

القضية عدد: 111260
تاريخ القرار: 6 جويلية 2017

قرار

أصدر مجلس المنافسة القرار التالي:

ضدّ كلّ من:

– شركة المغازة العامة في شخص ممثّلها القانوني الكائن مقرّها بنهج كمال أتاتورك عدد 28 تونس. نائبها، الأستاذ محمّد سرحان خليف الكائن مكتبه بنهج غرة جوان 1082 عدد 15 ميتوال فيل تونس.

– شركة أوليس للتوزيع "كارفور" في شخص ممثّلها القانوني، الكائن مقرّها بزاوية الطريق الوطني 9 والطريق الوطني 10 سيدي داود المرسى تونس. نائبها الأستاذ محمد القلسي عن التومي وشركاؤه للمحاماة الكائن مكتبه بعمارة قولدن تاور المدرج أ الطابق 3 المكتب عدد A3.9 المركز العمراني الشمالي، تونس.

– شركة الدار الجديدة لمدينة تونس (SMNVT) "مونوبري" في شخص ممثّلها القانوني، الكائن مقرّها بنهج العربي زروق مقرين الرياض، نائبها الأستاذ يوسف الكناني الكائن مكتبه بشارع آلان سافاري البلفيدير عدد 29 – 1002 تونس.

- شركة جيمو في شخص ممثّلها القانوني، الكائن مقرها بالمركب التجاري تونس سيتي مفترق طريق تونس بنزرت وطريق برج الطويل سباله بن عمّار 2032 أريانة، نائبها الأستاذ يوسف الكنائي الكائن مكتبه بشارع آلان سافاري البلفيدير 1002 عدد 29 تونس.

5- الشركة المتوسطة للتوزيع: ميديس "MEDDIS" الكائن مقرها بالمركب التجاري تونس سباله بن عمار أريانة، نائبها الأستاذ يوسف الكنائي الكائن مكتبه بشارع آلان سافاري البلفيدير 1002 عدد 29 تونس.

بعد الإطّلاع على تقرير المقرّر العام المتعلّق بالتعهد التلقائي بسوق توزيع مواد التنظيف عبر المغازات الكبرى والمتوسطة المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 11 نوفمبر 2010.

وبعد الإطّلاع على تقرير مندوب الحكومة حول التعهد التلقائي لمجلس المنافسة للنظر في ممارسات من شأنها الإخلال بالمنافسة في سوق توزيع مواد التنظيف عبر المغازات الكبرى والمتوسطة المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 21 ديسمبر 2010.

وبعد الإطّلاع على قرار مجلس المنافسة الصادر عن الدائرة الثانية بتاريخ 30 ديسمبر 2010 والقاضي بالتعهد تلقائياً بالنظر في وضعيّة المنافسة في سوق توزيع مواد التنظيف عبر المساحات التجاريّة الكبرى والمتوسطة للتحقّق من مدى وجود ممارسات مخلة بالمنافسة من شأنها الإخلال بالتوازن العام لهذه السوق.

وبعد الإطّلاع على تقرير الأستاذ محمد سرحان خليف نائب شركة المغازة العامّة في الرد على قرار التعهد التلقائي والمتضمن معطيات ووثائق والمرسم بكتابة المجلس بتاريخ 28 أفريل 2014.

وبعد الإطّلاع على التقارير اللاحقة المقدّمة من الأستاذ محمد سرحان خليف نائب شركة المغازة العامّة والمرسم بكتابة المجلس بتاريخ 13 جوان 2014

وبتاريخ 15 ديسمبر 2014 وبتاريخ 24 ديسمبر 2014 والمتضمنة معطيات حول تعامل الشركة مع المزودين بمواد التنظيف.

وبعد الإطلاع على التقرير المقدم من الأستاذ محمد سرحان خليف نائب شركة المغازة العامة والمرسم بكتابة المجلس بتاريخ 1 جوان 2015 والمتضمن مجموعة من الإتفاقيات التجارية المبرمة بين شركة المغازة العامة وعدة شركات مزودة لها بمواد التنظيف والتي طلب تأمينها لدى المجلس وعدم تسليمها للغير حفظا لمصالح منوّبته.

وبعد الإطلاع على المعطيات والوثائق المقدمة من طرف كاهية مديرة المشتريات بشركة المغازة العامة المرسمة بكتابة المجلس بتاريخ 22 أفريل 2016 والمتعلقة خاصة بمعطيات حول مزودي الشركة بمواد التنظيف والشروط العامة للمشتريات والجهة المكلفة بالتفاوض التجاري مع المزودين.

وبعد الإطلاع على تقارير الأستاذان يوسف الكناني ومحرز بوصيان نيابة عن شركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" وشركة "جيمو" والشركة المتوسطة للتوزيع "ميديس" في الرد على قرار التعهد التلقائي وطلبات المجلس المتعلقة بالإدلاء بمعطيات ووثائق والمرسمة بكتابة المجلس بتاريخ 23 أفريل 2014 و24 جويلية 2014 و3 سبتمبر 2014 و2 أكتوبر 2014 و21 جانفي 2015 وبتاريخ 4 جويلية 2016.

وبعد الإطلاع على تقرير وكيل شركة جيمو المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 27 ماي 2016 والمتضمن خاصة تقريرا حول وضعية الشركة وأسباب توقف نشاطها والوثائق المؤيدة لذلك.

وبعد الإطّلاع على تقرير الإدارة العامّة لشركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 21 جويلية 2016 المتضمّن نسخ من الإتفاقيات المبرمة مع مجموعة من المزودين بمواد التنظيف .

وبعد الإطّلاع على المعطيات والوثائق الصادرة عن إدارة الشؤون القانونيّة لشركة أوليس للتوزيع "كارفور" والمرسم بكتابة المجلس بتاريخ 31 ماي 2016 وبتاريخ 8 جويلية 2016 والتي تعلّقت خاصة بالموازنات المالية للشركة لسنتي 2014 و2015 وقائمة في أهم الشركات المزوّدة لها بمواد التنظيف.

وبعد الإطّلاع على محاضر سماع كل من الممثل القانوني لشركة أوليس للتوزيع "كارفور" بتاريخ 7 مارس 2016 والممثل القانوني لشركة المغازة العامّة بتاريخ 16 مارس 2016 ووكيل شركة "جيمو" بتاريخ 17 ماي 2016 والممثل القانوني لشركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" بتاريخ 3 جوان 2016.

وبعد الإطّلاع على تقرير مندوب الحكومة في الردّ على تقرير ختم الأبحاث المرسم بكتابة المجلس في غرة جوان 2017 والمتضمّن بالخصوص أنّ التقرير أقرّ بتوفّر ممارسات مخلة بالمنافسة دون تحديد للممارسة أو تصنيفها طبقا للفصل الخامس من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار إلّا أنّه في ظل غياب التكييف الدقيق للممارسة المثارة فإنّه يستشفّ من التمشي المعتمد أنّ المسألة تتعلق بتعسف المساحات التجارية الكبرى في إستغلال وضعيّة التبعية الإقتصادية التي توجد فيها الشركات المنتجة لمواد التنظيف.

كما أنّه يفترض إثبات التعسف في إستغلال وضعيّة التبعية الإقتصادية تحديد الأطراف المتنازعة بكل دقة وإعتماد دراسة للعلاقة بينها حالة بحالة للتنبّات من مدى توفّر عنصرين متلازمين هما وجود حالة التبعية والإفراط في إستغلالها. وتنشأ وضعيّة التبعية الإقتصادية من تحالف عناصر ينتج عن إجتماعها وضع أحد

الأطراف في وضعيّة يصعب فيها عليه التخلّص من تأثير الطرف الآخر على نشاطه. وتتمثّل هذه العناصر في السمعة التي تحظى بها العلامة وأهمية نصيبها في السوق وفي مدى تأثيرها في رقم المعاملات الجملي وصعوبة توفّر حلول بديلة على أن يكون ذلك تصرّفًا إختياريا إلّا أنّ تقرير ختم الأبحاث لم يتوصّل إلى إثبات هذه العناصر وذلك خصوصا لغياب تحديد للأطراف المتضرّرة من الممارسة حيث إكتفى التقرير بذكر أهم الشركات المنتجة لمواد التنظيف دون البحث في مدى وجودها في وضعية تبعية تجاه المساحات الكبرى ودون دراسة العلاقة التجارية التي تربط كل منتج بمختلف المساحات المدعى عليها.

وقد سبق لمجلس المنافسة أن أصدر قرارا بتاريخ 25 ديسمبر 2015 في نفس السوق المرجعية وضد نفس الأطراف في القضية عدد 121301 وإستند فيه إلى ضرورة إثبات عناصر التبعية الإقتصادية وأشكال التعسّف فيها من قبل الأطراف المدعى عليها.

وقد أدّى إعتقاد هذا التمشي من قبل المجلس إلى عدم إدانة الشركة المتوسطة للتوزيع ميديس ذات العلامة التجارية "جيان" بإعتبار أنّ المعطيات تبرز نسبة تعامل ضعيفة معها وهو ما يؤدي إلى إستنتاج عدم توفّر شرط تأثير علامة المساحة التجارية "جيان" في رقم المعاملات الجملي للمدعية وبالتالي فلا موجب من الناحية القانونية من البحث في مدى وجود حالة الإفراط في إستغلال تلك الوضعية نظرا لعدم توفّر شرط من شروط التبعية الإقتصادية.

وتبعاً لذلك اقترح مندوب الحكومة مزيد تعميق البحث في الممارسة المثارة لإثبات مدى توفّر عناصر التعسّف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية في العلاقة التي تربط كل منتج لمواد التنظيف بكل مساحة تجارية.

وبعد الإطلاع على ردّ نائب شركة المغازة العامة الأستاذ سرحان خليف على تقرير ختم الأبحاث المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 7 جوان 2017 والذي لاحظ فيه بالخصوص عدم تقيّد المقرر بقرار التعهد التلقائي على إعتبار أنّ تقرير ختم الأبحاث لم يحقّق في سوق توزيع مواد التنظيف عبر المساحات التجارية كما حدّدها مجلس المنافسة. هذا وقد حصر مجلس المنافسة السوق المعنية بالتعهد التلقائي في سوق توزيع مواد التنظيف عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة إلا أنّ التقرير تضمّن التحقيق في سوق أخرى لا علاقة لها بسوق التوزيع إذ إهتمّ بسوق التزوّد وليس بسوق التوزيع التي يكون العرض فيها من المساحات التجارية والطلب من المستهلك بينما سوق التزوّد يكون العرض فيها من المزوّدين ويكون الطلب من المساحات الكبرى وثبت بالتالي أنّه خرج عمّا حدّده مجلس المنافسة في قرار التعهد، بما يجعل هذا المعطى لوحده كفيل بالإلتفات عمّا جاء بتقرير ختم الأبحاث وعدم إعماده.

هذا وتمسك نائب شركة المغازة العامة بخصوص الدفع المتعلق بعدم تقسيم مواد التنظيف كسوق مرجعية إلى خمسة أسواق مرجعية فرعية أنّ تقرير ختم الأبحاث عدّد خمسة أصناف لمواد التنظيف وهو ما يعني بالضرورة تقسيم السوق المرجعية إلى أسواق فرعية مرجعية، وهو ما ذهب إليه مجلس المنافسة الفرنسي في قراره عدد 10-D المؤرخ في 3 مارس 2010 وأنّ الخطأ في تحديد السوق المرجعية يقود حتما وبالضرورة إلى الخطأ في تحديد العرض والطلب وصفة الأطراف المتداخلة وإلى الخطأ في تحديد طبيعة الإتفاقات التجارية كالخطأ في تكييف الإخلالات الماسة بالمنافسة وتحديدتها وتقديرها.

كما أنّ تحديد السوق المرجعية في قضية الحال بأنّها سوق توزيع مواد التنظيف ينطوي على خطأ جسيم على اعتبار أنّ التعهد التلقائي لمجلس المنافسة والأبحاث التي أجريت تتعلق كلها بينود الإتفاقيات التجارية المبرمة بين المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة من جهة وبين المنتجين والمزوّدين لمواد التنظيف من جهة أخرى

والذين تربطهم علاقة تزود وليس توزيع. لذا فإنّ السوق المرجعية في قضية الحال تتعلق بسوق ترويج مواد التنظيف المروّجة في المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة لذا فإنّ خطأ تقرير ختم الأبحاث في تحديد السوق المرجعية إنجّرت عنه أخطاء متتابة في تحديد العرض والطلب وموقع وصفة الأطراف المتداخلة. وقد نتج عن جملة هذه الأخطاء خطأ آخر تعلق بالطبيعة القانونية للإتفاقيات التجارية ذلك أنّ هذه الإتفاقيات لا يمكن إعتبارها عقود توزيع بل هي عقود شراء المنتجات قصد إعادة بيعها.

وفضلا عن ذلك فإنّ عقد التوزيع يعدّ من العقود غير المسماة التي لم تنظّمها مجلة الإلتزامات والعقود بل نظمها القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرخ في 12 أوت 2009 والمتعلّق بتجارة التوزيع دون عقد التوزيع غير أنّه يمكن تعريف عقد التوزيع على أنّه عقد يلتزم بمقتضاه الموزّع بترويج وتوزيع منتجات المصنع وبإبرام التعهّدات بشأن المنتجات أو الخدمات موضوع العقد والتعريف بالبضاعة والترويج لها وإيجاد أماكن تخزين وهو عقد يبقى خاضعا لإرادة الأطراف وحرّيتهم التعاقدية مقابل عمولة من قيمة البضاعة المبّعة.

كما أنّ تقرير ختم الأبحاث حدّد الممارسات المخلّة بالمنافسة وعدّها حصرا وإنتهى إلى نتيجة مفادها قيام المساحات التجارية الكبرى المدعى عليها بممارسات مخلّة بالمنافسة على معنى أحكام الفصل الخامس من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار غير أنّه لم يحدّد الأعمال الممنوعة وفق ما يقتضيه الفصل 5 المذكور وبالإضافة إلى ذلك لم يبيّن الإستغلال المفرط لمركز هيمنة على السوق الداخلية أو على جزء هام منها أو لوضعية تبعيّة إقتصادية يوجد فيها أحد الحرفاء أو المزوّدين ممّن لا تتوفّر لهم حلول بديلة للتسويق أو التزود أو إسداء الخدمات ولم يقيم الدليل على وجودها في حق شركة المغازة العامة وعلى توقّر جميع عناصرها من وجود مركز هيمنة وإستغلال مفرط لمركز الهيمنة وتأثير حصري على المنافسة ولم يطبّق شروط الفصل الخامس ولا

الصور التي تضمّنها على قضية الحال، وقد كان لزاما على تقرير ختم الأبحاث أن يتعرّض لوضعية كل واحدة منها على حدة.

ولقد حدّد تقرير ختم الأبحاث الإختلال الواضح في موازين القوى بين الأطراف المتداخلة في سوق توزيع مواد التنظيف بمعنى أنّ المساحات الكبرى خاصّة والمتوسطة تستغلّ قدرتها وإمكانياتها ووزنها التجاري بالسوق وهو ما يؤدي إلى إختلال العلاقة التجارية مع مزوّديها وهو ما يعبرّ عنه بالإختلال البيّن غير أنّ هذا المصطلح مستوحى من القانوني الفرنسي صلب الفصل 6-442 L من المجلة التجارية. ولم ينص عليه القانون التونسي وبالأخص القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار. إلّا أنّ تقرير ختم الأبحاث توصّل إلى إيجاد الإطار القانوني لتفعيل المصطلح من خلال الفصل 37 فقرة 5 والذي ينصّ على ما يلي: "يمنع على كل تاجر أو صناعي أو حرفي وكذلك على كل مسدي خدمات أن يتحصّل أو يحاول الحصول من شريك تجاري على إمتياز لا تبرّره أي خدمة تجارية فعلية أو لا يتناسب مع القيمة الحقيقية للخدمة المسداة ويمكن أن يتمثّل هذا الإمتياز في المساهمة دون وجود مصلحة مشتركة في تمويل عمليات التنشيط التجاري أو الإستثمار في تجهيز المحلّات التجارية". وقد أرجع تقرير ختم الأبحاث معايير الإختلال البيّن التي تم رصدها من خلال عدّة مؤشّرات إلى جملة من العناصر ذكرت في الفصل 37 من قانون المنافسة والفصل 12 من قانون التوزيع. ويعتبر الإستناد إلى الفصل المذكور في غير محلّه قانونا حيث أنّه بالرجوع إلى قانون المنافسة والأسعار فإنّه يثبت أنّه لا يعطي أية إمكانية للإستجابة إلى طلبات تقرير ختم الأبحاث بإعتباره لا يمثّل الإطار القانوني الملائم.

كما أنّ قرار ختم الأبحاث لم يراع ما إستقرّ عليه فقه قضاء مجلس المنافسة من أنّ المخالفات الإقتصادية وحالات المنافسة غير النزيهة بأنواعها وإن كانت تخرج عن إختصاص مجلس المنافسة إلّا أنّها يمكن أن تشكّل في الآن ذاته ممارسات مخلة

بالمنافسة في الحالات التي يثبت فيها أن تلك الأعمال قد أثرت على التوازن العام للسوق أو كان من شأنها عرقلة آلياته بكيفية تنال من حرية المنافسة في القطاع المعني بالأمر. كما أنّ عدم وجود المدعى عليها في مركز هيمنة يجعل الممارسات المنسوبة إليها وبقطع النظر عن ثبوتها وعن طبيعتها عديمة التأثير على حرية المنافسة بالسوق المرجعية المعنية بالنزاع بحيث أنّها لا ترقى إلى منزلة الممارسات المخلة بالمنافسة. (القرار عدد 71150 بتاريخ 27 نوفمبر 2008).

وطالما لم يبيّن قرار ختم الأبحاث وجود شركة المغازة العامة في مركز هيمنة فإنّه لا يمكن أن ترتقي المخالفة إلى منزلة الممارسة المخلة بالمنافسة على معنى الفصل 5 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

أمّا في ما يتعلق بعدم التناسب بين الخدمة وقيمتها المالية المفوترة على معنى الفصل 37 فقرة خامسه فإنّ تقرير ختم الأبحاث لم يبيّن معايير عدم التناسب التي وردت بالفصل 37 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وبخصوص الحصول على تخفيضات دون تقديم خدمة فإنّ العقود التي تربط المزوّدين بالمغازة العامة هي عقود شراء وليست عقود لتقديم خدمات لذا فإنّ التخفيضات المتفق عليها إمّا أن يكون هدفها كمياً متعلقاً بتنمية رقم المعاملات أو لتغطية جانب من عناصر الكلفة المتحولة من المزوّد إلى المشتري وذلك وفق معايير موضوعيّة. ولقد اعتبر تقرير ختم الأبحاث أنّ المنتجين والمزوّدين يضطرون إلى منح تخفيضات إلى شركة المغازة العامّة تحت عنوان إيصال البضاعة إلى نقاط البيع - تخفيض لإنزال البضاعة - تخفيض بعنوان منتج جديد - تخفيض لإفتتاح مغازة جديدة - تخفيض لإعادة تهيئة مغازة - تخفيض لتحسين مغازة وهذا التمشّي لا يستقيم واقعاً وقانوناً ذلك أنّ الفصل 42 من مجلة الإلتزامات والعقود ينصّ على أنّه: "يعدّ السكوت رضاءاً أو تصديقاً من شخص إذا وقع التصرّف في حقوقه بمحضه أو أعلم به على الصورة المطلوبة ولم يعارض بشيء ولم يكن له في سكوته عذر

معتبر. وتطبيقا للفصل المذكور فإنّ سكوت المزوّدين يعد قرينة قانونيّة قاطعة على إستحقاق شركة المغازة العامة نسبة التخفيض وذلك مقابل خدمة حقيقيّة وفعليّة. أمّا في خصوص عدم إحترام آجال الخلاص القانونيّة فقد جاء بتقرير ختم الأبحاث أنّ شركة المغازة العامّة لا تحترم آجال الخلاص القانونية المنصوص عليها بقانون تجارة التوزيع لسنة 2009 والحال أنّ الفصل 22 ينصّ على أنّه: " يتولى معاينة مخالفات أحكام هذا القانون الأعوان الآتي ذكرهم: أعوان المراقبة الإقتصاديّة ومأمور الضابطة العدليّة والأعوان المحلّفون الذين يؤهّلهم الوزير المكلف بالتجارة. كما ينصّ الفصل 23 على أنّ معاينة مخالفة أحكام هذا القانون تتمّ بواسطة محضر يحرّره عونان مفوضان في ذلك يكونان قد ساهما شخصا ومباشرة في معاينة الوقائع المكوّنة للمخالفة.

وبالرجوع إلى الفصلين المذكورين فإنّه لا يمكن الحديث عن مخالفة لقانون التجارة والتوزيع طالما لم تتم معاينة ذلك من طرف الأشخاص المؤهلين قانونا على معنى الفصل 22 منه وبواسطة محضر محرّر بواسطة الأعوان الذين قاموا بمعاينتها من قبلهم بصورة شخصية ومباشرة على معنى الفصل 23 الذي يليه .

أمّا في ما يتعلق بالقيمة غير العادلة لثمن الخدمات فقد اعتبر تقرير ختم الأبحاث أنّ المزوّدين يقومون بالمساهمة في تمويل التحسينات التي تدخلها شركة المغازة العامّة على محالّتها والحال أنّه لا يمكنهم التحقّق من حصول تلك الخدمة ومن تقييم درجة إنتفاعهم منها.

وهذا الإستنتاج يعدّ في غير طريقه ضرورة أنّ شركة المغازة العامّة تقوم بالإشهارات اللازمة عند فتح مغازة جديدة أو عند إعادة فتح نفس المغازة بعدما يتم تجديدها وللتدليل على ذلك تقوم شركة المغازة العامّة بالإشهارات على الطريق العام وببذل مصاريف التحسينات والمصاريف المتعلقة بفتح مغازات جديدة.

أمّا بالنسبة لتقييم درجات الإنتفاع من الخدمة، فهو مرتبط إرتباطا وثيقا بحصول الإشهارات اللازمة إذ أنه من البديهي أن تلك التحسينات تمكّن من تثبيت الحرفاء المخلصين وإستقطاب عدد جديد من الحرفاء ممّا سيؤثّر إيجابا على رقم معاملات المزودين.

ولجملة هذه الأسباب فقد طلبت شركة المغازة العامة بواسطة نائبها القضاء بثبوت عدم وجود ممارسات مخلة بالمنافسة من شأنها الإخلال بالتوازن العام وبصفة إحتياطية القضاء بإرجاع تقرير ختم الأبحاث إلى المقررة للأخذ بعين الإعتبار للمعطيات التي تولّت إثارتها في تقريرها.

وبعد الإطّلاع على تقرير الأستاذ محمد القلسي، نائب شركة أوليس للتوزيع "كارفور" في الردّ على تقرير ختم الأبحاث المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 16 جوان 2017 والمتضمّن بالخصوص أنّه سبق لمجلس المنافسة أن تعهّد سابقا بالنظر في وضعية المنافسة في نفس السوق المرجعية وذلك بمناسبة إصداره للقرار عدد 121301 الصادر في 25 ديسمبر 2015 وإضافة لذلك فقد شمل التعهّد التلقائي موضوع قضية الحال نفس الأطراف التي تعلقت بها القضية التي صدر فيها القرار عدد 121301 المؤرخ في 25 ديسمبر 2015 كما ثبت كذلك أنّ مواد التنظيف التي شملها قرار مجلس المنافسة عدد 121301 هي ذات المواد التي شملها تقرير ختم الأبحاث موضوع قضية الحال وبالإضافة لذلك فقد تبين أنّ الممارسات المعابة على الشركات المدعى عليها صلب قرار مجلس المنافسة عدد 121301 هي ذات الممارسات التي إعتمدها تقرير ختم الأبحاث.

لذا فإنّ مجلس المنافسة بصدد إعادة مؤاخذه نفس الشركات المدعى عليها من أجل نفس الأعمال وفي إطار نفس السوق المرجعية والحال أنّ تلك الأعمال كانت محل مؤاخذه وإدانة سابقة من نفس المجلس في إطار القضية المبينة أعلاه وعليه فإنّ

مواصلة النظر في هذه القضية تعني بداهة مؤاخذه نفس الشركات المدعى عليها من أجل نفس الأفعال مرتين وهي مسألة يابها كل منطق قانوني. وتبعا لذلك فإنّ نائب شركة أوليس للتوزيع يطلب من المجلس القضاء بختم القضية لإنعدام ما يستوجب النظر فيها وبصفة إحتياطية قلب قاعدة عبء الإثبات بإعتبار أنّ تقرير ختم الأبحاث تأسس على وجود عقود مبرمة بين شركة أوليس للتوزيع بمزوديهما تتضمن عدّة بنود محففة، وفي المقابل تتمسك شركة أوليس للتوزيع أنه لا وجود لأي عقد مهما كانت طبيعته بينها وبين المزودين.

وفضلا عن ذلك فإنّ تقرير ختم الأبحاث أدرج النزاع الحالي ضمن مجال تجارة التوزيع وهي مسألة لا تنازع فيها الشركة المدى عليها بل تؤيدها. وقد إقتضت أحكام الفقرة الثالثة للفصل 3 من القانون عدد 64 لسنة 1991 والمتعلق بالمنافسة والأسعار ما نصه: "يجب أنّ تكون الخدمات التجارية التي يقدمها تاجر التوزيع أو مسدي الخدمات للمزود موضوع عقد كتابي محرر في نظيرين يمسكه الطرفان ويتضمن بالخصوص الشروط المتعلقة بالمكافأة أو بالإمتيازات الممنوحة مقابل تلك الخدمات وتطبيقا لأحكام الفصلين 423 م إ ع و 27 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار فإنّ العقد المتعلق بالخدمات التجارية يكون بالضرورة عقدا مكتوبا. ويدل تطبيق النصوص التشريعية الآمرة المبينة أعلاه والتي أوجبت إثبات العقود كتابة .

هذا ولم يقتصر تقرير ختم الأبحاث على إستبعاد تطبيق الفصل 27 بل إعتبر أنّ هذه الإتفاقيات موجودة إلى أن يأتي ما يخالف ذلك وهو ما يؤول منطقيا إلى مطالبة الشركة المدعى عليها بإثبات عدم وجود هذه الإتفاقيات وهو إجراء لا يقبله المنطق ويرفضه القانون ضرورة أنها في موقع المدعى عليه وليس في موقع المدعي.

وعلى فرض التسليم جدلا بوجود وثائق مقدّمة من المزودين فإنّه لا يمكن إعتمادها من قبل هيئة قضائية ضرورة أنّ الفصل 87 من مجلة معالم التسجيل والطابع الجبائي تنص حرفيا على أنّه "لا يمكن للقضاة أن يصدروا أحكاما إستنادا إلى عقود

غير مسجلة" ونتيجة لذلك فإنّ ما سمي بالإتفاقيات المقدمة من المدعية لا يمكن إعتماؤها طالما أنّها لم تكن مسجلة بقباضة المالية. كما أنّ تقرير ختم الأبحاث تجاوز قرار التعهد التلقائي ولم يقتصر على المساحات الكبرى بل أدرج كلا من المساحات الكبرى والمساحات المتوسطة في سوق واحدة والحال أنّ كل صنف من هذه الأنشطة يخضع إلى نظام قانوني خاص به ولا يمكن بالتالي إعتبار المساحات الكبرى من جهة والمساحات المتوسطة من جهة أخرى متميتين إلى نفس السوق المرجعية. ذلك أنّ المساحات الكبرى تخضع إلى نظام الترخيص وذلك وفق ما إقتضته أحكام الفصل 10 من القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرخ في 12 أوت 2009 والمتعلق بتجارة التفصيل. ولا وجود بالبلاد التونسية إلّا لمركزين تجاريين إثنين مصنّفين ضمن المساحات التجارية الكبرى وهما فضاء "كارفور" الذي تستغلّه شركة أوليس للتوزيع و"جيان" الموجود بطريق بنزرت. وتخضع بقية الأنشطة التجارية ومنها المساحات المتوسطة إلى إطار قانوني مختلف يتمثل في الفصل 3 من قانون تجارة التوزيع الذي جعل تلك الأنشطة منظّمة بكراسات شروط.

واعتبارا لما سبق فقد طلبت شركة "كارفور" أوّلا وبصفة مبدئية ختم القضية لإنعدام ما يستوجب النظر فيها بإعتبار أنّه سبق لمجلس المنافسة أن بث في نفس الموضوع وبصفة احتياطية رفض الدعوى أصلا.

وبعد الإطّلاع على تقرير الأستاذ يوسف الكناني نائب شركة الدار الجديدة لمدينة تونس وشركة جيمو والشركة المتوسّطية للتوزيع "ميديس" في الردّ على تقرير ختم الأبحاث المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 19 جوان 2017 والذي لاحظ فيه بالخصوص أنّ تقرير ختم الأبحاث اقتصر على ضبط قائمة أنواع التخفيضات التجارية التي تعتمد عليها الشركات المدعى عليها دون توجيه أي تهمة مباشرة لها إذ إكتفى التقرير بمؤاخذة المساحات التجارية الكبرى عموما مشيرا إلى تعدّد

التخفيضات التجارية وإختلال موازين القوى بين الموزعين والمزودين وإلى عدم التناسب بين الخدمة وقيمتها المالية المفوترة والحصول على تخفيضات دون تقديم الخدمة وعدم إحترام آجال الخلاص وتطبيق معاملات تمييزية كما اقتصر التقرير ضمن إستنتاجاته على حشر كل الشركات الواقع تتبّعها دون تمييز بينها ودون تفصيل للمآخذ الموجهة لكل شركة وبالتالي فقد جانب الصواب لما حمّل بعض الشركات مسؤولية مخالفات إرتكبتها شركات أخرى. كما وجّهت كل المآخذ صبرة واحدة لكل المساحات التجارية الكبرى دون تمييز ودون إفراد الشركات المدعى عليها بالتهم المتعلقة بها ودون تقديم أي دليل أو وثيقة إثبات وحيدة. ونظرا لخلو التقرير من وثائق الإثبات المعتمدة للإدانة فإنّه يصبح من المستحيل التثبت في مسائل على غاية من الأهمية مثل تاريخ الممارسات.

وفضلا عن ذلك فإنّه يتّضح من خلال تقرير ختم الأبحاث عدم وجود أي إخلال من الإخلالات المنصوص عليها ضمن الفصل 5 من قانون المنافسة والأسعار فالشركات الواقع تتبّعها لم تكن ضالعة في إتفاق محل بالمنافسة أو في إستغلال وضعيّة هيمنة أو تبعيّة إقتصادية.

وبناء على ما سبق، فإنّ المآخذ المذكورة ضمن تقرير ختم الأبحاث وعلى فرض توفرها فإنّها تبقى من قبل المخالفات الإقتصادية البسيطة ولا تشكّل ممارسات محلّة بالمنافسة كما أنّ التخفيضات موضوع التعهّد التلقائي لم تؤدي إلى بيع بالخسارة أو بيع بأسعار مفرطة الإنخفاض. بما يصيّر الدعوى حريّة بالرفض.

وبعد الإطلاع على مكتوب الأستاذ محمد سرحان خليف نائب شركة المغازة العامّة لرئيس المجلس المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 1 جوان 2015 والذي طلب من خلاله أن تؤمن الوثائق المدلى بها لدى المجلس ولا تسلم للغير في إطار حق حفظ المصالح بإعتبارها ذات أهمية قصوى وتشكل خطرا على موقعها في المنافسة.

وبعد الإطّلاع على مكتوب الأستاذان يوسف الكناني ومحرز بوصيان نائباً
شركات مونوبري وجيان وجيمو المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 4 جويلية 2016
والذي تضمّن طلب وعدم نشر المعطيات المتعلقة بالإتفاقيات بالنظر للطابع السري
الذي تكتسيه وما يمكن أن ينجّر عن نشرها للعموم وإفشائها لمنافسي الشركات
عبر توثيقها ضمن التقارير الرسمية من مضرة لا يمكن تداركها.

وبعد الإطّلاع على ردود بعض الشركات المزوّدة للمساحات التجارية
الكبرى والمتوسطة حول سبر الآراء المتعلّق بالشروط والتخفيضات المضمّنة
بالإتفاقيات التجارية المبرمة بينها والمرسّمة بكتابة المجلس بتاريخ 17 أوت 2016
و10 أكتوبر 2016 و25 نوفمبر 2016 و16 فيفري 2017.

وبعد الإطّلاع على بقيّة الوثائق المطلوبة بملف القضية.
وبعد الإطّلاع على القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرّخ في 15 سبتمبر
2015 والمتعلّق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وعلى الأمر عدد 477 لسنة 2006 المؤرّخ في 15 فيفري 2006 والمتعلّق
بضبط التّظيم الإداري والمالي وسير أعمال مجلس المنافسة.

وبعد الإطّلاع على ما يفيد استدعاء الأطراف بالطريقة القانونية
لجلسة المرافعة المعيّنة ليوم 22 جوان 2017، وبها تلت المقررة السيّدة كوثر الشابي
ملخصاً من تقرير ختم الأبحاث وحضر الأستاذ معز الدردوري نيابة عن زميله
الأستاذ محمّد سرحان خليف نائب المدعى عليها، شركة المغازة العامة ورافع في ضوء
ما تضمّنه التقرير الكتابي المقدّم من طرف هذا الأخير مؤكّداً على عدم تقيّد تقرير
ختم الأبحاث بقرار التعهّد التلقائي وبعدم وجود إخلالات على معنى الفصل 5 من
قانون المنافسة والأسعار ممّا أدّى إلى إسقاط بعض الممارسات من القانون المقارن

على وضعيّة الحال دون أن يكون لها سند في التشريع التونسي وربطها بصورة مجانيّة بأحكام الفصل 37 في فقرته الخامسة، طالبا الحكم بصفة أصليّة بعدم وجود ممارسات مخلة بالمنافسة وبصفة احتياطية إرجاع الملف إلى طور التحقيق.

ولم يحضر الأستاذ محمد القلسي نائب المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع "كارفور" وبلغه الإستدعاء. وحضر الأستاذ أمين الكناني نيابة عن الأستاذ يوسف الكناني نائب المدعى عليهم، شركة الدار الجديدة لمدينة تونس وشركة جيمو وشركة "ميديس" وطلب الحكم طبق الطلبات المقدّمة ضمن التقرير المقدّم بتاريخ 17 جوان 2017.

وتلت مندوب الحكومة السيدة كريمة الهمامي ملحوظاتها المظروفة نسخة منها بالملف،

وإثر ذلك قرّر المجلس حجز القضية للمفاوضة والتصريح بالحكم بجلسة يوم 6 جويلية 2017.

وبها وبعد المفاوضة القانونيّة صرّح بما يلي:

من جهة الشّكل:

حيث تعهّد مجلس المنافسة تلقائيا بموجب القرار الصّادر عن الدّائرة القضائيّة الثّانية بتاريخ 30 ديسمبر 2010 بالنّظر في ممارسات مخلة بالمنافسة في سوق توزيع مواد التنظيف عبر المساحات التجاريّة الكبرى والمتوسطة، وذلك تطبيقا لمقتضيات الفصل 11 من قانون المنافسة والأسعار.

من جهة الأصل:

I - السّوق المرجعيّة:

حيث تعلّقت السوق المرجعيّة في قضيّة الحال بتوزيع مواد التنظيف عبر مسالك التوزيع العصرية والمتمثّلة في المساحات التجاريّة الكبرى والمتوسطة.

وحيث تنقسم هذه المواد إلى الأصناف التالية:

- المواد المنظّفة (الحبيبات والسائلة)

- المواد المنظّفة القوية

- المواد المقاومة للجراثيم

- المواد الملمّنة

- المواد المقاومة للدهنيات.

وحيث تعلّقت الدعوى بالأطراف التالية:

شركة المغازة العامة:

وهي شركة خفية الإسم قيمة رأس مالها 11.481.250,000 مقرّها الإجتماعي كائن بنهج مصطفى كمال أتاتورك عدد 28 تونس 1001. وقد بدأت نشاطها في 16 ديسمبر 1988 وهي مغازة ذات أجنحة متعدّدة Hypermarché وقد ارتفع رقم معاملاتها المحقّق خلال الفترة المتراوحة بين 2010 و 2015 كما يلي

السنة	2010	2011	2012	2013
رقم المعاملات	335.926.000	353.290.000	497695578	565901925

السنة	2014	2015
رقم المعاملات	781362983	871955000

-شركة أوليس للتوزيع "كارفور"

مساحة تجارية كبرى تركّزت بتونس منذ سنة 2001 بالضاحية الشمالية لتونس العاصمة تحت علامة "كارفور". وتقدر مساحتها الجمالية بـ 8,5 ألف متر مربع ويتم إستغلالها من طرف مجمع الشايبي.

وقد حققت في سنة 2014 رقم معاملات جملي بلغ 586 000 000 دينار.

-شركة الدار الجديدة لمدينة تونس: S.N.M.V.T "مونوبيري":

وهي شركة خفية الإسم، قيمة رأس مالها 33282288,000 وقد شرعت في النشاط بتاريخ 16 أوت 1996. وبلغ رقم معاملاتها خلال سنوات: 2010 و 2011 و 2012 و 2013 و 2014 و 2015 كما يلي:

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
رقم المعاملات	439138888	403138888	441365147	479969265	531055000	555222000

أمّا رقم معاملاتها المحقق من نشاط توزيع مواد التنظيف فهو كالاتي:

السنوات	2010	2011	2012	2013
رقم المعاملات	87263883	84667064	92576196	101918266

الشركة المتوسطة للتوزيع ميديس: "جيان" وهي مغازة ذات أجنحة متعدّدة Hypermarché: وقيمة رأسمالها 4500.000,000. بدأت نشاطها في 1 فيفري 2002. وقد بلغ رقم معاملاتها الجملي المحقق خلال الفترة المتراوحة بين 2010 و 2013 كما يلي:

السنة	2010	2011	2012	2013
-------	------	------	------	------

156639307	152351602	0	151402091	رقم المعاملات TTC
-----------	-----------	---	-----------	-------------------

- **شركة جيمو: GEMO** وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، تبلغ قيمة رأس مالها 100.000,000 دينار، ويتمثل موضوع نشاطها في إعداد الدراسات التجارية والمتابعة التجارية المختصة للأسواق.

وتتقاسم أسهم شركة جيمو كل من شركة "ميديس" وشركة الدار الجديدة لمدينة تونس "SMNVT" مونوبري" وفقا لما يبيّنه الجدول التالي:

النسبة	القيمة	عدد الأسهم	المعرف الجبائي	المساهمون
50 %	50.000	500	783298M /P/M/000	الشركة المتوسطة للتوزيع: "MEDDIS"
50 %	50.000	500	001110K/A/M /000	شركة الدار الجديدة لمدينة تونس SMNVT
100 %	100.000			المجموع

وقد حققت خلال سنتي 2009 و 2010 رقم المعاملات الجملي المبين بالجدول التالي:

2010	2009
12000,000	155368,000

وتجدر الإشارة إلى أنّ هذه الشركة توقفت عن النشاط سنة 2011. وذلك وفقا للمعطيات المضمّنة بالملف والمستقاة من وكيل الشركة السيد محمد بن حمادي والمرسّمة بكتابة المجلس بتاريخ 27 ماي 2016 .

-التوزيع عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة:

حيث يعتبر التوزيع من العناصر الرئيسية للتسويق ويهدف هذا النشاط إلى إيصال المنتجات أو الخدمات من منتجها إلى طالبيها. وحيث من المعلوم أنّ السلعة أو الخدمة مهما بلغت من الجودة في النوعية والمواصفات فإنّه لا قيمة تسويقية لها إن لم تصل حيث يريدّها المستهلك.

وحيث إستقرّ عمل المجلس على إعتبار أنّ تحديد السوق المرجعيّة يمكن أن يبنّي على التمييز بين مختلف طرق التوزيع المعتمدة من قبل العارضين اعتبارا لاختلاف طرق العرض التجاري لنفس المنتجات وتباين مستوى أسعار هذه المنتجات بحسب اختلاف مسالك توزيعها وتغيّر الموقف الشرائي للمستهلك إزاء نفس المنتجات عند عرضها في مسالك توزيع مختلفة.

وحيث تفيد الدراسة¹ التي قام بها المعهد الوطني للإستهلاك أنّ 60% من سكان إقليم تونس يتزوّدون من المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة.

1- من حيث العرض:

حيث تتمثّل أهمّ الخدمات المعروضة من قبل مساحات التوزيع العصرية للمنتجين خاصّة في توفير مساحات عرض ليطّاعهم ومنتجاتهم وجملة من الخدمات التجارية الأخرى كخدمات الإشهار التجاري وتنمية المبيعات، أمّا بالنسبة للمستهلك فإنّ هذه المساحات توفّر لهم فضاء لإقتناء حاجياتهم المختلفة والمتعدّدة.

وحيث تعتبر عملية التزوّد وحسن اختيار المنتجين المتعامل معهم من أهمّ عوامل نجاح هذه المساحات إذ كلّما قدّمت منتجات متعدّدة وذات جودة عالية وكلفة منخفضة كلّما أمكنها جلب أكبر عدد من الحرفاء.

وحيث تتمتّع المساحات التجارية الكبرى بقوة إقتصادية ومالية وخاصّة تفاوضية في علاقتها مع المزوّدين.

¹ - L'étude, intitulée « L'impact de la modernisation du commerce sur le comportement du consommateur tunisien et ses dépenses », a porté sur un échantillon de 1500 consommateurs, issus des différentes catégories sociales et résidants dans le Grand Tunis.

En ce qui concerne les motifs du choix porté par les consommateurs sur ces espaces, 24.7 % des interrogés apprécient les prix « acceptables ou adéquats » qui y sont proposés et 23 % les choisissent en raison du regroupement des achats dans un seul espace et de l'offre diversifiée. L'étude a démontré que les habitants du grand Tunis acquièrent 51% des produits alimentaires auprès des grandes et moyennes surfaces, 47 % (les produits détergents).

2- من حيث الطلب:

حيث تسعى الشركات المنتجة لمواد التنظيف ، إلى جانب توزيع منتوجاتها عبر مسالك التوزيع التقليدية، إلى عرضها داخل مسالك التوزيع العصرية وذلك نظرا لأثرها على مكانة وشهرة العلامة التجارية للمنتوج.

وحيث تتقاسم سوق تجارة التوزيع عبر المساحات التجارية ثلاثة مجموعات كبرى بهذه السوق² وهي **مجموعة المبروك** التي تملك المساحة التجارية الكبرى الحاملة لعلامة "جيان" والمساحات التجارية الحاملة لعلامة "مونوبري".

وحيث بلغت نقاط البيع الحاملة لعلامة مونوبري وإلى غاية سبتمبر 2016.

84 نقطة بيع.

ومجموعة الشايبي التي تنشط تحت مسمى "أوتيك" "UTIC" (Ulysse Trading and Industrial Companies

وحيث تملك هذه المجموعة مساحتين تجاريتين كبرى تحت تسمية "كارفور" (بالمرسى وقابس) وما يقارب 77 نقطة بيع³ من صنف المساحات التجارية المتوسطة "كارفور ماركت"(41) و"كارفور اكسبريس" (34) المتواجدة بمختلف أنحاء الجمهورية وذلك بحسب معطيات سنة 2016.

ومجموعة البياحي وبولينا التي تملك المساحات التجارية الحاملة لعلامة mg .
ويبلغ عدد نقاط البيع التابعة لشركة المغازة العامة، بحسب معطيات سنة 2016، حوالي 83 نقطة.

حصص السّوق المتعلقة بتجارة التوزيع عبر المساحات التجارية:

- معطيات مستقاة من دراسة قام بها مجلس المنافسة في إطار الرأي عدد الصادر عنه بتاريخ 25 جوان 2015. ²

³ - حسب العدد المعلن عنه بموقع واب مساحة "كارفور": www.carrefourtunisie.com

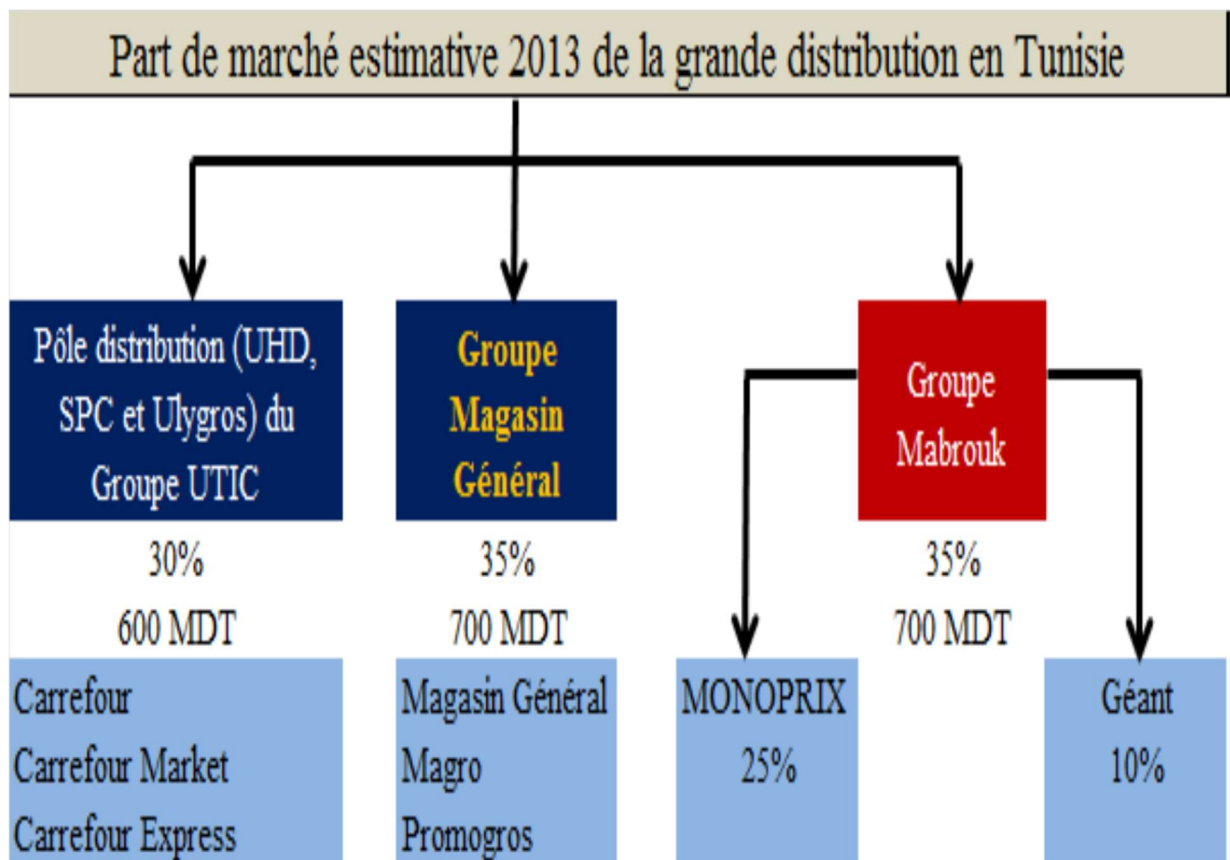
تتقاسم هذه المجموعات الثلاثة الناشطة في هذه السوق رقم معاملات جملي خلال السنة المالية 2013 قدره ألفا مليون دينار تتوزع كآآي:

- مجموعة المبروك (مونوبري-جيان) التي تعادل حصتها بالسوق 700 م.د أي بنسبة 35% من السوق.

- مجموعة البياحي (المغازة العامة) التي تعادل حصتها بالسوق 700 م.د أي بنسبة 35% من السوق.

- مجموعة الشايبي (كارفور) التي تعادل حصتها بالسوق 600 م.د أي بنسبة 30% من السوق.

ويلخص الرسم البياني التالي هيكل السوق الحاليّة (حسب إحصائيات تقديرية لسنة 2013):



المصدر⁴:

Perspectives de développement de la SNMVT – Monoprix à l'international, MCP – MENA CAPITAL - 4 PARTNERS, Décembre 2013, p.5.

وحيث يتبيّن ممّا تقدّم أنّ حصص العلامات التجارية التي تستغلّ مساحات تجارية كبرى (مونوبري - جيان والمغازة العامة وكارفور) في السوق متقاربة.

وحيث أنّ السوق المرجعية تشهد دخول مساحات تجارية متوسطة جديدة تحمل علامة "عزيزة" تابعة لمجموعة سلامة.⁵ وهي مختصة بالدرجة الأولى في توزيع المواد

الغذائية بأسعار منخفضة وفقا لما يعرف بـ **Hard-discount**

-الإتفاقيات التجارية:

وحيث تفيد دراسة السوق بالنسبة لشركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" وشركة ميديس "جيان" أنّ عمليّة التزوّد بالمنتجات وكذلك عمليّة التفاوض التجاري مع الشركات المنتجة لمواد التنظيف كانت إلى حدود سنة 2010 تتمّ عن طريق شركة "جيمو". وهي شركة متخصصة في مجال التفاوض لتتولى نيابة عنها إختيار المزوّدين والتفاوض معهم والتعاقد معهم أيضا.

وحيث تمثّل شركة "جيمو" الطرف الموكل له إسداء مثل هذه الخدمات لفائدة شركة مونوبري وشركة "ميديس جيان".

⁵- **Chaîne AZIZA** une première chaine de Hard-discount a vu le jour en Tunisie, en 2014. C'est la chaine AZIZA appartenant au groupe SLAMA, spécialiste de l'agroalimentaire. Une enseigne de distribution alimentaire de proximité basée sur une pratique de prix bas. Vue la réussite du concept, la chaine AZIZA est actuellement constituée d'un réseau de 91 points de vente situés généralement dans des quartiers populaires. Source : La Grande Distribution en Tunisie : Etat des lieux et perspectives d'avenir

⁶- La chaîne des magasins **Aziza** est une enseigne de commerce en détail, alimentation et produits domestiques. Le lancement de la chaîne alimentaire Aziza a eu un fort impact en Tunisie car, au-delà de la création d'une enseigne, il a surtout correspondu à l'introduction d'un nouveau concept détail sur le marché local : celui du **Hard-discount** pour lutter contre la cherté de la vie et l'inflation des prix, l'enseigne a proposé dans ce sens une offre à **prix cassés**. Un groupe qui a fait ses preuves dans l'agroalimentaire via les marques de la **GIAS** (Goldina, Nejma), **glaces** (Nassim) **Hightech** (MIB), c'est le groupe Slama. Source : l'expert article publié le 1 mai 2015.

وحيث تتولّى شركة "جيمو" بمقتضى الإتفاقية وبوصفها وكيلًا تجاريًا إختيار المزوّدين والمنتوجات ومناقشة أسعار الشراء ومختلف أنواع التخفيضات ومناقشة الشروط المتعلقة بالشراء وتحضير مختلف العمليات الإشهارية وكراء فضاءات البيع المتواجدة داخل المساحات التجارية التابعة لشركة جيان وشركة مونوبري و القيام بكل العمليات التجاريّة التي من شأنها تحسين التموقع التجاري لكل من شركة مونوبري وشركة ميديس "جيان".

وحيث أنّ العمل بهذه الإتفاقيات يكون عادة لمدة سنة إبتداء من 1 جانفي إلى غاية 31 ديسمبر منها ويتم تجديدها بصفة ضمنيّة في نهاية كلّ سنة إلاّ في حالة الإعتراض على ذلك من قبل أحد الأطراف.

وحيث تفيد المعطيات المضمّنة بالملف أنّه منذ توقّف شركة جيمو عن النشاط سنة 2011 فإنّ إعداد وإبرام الإتفاقيات التجارية يتمّ من قبل لجنة تتكوّن من عدة إدارات تمثل الإدارات المعنية بالشركة وفقا للمعطيات المضمّنة بالملف والصادرة عن الإدارة العامة لشركة الدار الجديدة لمدينة تونس.

وحيث بالنسبة لشركة أوليس للتوزيع "كارفور" فإنّ دراسة السوق تفيد أنّ عمليّة التفاوض التجاري مع الشركات المنتجة لمواد التنظيف تتم عبر مركزية الشراء التابعة لهذه الشركة لفائدة العلامات التالية:

Carrefour-Carrefour Market-Carrefour Express-Cash & Carry

وحيث بالنسبة لشركة المغازة العامّة فإنّ المعطيات المضمّنة بالملف تفيد أنّ عمليّة التفاوض التجاري مع الشركات المزوّدة لمواد التنظيف تتم عبر مركزية شراء تابعة لهذه الشركة التي تقوم بعملية التفاوض لفائدة كافة العلامة الراجعة للمجموعة. "Centrale des négociations commerciales"

وحيث تتمثل أهم العلامات المتعلقة بمواد التنظيف المسوقة بالمساحات التجارية في:
ديكسان Dixan ونظيف Nadhif وأومو OMO و أومو ماتيك وأريال ARIEL
منتوج مورّد وجودي JUDY ودات Det (شركة صودات) ودينول DINOL وشوك
Choc: ومزيل بقع فانش VANISH منتوج مورّد وصابون قرطاج وياسمين
Shems و Best Clean, Yesmine Maxinet

-أهم الشركات المنتجة لمواد التنظيف:

حيث يتبنّى بالرجوع إلى السوق المرجعية من جهة أخرى أنّ أهم الشركات
المنتجة لمواد التنظيف تتمثل في شركة هنكل Henkel العلامات :ديكسان-
نظيف وشركة أونيليفر Unilever العلامات: COJOLINE-Jif-OMO
matic
وشركة النظافة جودي⁷ Judy العلامة:جودي وشركة كوديفا Codifa
العلامة:Sanax-Choc وشركة ديترسون Detersan العلامة Vic وشركة
صودات⁸ Sodet العلامة :دات Det وشركة سيبكو Sipco العلامة:

⁷ - شركة النظافة جودي :تأسست سنة 1972 من قبل السيد محمد الفهري محرز وهي من أكبر الشركات التونسية لمواد التنظيف المنزلية.
تعدّ صاحبة الريادة في السوق التونسي لماء الجفّال فضلا عن أنواع أخرى من مواد التنظيف المنزلية: مثل المنظّف متعدد الاستعمالات ،
مزيل الشحوم و منظّف البلور...

⁸la Société de Détergents de Tunisie « SODET » a été créée en 1999 dans l'objectif de développer, fabriquer et commercialiser des produits détergents à usage domestique, industriel et institutionnel

La SODET maîtrise aujourd'hui la fabrication de produits détergents poudre et liquides :

Soin du linge :

Det perfect : lessive en poudre pour le lavage en machine automatique

Det oxygène actif : lessive en poudre pour le lavage à la main et en machine semi-automatique

OxyDet : liquide détacheur sans javel

Det au savon de Marseille : lessive en poudre pour le lavage à la main

newDex extra-power : lessive en poudre pour le lavage à la main

ماكسيمات Maximet وشركة باشا للنظافة SOCIETE PACHA
SOPAD⁹ DETERGENT العلامة: First Clean وشركة ماكسوالا للتوزيع
العلامة ماكسينات وشركات مورّدة لمواد التنظيف خاصّة منها شركة أرجانيا
للتوزيع التي تورّد خاصة منتوج أريال ARIEL من شركة بروكتر أند قمبر
.Procter & Gamble

– من الممارسات المثارة:

حيث إعتد الملف الراهن على دراسة سوق توزيع مواد التنظيف عبر المساحات
التجارية الكبرى والمتوسطة من خلال دراسة مجموعة من الإتفاقيات التجارية التي
تربطها بالشركات المزوّدة لها بمواد التنظيف.
وحيث يتّجه الإلتفات عن الدفع القائل بسبق تعهّد المجلس بنفس السوق المرجعية
وذلك بمناسبة القرار عدد 121301 الصادر في 25 ديسمبر 2015 لإختلاف
الأطراف المشمولة بالدعويين.
وحيث إستقرّ فقه قضاء المجلس على أنّ إثبات التعسّف في إستغلال وضعيّة
التبعية الإقتصادية يفترض تحديد الأطراف المتنازعة بكل دقّة وإعتداد دراسة للعلاقة
بينها حالة بحالة للتبّت من مدى وجود حالة التبعية أوّلا والإفراط في إستغلالها
ثانيا.

Dexel : lessive en poudre pour le lavage à la main

Produit d'entretien :

Jet Javel : eau de javel 12°CI

Jet sol : liquide désodorisant

Produit pour vaisselle

⁹ -SOCIETE PACHA DETERGENT SOPAD : entreprise tunisienne de produits
d'entretien ménager fondée en 2009

وحيث أحجمت الشركات المتدخلة في سوق مواد التنظيف (المنتجة أوالمورّدة) والمتعاملة مع المساحات التجاريّة على تقديم معطيات ومؤيّدات دقيقة للمجلس حول ضلوع هذه الأخيرة في ممارسات مخلة بالمنافسة تجاهها بل إكتفت بالتشكي من بعض المعاملات دون تحديد الممارسات التي تأتيها كل مساحة تجاريّة مشمولة بدعوى الحال ودون تقديم مؤيّدات يمكن إحالتها للأطراف المدعى عليها وتمكينها من حق الدفاع بشأنها.

وحيث لم يثبت من وثائق الملف الراهن على حالته قيام الشركات المدعى عليها بممارسات مخلة بالمنافسة على معنى أحكام الفصل 5 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

ولهذه الأسباب -

قرّر المجلس: رفض الدعوى.

وصدر هذا القرار عن الدائرة القضائيّة الأولى لمجلس المنافسة برئاسة السيّد رضا بن محمود ومضويّة السادة محمّد العيادي والخموسي بو عبيدي ومحمّد بن فرج والسيّدة رجاء الشواشي.
وتلي علنا بجلسة يوم 6 جويلية 2017 بحضور كاتبة الجلسة السيّدة يمينّة الزيتوني.

كاتبة الجلسة

الرئيس

يمينّة الزيتوني

رضا بن محمود