نعمان التونسي
100	سنية الرياحي حرم ملىان
100	آية الرياحي
100	أيمن الرياحي
100	نائل الرياحي
1.600.000	المجموع

شركة أفريقيا كاترينق "Africa Catering" هي الشركة التي ستقوم

بإحداث واستغلال مطاعم تحت علامة "هارديز"

وهي شركة خفيّة الإسم خاضعة للقانون التونسي مسجلة بالسجل التجاري تحت عدد ب01120252013 بدأت تنشط بتاريخ 14 جوان 2013. وهي تابعة إلى مجموعة تونيزيا هولدينغ Tunisia Holding.

مخطط توزيع المحلات وتطوير العلامة:

وفقا لمخطط تطوير العلامة بتونس يلتزم مستغل العلامة في مرحلة أولى بتركيز 12 مطعما بمعدّل مطعمين كل سنة طيلة الست سنوات الأولى من العقد وفق ما يبيّنه الجدول التالي:

2020	2019	2018	2017	2016	2015
2	2	2	2	2	2

IV - العقد الراهن

1- طبيعة العقد:

إنّ العقد الراهن يحمل تسمية: عقد تطوير دولي: هارديز: Accord de développement international Hardee وهو ينصّ بصفة صريحة صلب

الفصل 2. 2 (أ) على أنّ ليس عقد إستغلال تحت العلامة الأصليّة: Franchise

Cet accord n'est pas une licence ou une franchise et n'accorde pas au promoteur un droit d'ouvrir ou d'opérer ou de breveter une tierce personne pour ouvrir ou opérer toute activité ;y compris sans limitation un restaurant patenté . Cet accord donne seulement au promoteur l'opportunité d'entrer dans l'accord de licence multi –unit et les avenants de nouveau développement individuel avec HR pour le développement individuel avec HR

وهو ما جعل المجلس يبادر بمراسلة طالب الترخيص للتأكد من طبيعة العقد خاصة أنّ كل الوثائق التي تمت إحالتها من طرف شركة "أفريكا كاترينق" إلى وزارة التجارة تشير إلى **عقد ترخيص لإستغلال علامة هارديز** والحال أنّ المدير التنفيذي لشركة "أفريكا كاترينق" أكّد بتاريخ 2 جوان 2015 للمجلس أنّ العقد الراهن لا يشكّل عقد إستغلال تحت العلامة الأصلية وإنما عقد تطوير للعلامة: **contrat de développement** وأمام هذا التضارب يتّجه التأكيد على أنّ تسمية العقد لا تحدّد طبيعته بقدر ما تؤكّده مختلف بنود العقد

ومهما يكن من أمر فإنّ دراسة كافة بنود العقد الراهن تؤكّد أنّ العقد الراهن هو عقد إستغلال تحت العلامة الأصلية لإحتوائه على بند الإستغلال الترابي الحصري للعلامة، التزود الحصري من صاحب العلامة، بند عدم المنافسة... إضافة لكون كافة الإلتزامات والواجبات المميزة للمرخص والمرخص له في إطار عقود الإستغلال تحت التسمية الأصلية مضمنة بالعقد ولذلك فإنّ تسمية العقد لا تؤثر على المحتوى ما عدا الفصل 2.2 (أ).

2- المزايا التي يوفرها "عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية الراهن" لطرفي العقد (المرخص والمرخص له).

- بالنسبة لصاحب التسمية الأصلية

يمكن عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية الراهن صاحب العلامة من حصوله على مبلغ مالي يقدر بـ **120,000 دولار** للدخول في الشبكة³ ويتمتع كذلك بمبلغ قيمته **35,000 دولار** عن كل مطعم يتم فتحه.

وعند تركيز علامته بتونس يسعى صاحب العلامة إلى المزيد من إشعاع سمعة وشهرة علامته التجارية مع تركيز شبكة واسعة لكسب قاعدة هامة من الحرفاء.

³ -Le Franchisé paie **un droit d'entrée dans le réseau** de quarante cinq mille euros hors taxe (45.000 € HT) en trois versements annuels de 15.000 HT, le premier à la signature du present contrat ,le deuxième au jour du premier anniversaire de la signature,le dernier au deuxième anniversaire de la dite signature .Source:le contrat.

- بالنسبة لمستغل التسمية الأصلية

يستفيد مستغل العلامة بتونس من المعرفة والمهارات المكتسبة لصاحب العلامة واستخدام الاسم التجاري: "Hardee's".

4- بنود العقد

يحتوي العقد على 25 فصلا مفصلة كالاتي:

نورد أهمها:

-الملحق ب : منطقة التنمية:تحديد منطقة التنمية

- الفصل 2.2. (د) حصريّة إستغلال العلامة.

... « aussi longtemps que le promoteur soit en toute conformité ,HR ne développera pas ouvrir ou opérer ou patenter toute tierce personne pour promouvoir ,ouvrir ou opérer tout restaurant Hardee's dans le territoire de promotion durant la période de développement.L'exclusivité limité octroyée au promoteur en vertu de cette section durera et sera sans effet à la première survenance de tout défaut qui n'est pas préparé .. »

-الفصل 1.6 يلتزم صاحب العلامة بمنح مستغل العلامة نسخة من دليل التشغيل

باللغة الإنكليزية كما يمكنه من الإطلاع على النسخة الرقمية للدليل

- الفصل 2. 13 يلتزم مستغل العلامة بالحفاظ على سرية المعطيات

- الفصل 3. 13 (ب) واجب عدم المنافسة لمدة سنة

Le promoteur convient et accepte durant la période de promotion et pour une période d'une année immédiatement suivant la date de résiliation, ni le promoteur,ni le promoteur affilié que ce soit directement ou indirectement ,pour lui-même ou à travers au nom d'une tierce personne Se divertir ou tenter de divertir par moyen direct ou indirect ou autrement toute activité ou activité potentielle ,client ou fournisseur de HR ou tout affilié de HR du restaurant Hardee's à un compétiteur de HR toute activité compétitive ou toute tierce personne

Posséder, maintenir, opérer, s'engager toute activité compétitive .Durant la période de promotion, il n'ya pas de limitation géographique sur cette restriction. Cette restriction s'appliquera à une activité compétitive, existante dans le territoire de promotion, à l'intérieur de deux milles de la frontière du territoire de » promotion ou un rayon de deux milles du restaurant Hardee's existant.

الفصل 13. 1 يلتزم مستغل العلامة طيلة فترة التنمية ببذل أقصى مجهوده لتنمية العلامة في منطقة التنمية.

– الإلتزامات الناشئة عن عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية:

• الإلتزامات المحمولة على صاحب التسمية الأصلية :

تضمّن العقد التنصيب على الإلتزامات المحمولة على صاحب التسمية الأصلية وتمثّل مجمل هذه الإلتزامات خاصّة فيما يلي:

– يضمن صاحب العلامة لمستغل العلامة حصريّة إستغلال العلامة
– يمنح صاحب العلامة مستغل العلامة الحق في إستخدام خبرته الواردة في دليل التشغيل.

– يمنح صاحب العلامة مستغل العلامة وصفات الأكالات والتي تشكل عنصرا أساسيا في المعرفة (le savoir faire)

– يلتزم صاحب العلامة بمساندة مستغل العلامة عند فتح المطعم وكذلك بعد فتح المحل

– تقديم خدمات التكوين المستمرة خلال مدة العقد

الإلتزامات المحمولة على مستغل العلامة:

تضمّن العقد جملة من الإلتزامات المحمّولة على مستغل العلامة وتتمثّل خاصّة في ما يلي:

- حصريّة إستعمال العلامة.

- يلتزم مستغل العلامة بأن تكون قائمة المنتوجات التي يقدمها مطابقة للمواصفات المضمّنة بدليل التشغيل وذلك بهدف الحفاظ على تجانس شبكة العلامة.

- الإلتزام بتطبيق التغيرات التي تطرأ على نظام "هارديز".

- دفع معلوم الدخول في الشبكة المحدّد بـ120.000 دولار.

- دفع مبلغ 35,000 دولار عن كل مطعم.

- دفع مصاريف التكوين المحدّدة بـ25,000 دولار.

- دفع كل الأداءات.

- الحفاظ على المعلومات السرية للعلامة Obligation de confidentialité

- الإلتزام بإحترام كراس الشروط الوارد بدليل التشغيل فيما يتعلق بالمنتوجات المقدّمة بإعتبار خصوصيتها ولضمان وحدة وتجانس المنتوجات التي تشكّل عنصراً أساسياً للحفاظ على صورة الشبكة.

- الإلتزام بعدم إلحاق الضرر بسمعة العلامة وبسمعة صاحب العلامة أو بشبكة "هارديز".

V- التحليل القانوني لمجموعة التضييقات المضمّنة بعقد الإستغلال تحت التسمية الأصليّة:

يمثل عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية موضوع الإستشارة الراهنة إتّفاقا
يتعلّق بتركيز عدّة محلات : مطاعم تحمل علامة "هارديز:" ويحتوي هذا الإتّفاق
على بعض التضييقات المتعلّقة بحق الإستغلال الحصري للعلامة بالتراب التونسي
وفقا لمخطّط الإستغلال (الفصل 2.2 د).

كما وقع التنصيب على شرط عدم المنافسة خلال مدّة العقد (الفصل 13.3
ب) الذي من شأنه الحد من دخول مؤسسات أخرى إلى السّوق ويمسّ بمبدأ
المنافسة الحرّة فيها.

ويشكّل تبعا لذلك هذا العقد إتّفاقا مخالفا لأحكام الفصل 5 من قانون إعادة
تنظيم المنافسة والأسعار التي تنصّ على أنّه:

"تمنع الأعمال المتفق عليها والتحالفات والاتفاقيات الصريحة أو الضمنيّة التي يكون
موضوعها أو أثرها مخلا بالمنافسة والتي تؤوّل إلى:

- 1 - عرقلة تحديد الأسعار حسب السير الطبيعي لقاعدة العرض والطلب،
- 2 - الحد من دخول مؤسسات أخرى للسّوق أو الحد من المنافسة الحرّة فيها،
- 3 - تحديد أو مراقبة الإنتاج أو التسويق أو الاستثمار أو التقدّم التقني،
- 4 - تقاسم الأسواق أو مراكز التموين".

وتبرز هذه المخالفة من خلال تضمّن العقد تنصيحا على ممثّل وحيد للعلامة
بتونس وهو ما يؤدي بطبيعته إلى الحدّ من دخول مؤسسات أخرى إلى السوق ومن
المنافسة الحرّة فيها. كما أنّ تنصيب العقد على منح شركة "أفريكا كاترينق"

الإستغلال الحصري للعلامة التجارية في كامل تراب الجمهورية يفضي إلى تقاسم السّوق وهو ما يتعارض مع ما ورد بالفقرة الرابعة من الفصل الخامس من قانون المنافسة والأسعار.

VI- النظر في إمكانية منح إعفاء للإتّفاق موضوع الإستشارة الراهنة على معنى الفصل 6 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار:

يعتبر بعض الفقهاء⁴ أنّ قانون المنافسة لا يهدف إلى ضمان توازن العقد بل توازن السّوق إلّا أنّه وبصفة غير مباشرة يتدخّل قانون المنافسة لتحديد البنود التي يشملها الإعفاء والبنود التي لا يمكن أن يشملها الإعفاء بما يساهم في تعديل العقد وضمان نوع من التوازن بين طرفيه ذلك أنّ عدم التوازن قد يؤثّر على التوازن العام للسوق المعنيّة.

لقد أقرّ الفصل 6 في فقرتيه الأولى والثانية من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار بأنّه: "تعفى من تطبيق أحكام الفصل الخامس من هذا القانون الإتّفاقات أو الممارسات أو أصناف من العقود التي يثبت أصحابها أنّها ضروريّة لضمان تقدّم تقني أو إقتصادي وأنّها تدّرّ على المستعملين قسطا عادلا من فوائدها، شريطة ألاّ تؤدي إلى:

- فرض تضييقات تتجاوز ما هو ضروري لتحقيق ما ترمي إليه من أهداف.
- الإقصاء التام للمنافسة في السّوق المعنيّة أو في جزء هام.

⁴ - " ... certains déséquilibres sont tels , qu'il influent sur le marché , dès lors ,indirectement le droit de la concurrence va permettre la régulation du contrat , pour protéger le marché ».

Traité des contrats : les contrats de la distribution

Martine Behar-Touchais, Georges Virassamy Paris LGDJ. édition 1999 P93.

يمنح هذا الإعفاء بقرار معلّل من الوزير المكلف بالتجارة بعد إستشارة مجلس المنافسة وينشر بالرائد الرسمي للجمهورية التونسية".

وتبعا لذلك فإنّ الفصل 6 يجيز عدم تطبيق المنع الوارد بالفصل 5 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار على الاتفاقات أو أصناف من العقود التي تضمن توفّر تقدّم تقني أو اقتصادي والتي تدرّ على المستعملين قسطا عادلا من فوائدها. شريطة ألا تؤدي إلى:

- فرض تضييقات تتجاوز ما هو ضروري لتحقيق ما ترمي إليه من أهداف.
 - الإقصاء التام للمنافسة في السوق المعنية أو في جزء هام.
- وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى ضرورة توفّر الشرطين الواردين بالفصل السادس آنف الذكر معا أي التقدّم التقني أو الاقتصادي وضمنان قسط عادل من فوائد الاتفاق للمستعملين.

وهو ما يستدعي التثبّت من إمكانية توفّر فوائد اقتصادية من هذا العقد تعود بالنفع على المستهلك وبأنّه لا يفرض تضييقات تتجاوز ما هو ضروري لتحقيق ما يرمي إليه من أهداف كما أنّه لا يقصي بصفة كلية المنافسة في السوق المرجعية أو في جزء هام منها.

في ما يتعلّق ببند الإستغلال التراي الحصري

يمكن هذا البند المرخص له من إستغلال التسمية الأصلية بصفة فردية ويمنح له بالتالي على مستوى تراي محدّد ميزة تنافسية تجعله حريصا على تطوير خدماته وتحسينها عبر الإلتزام بتطبيق كلّ ما ينصّ عليه دليل التشغيل وما تفرزه تجربة صاحب العلامة من تحسينات وكذلك من خلال انتداب عملة وموظّفين مختّصين وتكوينهم وتدريبهم بصفة مستمرة. كما أنّ لهذا البند خصوصية في هذا العقد بإعتباره يشمل كامل تراب الجمهورية.

فهو يتعلّق بمجموعة من المحلات يبدأ تركيزها بإثنين بتونس العاصمة (البحيرة والنصر) ثم تتوسّع في مناطق أخرى من ولايات الجمهورية بصفة تدريجيّة.
في ما يتعلق بالتزوّد الحصري بالمنتجات:

يتزوّد مستغل العلامة بالمنتجات من صاحب العلامة أو من المزودين المحدّدين من طرف هذا الأخير بالنسبة للمنتجات التي لا يوجد لها مثيل بالسوق المحلية.

ويتميّز هذا العقد بتضمّنه لبند تمكّن مستغل العلامة من التزوّد بعدّة منتجات وتجهيزات من السوق المحلية شرط إنتقاء المزوّدين بصفة شخصيّة بهدف الحفاظ على صورة وسمعة العلامة. ويلتزم في هذا الإطار صاحب العلامة بتقديم كل المواصفات المطبّقة ضمن نظام "هارديز" بهدف تطبيقها بالسوق المحلية.

وهي فرصة هامة لمستغل العلامة للحد من شرط التزوّد الحصري فيما يتعلّق بأغلب المنتجات شرط الخضوع للمواصفات المحددة من طرف صاحب العلامة والإنتقاء الشخصي للمزوّدين بهدف المحافظة على جودة ونكهة المنتجات المقدّمة وذلك بالاتفاق مع صاحب العلامة بالتزوّد من مزوّدين بتونس بخصوص أغلب المنتجات على غرار كل ما يتعلق بالتعليب والتزويق وبعد مصادقة صاحب العلامة.

وهو ما يتمشى مع المبدأ الذي يقضي بضرورة الحد من شرط التزود الحصري في ما يتعلق بالمنتجات والتجهيزات غير المنافسة للعلامة⁵.

في ما يتعلق بمدة العقد باعتبار تضمّنه لبند التزود الحصري:

تضمّن العقد الراهن التنصيص على إلزام مستغل العلامة بإستغلال العلامة لمدة 20 سنة.

وتبعا لذلك فإنّ هذه المدة تبدو في ظاهرها طويلة نسبيا وتحدّ من دخول مستثمرين أو مؤسسات أخرى للسوق غير أنّ هذا النوع من العلامات يتطلّب إستثمارات هامة ممّا يبرّر طول مدة التعاقد لضمان تحقيق أرباح لمستغل العلامة⁶. وسعيا لتحقيق نوع من الموازنة بين مدة العقد وضمان عدم الإخلال بالمنافسة يقترح تحديد مدة العقد بالحط منها وجعلها لا تتجاوز 5 سنوات عوضا عن 20 سنة قابلة للتجديد. وهذا ما جرى عليه الفقه الإستشاري لمجلس المنافسة بخصوص مثل هذا البند التعاقدي إستثناسا بالقانون المقارن الأوروبي. في ما يتعلق ببند عدم المنافسة⁷:

⁵Le projet créera aussi un réseau de partenaires et de prestataires locaux en matière de fourniture de certains produits dont notamment alimentaires, les fruits, les produits laitiers, l'emballage, la verrerie et le transport.

⁶-La durée du contrat de franchise doit permettre au franchisé de rentabiliser son investissement et au moins de rembourser les emprunts auxquels il a souscrit. Il n'existe pas de durée déterminée, exception faite des contrats contenant une clause d'exclusivité d'approvisionnement qui ne peuvent excéder 10 ans. source: site web: www.pme.gouv.fr .

⁷ - Les contrats de franchise prévoient fréquemment une clause de non-concurrence post-contractuelle opposable au franchisé. Ce type de clause a pour but de protéger l'identité commune et la réputation du réseau ainsi que le savoir-faire du franchiseur.

En matière de franchise, le texte de référence est le règlement européen n° 330-2010 du 20 avril 2010 (entre en vigueur le 1^{er} juin 2010 et expire le 31 mai 2022) qui remplace le règlement n° 2790-1999 du 22 décembre 1999 relatif aux accords verticaux et pratiques concertées. Selon ce texte, les clauses de non-concurrence sont autorisées si elles remplissent une série de conditions cumulatives.

Le règlement en impose quatre : 1) l'obligation doit concerner des biens ou des services qui sont en concurrence avec les biens ou services objet du contrat ; 2) elle doit être limitée aux locaux et aux terrains à partir desquels l'acheteur a opéré pendant la durée du contrat ; 3) elle doit être indispensable à la protection d'un savoir-faire

نصّ العقد ضمن **الفصل 13 ب** منه على أنّه لا يمكن لمستغل العلامة بصفة مباشرة أو غير مباشرة خلال مدة العقد وبعد إنتهائه أو فسخه القيام بنشاط منافس في داخل الإطار الجغرافي للعلامة أو خارجه لمدة سنة.

Le promoteur convient et accepte durant la période de promotion et pour une période d'une année immédiatement suivant la date de résiliation ,ni le promoteur ni le promoteur affilié que ce soit directement ou indirectement, pour lui-même ou à travers au nom de ou une conjonction avec une tierce personne posséder ,maintenir ,opérer s'engager toute activité compétitive durant la période de promotion.

إنّ العلامة التجارية تعدّ حجر الزاوية في عقود التسمية الأصليّة⁸ وبالتالي فإنّ تطوّر نشاط صاحب التسمية الأصليّة مرتبط بالأساس بحماية علامته وتسميته التجارية من كلّ الأضرار التي يمكن أن تلحقها عند استغلالها من قبل المرخص له، وهو الأمر الذي يستدعي الحماية الواردة **بالفصل 13 ب** من العقد والمتمثلة في إلزام المستغل بعدم ممارسة أي نشاط مماثل لنشاط صاحب العلامة موضوع العقد. وبالتالي فإنّ شرط عدم المنافسة يكون جائزا طالما أنّ مستغل العلامة ملزم بحماية التسمية التجارية، مدّة معقولة لا يمكن أن تعيق دخول ناشطين جدد إلى السوق المعنيّة بالنشاط، وتقدر هذه المدة بسنة وهو ما إحترمه العقد الراهن. وفق ما درج فيه موقف مجلس المنافسة في ملفات سابقة، هذا فضلا عن الإستئناس بالتجربة

transféré par le franchiseur ; 4) elle est limitée à 1 an à compter de l'expiration du contrat source :**observatoire de la franchise .fr**

⁸-Cette clause est indispensable à la protection du Savoir Faire transmis par le Franchiseur au Franchisé. (Source :le contrat)

المقارنة في هذا الإطار وخاصة منها الأوروبية التي تعتمد مدة سنة على غرار فرنسا وألمانيا.

VII - الإستنتاجات والإقتراحات:

إنّ دراسة مختلف بنود العقد الراهن وكافة الوثائق المضمّنة بالملف تفضي إلى استنتاج أنّه من المتوقّع أن تكون للمشروع موضوع العقد انعكاسات اقتصادية وتقنية إيجابية ففي صورة إحترام ما تعهّد به طرفا العقد فإنّ تأثيرات المشروع الاقتصادية والتقنية تعتبر هامة ويمكن أن تعوّض جزءا هاما من مساس المشروع بالمنافسة الحرة.

فعلى صعيد التشغيل، تفيد المعطيات المضمّنة بالملف أنّ المشروع سوف يخلق خمسون موطن شغل مباشر للمحل الواحد، إضافة إلى ما يمكن تحقيقه على مستوى مواطن الشغل غير المباشرة اعتبارا وأنّ العقد يمكنّ مستغل العلامة من التزوّد بعدة منتجات وتجهيزات من تونس. وهو ما من شأنه تثمين المدخلات الوطنية خاصة منها الفلاحية إضافة إلى تنشيط الشركات المختصة في قطاع تجهيز المطاعم.

كما تجدر الإشارة إلى أنّه في ما يتعلق بالتقدّم التقني الذي من المحتمل أن تفرزه عملية استغلال علامة "هارديز" على التراب التونسي، فهو يتجلّى من خلال تقديم أحدث النظم وأساليب التصرف والجودة ونقل الخبرات والمعرفة الفنية والدراية في مجال التعامل مع المستهلك وكيفية استقبال الحرفاء وقواعد حفظ الصحة والنظافة، ولذلك فإنّ العقد ينصّ في عدّة مناسبات على أن مستغل العلامة خاضع لعمليات

مراقبة دورية ومستمرة يقوم بها مانح الامتياز بغاية التثبت من عدم وجود ما يمكن أن يمسّ من سمعة العلامة التجارية الممنوحة وهو ما يجعل مستغل العلامة مقيدا بدليل إجراءات العمل ومتطلبات الجودة والذي من شأنه أن ينعكس بصفة إيجابية ومباشرة على المستهلك.

وتبعاً لما تقدّم يقترح منح الإعفاء لطلب ممثل شركة " أفريكا كاترينق " الترخيص لاستغلال علامة " هاردينز " في إطار عقد الاستغلال تحت التسمية الأصلية مع إدخال بعض التعديلات على العقد تتمثل في الحط من مدّة العقد من 20 إلى خمس سنوات قابلة للتجديد مرّة واحدة وحذف الفصل 2 نقطة ثانية أ من العقد

وصدر هذا الرأى عن الجلسة العامة لمجلس المنافسة بتاريخ 8 أكتوبر 2015 برئاسة السيّد الحبيب جاء بالله ومخوطة السيّدات سلوى بن والي وإيناس معطر حرم الوكيل وماجدة بن جعفر والسادة لطفي الشعلالي ومحمد الدرويش وفوزي بن عثمان وشكري المامغلي ومحمد بن فرج والمادي بن مراد وأمن كتابة الجلسة السيّد نبيل السماتي.

الرئيس