

الجمهورية التونسية

الحمد لله

مجلس المنافسة

الجلسة العامة

القطاع: التجارة: عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية

الرقم 182671

القادر عن مجلس المنافسة

بتاريخ 19 جويلية 2018

إنّ مجلس المنافسة،

بعد الإطلاع على مكتوب وزير التجارة المؤرخ في 28 ماي 2018 والمتضمّن طلب رأي المجلس في مشروع تحديد عقد استغلال تحت التسمية الأصلية في مجال الخدمات طبقا لأحكام الفصل 6 من القانون عدد 36 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 المتعلّق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

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

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

وعلى الأمر الحكومي عدد 1204 لسنة 2016 المؤرخ في 18 أكتوبر 2016 المتعلّق بضبط إجراءات تقديم مطالب الإعفاء ومدّته تطبيقا لأحكام القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 المتعلّق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وبعد الإطلاع على ما يفيد استدعاء أعضاء المجلس وفق الصيغ القانونية لجلسة يوم الخميس 19 جويلية 2018.

وبعد التأكد من توقّر النصاب القانوني.

وبعد الإستماع إلى المقررة السيّدة جميلة الخبثاني في تلاوة تقريرها الكتابي.

وبعد المداولة استقر رأي الجلسة العامة لمجلس المنافسة على ما يلي:

I- تقديم الملف:

٧- المحتوى المادّي لمشروع العقد:

تطبيقا لمقتضيات الأمر الحكومي عدد 1204 لسنة 2016 المؤرخ في 18 أكتوبر 2016 المتعلق بضبط إجراءات تقديم مطالب الإعفاء ومدته تطبيقا لأحكام القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرخ في 15 سبتمبر 2015 المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار، أحيّلت على مجلس المنافسة مجموعة من الوثائق في إطار طلب تجديد ترخيص لاستغلال علامة فرنسيّة في مجال الخدمات مقدم من شركة "بروكسيمال" « Proximal » تنتهي مدّة الإعفاء المتعلقة به في 14 أوت من سنة 2018 تتمثّل في:

- مطلب بإسم الشركة،
 - الملفّ القانوني للشركة،
 - وثائق ما قبل إبرام العقد،
 - نسخة من عقد الاستغلال تحت التسمية الأصليّة القديم،
 - مشروع تجديد عقد الإستغلال،
 - تحيين لدراسة حول القطاع وهيكلّة السوق التي تنشط فيها المؤسّسة،
 - مذكرة تتعلّق بتبيان المزايا الإقتصاديّة للإعفاء وآثاره على رفاه المستهلك وعلى التّشغيل،
 - مخطّط الإستثمار والقوائم الماليّة.
- كما تجدر الإشارة إلى أنّ مطلب تجديد الترخيص مقدّم في إطار الآجال المبيّنة بالفصل الرابع من الأمر الحكومي سابق الذّكر.

II- عقد الإستغلال تحت التسمية الأصليّة المعني بطلب تجديد الإعفاء:

يعرّف الفصل 14 من القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرخ في 12 أوت 2009 والمتعلّق بتنظيم تجارة التوزيع، عقد الإستغلال تحت التسمية الأصليّة بأنّه " عقد يمنح بمقتضاه صاحب تسمية أو علامة تجاريّة حقّ إستغلالها لشخص طبيعي أو معنوي يسمّى المستغلّ

تحت التسمية الأصلية قصد قيامه بتوزيع منتجات أو إسداء خدمات لقاء مقابل مالي. ويقصد بشبكة الإستغلال تحت التسمية الأصلية مجموع محلات مستقلة تعمل تحت علامة واحدة ووفق أساليب تجارية موحدة خاصة تهيئة المحلات وطرق التسيير والعرض والتسويق ومصادر التزود.

ويتعلق العقد المعروض على أنظار المجلس بطلب تحديد الإعفاء من المنع المنصوص عليه بالفصل 5 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار بإسداء الخدمات وذلك بإسناد حق حصري لتنظيم مسابقة جودة منتجات غذائية تونسية بقصد الإستغلال الحصري على التراب التونسي لعلامة " نكهة السنة" ¹ Approuvé saveur de l'année.

كما يتعلق العقد بتنظيم مسابقات وإسناد العلامات (هي مسابقات وعلامات تم تطويرها من طرف شركة موناديا " MONADIA " في إطار استغلال علامة نكهة السنة إلى مجالات أخرى تخرج عن نطاق المنتجات الغذائية) وفقا لما يلي:

1- « Victoire de la beauté »²

2- « Trophée de la maison »³

ويتم سنوياً فتح الترشيحات لفائدة المؤسسات التي تريد المشاركة في المسابقة السنوية المخصصة لمنتج معين مقابل دفع معلوم مالي لفائدة الشركة المستغلة تحت التسمية الأصلية، وبعد تحديد القائمة النهائية للمؤسسات المشاركة في مسابقة les saveurs de l'année يتم عامة اللجوء إلى مخابر التقييم المذاقي Laboratoires d'évaluation sensorielle.

وتتمثل أطراف العقد المعروض على أنظار مجلس المنافسة في:

أ- مالك لتسمية أو علامة تجارية:

يتمثل الطرف الأول في عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية، في صاحب تسمية أو علامة تجارية. وتحدد الملكية في هذا الصدد من ناحية، بوجود علامة أو تسمية تجارية مسجلة بالتراب التونسي، ومن ناحية أخرى بمنتجات أو خدمات محددة يهتمها هذا

¹ تم إخراج عملية " نكهة السنة" بالنسبة إلى المطاعم من نطاق تطبيق هذا العقد: Opération saveurs de l'année : restauration.

² Signe distinctif accordé à des produits de cosmétique, d'hygiène de beauté et de soin.

³ Signe distinctif accordé à des produits liés à l'univers de la maison tels que le bricolage, la décoration, le jardinage, l'entretien de la maison ou encore l'électroménager.

التسجيل. ولم يفرّق القانون المنظّم لتجارة التوزيع بين مالك تونسي أو أجنبي، وبالتالي فإنّ إنطباق هذا القانون لا يقتصر على المؤسسات التونسية المالكة لعلامات تجارية مسجلة. وفي عقد الحال، فإنّ الطرف الأوّل يتمثّل في شركة موناديا MONADIA وهي شركة فرنسيّة ذات رأس مال قدره 37.000 أورو مسجلة بالسجل التجاري بمدينة فاساي تحت عدد ب413463860. وهذه الشركة هي عبارة عن مركز مستهلكين لتقييم الجودة Centre de qualité consommateurs يعنى بإسناد علامات وجوائز وشارات واعترافات بجودة المنتج على أساس رأي مجموعة من المستهلكين يقومون بتقييم جودة المنتج أو الخدمة. ولا تمثّل هذه الشركة المالكة الأصليّة للعلامة المانحة في خصوصها حقّ الإستغلال الحصري بل هذه العلامات تستغلّها حصرياً بمقتضى حقّ استغلال حصري مسند من طرف شركة برودمارك العالميّة Prodemarques International المالكة الأصليّة للعلامة. وقد تمّ تسجيل علامة " نكهة السنّة " Approuvé saveur de l'année بالتراب التونسي بالمعهد الوطني للمواصفات والملكيّة الصناعيّة باللغتين العربيّة والفرنسيّة.

ب- مستغلّ تحت التسمية الأصليّة:

شركة بروكسيمال PROXIMAL هي الشركة التي ستقوم بالاستغلال الحصري للعلامات سابقة الذكر بالتراب التونسي والتي يمكنها بمقتضى العقد موضوع الإستشارة إعادة إسناد حقّ استغلالها إلى طرف آخر على التراب التونسي بعد الحصول على ترخيص مسبق من طرف الشركة المالكة للعلامة وفقاً لمجموعة من الضوابط مضمّنة بـ Le règlement d'usage de la marque collective.

وهي شركة ذات مسؤوليّة محدودة خاضعة للقانون التونسي مسجلة بالسجل التجاري تحت عدد ب2493562011 بدأت نشاطها بتاريخ 31 ماي 2011 كمكتب دراسات في مجال الخدمات المقدّمة خصوصاً للمؤسسات.

III- السوق المرجعيّة المتعلقة بالاستشارة:

تندرج استشارة الحال ضمن السوق المرجعيّة العامّة المتمثلة في سوق تقييم جودة المنتج أو الخدمة وإسناد علامة جودة Label de qualité أو شارة تميّز.

ويفسّر سعي المؤسسات الإقتصادية وراء الفوز بمثل هذه العلامات بأنّها تمثّل في الآن نفسه مبرّر بيع للمنتوج أو للخدمة وضمانا لجودته، وهي كلّها معطيات تدعّم تنافسيّة المنتوج أو الخدمة في السّوق المحليّة أو الأجنبيّة. لذلك تقوم كلّ مؤسسة تحصّلت على علامة بوضع المميّز التّمطي للعلامة على غلاف المنتوج المعني قصد إشهار حصولها عليها.

وفي هذا الإطار، نصّ الفصل 13 من القانون عدد 117 لسنة 1992 المؤرّخ في 7 ديسمبر 1992 المتعلّق بحماية المستهلك على أنّه " تمنع كلّ عمليّة إشهار لمنتوج تتضمّن بأيّ شكل من الأشكال ادّعاءات أو إشارات غير صحيحة أو من شأنها أن توقع في الخطأ...". كما منع الفصل 14 من نفس القانون " - تسليم أو استعمال أو محاولة استعمال شهادة في الجودة قصد العثّ - إيهام أو محاولة إيهام خلافا للواقع وخاصة باستعمال كيفيّة عرض غامضة بأنّ المنتوج يتمتّع بشهادة في الجودة - إيهام أو محاولة إيهام خلافا للواقع أنّ المنتوج حامل لعلامة جودة مضمونة من قبل الدّولة أو من قبل هياكل عموميّة".

وتتفرّع هذه السّوق المرجعيّة إلى سوقين فرعيّتين وهي الآتية:

1- السّوق المنظّمة والرّسميّة لتقييم جودة المنتوجات أو الخدمات Circuit

:officiel

2- السّوق الحرّة لتقييم جودة المنتوجات أو الخدمات: موضوع استشارة الحال

يمثّل القانون عدد 36 لسنة 2001 المؤرّخ في 17 أفريل 2001 المتعلّق بحماية علامات الصّنع والتّجارة والخدمات كما تمّ تنقيحه وإتمامه بالقانون عدد 50 لسنة 2007 المؤرّخ في 23 جويلية 2007 الإطار القانوني العامّ لهذه السّوق.

يخضع هذا التّقييم من ناحية إلى طلب نابع من المؤسسات الإقتصادية إلى هيكل تقييم حرّ غير حكومي يمكن أن يكون في شكل مؤسسة اقتصادية أو جمعيّة يطلب بمقتضاه إخضاع منتوجه إلى مسابقة مع بقيّة المنتوجات المنافسة وإلى تقييم لخاصيّاته الفيزيائيّة والكيميائيّة والمكروبيولوجيّة والمذاقيّة.

وتخضع هذه العملية عامّة إلى رأي مجموعة من المهنيين في المجال أو مجموعة من المستهلكين للمنتوج، كما تلجأ هيكل التّقييم أيضا إلى مخابر التّحليل المعترف بها⁴. وتقوم هذه المخابر بالتّحليل التّالية:

- Analyses microbiologiques
- Analyses physico chimiques
- Analyses sensorielles

وبالنسبة للسّوق التّونسيّة، فإنّه يمكن للمراكز الفنيّة⁵ في مختلف القطاعات الصّناعيّة التي قامت بإحداث وبعث مخابر تحليل وتجربة أن تقوم بالمساعدة التّقنيّة والفنيّة للهيكل الخاصّة التي تعنى بإسناد شارات وعلامات الجودة.

ويمكن أن يخضع المنتج المحليّ إلى تقييم حرّ من قبل هيكل خاصّة منتصبة بالسّوق المحليّة على غرار مستغلّ علامة نكهة السّنة موضوع طلب التّرخيص المعني باستشارة الحال أو هيكل خاصّة عالميّة.

ويذكر في هذا المجال علامة "Médaille d'or"⁶ المتحصّل عليها من قبل الماء المعدني "فراة" لسنة 2006 من طرف المعهد العالمي لأحسن المنتجات ذات الجودة الموجود ببروكسال.

وعلى المستوى المحليّ، فإنّ هذه السّوق المرجعيّة الفرعيّة شهدت نوعا من التّطوّر والحركيّة منذ دخول علامة "نكهة السّنة" إلى السّوق المحليّة وذلك من خلال ظهور علامات جديدة على غرار « MRQP Meilleurs rapports qualité prix » منذ سنة 2015 و Elu produit de l'année منذ سنة 2016 و Tunisia Brand Awards منذ سنة 2017

⁴ يتمّ الاعتراف من قبل المجلس الوطني للإعتماد وفقا لمقتضيات القانون عدد 92 لسنة 2005 المؤرخ في 3 أكتوبر 2005 المتعلّق بتنقيح وإتمام القانون عدد 70 لسنة 1994 المؤرخ في 20 جوان 1994 المتعلّق بإحداث نظام وطني لاعتماد هيئات تقييم المطابقة. كما يمكن أن تحصل على اعتراف دولي من قبل هيئات دوليّة على غرار المجلس الفرنسي للإعتماد COFRAC.

⁵ تضطلع المراكز الفنيّة تطبيقا لأحكام الفصل السابع من القانون عدد 123 لسنة 1994 المؤرخ في 28 نوفمبر 1994 المتعلّق بالمراكز الفنيّة في القطاعات الصّناعيّة بالعديد من المهامّ من بينها القيام بكلّ اختبار أو تحليل منطبعها سواء من طرف المهنيين أو المحاكم والقيام بكلّ مهمّة تحت إشرافها لحسم الخلافات بالحسنى وبعث مخابر تحليل وتجربة للقيام بالإختبارات اللاّزمة لأنشطة الصّناعيّة.

⁶ C'est une selection mondiale des eaux et des boissons gazeuses et non alcoolisées, attribuée par « monde selection » qui n'est autre que l'institut international des meilleurs produits de qualité dont le siège est à Bruxelles.

يتمّ ترويجها على التوالي من قبل شركة Kim و Nexpress sarl و Maghreb Corporate و Events consulting et process.

وعلى خلاف السّوق المحليّة، فإنّه على المستوى العالمي يشهد هذا المجال تطوّرا كبيرا ويوجد العديد من العلامات غير الرسميّة على غرار ⁷Produit en Bretagne و Concours général agricole⁸ و Max Havelaar⁹ و Elu Produit de l'année¹⁰.

ويجب في خصوص هذه السّوق المرجعيّة الفرعيّة التّفرقة بين اللّجوء إلى هيكل خارجي للإعتراف بجودة المنتج الذي يفترض خضوعه إلى مقارنة مع بقيّة المنتجات المنافسة وبين دراسة جودة المنتج من قبل هيكل داخلي لمؤسسة اقتصادية ما.

ويذكر في هذا الإطار ما يتوفّر لدى بعض المؤسسات الإقتصادية في مجال المنتجات الغذائيّة من مخابر تحليل حسّيّة¹¹ Laboratoires d'analyses sensorielles التي تقوم بصنعها على غرار شركة السّنبله الذّهبيّة أو من قبل هيكل خارجي لدراسة جودة المنتج دون الحصول في نهاية المطاف على اعتراف جودة يمكن وضعه على غلاف المنتج

⁷ Ce logo est un signe de reconnaissance pour mettre en avant les produits fabriqués en Bretagne.

⁸ Ce logo a pour ambition de primer les meilleurs produits du terroir français.

⁹ C'est un label international qui regroupe des ONG et des représentants de producteurs. Son but : utiliser le commerce pour donner à des paysans et employés de l'hémisphère sud les moyens de lutter eux-même contre la pauvreté.

¹⁰ Organisé par la société MEM (Management Europe Meeting) ce logo récompense chaque année des produits de grande consommation. Les produits élus sont des nouveaux produits et sont présélectionnés par un comité de professionnels. La sélection finale est faite suite à l'envoi d'un catalogue papier à 10.000 foyers soit 22.000 personnes chargées de désigner leurs produits préférés sans forcément les avoir testés. C'est donc essentiellement un vote sur le côté design et esthétique du produit ainsi que de la notoriété de la marque du produit.

¹¹ Les analyses sensorielles sont des techniques incontournables dans l'évaluation de la qualité de tout produit destiné à la consommation. Elles font appel à tous les sens que ce soit l'olfaction, la gustation, le toucher, l'ouïe ou la vue. Ces analyses sont donc indispensables pour des produits issus de l'agro-alimentaire ou autres secteurs tels que la chimie ou la cosmétique.

Ces Analyses sensorielles s'effectuent avec un panel consommateurs entraînés, pour :

- Définir les caractéristiques sensorielles des produits (texture, saveur, arôme, couleur,...), en vue d'obtenir ou de contrôler une marque de qualité.
- Coupler les caractéristiques sensorielles aux mesures physico-chimiques (sucre, acidité...)
- Comparer des produits à la concurrence
- Connaître l'appréciation des consommateurs sur les produits et les emballages,...
- Comparer les différentes variétés aux modes de culture aux techniques culturales, aux degrés de maturité, aux durées et aux techniques de conservation, aux aptitudes à la cuisson et à la transformation.

يبرز تفوّقه على منتجات منافسة على غرار مثلاً مخابر STC VERITAS agroalimentaire et environnement.

ومن الضّروري التّأكيد على أهميّة تطوير ودعم هذه السّوق الفرعيّة لما لها من تأثير مباشر على تنافسيّة المنتجات المعروضة ودعم مردوديّتها وتطوير خصائصها. كما أنّه في تطوير هذا الجانب في عمل وثقافة المؤسّسات الإقتصاديّة المحليّة نتائج مباشرة وإيجابيّة على المستهلك باعتبار أنّ مثل هذه التّحليل والمسابقات تعطي ضماناً مباشراً للجودة المدقّقة للمنتج.

ولئن كانت هذه السّوق لا تخضع إلى ضوابط قانونيّة أو إلى ضمان حكومي كما هو الشّأن بالنّسبة إلى السّوق المرجعيّة الفرعيّة الأولى، غير أنّ ذلك لا يمنع بعض هياكل المراقبة من التّثبت من صحّة حصول مؤسّسة إقتصاديّة ما على علامة الجودة الخاصّة على غرار المعهد الوطني للإستهلاك الذي أحدث بموجب القانون عدد 70 لسنة 2008 المؤرّخ في 10 نوفمبر 2008 والذي أوكل إليه بمقتضى الفصل 2 مهمّة تقديم الدّعم الفتي للمنظّمات والهياكل المعنية بمجالات الاستهلاك كما يساهم في تنمية إعلام المستهلك وتوجيهه وترشيد سلوكه الاستهلاكي.

وكلف لهذا الغرض خاصّة بالمهامّ التّالية:

- إنجاز التّحليل واختبارات المقارنة على المنتجات بصفة تلقائيّة أو بطلب من السّلط العمومية أو منظّمات الدّفاع عن المستهلك لدى المخابر المؤهّلة للغرض و /أو المعتمدة،
- القيام بالدراسات والبحوث التي تتناول الجوانب العلميّة والاقتصاديّة والقانونيّة والاجتماعيّة لاستهلاك المنتجات والخدمات،
- المساهمة في إعداد وتجميع الوثائق العلميّة والفنيّة والقانونيّة ذات الصّلة بمجالات الاستهلاك وحفظها وتيسير الاستفادة منها،
- نشر نتائج التّحليل واختبارات المقارنة وإعلام المستهلكين والمهنيّين بها ووضع هذه النّتائج على ذمّة السّلط والهياكل المعنية،
- نشر نتائج الدراسات والبحوث المتعلّقة باستهلاك المنتجات والخدمات،

- إعلام المستهلك بكلّ ما يتّصل بمجالات الاستهلاك،
- التعاون مع المؤسسات الشبيهة في الدّاخل والخارج.

وتجدر الإشارة إلى أنّ دخول علامة "نكهة السنّة" إلى السّوق التّونسيّة مكّن من إحداث ثلاثة مخابر تحاليل حسّيّة خاصّة معتمدة.

IV- النّظر في إمكانيّة تجديد الإعفاء لعقد الإستغلال تحت التّسمية الأصليّة

المعروض على أنظار المجلس على معنى الفصل السادس من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار:

سبق لمجلس المنافسة أن أبدى رأيه بالموافقة على إعفاء عقد الإستغلال تحت التّسمية الأصليّة وذلك بمقتضى الرّأي عدد 112418 الصّادر بتاريخ 9 فيفري 2012. وتتعلّق استشارة الحال بطلب التّرخيص في تجديد العقد بالتّفتيحات المدخلة عليه وأهمّها المدّة التي أصبحت 15 دورة سنويّة لمسابقة "نكهة السنّة" والمقابل المالي. ويمثّل عقد الاستغلال تحت التّسمية الأصليّة موضوع الاستشارة الرّاهنة اتّفاقا عموديا لتنظيم مسابقة نكهة السنّة وإسناد هذه العلامة إلى المنتج المتميّز بجودة مذاقيّة عالية يحوّل لصاحبه الإستغلال الحصري لهذه العلامة على مستوى التّراب التّونسي، وهو يعدّ بذلك اتّفاقا مخالفا للفصل 5 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار الذي ينصّ على أنّه: "تمنع الأعمال المتّفق عليها والتحالفات والاتّفاقيات الصّريحة أو الضّمنيّة التي يكون موضوعها أو أثرها محلاّ بالمنافسة والتي تؤوّل إلى:

- 1- عرقلة تحديد الأسعار حسب السّير الطّبيعي لقاعدة العرض والطلب،
- 2- الحدّ من دخول مؤسّسات أخرى للسّوق أو الحدّ من المنافسة الحرّة فيها،
- 3- تحديد أو مراقبة الإنتاج أو التّسويق أو الإستثمار أو التّقدّم التّقني،
- 4- تقاسم الأسواق أو مراكز التّموين."

غير أنّه واستثناء لما جاء بالفصل 5 سابق الذّكر، اقتضى الفصل 6 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار أنّه: "تعفى من تطبيق أحكام الفصل الخامس من هذا القانون

الاتفاقات أو الممارسات أو أصناف من العقود التي يثبت أصحابها أنّها ضرورية لضمان تقدّم تقني أو إقتصادي وأنّها تدرّ على المستعملين قسطاً عادلاً من فوائدها شريطة ألاّ تؤدّي إلى:

- فرض تضييقات تتجاوز ما هو ضروري لتحقيق ما ترمي إليه من أهداف،

- الإقصاء التام للمنافسة في السوق المعنيّة أو في جزء منها....."

ولئن برز استناداً إلى بنود العقد المعروض على أنظار مجلس المنافسة وبصفة خاصّة المتعلّقة منها بتكييف العقد كعقد استغلال تحت التسمية الأصليّة وبخاصيّاته وبحصريّة الإستغلال على التراب التّونسي، أنّه من شأن مثل هذه العقود باعتبار طبيعتها الحدّ من دخول مؤسسات محليّة أخرى بإمكانها استغلال علامة نكهة السنّة أو بصفة أدقّ التّضييق عليها باعتبار أنّ المستغلّ التّونسي للعلامة بإمكانه إعادة إسناد استغلالها إلى مؤسسة أخرى وبالتالي منع المنافسة بالنسبة إلى نفس العلامة concurrence intra-marque، إلّا أنّ طبيعة عقود الاستغلال تحت التسمية الأصليّة لا تمنع المنافسة بين العلامات فيما بينها concurrence inter-marques ، وهو ما تمّ فعلاً على أرض الواقع، إذ لم يمنع دخول العقد موضوع التّجديد حيّز التّطبيق من دخول علامات خاصّة أخرى على السوق التّونسيّة، إلى جانب علامة نكهة السنّة كما تمّ بيانه سابقاً ومكّن المستهلك من معطى جديد متعلّق بالجودة المذاقيّة لاختيار اقتناء منتج دون آخر.

كما مكّن تطوير السوق المرجعيّة الفرعيّة المتمثّلة في السوق الحرّة لتقييم الجودة وبصفة خاصّة الجودة المذاقيّة من إحداث مخابر خاصّة للتّحليل الحسيّة.

وفي واقع الأمر فإنّ مشروع عقد التّجديد يثير ملاحظة وحيدة تخصّ مدّة العقد التي أصبحت تغطّي 15 دورة سنويّة لتنظيم مسابقة "نكهة السنّة" مخالفاً بذلك ما درج عليه عمل المجلس من أنّ تحديد حصريّة استغلال العلامة لا يمكن أن يتجاوز خمس سنوات وهو ما يستوجب تعديل مقتضيات الفصل الأول من مشروع ملحق التّجديد.

واستناداً لما سبق بيانه فإنّ المجلس يقترح بعد مراعاة هذه الملاحظة الموافقة على تحديد عقد الإستغلال تحت العلامة الأصليّة لعلامة "نكهة السنّة" لفائدة شركة بروكسيمال.

وصدر هذا الرأى عن الجلسة العامة لمجلس المنافسة بتاريخ 19 جويلية 2018 برئاسة السيد رضا بن محمود وعضوية السادة محمد العيادي وعمر التونكتي والخموسي بوعبيدي وخالد السلامي وسالم بالسعود ومعز العبيدي ومصطفى باللطيف والسيدتين ريم بوزيان وسندس الشيخ، وبحضور المقرر العام السيد محمد شيخ روحه وكاتب الجلسة السيد نبيل السماقي.

الرئيس

رضا بن محمود