

الحمد لله

الجمهورية التونسية

مجلس المنافسة

القضية عدد: 121301

تاريخ القرار: 25 ديسمبر 2015

قرار

أصدر مجلس المنافسة القرار التالي:

- **المدّعية:** الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف: "STID" نائبها الأستاذ سامي الفريخة (إتحاد المحامين والمستشارين). الكائن مكتبه بنهج عزّوز الرباعي عدد 11- 2092 المنار تونس.

من جهة

- **المدّعى عليها:**

1- شركة المغازة العامة في شخص ممثلها القانوني الكائن مقرّها بنهج كمال أتاتورك عدد 28 تونس. نائبها الأستاذ محمّد سرحان خليف (شركة المحاماة المزيو كناني وشركاؤهما) الكائن مكتبه بعمارة المنيار 2 بلوك أ الطابق الأوّل نهج بحيرة أورمية ضفاف البحيرة 2045 تونس.

2- شركة أوليس للتوزيع "كارفور" في شخص ممثّلها القانوني الكائن مقرّها بزاوية الطريق الوطني 9 والطريق الوطني 10 سيدي داود المرسى تونس. نائبها الأستاذ بوبكر بالثابت الكائن مكتبه بالمكتب ب 2 الطابق الثاني نهج 8300 موندلير تونس.

3- شركة الدار الجديدة لمدينة تونس (SMNVT) "مونوبري" في شخص ممثّلها القانوني الكائن مقرّها بنهج العربي زروق مقرين الرياض. نائبها الأستاذ يوسف الكنائي (شركة حمامة بوصيّان الكنائي هورابي) الكائن مكتبه ب 29 شارع آلان سافاري البلفيدير 1002 تونس.

4- شركة جيمو في شخص ممثّلها القانوني الكائن مقرّها بالمركب التجاري تونس سيتي مفترق طريق تونس بنزرت وطريق برج الطويل سباله بن عمّار 2032 أريانة. نائبها الأستاذ يوسف الكنائي (شركة حمامة بوصيّان الكنائي هورابي) الكائن مكتبه ب 29 شارع آلان سافاري البلفيدير 1002 تونس.

5- شركة المتوسطة للتوزيع: ميديس "MEDDIS" الكائن مقرّها بالمركب التجاري تونس سباله بن عمار أريانة. نائبها الأستاذ يوسف الكنائي (شركة حمامة بوصيّان الكنائي هورابي) الكائن مكتبه ب 29 شارع آلان سافاري البلفيدير 1002 تونس.

من جهة أخرى

بعد الإطّلاع على عريضة الدعوى المرفوعة من قبل الأستاذ سامي الفريخة (اتّحاد المحامين والمستشارين الرباعي شطورو الفريخة) نيابة عن الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف "STID" ضدّ شركة المغازة العامّة وشركة أوليس للتوزيع وشركة الدار الجديدة لمدينة تونس وشركة جيمو وشركة المتوسطة للتوزيع "ميديس" بتاريخ 8 ماي 2012 والمرسّمة بكتابة المجلس تحت عدد 121301 والمتضمّنة بالخصوص:

* أنّ الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف: "STID" تتعاطى صناعة مواد التنظيف ذات الإستعمال المنزلي والجماعي وتتميّز منتوجاتها بكونها قابلة للتحلل في الطبيعة ضرورة أنّها مكوّنة من مواد نباتيّة وزيتيّة طبيعيّة.

* أنّ الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف تسوّق منتوجاتها تحت العلامة التي تضمّ عشرين فصيلة تقسّم حسب الأقسام التالية: المواد المنظّفة، المواد المنظّفة القويّة، المواد المقاومة للجراثيم، المواد المليّنة، المواد المقاومة للدهنيات.

* أنّ هذه الشركة تسوّق منتوجاتها خلال السنوات الأخيرة (2008 - 2011) بصفة أساسيّة عن طريق المساحات المتوسّطة والكبرى التي من بينها الشركات المدعى عليها في قضية الحال. ولا تمثّل مبيعاتها لتجار الجملة سوى نسبة تتراوح حسب السنوات بين 9 و 17%.

* أنّ الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف عانت من الشّروط المجحفة التي أخضعتها إليها الشركات المدعى عليها والتي فرضت فيها تخفيضات تجارية كبيرة متصاعدة من سنة إلى أخرى أدّت إلى تحمّلها خسارة عن الإستغلال مثلما تبينّه قوائمها الماليّة المصاحبة:

- نتيجة سنة 2008 = 32.132,710 -

- نتيجة سنة 2009 = 18.647,392 -

- نتيجة سنة 2010 = 17.662,252 -

* أنّه يتم التعامل مع الشّركات المدعى عليها في ظل إتفاقيات سنويّة وهي لا تملك نسخا أصليّة منها.

- أنّ الفصل 5 من قانون المنافسة والأسعار نص على تحجير "إستغلال وضعيّة التبعية الإقتصادية التي يوجد فيها أحد المزودين الذين لا تتوفّر لديهم حلول بديلة للتسويق.

- أنّ الفقرة الأخيرة من **الفصل 27** من قانون المنافسة والأسعار نص على أنّه:" يجب أن تكون الخدمات التجارية التي يقدمها تاجر التوزيع أو مسدي الخدمات للمزوّد موضوع عقد كتابي محرّر في نظيرين يمسه الطرفان يتضمّن بالخصوص الشروط المتعلقة بالمكافأة أو الإمتيازات الممنوحة مقابل تلك الخدمات".

- كما نصّت **الفقرة 5 من الفصل 29** من نفس القانون على منع الحصول أو محاولة الحصول على إمتياز من شريك تجاري على إمتياز لا تبرّره خدمة تجارية فعلية أو لا تتناسب 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 المحلات التجارية".

- كما نصّ **الفصل 13** من القانون عدد 69 لسنة 2009 المنظم لتجارة التوزيع على خضوع الخدمات المسداة في إطار علاقات التعاون التجاري لفوترة مستقلة عن فواتير شراء المنتج تتضمّن نوعية الخدمة المقدمة والتخفيضات الممنوحة وكلفتها لكل منتج ويقصد بعلاقات التعاون التجاري الخدمات التي يقدمها تاجر التوزيع للمزوّد: العمليات الإشهارية في محلات البيع أو خارجها - عرض المنتج في موقع بارز - البيوعات التنموية الترويجية.

- كما نص **الفصل 12** على أنّه يتعيّن أن لا تتجاوز² آجال الخلاص بين المنتج وتاجر التوزيع الآجال القصوى التالية: ستون يوما من تاريخ التسليم بالنسبة للمنتوجات غير المنتوجات الغذائية ومنتوجات الأثاث والتجهيزات المنزلية. ويتبيّن من هذه النصوص مجتمعة أنّه يمكن أن يكون المزوّد عرضة لإستغلال مفرط لوضعية تبعية إقتصادية من طرف تاجر التوزيع سواء تعلق الأمر بعمليات البيع أو بعمليات التعاون التجاري.

- أنّ المدعية خضعت إلى إستغلال مفرط لوضعية تبعية إقتصادية في علاقاتها مع الشركات المدعى عليها في هذين الجانبين وقد وصل الأمر بهذه المساحات الكبرى

إلى وقف التعامل مع الشركة المدعية لرفضها شروطا جديدة أكثر إححافا بمناسبة السنة الجديدة 2012.

1- الإستغلال المفرط لوضعية التبعية الإقتصادية بمناسبة عمليات البيع:

- أنّ المدعية تتعرض للإستغلال المفرط لوضعية التبعية التي توجد فيها بمناسبة عمليات البيع وتبرز عمليّات الإستغلال المفرط في مواضيع عديدة على النحو الآتي:

أ- الإستغلال المفرط بخصوص نسبة التخفيضات على الثمن المرجعي:

إنّ المنتج ملزم بأن يعد الشروط العامة للبيع التي تتضمن خاصّة الأسعار والتخفيضات الكميّة أو الكيفيّة ويطلع عليها كل تاجر توزيع عند طلبه حتى يمكن لهذا الأخير إجراء المقارنات في السوق وإبرام عقود البيع على أساس أفضل العروض ويتعامل المنتج مع جميع الموزعين في السوق على قدم المساواة وبالرجوع إلى الإتفاقيات يتبيّن أنّ المدعية تضطر إلى منح المساحات الكبرى إمتيازات في ثمن البيع لا يتمّع بها حتى تجار الجملة الذين تتعامل معهم المدعية فالمساحات الكبرى تتمّع أولاً بالتخفيض على الفاتورة بنسبة 10% مثلها مثل تاجر الجملة كما تتمّع زيادة على ذلك بتخفيض إضافي على الفاتورة بنسب مختلفة (5% لمجموعة المغازة العامة و12% لجيمو و7% لكارفور) والحال أنّ تجار الجملة لا يتمتّعون بهذا التخفيض الإضافي إلّا في صورة الدفع بالحاضر.

كما تتمّع جميع المساحات الكبرى بتخفيض إضافي ثالث آخر السنة خارج الفاتورة غير مرتبط بخدمات في المقابل وغير مقيدة بالتزام بالشراء وذلك في شكل ترجيع غير مشروط يتراوح بين 5 في المائة للبعض (كارفور والمغازة العامة) و10 و13 في المائة بالنسبة للبعض الآخر (جيمو) إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أنّ هذه الأخيرة تجمع في حقيقة الأمر بين تخفيضين إثنيين.

*أنّ ما يزيد في الطابع المجحف للتخفيضات هو طريقة احتسابها فترجيحات آخر السنة خارج الفاتورة تحتسب لا على أساس رقم المعاملات المفوتر بعد التخفيضات على الفاتورة بل على أساس السعر المرجعي الأصلي قبل التخفيض. إذا كانت المساحة التجارية المتعاقدة تتمتع بتخفيض مبدئي على السعر المرجعي بنسبة 10% وبتخفيض إضافي بنسبة 5% بما يؤدي إلى فورة بنسبة 85% من السعر المرجعي فإنه لما يتعلّق بتخفيضات آخر السنة خارج الفورة مثلا بنسبة 1,5% فإنّها تحتسب على قاعدة السعر المرجعي أي 1,5% على 100% وليس 1,5% على 85% وهكذا فإنّ القسمة الحقيقيّة لتخفيض آخر السنة هي أرفع من القسمة الظاهرة.

ب-التخفيضات اللوجستية:

تنصّ الإتفاقيات المبرمة بين شركة "ستيد" مع "كارفور" وجومو على نسبة تخفيض لوجستي مختلفة النسب ومتصاعدة من سنة إلى أخرى بما يفرض التساؤل حول مشروعية التخفيض أو تناسبه مع قيمة الخدمة.

*أنه من المفارقة أن تكون شركة "ستيد" مضطرة إلى منح تخفيض إلى مجموعة المغازة العامة تحت عنوان: *gestion des livraisons décentralisée* والحال أنّها تقوم بوسائلها الخاصة بنقل السلع إلى مختلف المغازات (50 تقريبا).

فمثل هذه السلوكيات التي تقوم بها المساحات التجارية الكبرى متناقضة وغير قائمة على معيار موضوعي متناسب مع القيمة الإقتصادية للخدمات اللوجستية بل أنّه وصل الأمر بالنسبة لكارفور أن تشرط على شركة "ستيد" أن تضع على ذمتها عاملا مقيما في المساحة الكبرى يتكفّل بأعمال التفريغ من الشاحنات والخزن والترصيف على الرّفوف.

ت- آجال الدفع:

*إنَّ آجال الدفع القصوى المحددة بالقانون والتي تبدو محترمة إذا ما إقتصرن على ما هو مضمَّن بالإتفاقيات لا تتطابق مع الواقع وقد وصل الأمر بالمغازة العامة أن تتولى الخلاص بعد أجل سنة. كما أنَّ المساحات الكبرى التي كانت تتعامل مع "شركة ستيد" قبل صدور القانون على أساس الخلاص في أجل 4 أشهر وأكثر عمدت بعد صدور قانون تجارة التوزيع ودخوله حيَّز التنفيذ إلى فرض تخفيضات إضافية عن خدمات وهمية أو غير متناسبة مع القيمة الحقيقية للخدمة حتى تسترجع القيمة أو ما يزيد على ذلك من آجال الدفع القديمة.

ث- ترجيع المنتجات المعيبة:

*بالرغم من أنَّ عملية البيع حصلت وتسلم البضاعة للمساحة الكبرى بصورة مطابقة من الناحية الكميَّة والكيفيَّة وخالية من أي عيب ظاهر وسليمة للبيع فإنَّ المساحات التجاريَّة كانت تلزم الشركة المدعية سواء بإتفاق مسبق أو بغير إتفاق مسبق بتحمُّل تكلفة ترجيع ما يتعيب من بضائع وكانت الشركة المدعية تخضع للمساومة بحيث لا تقبل منها تسلم أي بضاعة جديدة إذا ما تم رفض ترجيع البضاعة المتعيبة من جرَّاء إعتداءات الحرفاء بالمغازة أو الحوادث التي تقع عند نقلها من مكان الخزن إلى الرِّفوف.

2- الإستغلال المفرط لوضعيَّة التبعية الإقتصادية بمناسبة عمليَّات التعاون التجاري.

تتميَّز الإتفاقيات ببعض الخصائص المشتركة تتمثَّل أهمُّها في ما يلي:

أ - الطابع العام وغير المحدد للخدمات:

لا تنصَّ الإتفاقيات على إلزامات محدَّدة للمساحة التجارية قابلة للتثبيت بخصوص ميزانية التسويق budget marketing التي يتحمَّلها المزوِّد فمثلا بخصوص عمليَّات الإشهار على الكاتالوج لا يذكر فيها عدد المنتجات موضوع الإشهار وعدد الإصدارات وأحجام النصوص وغياب مثل هذه التفاصيل لا يسمح بتحديد الإلتزام

وقيمته العادلة كما لا يسمح بإجراء رقابة على مدى تقيّد المساحة الكبرى به. فمثلا نصّت إتفاقيّة المغازة العامّة على أنّ المزوّد يلتزم بأن يدفع للعلامات مبلغ 35.000 د تغطّي أحد أو البعض أو جميع عمليات برنامج التعاون التجاري المبنيّة أسفله " فشركة "ستيد" تجدد نفسها مضطرّة إلى دفع 35.000 دينار بعنوان مصاريف برنامج تعاون تجاري لكل علامة من العلامات الثلاث (المغازة العامة وماقرو و بروموقرو) تحدّدها هذه الأخيرة بكل حرية ولا يخفى على المجلس بطلان مثل هذا الإلتزام سواء من وجهة نظر قانون المنافسة أو من وجهة نظر القانون العام (الفصلان 63 و 121 من مجلة الإلتزامات والعقود فتجد المدعية نفسها تدفع مبلغا ضخما مشاهرة مقابل إلتزامات تحدّدها المغازة العامّة بحرية كاملة.

ونفس الملاحظات تتعلّق بالإتفاقيات المبرمة مع "جيمو" أو مع كارفور حيث يلتجأ إلى تنصيب عام لتحمل المزوّد بنسبة مائوية من رقم المعاملات الخام للتسويق دون تحديد دقيق للخدمة التي تقابلها.

ب - نقص في الفوترة:

لا تسمح الفواتير التي توجّهها المساحات التجاريّة بتدارك نقائص الإتفاقيات وهي خالية من التنصيصات الأساسية المتعلّقة ببيان طبيعة الخدمة وتاريخها وغير ذلك وهي غير مرفقة بوسائل مثبتة بما يطرح أكثر من سؤال حول صوريّتها.

ت- القيمة غير العادلة لثمن الخدمات:

يلاحظ أيضا النسب المائوية التصاعديّة لثمن الخدمات بجميع أنواعها من سنة إلى أخرى فهذه الشركات المتعاقد معها تعتبر أن ما تتحصّل عليه من عمولات تحتسب بنسبة مائوية على رقم المعاملات في سنة سابقة يصبح حقا مكتسبا وتبحث عن مزيد التضحيات من المزوّد في السنة اللاحقة. ونلاحظ ذلك عندما دخل قانون أوت 2009 حيّز التطبيق عندما فرض أجلا أقصى للدفع فقد فرضت المساحات التجارية إمتيازات إضافية عن خدمات وهميّة حتى لا تخسر المزايا التي كانت تتمتع

بها في السابق. ولا يخفى على المجلس خطر هذا النسق التصاعدي على التكلفة للمزوّد إذ أنّ تكاليف الإنتاج المباشرة التي يتحمّلها والتي تضطره إلى الترفع في أسعاره تتآكل بفعل إرتفاع نسبة التخفيضات بجميع أنواعها بطريقة غير مباشرة إلى إرتفاع الأسعار بالنسبة للمستهلك إذ يضطرّ ذلك المزوّد إلى تحميل أثر تلك التخفيضات على التكلفة النهائية. ومن ثمة على أسعار البيع.

ث- تعقّد نظام التخفيضات بما يجعله غير قابل للقراءة والفهم:

ج- إزدواجية الإلتزامات المالية عن الخدمة الواحدة: إذ يعبر عن الخدمة الواحدة بطريقتين مختلفتين للإيهام باختلافها وتنوّعها.

3- قطع العلاقات التجارية لأسباب غير مشروعة

تعمّدت المغازة العامة والشركات المتحالفة قطع علاقاتها التجارية مع المدعية منذ نهاية شهر أوت 2010 كردة فعل على طلبات شركة "ستيد" بخلاصها في مستحقّاتها. ذلك أنّه بعد طول إنتظار توجّهت المدعية بمراسلة إلى الرئيس المدير العام لشركة المغازة العامّة ورئيس مجلس الإدارة تلفت نظرهما إلى ما تلقاه من صعوبات وعراقيل في إستخلاص مستحقّاتها وقد كان حين ذاك حجم الديون غير الخالصة للمجمع 174.387 دينار ولم تتم تسوية المبالغ المستحقّة إلّا في وقت متأخّر صحبته ممارسات تعسفيّة تتمثّل في قطع العلاقة التجاريّة وعدم دفع أي فائض تأخير ولئن عادت شركة المغازة العامة للتعامل مع المدعية وأبرمت إتفاقية عن سنة 2011 إلّا أنّها في الواقع لم تفعل إلّا من طرف بروموقرو.

*في سنة 2012 شدّد كارفور وجيمو في الضغط على المدعية وعرضا على المدعية تجديد العلاقات التجارية مقابل شروط أكثر إجحاف وبقيت مجموعة المغازة العامّة على موقفها في وقف التعامل مع المدعية بعد مطالبتها بدفع ما تخلّد بذمتها من ديون.

-إنّ الشركة المدعية في وضعيّة تبعية إقتصادية للشركات المدعى عليها التي تعسّفت في إستغلال هذا الوضع بفرض شروط مالية مجحفة أدّت إلى إلزامها بالبيع بأسعار مفرطة الإنخفاض ولم يكن في وسعها أن تقبل بالعروض الجديدة بل هي تطالب بمراجعة الشّروط القديمة لما فيها من إجحاف.

وطلب من المجلس قبول الدعوى شكلا وفي الأصل إعتبار الممارسات التي أقدمت عليها الشركات المدعى عليها مخلة بالمنافسة وإلزامها بالكفّ عنها وبتخطّئتها طبق القانون والإذن بنشر الحكم بإحدى الجرائد على نفقتها.

وبعد الإطّلاع على التّقرير المقدّم من الأستاذ محمّد سرحان خليف (شركة المحاماة المزيو كناني وشركاؤهما) نيابة عن المدّعى عليها شركة المغازة العامّة في الردّ على عريضة الدّعى والمرسّم بكتابة المجلس بتاريخ 10 سبتمبر 2012 والذي جاء فيه بالخصوص:

*أنّه أولاً من حيث الشكل: إشرط المشرّع أن تتضمّن الدعوى وسائل الإثبات الأولىّة والتي يصرّح المجلس في صورة غيابها برفض الدعوى حسب أحكام الفصل 19 (جديد) من قانون المنافسة والأسعار والحال أنّ المدعية لم تقدّم الإتّفاقيات السنويّة سند قيامها وأقرت حكميّا أنّها تضيف نسخا منها موقّعة من طرفها فقط دون توقيع المدعى عليها وتمسّك هذه الأخيرة بإقرارها بعدم تأييد الدعوى وعدم التقيّد بالقواعد الموضوعيّة للإثبات.

* أنّ الحرّيّة المعترف بها للأطراف في عرض الحجج والمؤيّدات على القضاء تستوجب التقيّد بالبيانات المقبولة قانونا وهو ما يعني أنّ الحجج إذا ما خالفت شروط قبولها من حيث شكلها أضحت متعيّنة للإلتفات دونها.

* أنّ الإتّفاقات المقدّمة من المدعية والتي تمثّل سند وأساس الدعوى مخالفة للقانون على النحو التالي:

- الوثائق المقدّمة من طرف المدعية غير حاملة لإمضاء شركة المغازة العامّة ومع ذلك فإنّ المدعية تصرّ على اعتبارها إتفاقات في حين أنّ ما توفر فيها لا يرتقي إلى مستوى تجسيد الإرادة العقدية المتبادلة أساس خلق العقد دون اعتبار إلى أنّه من جهة أخرى وردت غير مسجّلة بالقباضة المالية وغير حاملة لملاحظة قابض المالية تدل على إعفائها من معالم التسجيل. ذلك أنّ الفصل 87 من مجلة معالم التسجيل والطابع الجبائي ينصّ على أنّه: "لا يمكن للقضاة أن يصدرُوا أحكاماً إستناداً إلى عقود غير مسجّلة."

وتبعاً لذلك فإنّ الإتّفاقات المقدّمة من المدعية كأساس الدعوى وسند للطلب الأصلي غير حاملة لما يفيد تسجيلها بالقباضة المالية وفي ذلك خرق لأحكام الفصل 87 من مجلة معالم التسجيل والطابع الجبائي.

* أنّ إرتباط الفصل 87 المذكور بالنظام العام أمر لا يقبل الإجتهد في التأويل ضرورة أنّ المشرّع إستعمل عبارة "لا" القطعية وهو ما يعني أنّ إثارة هذا الخرق يمكن أن تكون وليدة إستنتاج القاضي حتّى وإن لم يقع إثارتها من طرف المدعية وتعيّن والحال تلك إعتبار أنّ الدعوى الراهنة غير مؤيّدة وعديمة السند وحرية بالرفض من حيث الشكل.

* أنّه إضافة لذلك فإنّ الفصل 27 من قانون المنافسة والأسعار ينصّ في فقرته الأخيرة على ما يلي: "...ويجب أن تكون الخدمات التجارية التي يقدّمها تاجر التوزيع أو مسدي الخدمات للمزوّد موضوع عقد كتابي محرّر في نظيرين يمسه الطرفان..."

إنّ هذا الوجوب في مسك الإتفاقيّة وفقاً لما يشترطه القانون يجعل من المدعية غير معذورة في عدم تقديمها لنسخة قانونيّة من هذه الإتفاقيّة المدعى وجودها إذا ما

ذكرنا أن موقع المدعية في قضية الحال هو موقع الإدعاء الأصلي وإن الأصل أن المدعي يتحمل عبء الإثبات في النزاعات المدنية بفروعها عملاً بمقتضيات الفصل 420 من م.إ.ع. وطالما إقتضت عبارات الفصل 27 من قانون المنافسة والأسعار وجوب مسك هذه الوثيقة فإنّ إثبات الإدعاء المبني عليها لا يكون إلاّ بموجبها عملاً بمقتضيات الفصل 423 من م.إ.ع الذي اقتضى ما يلي: "إذا عيّّن القانون صورة لإثبات كان بها ولا بدّ إثبات الإلتزام أو العقد عدى ما إستثناه القانون في صورة مخصوصة".

وعملاً بأحكام الفصل 19 من قانون المنافسة والأسعار أضحت الدعوى غير مؤيّدة و تعيّن الحكم برفضها.

* أنه ثانياً عدم إمكانية القيام على جملة المدعى عليها صبرة واحدة: إذ إقتضت عبارات الفصل 19 م.م.م.ت أنه من شروط القيام الصفة والأهلية والمصلحة غير أنّ المصلحة تأخذ وصفها القانوني في علاقة المدعي بالمدعى عليه وهو ما يعني أنّ طبيعة المصلحة تتميز من خلال ازدواجية هذه العلاقة وأن ما يربط المدعية من مصلحة في الطلب ضد شركة المغازة العامة المدعى عليها ليس بالضرورة هو ما يربطها ضد بقية المطلوبين سواء من حيث الوقائع أو من حيث المعطيات القانونية وكذلك تاريخية الممارسات المثارة وهو ما يعني أنّ القيام صبرة واحدة على جميع المدعى عليها أمر غير مقبول لأنّ المصالح في الطلب ومرجعيات المصلحة تختلف من حالة مدعى عليه إلى آخر.

وقد كان من الممكن تجاوز هذا الخلل الشكلي لو أسّس الطلب على وجود تحالف قانوني أو واقعي صريح أو ضمني بين المدعى عليها مجتمعة غير أنّ ذلك لم يكن مطروحاً في قضية الحال فأضحى جمع المدعى عليها من حيث الشكل غير جائز كما أنه أخفى سعيًا لتأسيس موقع واقعي وقانوني مخالف للحقيقة وإتّضح من خلال ذلك أنّ دعوى الحال متعيّنة للرد لإنعدام الأسس المبررة لتجميع المدعى

عليها وإنعدام أي علاقة بينها بطلبات المدعية في حد ذاتها وتعيّن رفض الدعوى من هذه الناحية أيضا.

* في الإخلال في تحرير الدعوى:

تضمّنت دعوى الحال إخلالا فادحا في تحرير سند القيام وتوجيه الطلب النهائي إذ تضمّن سند القيام إدّعاء لممارسات قامت بها شركة المغازة العامة في علاقتها مع المدعية في حين أن سند الطلبات ومعاملات وأرقام شملت أطرافا غير المدعى عليها ولم تكن مشمولة بالإدّعاء بقضية الحال وليست طرفا فيها من ذلك أنّ المدعية أخذت أساس الإدّعاء رقم معاملات شركة بروموقرو وماقرو وهما غير أطراف في قضية الحال ثمّ إعتبرت أنّهما يتبعان شركة المغازة العامة ووجهت الطلب بناء على رقم المعاملات المذكور على المدعى عليها شركة المغازة العامة رامية عرض الحائط إنعدام إتفاق في المسؤولية عن فعل هاتاه المؤسسات من ناحية كما أنّها تجاهلت الإستقلالية القانونية لهاتاه المؤسسات عن الذمة القانونية للمدعى عليها شركة المغازة العامة من ناحية أخرى إضافة إلى أنّها وكما سيتم بيانه عند التعرض في الأصل تجاوزت هذا الخلط المقصود لتضيف إلى رقم معاملات المدعى عليها شركة المغازة العامة ومع شركات بروموقرو وماقرو رقم معاملات بقية الشركات المدعى عليها وهي شركات مستقلة تمام الإستقلال عن المدعى عليها ولا علاقة لها بصورة مباشرة أو حتّى غير مباشرة بل إنّ الأغرب من ذلك أنّ الشركات المدعى عليها شركات منافسة للمدعى عليها شركة المغازة العامة تخوض فيما بينها معارك تنافسيّة طاحنة من زاوية إقتصادية في إطار ما يسمح به القانون.

ولذلك فإنّ تأسيس الطلب على فعل الغير أو على جزء من فعل الغير وتوجيه الطلب على طرف آخر يصبح من قبيل الأخطاء في تحرير الدعوى التي أقيمت على فكرة المسؤولية عن فعل الغير دون إبراز السند أو طلب التصريح بثبوت المسؤولية

عن تضامن الأفعال مع إنعدام أي أساس قانوني لذلك. وتعيّن والحال تلك الحكم برفض الدعوى لعدم تحريرها ولتضارب أسانيد الطلب مع مسؤولية المطلوب.

*أنّه من حيث الأصل وفي ما يتعلّق بالممارسات المثارة: فإنّ المدعية لم تبين عنصر التبعية الإقتصادية التي تدعيها. وبالتالي تبقى الدعوى من حيث المبدأ غير مؤيدة ومتعيّنة للرفض لهذا السبب.

* أنّه بصورة احتياطية ومن باب الجدل القانوني فإنّه يمكن الرجوع إلى المفهوم الذي إستقرّ عليه فقه قضاء مجلس المنافسة للتبعية الإقتصادية للثبّت من عدم إنطباقه في قضية الحال.

* أنّه وقبل دراسة المعايير المعتمدة لإثبات وضعيّة التبعية الإقتصادية فإنه يلاحظ أنّ تحقّق التبعية يجب أن يأخذ بمفهوم ضيق فتكون التبعية من ذات إلى أخرى تربطها بها علاقة تجارية ولا يمكن التوسّع في هذا المفهوم ليشمل علاقة المدعية بكافة الشركات التي تعاقدت معها علماً وأنّ هاته الشركات لها إستقلاليتها القانونية ولا يربطها أي تحالف ولا تجمع شركات معيّن بتصريح المدعية نفسها التي أقرّت أنّ التعامل مع كلّ شركة مدّعى عليها كان تعاملًا فرديًا ومختلفًا من حيث الآليات والشروط والإمتيازات.

* إنّ الفصل 5 من قانون المنافسة والأسعار يقيم المسؤولية عن الفعل الخارق للقانون وهي مسؤولية لا يمكن أن تكون إلّا شخصية عدى صورة إثبات تحالف جميع الشركات فيما بينها وإنعدام الإستقلالية القانونية لكلّ واحدة منها وهو الأمر الذي أكّده فقه القضاء الفرنسي من ذلك القرار عدد 10731-08 الصادر بتاريخ 2 ديسمبر 2008 عن محكمة التعقيب الفرنسيّة والذي جاء بحجّيات حكمه ما يلي: "... وحيث أنّه بالإستناد على مثل هذه التبريرات العاجزة عن إثبات أنّ شركة بريكو ديو وشركة كاستوراما لم تكن مستقلة في علاقاتها التجارية مع شركة

توماكانيك أو أنّها تحالفت فيما بينها ،تكون محكمة الإستئناف قد أفقرت حكمها لأيّ سند قانوني....".

وتبعاً لذلك فإنّ وضعيّة التبعية الإقتصادية يجب أن تدرس في علاقة كلّ شركة مع المدعية على حدى وفيما يتعلّق بوضعيّة المدعى عليها شركة المغازة العامة مع المدعية فإنّه بالرجوع إلى المعايير التي تحدّد التبعية الإقتصادية يتبيّن إنعدام أي تبعية كما يلي بيانه:

-بالرجوع إلى فقه قضاء المجلس في تحديد معايير التبعية الإقتصادية وبإعمال تلك المعايير والإستناد إلى مظروفات ملف القضية يتبيّن أن عناصر التبعية الإقتصادية غير متوفّرة في قضية الحال ذلك أنّ شركة المغازة العامّة توزّع منتوجات المدعية لمُدّة 3 سنوات فقط وهي سنوات 2008 و2009 و2010 في حين أنّ الشركة المدعية تأسّست وشرعت في نشاطها منذ سنة 1998. أمّا نصيب شركة المغازة العامّة في رقم معاملات المدعية في سنة 2008 بلغ 18,10 بالمائة أمّا في سنة 2009 كان 16,59 بالمائة أمّا في سنة 2010 فقد كان 11,23 بالمائة.وهي أرقام بعيدة كل البعد عن تلك التي قدّمتها المدعية محاولة الإيهام بتواجدها في وضعيّة تبعية إقتصادية في علاقتها بشركة المغازة العامّة وذلك بأن أضافت أرقام معاملات بقية الشركات المدعى عليها وشركات لم تكن طرفاً في دعوى الحال لتحاول أن ترتقي بمستوى رقم المعاملات إلى حد تظهر فيه من خلال رقم معاملاتهما أنّهما في موقع تبعية إقتصادية وتقوم بالتضليل عن خيار إستراتيجي في سياستها التسويقية إذ أن المدعية إختارت التعامل مع المساحات التجارية الكبرى على حساب المخزّنين وباعة الجملة وباعة التفصيل رغم أنّ سوق تجارة مواد التنظيف تتميز بكونها سوقاً مفتوحة إذ يمكن للمدعية بوصفها مصنّعا أن تبيع منتوجها إلى تجار الجملة والمقدّر عددهم في الجمهورية التونسية بـ 20.000 تاجر جملة من بينهم 70 بالمائة مرتكز في تونس الكبرى بالإضافة إلى 800.000 تاجر تفصيل موزّعين على كامل تراب الجمهورية.

-إنّ الفصل 5 من قانون المنافسة والأسعار قد حدّد شروط إنطباقه بإنعدام توقّر أي حلول بديلة للتسويق بالنسبة للمنتج. وبما أن المدعية منتجة وبإعترافها صلب عريضة الدعوى خيّرت إستراتيجية تركيز بيع منتوجها للمساحات التجارية الكبرى في إطار ما يعرف بالتوزيع العصري وضغط على حصة تجّار الجملة والمخزّنين برغبة منها وتماشيا مع خيارها فكان إدّعاؤها بإنعدام خيار لها وتموقعها في موقع التابع الإقتصادي أضحي من قبيل تغيير الحقائق والمغالطة ومحاولة تعليق أخطائها الإستراتيجية على كاهل المساحات الكبرى.

*أنّه إمعانا في الجدل القانوني ذهب فقه القضاء الفرنسي إلى أبعد من ذلك في تضيق مفهوم التبعيّة الإقتصادية إذ إعتبر صلب القرار التعقيبي عدد 14529-02 الصادر بتاريخ 3 مارس 2004 أنّ تبرير وجود التبعيّة الإقتصادية بإرتفاع رقم المعاملات غير كاف لوحده طالما أنّه لم يثبت إنعدام وجود حلول بديلة للطرف زاعم المضرّة.

*أنّه من الثابت من حيث المبدأ وبإعتراف المدعية أن خيار التسويق إلى غير شركة المغازة العامة لم يكن مجرّد أمر وارد بل إنّه أمر قائم فقد باعت المدعى عليها غير شركة المغازة العامة سواء لبقية المساحات الكبرى أو لتجّار الجملة وكان يمكن لها أن تعدل خياراتها الإستراتيجية وهو أمر لم يكن مستحيلا بدليل أنّ المدعية تواجدت في نشاطها قبل قرابة العشر سنوات من تعاملها مع المغازة العامة.

وتبعا لما تقدّم يطلب من المجلس التفضّل مبدئيّا برفض الدعوى شكلا وإحتياطيا برفضها أصلا وإحتياطيا جدّا بعدم سماعها.

وبعد الإطّلاع على التّقرير المقدّم من الأستاذان بوصيّان والكناني نيابة عن المدّعى عليها شركة الدار الجديدة لمدينة تونس (SMNVT) "مونوبري" وشركة جيمو وشركة المتوسطة للتوزيع ميديس "MEDDIS" "جيان" في الردّ على عريضة الدّعوى والمرسّم بكتابة المجلس بتاريخ 20 ماي 2013 والذي جاء فيه بالخصوص:

*أنّ إدّعاءات المدعية لا أساس لها واقعا وقانونا بدليل أنّ الشركات المدعى عليها المذكورة أعلاه لم تسع بتاتا إلى إيقاف التعامل مع الشركة المدعية علاوة على عدم توفر أركان الإستغلال المفرط لوضعية تبعية إقتصادية.

*في وهن الإدّعاء بسعي الشركات المدّعى عليها إلى وقف التعامل مع المدعية: على عكس ما تدّعية المدعية فإنّ الشركات المدعى عليها المبيّنة أعلاه لم تفكّر بتاتا في قطع علاقتها التجارية معها بل كانت حريصة على مواصلة التعامل معها بدليل وجود عديد المراسلات التي تؤكّد ذلك من بينها على سبيل المثال المراسلة بتاريخ 17 ديسمبر 2011 التي تطالب من خلالها منوّبته شركة "STID" بتزويدها بمنتجاتها وتذكّرها بأنّها تخلّفت عن ذلك وهو ما من شأنه أن يلحق الضرر بها. *أنّ الشركات المدعى عليها المذكورة أعلاه تؤكّد أنّ المدعية هي التي توقفت عن التعامل معها إذ يتضح جليّا من خلال الوثائق المصاحبة لإخلال المدعية بالتزاماتها تجاه المنوبة وإحجامها عن تزويدها ببضاعتها (commandes non livrées).

*في وهن الإدّعاء بوجود إستغلال مفرط لوضعية تبعية إقتصادية:

أنّ الشركات المدّعى عليها تؤكّد إنعدام وجود المدعية في حالة تبعية إقتصادية بالنسبة لها وبالتالي فلا موجب من الناحية القانونية الصرفة من التمحيص في مدى وجود حالة الإفراط في إستغلال تلك الوضعية ولو أنّ هذا الإفراط لا وجود له لإنعدام القطع التعسّفي للعلاقة التعاقدية.

وأنّه يتّضح من قضية الحال أنّ المدعية ليست في وضعية تبعية إزاء المدعى عليها من جهة ولها سبل عديدة أخرى لتوزيع بضاعتها من جهة أخرى.

*أنّ رقم المعاملات الذي تحقّقه المدعية مع الشركات المدعى عليها المذكورة أعلاه يعدّ ضئيلاً بالنسبة لرقم الأعمال الجملي الذي تحقّقه ممّا يقصي بصفة لا تدع مجالاً للشكّ وجودها في حالة تبعية.

وأثّه من جهة أخرى لا يمكن للمدعية أن تكون منطقاً وقانوناً في وضعيّة تبعية إقتصادية بالنسبة للمساحات الكبرى والمتوسطة إذ أنّ نصيب مبيعات مسالك التوزيع العصرية لا يتجاوز 15% تقريباً من المبيعات الجمليّة عبر مختلف مسالك التوزيع ومنها التقليديّة المتمثّلة في آلاف الدكاكين المنتشرة في كافّة أنحاء البلاد المعروفة بـ "العطار" وكذلك شبه العصرية المتمثّلة في المغازات الصغيرة والأسواق أسبوعيّة كانت أو يوميّة.

*وأثّه حتى لو فرضنا جدلاً وجود المدعية في وضعيّة تبعية إزاء المساحات الكبرى والمتوسطة فإنّ هذه التبعية لا يمكن إلّا أن تكون وليدة إختيار إرادي (choix stratégique) وليست حالة خضوع مفروضة (contrainte du marché) وذلك لوجود عدة حلول بديلة للتسويق إذ لا توجد عادات تجعل المستهلك أكثر إقبالا على إقتناء مواد التنظيف المعروضة لدى المساحات الكبرى والمتوسطة والحال أنّ جل هذه المواد موجودة في كل الأحياء لدى مسالك التوزيع التقليدية وشبه العصرية.

وأنّ مجلس المنافسة درج على إعتبار أنّه لا وجود لحالة تبعية متى ثبت أنّ مرده "سلوك المؤسّسة نفسها أو سياستها التجارية ضرورة أنّ التبعية تعبّر عن حالة خضوع مفروضة وليست وليدة إختيار إرادي" (القضية عدد 71142 بتاريخ 17 سبتمبر 2009).

وقد كرّس فقه القضاء الفرنسي نفس هذا الموقف لما إعتبر أنّ "مجرّد تحقيق الموزّع لجزء هام من معاملاته مع مزوّد أو أن تكون معاملاته قائمة حصريّاً مع مزوّد وحيد فإنّ ذلك لا يكفي للإقرار بوجود حالة تبعية إقتصادية".

وتبعاً لذلك يطلب من المجلس الحكم برفض الدعوى لعدم وجود ممارسات مخلة بالمنافسة.

وبعد الإطلاع على محضر سماع الممثل القانوني لشركة أوليس للتوزيع "كارفور" السيد كمال العبيدي بمقر الشركة المذكورة أعلاه والمرسم بكتابة المجلس وكذلك بمكتب ضبط شركة أوليس للتوزيع بتاريخ 19 جوان 2014.

وبعد الإطلاع على محضر سماع وكيل الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف "ستيد" بمقر مجلس المنافسة المرسم بكتابة المجلس بتاريخ 17 جوان 2015. وبعد الإطلاع على تقرير الأستاذ سامي الفريخة نيابة عن الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف في الردّ على تقرير زميله الأستاذين محمد سرحان خليف ومحرز بوصيّان والمرسم بكتابة المجلس بتاريخ 21 جويلية 2015 والذي لاحظ فيه بالخصوص:

*أنّه فيما يتعلّق بدفع الأستاذ محمّد سرحان خليف على عريضة الدعوى والذي إعتبر بمقتضاه أنّ الدعوى الراهنة غير مؤيّدة وخاصّة بكتب الإتّفاقات التي تفيد تعامل شركة "سيد" مع المدعى عليها شركة المغازة العامة وأنّ الوثيقة المدلى بها غير ممضاة من طرف هذه الأخيرة. فإنّ الشركات المدعى عليها بما فيها شركة المغازة العامة تعد كتب الإتّفاقات وتسلمه للممثل القانوني للشركة المدعية "ستيد" للتوقيع عليه ويرجعه إليها دون أن توافيه بنسخة أصليّة موقّعة من طرفها.

*أنّ ما تقوم به شركة المغازة العامة هو التعسّف بعينه وممارسة مخلة بالمنافسة نابعة عن إستغلال وضعيّة تبعية إقتصاديّة.

* أنّ معارضة نائب المدعى عليها شركة المغازة العامة بمقتضيات الفصل 27 من قانون 1991 بخصوص وجوب أن تكون الخدمات التجاريّة بين تاجر التوزيع والمزود موضوع عقد كتابي محرّر في نظيرين يمسكه الطرفان مردود عليه على إعتبار أنّ

منوّبته هي التي خرقت مقتضيات الفصل المذكور بحرمان شركة "ستيد" من حقّها في تمكينها من نسخة من العقد وهذا في حدّ ذاته ضرب من ضروب الممارسات المخلّة بالمنافسة.

*أنّه لو إنّبه الأستاذ محمّد سرحان خليف لوجد أنّ ما تمسّك به من إنعدام الكتب بين منوّبته وشركة "ستيد" يؤدي إلى نتيجة مخالفة ضرورة أنّ جميع المبالغ التي قبضتها شركة المغازة العامّة من المدعية كانت بدون سبب قانوني ويتّجه ترتيب النتيجة القانونيّة سواء من ناحية قانون المنافسة: إستغلال وضعيّة تبعية إقتصادية أو من ناحية القانون المدني: ترجيع ما تمّ دفعه بدون سبب قانوني.

*أنّ شركة المغازة العامّة تدعي حرصها على مواصلة التعامل مع المدعية وتستدلّ على ذلك بمراسلة يتيمة موضوع طلبيات لم تقم هذه الأخيرة بتزويدها بها. إنّ شركة ستيد عجزت عن مواصلة التعامل مع الشركات المدعى عليها بتلك الشّروط التي ما فتئت تزداد إجحافا من سنة إلى أخرى.

* أنّ عريضة الدعوى ورد بها ما يبيّن كيف عمدت الشركات المدعى عليها إلى قطع العلاقات التجاريّة مع شركة "ستيد" لأسباب غير مشروعة.

* أنّ المغازة العامة والشركات الأخرى تعمّدت التلدد في تسوية المبالغ المستحقة للمدعية رغم المراسلات العديدة التي وجهتها هذه الأخيرة إلى الرئيس المدير العام ورئيس مجلس الإدارة ناهيك وأنّ حجم ديون المغازة العامّة لفائدة شركة "ستيد" في سنة 2010 بلغ 174.387 ديناراً.

* أنّ المدعية تخضع للتسوية القضائيّة منذ سنة 2014 بعد أن تكبّدت خسائر جسيمة وعجزت عن سداد ديونها بسبب ما عمدت إليه الشركات المدعى عليها من الإستغلال المفرط لوضعية التبعية الإقتصادية والشروط المجحفة التي كانت تفرضها عليها ممّا أدّى إلى إئثار كاهلها بالديون إلى أن إنتهى بها الأمر إلى توقّف نشاطها.

*أنّ المدعية صدر في حقّها إذن عن وكيل رئيس المحكمة الابتدائية بتونس بتاريخ 2 أفريل 2015 يقضي بفتح إجراءات التسوية القضائية وتمنيها بتعليق إجراءات التقاضي والتنفيذ الصادر عن وكيل رئيس المحكمة الابتدائية بتونس في 15 ديسمبر 2014.

* أنه في ما يتعلق بوضعية التبعية الاقتصادية التي تخضع لها الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف: "STID" تجاه الشركات المدعى عليها فهي تتعلق في قضية الحال بعلاقة المزود بالموزع ويفهم من النص أنّ وضعية التبعية الاقتصادية تقوم لما لا تتوفر للمزود حلول بديلة بخصوص توزيع منتجاته إلا أنّ المشرع لم يعط معايير يمكن الرجوع إليها لتقديرها ويفهم هذا الصمت التشريعي حول هذه المعايير لأنّ المسألة تتصل بالوقائع وينظر إليها من زاوية المؤسسة التابعة (هنا المزود/المنتج) ولا يمكن أن ينظر للتبعية بنظرة عامّة ومجردة بل بالعكس فهي وضعية لا يتحقق منها إلا بالتمعن في علاقة المدعية بوصفها منتج والمدعى عليها بوصفها مسالك توزيع حصرية لمنتج المدعية.

*أنّ النزاع إنحصر في التقارير المقدّمة من المدعى عليها بخصوص العنصر الأخير المتعلق بالطابع الاختياري للتبعية الاقتصادية.

***في ما يتعلق بالقيمة القانونية للشرط المتعلق بالطابع الاختياري للتبعية**

*إنّ الشرط الخامس للتبعية متخالف عليه في مركزه وقيّمته القانونية وهو لا يتعلق بضبط مفهوم التبعية الاقتصادية في حدّ ذاتها أو بعدم توفّر الحلول البديلة بل بتحديد الجدارة للتمتع بالحماية القانونية المخولة لمن هو في وضعية تبعية اقتصادية فقد ذهبت بعض القرارات السابقة لمجلس المنافسة ولفقه القضاء الفرنسي إلى اعتبار أنّ الإستغلال المفرط لوضعية تبعية اقتصادية غير ناتجة عن إختيار إرادي للحريف الضحية. ولئن لا نذكر أنّ بعض القرارات صدرت في هذا الاتجاه إلاّ أنّه نشير إلى أنّ فقه القضاء الفرنسي تراجع عن الشرط وقضى في اتجاه مخالف. فقد اعتبرت

محكمة الإستئناف بباريس في قرارها الصادر بتاريخ 25 جانفي 2005 أنّ وضعيّة التبعيّة الإقتصاديّة هي وضعيّة موضوعيّة.

*أيّدت محكمة التعقيب الفرنسيّة التوجّه القائم على عدم الالتفات إلى ظروف نشأة وضعيّة التبعيّة الإقتصاديّة بين المزوّد والحريف ذلك أنّه لا يجوز حصر النص بعنصر لم يكرّسه القانون.

*إنّ الاتجاه الحديث يرى أنّ فقه القضاء السابق متشدّد بصورة أدّت إلى عدم تفعيل مؤسّسة قانونيّة أرادها المشرّع حمائيّة للمؤسّسات التي توجد في وضعيّة تبعيّة ولهذا تكون في رأي الأستاذان : Claude Lucas de Leyssac et Gilbert Parleani وضعيّة التبعيّة الإقتصاديّة "حالة موضوعيّة" ولا يهم تحديد ظروف تكوينها.

*إنعدام الطابع الاختياري للتبعيّة في الواقع

*بالرجوع إلى ملف قضية الحال فإنّه خلافا لما دفعت به الشركات المدعى عليها فإنّ المدعية ترزح تحت وطأة حالة التبعيّة الإقتصادية بالنظر لتوفّر المعطيات التالية:

1- خصوصيّة وتفرد منتجات المدعية بما يجعلها غير قابلة للتسويق إلا في المساحات التجارية الكبرى

*إنّ المدعية تقوم بتصنيع مواد تنظيف من الطراز الرفيع بالنظر إلى كون هذه المنتجات "صديقة للطبيعة" ذلك أنّها قابلة للتحلل في الطبيعة لكونها مكوّنة من مواد طبيعيّة نباتيّة وزيتيّة طبيعيّة وهو ما يجعلها تتميّز عن باقي المنتجات في مجال إنتاج مواد التنظيف التي تتكوّن من مواد كيميائيّة بحتة.

*أنّ هذه المنتوجات ذات المواصفات الطبيعيّة والجودة العالية لا تجد رواجاً لها سوى لدى المساحات التجارية الكبرى بما لا يترك الخيار ولا الحلول البديلة للتسويق بالنسبة للمنتج.

*إنّ أي مستثمر يريد أن يقوم بتصنيع هذه المنتجات يجد نفسه مضطراً لتسويقها عبر المساحات الكبرى التي تبقى السوق الطبيعيّة لبيعها.

*يمكن أن يؤدي الأمر إذا ما إعتدنا هذا الأسلوب في التفكير إلى حجب هذه المنتوجات من السوق والحال أنّها تقدّم خدمة نحن في أمسّ الحاجة لها لحماية الطبيعة.

2- البيع الحصري والعدد الضئيل للمساحات التجارية الكبرى والمتوسطة

*إنّ تقدير توفّر ذلك في قضية الحال يحيلنا إلى النظر في ما تفرضه طبيعة المنتج الذي تنتجه المدعية عليها من مسلك تسويق مخصوص بما يجعلها تتوجّه ضرورة إلى المساحات التجارية الكبرى كما أنّ المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة في بلادنا ضئيلة العدد ويمكن حصرها في الشركات المدعى عليها في قضية الحال بما لا يترك الخيار للمدعية في التعامل مع غيرها ويؤكد بذلك "وضعية التبعية الجماعية" التي فرضت على المدعية مسلك التوزيع قسراً لا إختياراً.

*إنّ جميع الشركات المتعامل معها لها قوة تجارية ومالية وتفاوضية كبيرة لا يمكن أن ترقى إلى القوة المالية والتجارية التي تحضى بها الشركة المدعية.

*إنّ جميع الشركات المتعامل معها تمارس سياسة تجارية واحدة مع المدعية ويكفي النظر إلى هيكله العقود ونسبة التخفيضات التي تحصل عليها كل واحدة منها.

*مظاهر الإستغلال المفرط لوضعية التبعية الإقتصادية:

* إنّخذ الإستغلال المفرط لوضعية التبعية الإقتصادية للمدعية أكثر من مظهر:

1- الإستغلال المفرط بمناسبة عمليّات البيع طال نسبة التخفيضات على الثمن المرجعي والتخفيضات اللوجستية إلى جانب ترجيع المنتوجات المتعيبة.

2- الإستغلال المفرط لوضعية التبعية الإقتصادية بمناسبة التعاون التجاري عن طريق ما تضمّنته الإتفاقيات المبرمة بين المدعية والمدعى عليها من بنود مجحفة من ذلك الطابع العام وغير المحدّد للخدمات ونقص في الفوترة وإختلال القيمة العادلة لثمن الخدمة وتعتدّ نظام التخفيضات الذي كانت تفرضه الشركات المدعى عليها كشرط للتعامل مع المدعية.

وعليه فإنّ جميع هذه الممارسات المخلّة بالمنافسة تكيّف وجود حالة من الإستغلال المفرط لوضعية تبعية إقتصادية على معنى أحكام الفصل 5 من قانون المنافسة والأسعار.

وتبعا لذلك يتّجه ردّ دفعوعات المدعى عليها والقضاء لصالح الدعوى.
وطلب من المجلس الحكم وفق طلباته السابقة.

وبعد الإطلاع على ما يفيد توجيه تقرير ختم الأبحاث إلى الأطراف وإلى مندوب الحكومة.

وبعد الإطلاع على تقرير الأستاذ بوبكر بالثابت نيابة عن شركة أوليس للتوزيع "كارفور" في الردّ على تقرير ختم الأبحاث والمرسّم بكتابة المجلس بتاريخ 29 أكتوبر 2015 والذي لاحظ فيه بالخصوص أنّ :

* المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع لم تتمكّن من الجواب على الدعوى ولم تمكّن مقرّرة المجلس من المعطيات التي طلبتها لغياب من يضمن الإستمرار في قسم النزاعات لمدة من الزمن وهو ما أثّر على التعبير عن مواقف المدعى عليها في الملفات ذات الطابع القانوني ولم يكن تعبيرا عن رفض التعاون مع المجلس.

* تقرير ختم الأبحاث قد توصّل إلى أنّ الممارسات المثارة ضمن عريضة الدعوى تتعلّق بالإفراط في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية تجاه شركة أوليس للتوزيع باعتبار تظافر عناصر السمعة التي تحظى بها علامة "كارفور" وأهميّة نصيبها في

السوق ومدى تأثيرها في رقم المعاملات الجملي للمدعية وصعوبة التزوّد أو الترويج بخدمات مشابهة من أيّ جهة أخرى على أن لا يكون مردّ ذلك سلوك التاجر نفسه أو سياسته التجارية ضرورة أنّ التبعية تعبر عن حالة خضوع مفروضة وليست وليدة إختيار إرادي.

وقد توصّل التقرير إلى توقّر هذه العناصر من جانب المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع.

* كما تضمّن تقرير ختم الأبحاث تحليلا لأوجه الإفراط في إستغلال وضعيّة التبعية من خلال الإتفاقيّة بمقولة أنّ المدعى عليها لم تمكّنها من نسخة قانونيّة من الإتفاقيّة ممضى عليها من الطرفين وتضمّنها لشروط محففة.

* أنّ المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع تلاحظ ردا على الدعوى وتعليقا على قرار ختم الأبحاث:

- أنّ الشركة المدعية تكوّنت وإنطلقت في النشاط منذ سنة 1998 ولم تقدّم إلّا أرقام معاملاتها لسنوات 2008 إلى 2011 وهو ما يحرم المجلس من إمكانيّة التحري في سياستها التجارية للتأكّد ممّا إختارته وما فرض عليها لأنّ التبعية تقتضي غياب الإختيار وغياب حلول أخرى للتاجر تجاه طرف تجاري آخر له وضعيّة هيمنة أو تأثير مهم في السوق.

- على خلاف ما ورد بتقرير ختم الأبحاث بالصفحة 46 فإنّ شركة أوليس للتوزيع ترد بالمرتبة الثانية للمتعاملين من المدعية.

- لا تجمع شركة أوليس للتوزيع ببقية الشركات المدعى عليها أي علاقة قانونيّة أو إتفاقات ومن ثمة فإنّ ما توصّل إليه قرار ختم الأبحاث من وجود "تبعية إقتصادية جماعيّة" هو إجتهد لا سند له في القانون وآليات السوق.

- إنَّ ما ذهب إليه قرار ختم الأبحاث في تحليل ممارسات توصف بكونها مخالفة للقانون ضمن الإتفاقية مع المدعية يخالف القانون لكون المدعية قدمت إدعاءات دون إثباتات لها كما يجب قانونا وبنيت النتائج على إستنتاجات لا سند واقعي لها. -علاوة على الإخلالات الشكليّة بعريضة الدعوى وتجّردّها من كل دليل فإنّ المعطيات المقدّمة لا تثبت توفّر عناصر التبعيّة الإقتصاديّة وأنّه تمّ توظيفها للإخلال بقواعد المنافسة وفرض المعاملات بطريقة مضرة بالمدعية وذلك لعدم تقديم المدعية للمعطيات المتعلّقة بسياستها التسويقية وأرقامها منذ أن باشرت النشاط ولعدم تحليل المعطيات المتعلّقة بسوق التوزيع بكامل التراب الوطني ولعدم إثبات وجود إتفاقات صريحة أو ضمنيّة بين جملة المدّعى عليهم بما يشمل شركة أوليس للتوزيع. وتبعاً لما تقدّم طلب من المجلس التصريح برفض الدعوى.

وبعد الإطلاع على تقرير الأستاذين يوسف الكناني ومحرز بوصيّان نيابة عن المدّعى عليها: شركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" وشركة جيمو والشركة المتوسطة للتوزيع "ميديس" "جيان" في الردّ على تقرير ختم الأبحاث والمرسّم بكتابة المجلس بتاريخ 4 نوفمبر 2015 والذي لاحظا فيه بالخصوص:

* إنعدام وجود المدعية في وضعيّة تبعيّة إقتصاديّة:

- تعرّض تقرير ختم الأبحاث إلى رقم المعاملات الذي تحقّقه المدعية مع الشركات المدعى عليها مشيراً إلى نسبة تتراوح بين 12 % و 19 % بالنسبة لمونوبري ونسبة تتراوح بين 4 % و 7 % بالنسبة لجيان.

- وأنّه لا يخفى على المجلس أنّ هذه النسب ضئيلة ولا يمكن لها بأيّ شكل من الأشكال أن تجعل المدعية في حالة تبعيّة إقتصاديّة بالنسبة للشركات المدعى عليها. -أنّه علاوة على ما سبق لا يمكن للمدعية أن تكون في وضعيّة تبعيّة إقتصاديّة بالنسبة للشركات المدعى عليها المذكورة أعلاه التي تعادل حصّتها بسوق تجارة

التوزيع عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة 35 % خاصة أنّ نصيب مبيعات كل مسالك التوزيع العصرية (مساحات كبرى ومتوسطة) لا يتجاوز 15% تقريبا من المبيعات الجمليّة عبر مختلف مسالك التوزيع ومنها التقليديّة المتمثلة في آلاف الدكاكين المنتشرة في كافّة أنحاء البلاد والمعروفة بـ"العطار" وكذلك شبه العصرية والمتمثلة في المغازات الصغيرة "superette" والأسواق الأسبوعيّة كانت أو يوميّة.

- من جهة أخرى أشار تقرير ختم الأبحاث إلى دراسة قام بها المعهد الوطني للإستهلاك تبين أنّ سكّان إقليم تونس الكبرى يقتنون 47 % من مواد التنظيف لدى المساحات الكبرى والمتوسطة وهو ما يفهم منه أنّ المدعية ليست في تبعيّة إقتصاديّة لدى المساحات الكبرى والمتوسطة بدليل أنّ 53% من مواد التنظيف توزّع عبر مسالك التوزيع الأخرى.

- يفهم ممّا سبق بسطه من تحليل وأرقام أنّه وعلى فرض التسليم بوجود المدعية في وضعيّة تبعيّة إزاء المساحات الكبرى والمتوسطة فإنّ هذه التبعيّة لا يمكن إلّا أن تكون وليدة إختيار إرادي وليست حالة خضوع مفروضة.

- إنّ مجلس المنافسة درج على إعتبار أنّه لا وجود لحالة تبعيّة متى ثبت أنّ ذلك مرده "سلوك المؤسّسة نفسها أو سياستها التجاريّة ضرورة أنّ التبعيّة تعبّر عن حالة خضوع مفروضة وليست وليدة إختيار إرادي".

- إنّ فقه القضاء الفرنسي كرّس نفس هذا الموقف لما إعتبر أنّ مجرد تحقيق الموزّع لجزء هام من معاملاته مع مزوّد أو أن تكون معاملاته قائمة حصريّا مع مزوّد وحيد فإنّ ذلك لا يكفي للإقرار بوجود حالة تبعيّة إقتصاديّة.

- إنّ ما توصّل له تقرير ختم الأبحاث من إنعدام حلول بديلة للتوزيع لا أساس له من الصحّة إذ يتّضح أنّ الحلول البديلة للتوزيع تصل إلى حدود 53 % حسب إحصائيات المعهد الوطني للإستهلاك.

-إعتبر تقرير ختم الأبحاث أنّ منتجات المدعية "قابلة للتحلل في الطبيعة وهو ما يعبر عنه بمنتجات "صديقة للطبيعة" لكونها مكوّنة من مواد طبيعية نباتية وزيوت طبيعية وهو ما ينعكس على مستوى الأسعار ونوعية المستهلكين "منتهيا إلى إعتبر "هذه المواد تجد رواجاً لها بالمساحات التجارية بما لا يترك الخيار ولا الحلول البديلة للتسويق" وقد تمّ هذا الوصف دون أي مقارنة علمية مع المنتجات المنافسة ودون ضبط مختلف الخصوصيات والأسعار والمواد التي تستعملها مختلف المنتجات المنافسة المعروضة على السوق ودون بيان أرقام المعاملات التي تحقّقها المنتجات المنافسة مع المساحات الكبرى والمتوسطة ومع بقية مسالك التوزيع ممّا يجعل التقرير قاصراً على إثبات إنعدام وجود حلول بديلة للتوزيع.

-إنّ الشركات المدّعى عليها تؤكّد أنّ المدعية لم تكن قطّ في حالة تبعية إقتصادية وعلى فرض التسليم جدلاً بوجود تبعية للمساحات الكبرى والمتوسطة فإنّ هذه التبعية ليست نتيجة لحالة خضوع فرضها المزوّد أو طبيعة المنتجات بدليل تسويق الشركات المنافسة لمنتجات مماثلة عبر المسالك التقليدية.

-إحتياطياً جداً: في إنعدام توفر ركن التعسف:

-على فرض التسليم بوجود حالة تبعية إقتصادية مفروضة فإنّ الشركات المدّعى عليها تؤكّد عدم قيامها بتصرّفات ترقى إلى درجة التعسف أو الإفراط إذ واصلت التعامل مع المدعية وكانت حريصة على مواصلة التعامل معها وربما تطوير رقم أعمالها معها كغيرها من مافسيها في سوق مواد التنظيف بما يعود بالنفع على الجميع وذلك بدليل وجود عديد المراسلات التي تؤكّد ذلك.

-أنّ الممارسات المثارة والمنسوبة للشركات المدّعى عليها اختلفت بين عدم تقديم نسخة من الإتفاقات وإعتماد تخفيضات غير متطابقة مع طبيعة الخدمة وعدم إحترام آجال الخلاص.

- إنّ هذه الممارسات المثارة وبقطع النظر عن مدى صحّتها فإنّها نادرا ما تمّت نسبتها للشركات المدعى عليها وهي ممارسات منفصلة يدعى صدورها عن شركات مستقلة لا تربطها ببعضها إلّا علاقة منافسة ممّا يجعل هاته الممارسات لا ترقى لمرتبة الإستغلال المفرط لوضعية هيمنة إقتصادية بل في أقصى الحالات مخالفت إقتصادية بسيطة صادرة عن ذوات قانونية مستقلة.

وتبعاً لذلك طلب الحكم برفض الدعوى لعدم وجود ممارسات محلّة بالمنافسة.

وبعد الإطلاع على تقرير مندوب الحكومة في الردّ على تقرير ختم الأبحاث المرسم بكتابة المجلس في 4 نوفمبر 2015 والمتضمّن بالخصوص أنّ:

* التعسف في إستغلال وضعية تبعية إقتصادية يتشكّل من توفّر عنصرين هما وجود حالة تبعية إقتصادية وممارسات تشكّل إستغلالاً تعسفياً لهذه الوضعية.

* يتبيّن من خلال المعطيات الواردة بالملف وجود ممارسات تعسّفية من طرف الشركات المدعى عليها والتي تتمتع بقوة تفاوضية كبيرة في علاقتها بالمدعية التي يبدو جليلاً أنّها في وضعية تبعية إقتصادية بالنظر لأهميّة نسبة منتوجاتها الموزعة عن طريق المساحات الكبرى والمتوسطة.

* غير أنّه بالنسبة للشركة المتوسطة للتوزيع ميديس (جيان) فإنّ عناصر التبعية الإقتصادية للمدعية غير متوفّرة بالنظر لضعف رقم المعاملات المحقّق معها (بين 4 و7%) مقابل 36% بالنسبة لشركة أوليس للتوزيع و53% بالنسبة لمجموعة المغازة العامة و19% بالنسبة لشركة الدار الجديدة لمدينة تونس.

وبناء على ذلك تعتبر الممارسات المثارة تعسّفاً في إستغلال وضعية تبعية إقتصادية من طرف الشركات المدعى عليها بإستثناء الشركة المتوسطة للتوزيع ميديس (جيان) وذلك نظراً لضعف رقم المعاملات المحقّق معها.

وبالتالي يقترح مقاضاة الشركات المدعى عليها بإستثناء الشركة المتوسطة للتوزيع ميديس (جيان) من أجل التعسف في إستغلال وضعيّة تبعيّة إقتصادية.

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.

وبعد الإطلاع على بقيّة الأوراق المطروقة بالملف وعلى ما يفيد استدعاء الأطراف بالطريقة القانونية لجلسة المرافعة المعيّنة ليوم الخميس 15 نوفمبر 2015. وبها حضر الأستاذ سامي الفريخة نائب المدعية الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف وتمسّك بما قدّمه كتابة، وحضر الأستاذ محمد سرحان خليف أصالة عن نفسه وعن باقي زملائه وتمسّك بما قدّمه كتابة مؤكّدا طلب عدم سماع الدعوى في حقّ منوّبته شركة المغازة العامة. وحضر الأستاذ محمد سرحان خليف نيابة عن زميله الأستاذ بوبكر بالثابت نائب المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع "كارفور"، وأعلن أنّ هذا الأخير يتمسّك بما قدّمه ضمن تقريره المدلى إلى المجلس بتاريخ 29 أكتوبر 2015.

كما حضر الأستاذ أمين الكناني نيابة عن شركة الحمامة بوصيان الكناني هورابي في حق كلّ من المدعى عليها شركة الدار الجديدة لمدينة تونس وشركة جيمو والشركة المتوسطة للتوزيع "ميديس" وتمسّك من ناحيته بما قدّم كتابة. وتلت مندوب الحكومة السيدة هيام بالي ملحوظاتها المطروقة نسخة منها بالملف.

إثر ذلك قرّر المجلس حجز القضية للمفاوضة والتصريح بالحكم بجلسة يوم 26 نوفمبر 2015.

وبما وبعد المفاوضة القانونية صرّح بما يلي:

قرّر المجلس التمديد في أجل المفاوضة لجلسة يوم 25 ديسمبر

2015.

وبما وبعد المفاوضة القانونية صرّح بما يلي:

من جهة الشّكل:

حيث قدّمت الدّعى في آجالها القانونية ممّن له الصّفة والمصلحة واستوفت بذلك جميع مقوماتها الشّكلية ممّا يتعيّن معه قبولها من هذه النّاحية.

من جهة الأّصل:

- الإطار القانوني والتشريعي:

حيث تخضع السوق المرجعية موضوع القضية الرهانة إلى مقتضيات عدّة نصوص تشريعية وترتيبية أهمّها:

- القانون عدد 36 لسنة 2015 المؤرّخ في 15 سبتمبر 2015 المتعلّق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

- القانون عدد 117 لسنة 1992 المؤرّخ في 7 ديسمبر 1992 المتعلّق بحماية المستهلك.

- القانون عدد 78 لسنة 2003 المؤرّخ في 29 ديسمبر 2003 المتعلّق بتنقيح وإتمام مجلة التهيئة الترابية والتعمير.

- القانون عدد 9 لسنة 2009 المؤرّخ في 16 فيفري 2009 والمتعلّق بتنقيح وإتمام مجلة التهيئة الترابية والتعمير.

- القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرّخ في 12 أوت 2009 المتعلّق بتجارة التوزيع.

- الأمر عدد 2253 لسنة 1999 المؤرخ في 1999 المتعلق بالمصادقة على الترتيب العامة للتعمير المنقح والمتّم بالأمر عدد 2683 لسنة 2002 المؤرخ في 14 أكتوبر 2002.

- دراسة السوق:

تحديد السوق المرجعية:

حيث تتعلّق السوق المرجعية في قضية الحال بسوق توزيع مواد التنظيف¹ السائلة والموزعة عبر مسالك التوزيع العصرية والمتمثلة في المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة.

- الأطراف المعنية:

الشركة المدعية:

- الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف: "STID"

شركة صناعية تنشط في مجال صناعة مواد التنظيف السائلة ذات الإستعمال المنزلي والجماعي. وتتميّز منتوجاتها بكونها قابلة للتحلل في الطبيعة ضرورة أنّها مكوّنة من مواد نباتية وزيتية طبيعية.

¹ - **Les détergents** se présentent sous la forme de poudres à diluer (lessive), de liquides pour les surfaces dures (vaisselle, vitre, sol) et des récurants liquides (émail, inox).

La lessive est une préparation chimique extrêmement complexe. Elle utilise 20 à 30 substances différentes : agents détergents, anticalcaires, enzymes, agents oxydants, polymères anti-redéposition, savons, azurants optiques, supprimeurs de mousse, agents tampons, parfum, lui-même mélange de plusieurs dizaines de composés organiques...

Ces différentes substances ont des fonctions multiples:

- les détergents décollent les taches de gras et salissures. Et afin de maintenir les graisses en émulsion dans le détergent, les ions Ca^{2+} doivent être éliminés (une eau douce "mousse" plus, en présence d'un savon, qu'une eau dure);
- les anti-calcaires (phosphates, ...) se combinent avec les sels calcaires de l'eau pour neutraliser leur action néfaste sur le processus de lavage. Ils ont un pouvoir émulsionnant pour stabiliser les particules de salissures en suspension;
- Les agents anti-redéposition empêchent la redéposition de la salissure en suspension sur la fibre textile par un phénomène de répulsion électrostatique;
- Les agents blanchissants agissent comme oxydant doux sur certaines taches colorées;
- Les enzymes dégradent les tâches d'origine protéinique en les fragmentant en plus petites molécules pour une élimination aisée au moyen des détergents. **Source :**

وحيث تتميز هذه الشركة بصناعة مواد التنظيف السائلة: (Détergents liquides) وتنقسم مواد التنظيف السائلة الراجعة للشركة المدعية إلى الأصناف التالية²:

- المواد المنظّفة
- المواد المنظّفة القوية
- المواد المقاومة للجراثيم
- المواد الملينة
- المواد المقاومة للدهنيات.

وتحمل جميع منتجاتها علامة: **LAV +** وفقا للصورة الموضّحة التالية:

² -LAV + cuisine :dégraissant nettoyant-lav+ vaisselle-gel nettoyant javellisé-lav+ linge-lav+ pate-lav + laine-assouplissant-nettoyant désinfectant sol....



وحيث تتميز الشركة التونسية الصناعية لمواد التنظيف³ "STID" بإنتاج منتجات ذات جودة عالية ويتم تسويقها أساسا بالمساحات التجارية الكبرى.

³ **STID : Société Tunisienne Industrielles de Détergents** :est une société qui se distingue par la particularité de produire une gamme très variée de produits de nettoyage et d'hygiène ami de l'homme et de l'environnement. Ses produits sont bio-dégradables à base végétale et aux extraits naturels. La société joint la maîtrise de la production sous le label «BEST LAV'» déjà ancré sur le marché

وهو ما يؤكده توزيع رقم معاملاتها خلال الفترة المتراوحة بين 2008 و2011 كما يلي:

2011	2010	2009	2008	السنوات
910.350	1.055.176	1.221.663	1.047.421	رقم المعاملات الجملي
759.216	965.193	1.092.607	929.654	رقم المعاملات المحقق مع المساحات التجارية الكبرى
% 83,4	% 91,5	% 89,4	% 88,8	النسبة

وحيث تبين القوائم المالية لشركة ستيد "STID" أنها سجّلت خسارة تتمثل في ما يلي:

– سنة 2008 : 32.132,710 –

– سنة 2009 : 18.647,392 –

– سنة 2010 : 17.662,252 –

وحيث تخضع المدعية للتسوية القضائية منذ سنة 2014 إذ تمّ الإذن بفتح إجراءات التسوية القضائية بتاريخ 2 أفريل 2014 تحت عدد 757 وقرار تعليق إجراءات التقاضي والتنفيذ صادر عن وكيل رئيس المحكمة الابتدائية بتونس في 15 ديسمبر 2014 بعد أن تكبّدت خسائر جسيمة وعجزت عن خلاص ديونها.

وحيث تتمثل أهم الشركات المنتجة لمواد التنظيف والمنافسة للشركة المدعية فيما يلي:

– هنكل Henkel

– أونيليفر Unilivers

tunisien et en cours de développement de la commercialisation de ses produits sur le marché extérieur. Sa gamme de production groupe plus de 20 types de produits de détergents à usage domestique et pour les collectivités.

- بروتاكت أند قمبل Procter & Gamble

- جودي Judy

- كوديفا شوك Codifa Choc

- ديترسون فيك Detersan Vic

- جيمال Jemal

- دات صودات Det Sodet

- س ت ب س م ستار STPCM STAR

- سيبكو ماكسيمات Sipco Maximet

- فرست كلين First Clean

الأطراف المدعى عليها:

- شركة المغازة العامة

شركة خفية الإسم قيمة رأس مالها 11.481.250,000 مقرّها الإجتماعي كائن
بنهج مصطفى كمال أتاتورك عدد 28 تونس 1001. بدأت نشاطها في 16
ديسمبر 1988. وهي مغازة ذات أجنحة متعدّدة: Hypermarché.
وقد حقّقت سنة 2014 رقم المعاملات الجملي التالي: 754 952 355 دينار.

- شركة أوليس للتوزيع: "كارفور"

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

وقد حَقَّقت سنة 2014 رقم المعاملات الجملي التالي: 586 000 000 دينار.

– شركة الدار الجديدة لمدينة تونس (SNMVT): "مونوبري"

شركة خفية الإسم. قيمة رأس مالها 33282288,000. بدأت النشاط بتاريخ 16 أوت 1996.

وقد حَقَّقت خلال سنتي 2013 و 2014 رقم المعاملات الجملي المبين بالجدول التالي:

رقم المعاملات الجملي:

2014	2013
510630650	463239578

– الشركة المتوسطة للتوزيع ميديس "MEDDIS"

مغارة ذات أجنحة متعدّدة: Hypermarché. قيمة رأسمالها 4500.000,000 مقررها الإجتماعي كائن بالمركب التجاري تونس سيتي سباله بن عمار 2032 أريانة تونس. بدأت نشاطها في 1 فيفري 2002.

وقد حَقَّقت خلال سنتي 2010 و 2011 رقم المعاملات الجملي المبين بالجدول التالي:

2011	2010
3855707	137568288

– شركة جيمو:

شركة ذات مسؤولية محدودة تبلغ قيمة رأس مالها 100.000,000 دينار، عدد سجلها التجاري B032622005 مقررها الإجتماعي كائن بمركب تونس سيتي TUNIS –CITY يتمثل موضوع نشاطها في إعداد الدراسات التجارية والمتابعة

التجارية المختصة للأسواق وإختيار المواد العريضة للإستهلاك وإبرام عقود الشراء مع المزودين المحليين والأجانب على حد سواء.

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

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

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

2010	2009
12000,000	155368,000

الإتفاقيات التجارية:

حيث تتعامل الشركة المدعية مع المساحات التجارية المدعى عليها وفقا لإتفاقيات تجارية.

وحيث تفيد دراسة السوق أنّ عمليّة التفاوض التجاري مع الشركة المدعية "ستيد" لا تتمّ بصفة مباشرة بالنسبة لشركة "مونوبري" وشركة "جيان" وإتّما عن طريق مركزية شراء تتكفل بهذه المهام وهي شركة "جيمو".

وحيث تلجأ أغلب المساحات التجارية إلى شركة متخصصة في مجال التفاوض لتتولى نيابة عنها إختيار المزودين والتفاوض معهم والتعاقد معهم أيضا.

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

وحيث تتولى شركة "جيمو" بمقتضى الإتفاقية وبوصفها وكيلًا تجاريًا:

- إختيار المزودين والمنتجات
- مناقشة أسعار الشراء ومختلف أنواع التخفيضات.
- مناقشة الشروط المتعلقة بالشراء
- تحضير مختلف العمليات الإشهارية
- كراء فضاءات البيع المتواجدة داخل المساحات التجارية التابعة لشركة جيان وشركة مونوبري.
- القيام بكل العمليات التجارية التي من شأنها تحسين التموقع التجاري لكل من شركة مونوبري وشركة "ميديس جيان"
- وحيث أنّ مدّة هذه الإتفاقيات سنة من 1 جانفي إلى غاية 31 ديسمبر ويتم تجديدها بصفة ضمنيّة في نهاية كلّ سنة إلّا في حالة الإعتراض على تجديدها من قبل أحد الأطراف.

التوزيع عبر المساحات التجارية

حيث تسوّق المدعية منتجاتها عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة وقد بدأت في التعامل مع المساحات التجارية منذ سنة 2000 بداية مع بروموقرو.

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

وحيث أقرّ فقه قضاء الهيئات المقارنة أنّ تحديد السوق المرجعيّة يمكن أن ينبني 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.

وجيث تفيد دراسة⁴ قام بها المعهد الوطني للإستهلاك أنّ 60% من سكان إقليم تونس يتزوّدون من المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة.

- من حيث العرض:

حيث تتمثّل أهمّ الخدمات المعروضة من قبل مساحات التوزيع العصرية للمنتجين خاصّة في توفير مساحات عرض تجارية و جملة من الخدمات التجارية الأخرى من بينها مثلاً خدمات الإشهار التجاري وتنمية البيوعات، أمّا في ما يتعلّق بالمستهلك فإنّ أهمّ الخدمات التي تقدّمها مثل هذه المساحات تتمثّل خاصّة في توفير منتجات متعدّدة ومختلفة.

وحيث يمكن إدماج ضمن هذا الصّنف من التّجارة العصرية كلّ من المساحات التّجاريّة التّالية: "كارفور" و"جيون" والمغازة العامّة و"مونوبري".

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 تمكّنت من جلب أكبر عدد من الحرفاء.

⁴ - 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 résidant 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 adéquat » 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).

وحيث تتمتع المساحات التجارية الكبرى بقوة إقتصادية ومالية وخاصة تفاوضية في علاقتها مع المزودين وهو ما نتج عنه إختلال في موازين القوى بين المزودين والمنتجين.

2- من حيث الطلب:

حيث تسعى الشركات المنتجة لمواد التنظيف السائلة، إلى جانب توزيع منتوجاتها عبر مسالك التوزيع التقليدية، إلى عرضها داخل مسالك التوزيع العصرية وذلك نظرا لأهمية التأثير الإيجابي لهذه المسالك على مكانة وشهرة العلامة التجارية للمنتوج.

وحيث توزّع المدعية منتوجاتها عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة. وحيث تتقاسم سوق تجارة التوزيع عبر المساحات التجارية ثلاثة مجموعات كبرى هذه السوق⁵.

1 - مجموعة المبروك (Groupe Mabrouk – Monoprix et Géant):

يرجع نشاط مجموعة المبروك بسوق تجارة التوزيع عبر المساحات التجارية إلى سنة 1999 عندما قامت باقتناء شركة الدار الجديدة لمدينة تونس صاحبة العلامة التجارية "مونوبري" "Monoprix". ومنذ ذلك الحين تولّت الشركة تطوير سياسة تجارية توسعية بالسوق المرجعية، حيث قامت في سنة 2003 بإقتناء العلامات التجارية "الباساج" "Le Passage" و"توتة" "Touta"⁶، وإقتناء شركة "تونس للتسوق" "Tunisian Shopping Spaces" صاحبة العلامة التجارية "الصحراء

⁵ - معطيات مستقاة من دراسة قام بها مجلس المنافسة في إطار الرأي عدد الصادر عنه بتاريخ 25 جوان 2015.

⁶ - Perspectives de développement de la SNMVT – Monoprix à l'international, MCP – MENA CAPITAL PARTNERS, Décembre 2013, p.4.

للفاهة "Sahara Confort" سنة 2009⁷ لترتفع بذلك نقاط بيع تحت العلامة "مونوبري" من 20 إلى 70 نقطة بيع⁸.

وفي سنة 2005 طوّرت المجموعة إستراتيجيتها التجارية من خلال نفاذها إلى سوق تجارة التوزيع بالمساحات التجارية الكبرى (Hypermarchés)، وذلك وفقا لاتفاق انعقد بينها وبين مجموع "كازينو" "Casino" الفرنسية والذي على إثره تمّ تركيز ثاني مساحة تجارية كبرى بتونس تحت العلامة التجارية "جيان" "Géant"، وهي مساحة تديرها شركة "ميديس" "MEDDIS" المملوكة من قبل عائلة المبروك.

– جيان:

يعتبر فضاء "جيان" من أكبر المساحات التجارية بتونس، حيث تقدّر مساحة البيع به بـ 12 000 م²، وتتواجد هذه المساحة بالمركز التجاري "تونس سيتي" "Tunis City" وذلك قرب مدخل الطريق السيارة تونس – بنزرت.

وفي إطار توسّعها التجاري الداخلي تعتزم شركة مونوبري بعث عشر نقاط بيع أخرى خلال نفس الفترة المذكورة أعلاه تحت العلامة "مونوبري" ليرتفع رصيدها من المساحات الجمليّة المستغلّة خلال سنة 2016 إلى 75 000 م².

وبالنسبة للوضعية الحالية فإنّ لمجموعة المبروك – "مونوبري" مساحة تجارية كبرى واحدة تحت التسمية "جيان" وما يقارب 74 نقطة بيع من صنف المساحات التجارية المتوسطة وهي نقاط متواجدة بمختلف أنحاء الجمهورية وذلك بحسب معطيات 2013.

2- مجموعة الشايبي (Groupe Chaibi – Carrefour):

⁷ - Le secteur de la grande distribution en Tunisie, Mac Sa, Département de recherches, juin 2010, p.4.

⁸ - Tunisian Retail Foods, USDA Foreign Agricultural Service, GAIN Report, December 2012, p. 8.

وهي مجموعة تعرف كذلك بمجموعة "أوتيك" "UTIC" (Ulysse Trading and Industrial Companies) الناشطة في أسواق الخدمات والصناعات، وتنشط هذه المجموعة أساسا في مستوى ثلاثة قطاعات كبرى والمتمثلة في قطاعات اللفّ "Emballage" والسياحة وتجارة التوزيع العصرية. وتمثل هذه الأخيرة النشاط الأبرز للمجموعة.

وترجع بدايات أنشطة المجموعة بالسّوق المرجعية إلى سنة 2001 عندما قامت ببعث أول مساحة تجارية كبرى بتونس تحت العلامة "كارفور" "Carrefour" عن طريق شركتها "أوليس هيبار ديستريبيسيون" "Ulysse Hyper Distribution" وذلك وفقا لعقد استغلال تحت التسمية الأصلية مع مجموعة "كارفور" الفرنسية. وتقدر مساحة البيع بهذا الفضاء بـ 9 500 م²، وتتواجد هذه المساحة بطريق سيدي داود المرسى.

وفي إطار تطوير سياستها التجارية التوسعية قامت المجموعة بالتّفاذ إلى سوق المساحات التجارية المتوسطة، حيث قامت في 2006 باقتناء مغازات "بونبري" "Bonprix" التابعة لمجموعة "باطام" "Batam" والتي على إثرها قامت باستغلال مساحات تجارية تحت العلامة "شامبيون" "Champion" البالغ عددها 26 نقطة بيع، ووقع تغيير التسمية التجارية لهذه العلامة في 2009 لتصبح "كارفور ماركت" "Carrefour Market" و"كارفور اكسبريس" "Carrefour Express".

وبهذا فإنّ لمجموعة الشايي مساحة تجارية كبرى واحدة تحت التسمية المذكورة أعلاه "كارفور" وما يقارب 71 نقطة بيع⁹ من صنف المساحات التجارية المتوسطة "كارفور ماركت" و"كارفور اكسبريس" المتواجدة بمختلف أنحاء الجمهورية وذلك بحسب معطيات 2013.

www.carrefourtunisie.com - حسب العدد المعلن عنه بموقع واب مساحة "كارفور": 9

3- مجموعة البياحي وبولينا (Groupe Bayahi et Poulina – Magasin)

(Général):

تعدّ شركة المغازة العامّة "MG" إحدى أهمّ المساحات التجارية الناشطة في تجارة التوزيع في تونس ويرجع تأسيس هذه الشركة إلى سنة 1925. وفي سبتمبر 2007 وقع التفريط في مساهمة الدولة البالغة 76.31% لصالح مجموعتي بولينا (49%) والبياحي (51%).

ثمّ قامت المجموعة في سنة 2008 بشراء حصص مجموعة المبروك (35%) والحمروني (34%) في شركة "بروموقرو" "BHM Promogro"، وهي شركة متموقة على مستوى المساحات المعروفة باسم (Cash & Carry) والمتخصصة في البيع بالجملة (semi-gros)، وتمتلك هذه الأخيرة حوالي 6 نقاط بيع على مستوى تراب الجمهورية.

وفي مارس 2012 تمّ عقد اتفاق شراكة بين شركة المغازة العامّة ومجموعة "أوشان" الفرنسية "Auchan" مكّن هذه الأخيرة من اقتناء نسبة 10% في رأسمال شركة المغازة العامّة. ويهدف هذا الاتفاق إلى بعث ما يقارب 5 مساحات تجارية كبرى إضافية.

ويبلغ عدد نقاط البيع التابعة لشركة المغازة العامّة، بحسب معطيات 2013، حوالي 70 نقطة.

كما قامت إدارة هذه الشركة بتوحيد العلامة التجارية لماركاتهما الثلاث (مغازة العامّة وبروموقرو وماقرو) من خلال تجميعها في علامة واحدة أطلق عليها اسم "mg" التي تشتمل على ثلاثة أصناف من المغازات كالتالي:

- "م.ج ماكسي" "mg maxi": وهي مغازات كبرى وجذابة مساحتها أكثر من 1000 م² وبها موقف للسيارات. وتوفر هذه النوعية من المغازات منتوجات

متنوعة منها الغذائية والتجهيزات المنزلية والملابس والألعاب إلى جانب منتجات أخرى عديدة.

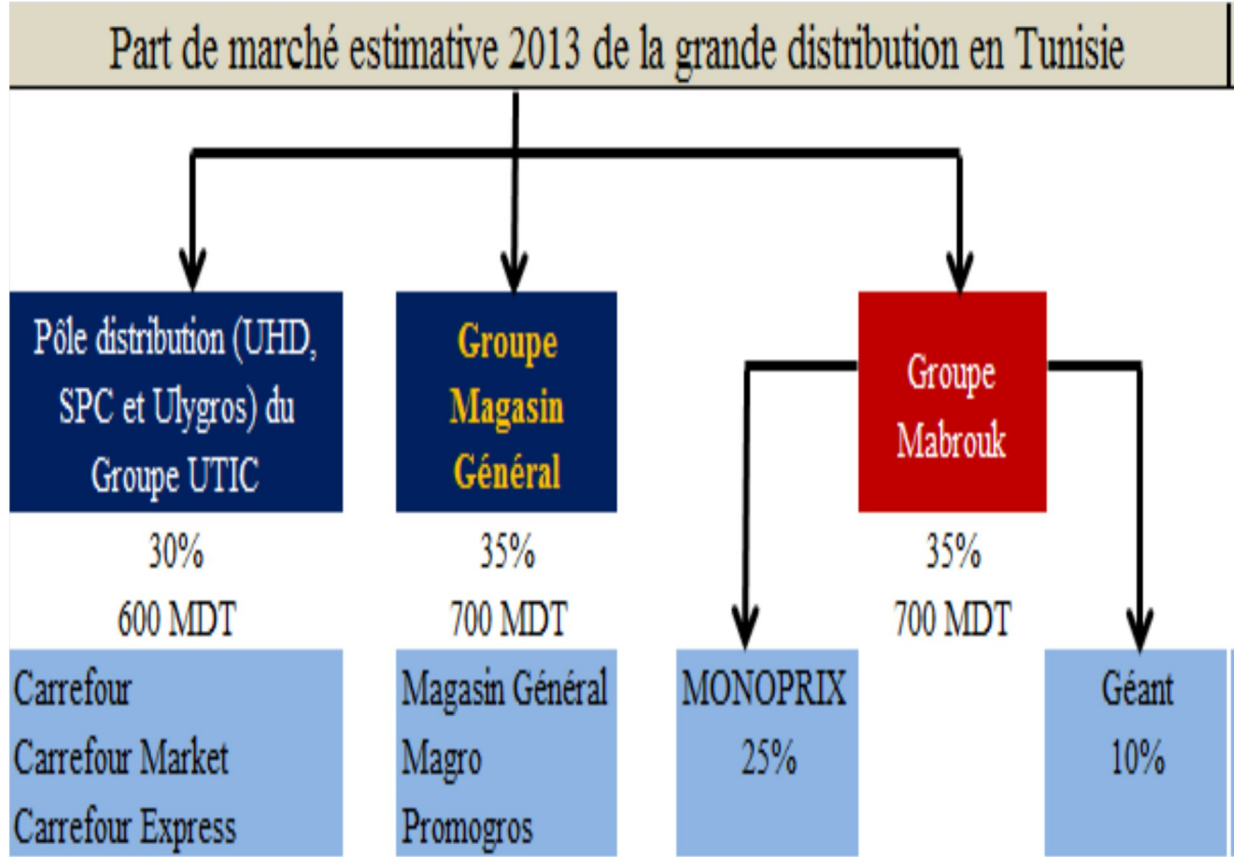
- "م.ج بروكسي" "mg proxi": وهي مغازات تمتد على مساحة تتجاوز 500 م². ويقع هذا الصنف من المغازات بالقرب من الأحياء السكنية. وتوفر منتجات غذائية وأخرى غير غذائية يحتاجها الحريف التونسي في شراؤه اليومية.
- "م.ج سيتي" "mg city": وهي صنف من المغازات تمتد على مساحة 500 م² على أقصى تقدير. وتقع بقلب المدن لتوفر للحرفاء احتياجاتهم في التسوق بطريقة سريعة كل يوم. وهي تلتزم من خلال إستراتيجيتها الجديدة بتوفير منتجات بأدنى الأسعار مقارنة بالمنافسين.

حصص السوق المتعلقة بتجارة التوزيع عبر المساحات التجارية:

رغم بروز عديد العلامات التجارية الجديدة على غرار "ماركور ماركت" "Mercure Market" منذ 2010 و"عزيزة" "Aziza" منذ 2014 فإنّ سوق تجارة التوزيع عبر المساحات التجارية تظلّ محلّ تقاسم المجموعات الثلاثة الناشطة في هذه السوق ، والتي سبق تناولها بالتحليل، حيث قدّر رقم معاملات الجملي خلال السنة المالية 2013 بـ 2000 مليون دينار تتوزّع كالتالي:

- ← مجموعة المبروك (مونوبري-جيان) التي تعادل حصتها بالسوق بما يعادل 700 م.د أي بنسبة 35% من السوق.
- ← مجموعة البياحي (المغازة العامة) التي تعادل حصتها بالسوق بما يعادل 700 م.د أي بنسبة 35% من السوق.
- ← مجموعة الشايبي (كارفور) التي تعادل حصتها بالسوق بما يعادل 600 م.د أي بنسبة 30% من السوق.

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



المصدر¹⁰:

وحيث يتبين مما تقدّم أنّ حصص العلامات التجارية التي تستغل مساحات تجارية كبرى ومتوسطة (مونوبري - جيان والمغازه العامة وكارفور) في السوق هي متقاربة.

عن الممارسات المثارة:

1- وضعية التبعية الإقتصادية تجاه المساحات التجارية المدعى عليها:

حيث إعتبر نائب المدعية أنّ الشركات المدعى عليها أفرطت في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية التي توجد فيها شركة "ستيد" تجاهها من خلال تطبيق شروط محففة صلب الإتفاقيات التي تربط بينها.

¹⁰- Perspectives de développement de la SNMVT – Monoprix à l'international, MCP – MENA CAPITAL PARTNERS, Décembre 2013, p.5.

وحيث يتّجه التذكير في هذا الإطار بما دأب عليه فقه قضاء مجلس المنافسة من إعتبار أنّ الإفراط في إستغلال وضعيّة تبعيّة إقتصاديّة يقتضي النّظر في مدى تظافر عنصرين متلازمين هما وجود حالة التبعيّة الإقتصاديّة والإفراط في إستغلالها.

وحيث أنّ التبعيّة الإقتصاديّة هي حالة تتشكّل من تحالف عناصر ينشأ عن إجتماعها وضع التّاجر في منزلة يصعب فيها عليه التخلّص من تأثير المزوّد على نشاطه وما يجنيه من أرباح. وتتمثّل هذه العناصر في السمعة التي تحظى بها علامة المزوّد وأهميّة نصيبها في السّوق وفي مدى تأثيرها في رقم المعاملات الجملي للتاجر الموزّع أو المؤسّسة الحريفة وصعوبة التزوّد بمواد أو خدمات مشابهة من أيّ جهة أخرى على أن لا يكون مردّ ذلك سلوك التاجر نفسه أو سياسته التجاريّة ضرورة أنّ التبعيّة تعبّر عن حالة خضوع مفروضة وليست وليدة إختيار إرادي.

وحيث لا يأخذ المجلس بأيّ من العناصر الأربعة متى توفّر منفردا بل ينبغي للقول بوجود تبعيّة إقتصادية أن تتوفّر العناصر الأربعة مجتمعة بحيث أنّه يكفي تحلّف أحدها للقطع بعدم وجود تلك الحالة.

وحيث أنّ تحليل العناصر المكوّنة للتبعيّة الإقتصاديّة وتطبيقها على وقائع القضية الراهنة يفضي إلى ما يلي:

حيث أنّ التحقيق في هذه القضية الراهنة يفترض التثبّت في مدى توفّر وضعيّة التبعيّة الإقتصاديّة والتي يستوجب التأكّد من توفّرها وجود جملة من العناصر المجتمعة والمتظافرة وذلك وفقا لتعريف فقه قضاء مجلس المنافسة لمفهوم التبعيّة الإقتصاديّة المشار إليه أعلاه.

1- فيما يتعلّق بشهرة العلامة:

حيث تعتبر العلامات التجاريّة الراجعة للمساحات التجارية المدعى عليها ذات شهرة وطنيّة جيّدة تكفل للشركة ميزة تنافسيّة.



سواء تعلق الأمر بشركة أوليس للتوزيع الحاملة لعلامة "كارفور"



وكذلك فيما يتعلّق بشركة المغازة العامة ذات العلامة التجارية: mg



فيما يتعلق بعلامة "مونوبري" وجيان

2 - أهمية نصيب الشركة بالسوق التونسية المرجعية:

حيث إستقرّ فقه قضاء مجلس المنافسة على إعتبار أنّ الشركة يجب أن يكون لها نصيبا هاما بالسوق المرجعية ولا يشترط أن تحتلّ مركزا مهيمنًا.

وحيث تبرز دراسة السوق أنّ المساحات التجارية المدعى عليها لها نصيب هام بالسوق المرجعية كما أنّ شركة "جيمو" تعتبر من أهمّ مركزيات الشراء الناشطة بالسوق الوطنية.

3- مدى تأثير علامة المساحات التجارية الكبرى في رقم المعاملات الجملي لشركة: "ستيد":

حيث حققت شركة "ستيد" رقم المعاملات الجملي التالي خلال سنوات 2008 و 2009 و 2010 و 2011:

رقم المعاملات الجملي	السنة
1.047.421	2008
1.221.663	2009
1.055.176	2010
910.350	2011

وحيث حققت شركة "ستيد" نسبة هامة من رقم معاملاتها مع شركة أوليس للتوزيع تطوّرت من 24,27 % سنة 2008 لتصل إلى 36,75 سنة 2011 وفقا لما يبيّنه الجدول التالي:



• رقم المعاملات المحقق مع شركة أوليس للتوزيع: "كارفور"

السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	254.264	% 24,27
2009	264.687	% 21,66
2010	277.784	% 26,32
2011	334.586	% 36,75

كما حققت رقم معاملات هام مع مجموعة المغازة العامة: وفقا لما تبينه الجداول التالية:

• رقم المعاملات المحقق مع مجموعة المغازة العامة:

– رقم المعاملات المحقق مع شركة المغازة العامة:

السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	189.635	% 18,10
2009	202.729	% 16,59
2010	131.668	% 12,47

– رقم المعاملات المحقق مع شركة ماقرو:

السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	92.009	% 8,78
2009	112.018	% 9,16
2010	71.743	% 6,79

– رقم المعاملات المحقق مع شركة بروموقرو:

السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	240.953	23 %
2009	274.571	22,47 %
2010	222.667	21,10 %
2011	231.545	25,43 %

كما حققت رقم معاملات هاماً مع شركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري" تطوّر من 11,62% إلى حوالي 19 % وفقاً للنسب المبينة بالجدول التالي:

• رقم المعاملات المحقق مع شركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري":



السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	121.783	11,62 %
2009	190.551	15,59 %
2010	198.004	18,76 %
2011	172.024	18,89 %

أمّا بالنسبة لرقم معاملاتها المحقق مع الشركة المتوسطة للتوزيع "ميديس": "جيان" فلم يتجاوز نسبة تراوحت بين 4 و 7 % وهي نسبة ضئيلة وفقاً لما تبرزه المعطيات التالية:

• رقم المعاملات المحقق مع الشركة المتوسطة للتوزيع: "ميديس" "MEDDIS"



السنة	رقم المعاملات	النسبة
2008	40.211	3,83 %

4,88 %	59.622	2009
7,02 %	74.121	2010

وحيث يتبيّن من الجداول المبينة أعلاه أنّ الشركة المدعية تتعامل مع المساحات التجارية المدعى عليها وفقاً للنسب التالية:

– بالنسبة لشركة أوليس للتوزيع ذات العلامة التجارية "كارفور": تتراوح النسبة بين 25 % و 36 %.

– بالنسبة لمجموعة المغازة العامة:

*المغازة العامة تتراوح النسبة بين 12 و 19 %

*بروموقرو بين 21 و 25 %.

*ماقرو: بين 7 و 9 %

وتبعاً لذلك فإنّ نسبة التعامل مع مجموعة المغازة العامة تراوحت بين 40 و 53 %

– بالنسبة لمونوبري تتراوح النسبة بين 12 و 19 %

– بالنسبة لجيان تتراوح النسبة بين 4 و 7 %

وتبعاً لذلك فإنّ ترتيب الشركات التي تتعامل معها المدعية وفقاً لمعيار أهميّة رقم المعاملات المحقق يكون كالآتي : مجموعة شركة المغازة العامة (53%) تليها شركة أوليس للتوزيع (36%) ثم مونوبري (19%).

وحيث تعتبر هذه النسب هامة في ما يتعلّق بكارفور (36%) ومجموعة المغازة العامة (53%) و مونوبري 19 %.

وحيث أنّه في ما يتعلّق بشركة المتوسطيّة للتوزيع ميديس "MEDDIS" ذات العلامة التجارية "جيان" فإنّ المعطيات المبينة أعلاه تبرز نسبة تعامل ضعيفة معها

تتراوح بين: 4 و 7 % وهو ما يؤدي إلى إستنتاج عدم توقّر شرط تأثير علامة المساحة التجارية "جيان" في رقم المعاملات الجملي للمدعية وبالتالي فلا موجب من الناحية القانونيّة من التمهّيص في مدى وجود حالة الإفراط في إستغلال تلك الوضعيّة نظرا لعدم توقّر شرط من شروط التبعيّة الإقتصادية.

4- في ما يتعلق بإنعدام الحلول البديلة

حيث تقوم المدعية بتصنيع مواد تنظيف ذات جودة عالية نظرا لكون هذه المنتجات قابلة للتحلّل في الطبيعة وهو ما يعبر عنه بمنتجات "صديقة للطبيعة" لكونها مكوّنة من مواد طبيعية نباتيّة وزيت طبعيّة وهو ما يجعلها تتميّز عن بقية المنتجات في مجال إنتاج مواد التنظيف السائلة التي تتكوّن من مواد كيميائية بحتة وينعكس مباشرة على مستوى الأسعار ونوعية المستهلكين الذين يتزوّدون بها. وحيث أن هذه المنتجات ذات المواصفات الطبعيّة والجودة العالية لا تجد رواجاً لها سوى لدى المساحات التجارية بما لا يترك الخيار ولا الحلول البديلة للتسويق.

وحيث هذه الوضعيّة تؤكّدها المعطيات المظروفة بالملف التي تبرز تعامل الشركة المدعية مع تجّار التوزيع بالجملة بنسب ضئيلة في البداية تتراوح بين 9 و 17 % ثم إنقطع هذا التعامل بحيث أصبحت المدعية تتعامل مع المساحات التجارية فحسب.

وحيث أنّ البحث في هذا الجانب بيّن أنّ الشركة المدعية تعاملت مع تجّار الجملة بنسبة ضئيلة ولم تجد رواجاً لمنتجاتها لدى هذا الصنف من الموزّعين لعدّة أسباب نذكر أهمّها:

- نوعية المنتجات الراجعة للمدعية (كما سبق بيانه)

- أسعار هذه المنتجات مرتفعة مقارنة مع المنتجات ذات الجودة المتدنية والتي لا تحمل علامة ويتمكن تاجر الجملة من توزيعها بسهولة نظرا لتدني أسعارها وإقبال تجار التفصيل عليها.

- شريحة المستهلكين الذين يقبلون على هذه المنتجات يتزودون بصفة رئيسية من المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة.

- رفض أغلب تجار الجملة التعامل مع المدعية وفقا لفواتير قانونية تتضمن خصم الأداء على القيمة المضافة TVA.

وتبعا لكل هذه المعطيات الموضوعية فإن المدعية اعتمدت إستراتيجية تركيز بيع منتجاتها للمساحات التجارية في إطار ما يعرف بالتوزيع العصري نظرا لإقبال المستهلك الذي يتزود من المساحات التجارية على منتجات المدعية.

وحيث أن تظافر عدة معطيات موضوعية (نوعية المنتجات - أسعارها - شريحة المستهلكين المقبلة عليها ...) تجعل المدعية لا توزع منتجاتها إلا عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة.

وحيث تبعا لذلك يعتبر توزيع المدعية لمنتجاتها عبر المساحات التجارية اختيارا إقتصاديا تفرضه عدة معطيات موضوعية.

وحيث أن تحليل العناصر المبينة أعلاه يفضي إلى تواجد المدعية في وضعية تبعية إقتصادية من نوع خاص يمكن أن نطلق عليها تسمية تبعية إقتصادية "جماعية" بمعنى تبعية تجاه مجموعة المساحات التجارية المدعى عليها عدا شركة "ميديس".

2- أوجه الإفراط : الشروط المجنبة المضمنة بالإتفاقيات التجارية:

حيث تبرز دراسة الإتفاقيات التي تربط المدعية بالشركات المدعى عليها عدا شركة "ميديس" وجود شروط مجحفة تخضع لها المدعية لعل أهمها عدم تمكينها من نسخة قانونية من الإتفاقية وإسناد نسب تخفيضات هامة لا تتساوى مع قيمة الخدمة إضافة لعدم إحترام آجال الخلاص.

- عدم تمكين المدعية من نسخة قانونية من الإتفاقية ممضى عليها من الطرفين.

حيث تبين الوثائق المطروقة بالملف أنّ المدعية تتعامل مع الشركات المدعى عليها وفقا لإتفاقيات سنوية يتم تسليمها للممثل القانوني لشركة "ستيد" للتوقيع عليها ثم يتم إرجاعها إليه دون أن تسلمه نسخة أصلية موقعة من طرفها.

وحيث أنّ ذلك يعد مخالفا لمقتضيات الفصل 27 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار الذي ينصّ في فقرته الأخيرة على ما يلي: "...ويجب أن تكون الخدمات التجارية التي يقدمها تاجر التوزيع أو مسدي الخدمات للمزود موضوع عقد كتابي محرّر في نظيرين يمسكه الطرفان ...".

وحيث تدمّرت المدعية من هذه الوضعية وعبرت عن ذلك ضمن مراسلة موجهة إلى شركة المغازة العامة مثلما توضّحه الوثيقة التالية:

4- J'ai signé la convention depuis mars 2010. A ce jour on refuse de me donner ma copie.

5- Ma facture du 21 juillet 2009 que j'ai réclamée plusieurs fois n'est pas encore payée. Je l'ai facturé 4 fois sur ordre du service financier. Ce qui risque de payer la dite facture 4 fois.

A titre d'indicatif, cette anomalie se répète plusieurs fois dans plusieurs factures.

6- Mes factures ne sont pas encore payées :

a) Chez Smg depuis le 08 janvier. A chaque fois on me demande des duplicatas et des avoirs que j'ai déjà refait plusieurs fois suivants décharges d'un montant de : 49.494 dinars

b) Chez Magro depuis le 06 juillet d'un montant de : 20.981 dinars

c) Chez Promogro depuis le 25 mai d'un montant de: 70.170 dinars

Total : 140.645 dinars

7- Les paiements se font à échéances allant de 140 à 366 jours, alors que notre convention indique 120 jours seulement. Ce qui me fait supporter indûment des frais bancaires supplémentaires.

8- Lors de ma rencontre avec monsieur Taher Bayahi dans son bureau, en octobre dernier, il m'avait adressé à Mr Mohamed Hammami. Celui-ci m'a bien reçu. Il a essayé de résoudre mes problèmes, mais en vain. Je le remercie infiniment pour les efforts qu'il a fournis. Malheureusement sans résultat.

9- J'ai rencontré une seule fois, en mois de mars, Basma, service achat, sans aboutir à aucun résultat.

Depuis, je n'ai cessé de prendre rendez-vous avec elle, sans réponse jusqu'à ce jour. J'ai sollicité Mr Hammami de me fixer rendez vous avec elle depuis 5 mois: sans résultat.

10- Au mois de juin, j'ai rencontré Basma, par hasard, dans le couloir, en présence de Mr Hammami. Elle a refusé de me recevoir dans son bureau tout en répétant qu'elle connaît trop bien mon dossier ! et elle n'a rien fait à ce jour pour résoudre mes problèmes.

وحيث أنّ ذلك مخالف لأحكام الفصل 27 من القانون عدد 36 لسنة 2015 المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وحيث أنّ الغاية من عدم تمكين المدعية من نسخة قانونية ممضى عليها من الطرفين هو عدم تمكينها من وثيقة قانونية يمكن الإستشهاد بها في حال قيامها برفع دعوى.

وحيث أنّه ردا على دفع نائب شركة المغازة العامة على وجوب مسك الإتفاقيّة وتقديمها كوسيلة إثبات وفقا لما يشترطه القانون وإعتباره أنّ المدعية غير معذورة في عدم تقديمها لنسخة قانونيّة من هذه الإتفاقيّة لوجودها في قضيّة الحال في موقع الإدّعاء الأصلي فإنّ التحقيق في القضية الراهنة يبرز أنّ المدعية هي أحرص الأطراف على تقديم المؤيّدات ولكنها تجدد نفسها عاجزة عن تقديم إتفاقية ممضاة من الطرفين لأنها بكل بساطة لا تملك إلا نسخة مجردة تحمل إمضاءها فحسب

الشروط المجحفة المضمّنة بالإتفاقيات:

حيث تدمرت المدعية من الشروط المجحفة الواردة بالإتفاقيات التجارية فعلى سبيل الذكر راسلت المدعية شركة أوليس للتوزيع "كارفور" وأعلمتها بأنّ الشروط المطبّقة بالإتفاقية التي تجمع بينهما تتضمّن شروطا مجحفة وطالبتها بمراجعتها وفقا للعبارات التالية:



Société Tunisienne Industrielle de Détergents S.T.I.D.

Z.I.Charguia 1 - 48 Rue des minéraux -2035 Tunis Carthage - Tél.71 770320 - Fax 71 791316
R.C.N°B167871998-T.V.A.615399F/A/M/000-CCB:STB-ZITOUNA E-mail: best.lav@gnet.tn

Tunis le 09-01-2012

UHD CARREFOUR

Monsieur le directeur d'achat,

Nous avons le plaisir de vous informer que les conditions d'achat appliqué dans votre convention sont très excessives de telle sorte que nous n'arrivons pas à couvrir nos charges. Nous travaillons à perte.

Nous avons étudié de très près notre prix de revient en s'appuyant à des organismes compétents afin de déterminer la défiance. Mais sans résultat.

Le problème se pose sur vos conditions très poussées, ce qui engendre une perte d'exploitation.

Depuis longtemps, nous n'avons cessé de comprimer les charges afin de maintenir notre équilibre de trésorerie, mais en vain.

Par conséquent, nous vous prions de réviser votre convention par de nouvelles conditions.

Dans l'attente de vous lire,

Veuillez croire, Monsieur le directeur, à nos meilleurs sentiments.

Foued Kallel
Directeur Général
STID LAV+

Société Tunisienne
Industrielle de Détergent
S.T.I.D.
Charguia 1 - Tunis
Tél: 71 770.320

وحيث يتبين من الوثائق المضروفة بالملف تعنت شركة أوليس للتوزيع "كارفور"
وعدم تجاوزها مع طلب المدعية بمراجعة هذه الشروط بل على العكس من
ذلك فإنها راسلت المدعية وإقترحت عليها الترفيع في التخفيضات بالنسبة
لسنة 2012 كما يلي:

De:	EL Borgi Hela <Hela.ELBorgi@utic.com.tn>
A:	"best.lav@gnet.tn" <best.lav@gnet.tn>
Date:	Mer, Feb 1, 2012, 18:10
Sujet:	négociation 2012

Bonjour,

Suite à notre réunion et ce concernant les conditions commerciales 2012, je tiens à vous rappeler des rubriques évoquées :

-RFA :

Inconditionnelle 5.25%

A partir 360 000 + 0.5%

A partir 400 000 + 1%

A partir 420 000 + 1.25%

-BM : 7.75%

-BUDGET ANNIVERSAIRE : 1550 (800 hyper /750super)

-budget ouverture et rénovation : 450dt/magasin (super)

1000dt/magasin (hyper)

-logistique : 3.25%

J'attends un feed-back de votre part au cours de cette semaine pour clôturer le dossier.

En collaboration,

EL BORGİ HELA

Manager Achat droguerie

Direction Achats

UHD Carrefour Champion

Tel: 70 011 052 Poste 1852

Fax: 70 939 471

https://webmail.gnet.tn/message-view.php?type=0&msg_id=7609&msg_uid=7609&f... 02/02/2012

وحيث أنّ ذلك يؤكّد أنّ ما تتحصّل عليه هذه المساحة التجاريّة تعتبره حقا مكتسبا وتطلب الترفيع فيه في السنة الموالية وهو ما يؤدي إلى تراكم التخفيضات التي تصل إلى 40 % من رقم معاملات المدعية مع المساحة التجارية ووفقا للوثيقة المبينة أعلاه نورد مقارنة بين التخفيضات التي تتحصل عليها هذه الشركة وتطورها من سنة لأخرى:

التخفيضات المضمّنة بالإتفاقيّة	2010	2011	إقتراحات سنة 2012
تخفيض على الفاتورة	%10	%10	%10
تخفيض خارج لفاتورة	% 5	% 5	% 5
إسقاط تجاري سنوي قار وغير مشروط ¹¹	% 5	% 5	% 5,25
إسقاط تدريجي ¹² ristourne par palier	إنطلاقا من 335.000 : % 0,25	إنطلاقا من 315.000 : % 0,25	إنطلاقا من % 0,5 : 360 000
	إنطلاقا من 380 000 : % 0,5	إنطلاقا من 360 000 : % 0,5	إنطلاقا من % 1 : 400 000
	إنطلاقا من 420.000 : % 1	إنطلاقا من 400.000 : % 1	إنطلاقا من 420.000 : % 1,5
Budget marketing	% 6,5	% 7,25	% 7.75
Remise logistique	% 2,5	% 3	% 3,25
تخفيض عن كل منتج جديد Référencement nouveau produit		% 1	
Budget ouverture magasin	200 Hypermarché دينار	400 دينار	1000 دينار
	200 Supermarché دينار	400 دينار	450 دينار
Budget opération annuelle Anniversaire	350 Hypermarché دينار	550 دينار	800 دينار
	200 Supermarché دينار	500 دينار	750 دينار
Budget opération 10 ^{ème} Anniversaire Hypermarché		Hypermarché 550 دينار	

¹¹ -ristourne fixe et inconditionnelle

¹² -إسقاطات تجارية إضافية كلما بلغ رقم المعاملات السنوي درجة أعلى حسب سلم يقع تحديده بصفة مسبقة

وهو نفس التمشي الذي تعتمد عليه بقية الشركات كما يلي:

تطور التخفيضات المضمّنة بالإتفاقية المبرمة مع شركة جيمو بالنسبة لمونوبري:

التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2011	التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2010	التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2009	التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2008	
% 10	%12	%12	%12	تخفيض على الفاتورة
%5	%5	%5	%5	تخفيض خارج الفاتورة
% 6	%7 على رقم المعاملات المحقّق	%5 على رقم المعاملات المحقّق	%5 على رقم المعاملات المحقّق	ristourne fin السنة d'année
% 7	% 8	%8	%8	Remise promotionnelle تخفيض تنموي
25.000DHT	40.000DHT	25.000DHT	15.000DHT	Budget Marketing
200 DHT لكل مغازة	200 DHT لكل مغازة	200 DHT لكل مغازة	500 DHT لكل مغازة	المساهمة في إفتتاح محلات
200 DHT لكل مغازة	200 DHT لكل مغازة	200 DHT لكل مغازة	200 DHT لكل مغازة	المساهمة في تجديد محلات
% 4,5	%2	–	–	Remise logistique
1 % من رقم المعاملات CH brut	1 % من رقم المعاملات	1 % من رقم المعاملات	1 % من رقم المعاملات	Référencement nouveau produit

تطور نسب التخفيضات فيما يتعلق بشركة المغازة العامة:

التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2011		التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2010		التخفيضات المضمّنة بالاتفاقية لسنة 2009				
10 %		10 %		10 %		تخفيض على الفاتورة		
7 %		5 %		5 %		تخفيض خارج الفاتورة		
						ristourne ترجيع آخر السنة fin d’année		
13 7 %		من 5 إلى 10 %		من 5 إلى 10 %		Remise تخفيض تنموي promotionnelle		
		35.000		35.000		Budget Marketing		
				1000		إفتتاح محلات		
				700		تجديد ثقبيل محلات		
				300		تجديد خفيف محلات		
						Remise logistique		
		0.5 %		0.5 %		Remise de déchargement HF/commande		
		0.5 %		14 0.5 %		Remise de gamme		
				BHM	CMG	SMG	Référencement nouveau produit	
				250	100	250		
				BHM	BHM	SMG	Changement code à bard	
				75	75	75		
				CA2008- 500.000dt	500.000dt- CA2008- 350.000DT	350.000DT -CA2008- 100.000DT	CA2008- 10.000DT	Contribution aux charges induites par le changement de tarif
				3000DT	1500DT	600DT	300DT	

¹³ -Taux minimal de la remise promotionnelle

¹⁴ -par avoir financier mensuel à fournir au plus tard la première semaine du mois suivant.

وحيث تبرز دراسة الإتفاقيات المبرمة بين شركة "ستيد" والمساحات التجارية المدعى عليها تضمّنها لعدد البنود المجحفة وهو ما يتبيّن من خلال المؤشّرات والإخلالات التالية:

عدم التناسب بين الخدمة وقيمتها المالية المفوترة¹⁵

حيث نصّت الفقرة 5 من الفصل 37 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار على "منع الحصول أو محاولة الحصول على إمتياز من شريك تجاري على إمتياز لا تبرّره خدمة تجارية فعلية أو لا تتناسب 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 المحلات التجارية".

وحيث أنّ عدم التناسب بين الخدمة المضمّنة بالإتفاقية وقيمتها المالية المفوترة يدلّ على عدم توازن واضح بين حقوق وواجبات الطرفين¹⁶ ولعلّ مرد ذلك هو أنّ جميع الشركات المتعامل معها لها قوة تجارية ومالية وتفاوضية كبيرة لا ترقى إلى القوة المالية والتجارية للمدعية.

فدراسة الإتفاقيات التي تربط المدعية بالمساحات التجارية المدعى عليها تبرز إختلالا واضحا في الحقوق والواجبات بين الطرفين فمن زاوية المساحات التجارية نجد تنصيحا واضحا لكافة حقوقها ومختلف نسب التخفيضات التي يجب على المدعية تسديدها في المقابل لا نجد توضيحا لإلتزاماتها بل على العكس من ذلك لا يمكن التّثبت من قيامها بإلتزاماتها بشكل دقيق وحاسم تجاه المدعية فيما يتعلق مثلا بإنتفاع المدعية من العمليات الترويجية والتنموية كما نلاحظ من خلال الفواتير المضمّنة بالملف عدم الإلتزام بأجال الخلاص.

¹⁵ -disproportion manifeste entre la rémunération versée et la valeur des services commerciaux effectivement rendus.

¹⁶ -pratiques abusives :condamnations confirmées pour Leclerc., Carrefour, et Auchan

وللتدليل على ذلك نورد المثال التالي المضمّن بالإتفاقية التي تربط المدعية بشركة
المغازة العامة لسنة 2009 .

CONVENTION-CADRE DE COOPÉRATION COMMERCIALE	
[Validité : Du 01/01/2009 au 31/12/2009]	
Entre les parties signataires du présent " Accord-cadre ", il a été conclu ce qui suit :	
Afin de promouvoir ses produits auprès des clients et usagers des enseignes " Magasin Général ", " Magro ", " Promogro " et " BHM distribution ", dont font partie les clients du " Fournisseur ", ce dernier consent à participer au programme de coopération commerciale, conjointement établi, et ce dans le souci d'un meilleur développement de son chiffre d'affaires matérialisé par la revente de ses produits au sein des magasins des enseignes pré-citées.	
A cet effet, le " Fournisseur " consent à verser à ces " enseignes ", qui acceptent, la somme HT de : 35 000 ...DT couvrant une ou plusieurs ou la totalité des rubriques du programme de coopération commerciale pour l'exercice 2009 telles que détaillées dans ce qui suit :	
Rubriques	Mode de paiement
Budget Communicationnel " Outdoor " (Catalogues, Radio, Presse, Affichages,.....)	Compte mensuel HT de 2 920DT payable sur présentation de factures :
Budget Mise en avant au sein des magasins (TG, Cheminées,.....)	*Par Déduction ☒ X
Budget Événementiel (Anniversaire, journées spéciales,)	*Par Chèque ☐
Budget communicationnel Indoor " (PLV, animation,....)	
Budget Trade Marketing	

Conformément à l'alinéa 3 de l'Article 27 de la Loi N°91-64 du 29 Juillet 1991, les parties signataires du présent " Accord-cadre " ont convenu de fixer, d'un commun accord, le détail des actions afférentes aux rubriques pré-citées, et ce lors d'une réunion distincte qui sera organisée en temps utile entre les " Départements " compétents des parties engagées au sein du présent.

Les parties signataires ont convenu qu'en fonction de la date de signature du présent " Accord-cadre ", la régularisation des mensualités dues à partir du 01/01/2009 sera immédiate et arrêtée au dernier mois écoulé.

Le présent " Accord-cadre " est conclu pour une durée d'un an, valable du 01/01/2009 au 31/12/2009.

En cas de carence du " Fournisseur ", le présent sera résilié à ses torts exclusifs et il restera redevable, à titre de réparation et sans préjudice de tout dommage et/ou intérêt, de l'intégralité du montant restant dû tel qu'arrêté à la date de résiliation qui lui sera signifiée par " Lettre recommandée avec accusé de réception ".

A titre non limitatif, les situations de carence du " Fournisseur " portent sur :

- *Réclamations de la clientèle ;
- *Mauvaise qualité des produits ;
- *Défauts d'approvisionnement (ruptures, retards de livraisons,...);
- *Pratiques anti-concurrentielles ;
- *Service après-vente défaillant .

Les parties signataires ont convenu que le montant tel qu'arrêté ci-haut au titre du "Programme de coopération commerciale" fera l'objet d'une révision à la hausse si le chiffre d'affaires à l'achat du fournisseur, tel que consolidé auprès de SMG,CMG,BHM et BHM Distribution, venait à dépasser le montant de600 000...TND,et ce au plus tard le 30/09/2009 . Les parties s'engagent par la présente, d'une manière irrévocable et dès-à-présent, à accepter cette hausse moyennant la mise en place d'opérations de contrepartie appropriées.

Etablie en autant d'exemplaires que de droits
"Bon pour", Cachet Humide

Le Fournisseur

S. T. I. D
48, Rue 860521 Cherguia I
Tunis T4 71.770.320

Pour SMG

Pour CMG

Pour BHM

S. T. I. D
Tél: 71 778.100
Fax: 71 778.118
71.770.320

وحيث تفيد الوثيقة المبينة أعلاه المضمّنة بالإتفاقية المبرمة مع مجموعة المغازة العامة
أنّ "المزوّد (شركة ستيد) يلتزم بأن يدفع مبلغ 35.000 د تغطي أحد أو البعض أو
جميع عمليات برنامج التعاون التجاري المبينة أسفله" وبالتالي تجد المدعية نفسها

مضطرة إلى دفع 35.000 دينار بعنوان مصاريف برنامج تعاون تجاري لكل علامة من العلامات الثلاث (المغازة العامة وماقرو و بروموقرو) تحددها هذه الأخيرة بكل حرية.

- **محدد تطبيق آجال الخلاص القانونية.**

حيث كانت المساحات التجارية المدعى عليها تتعامل مع "شركة ستيد" قبل صدور قانون تجارة التوزيع لسنة 2009 على أساس الخلاص في أجل 4 أشهر وأكثر ثم عمدت بعد صدور القانون ودخوله حيز التنفيذ إلى فرض تخفيضات إضافية عن خدمات وهمية أو غير متناسبة مع القيمة الحقيقية للخدمة حتى تسترجع القيمة أو ما يزيد على ذلك من آجال الدفع القديمة.

وحيث تبين الوثائق والمعطيات المظروفة بالملف أنّ الشركات المدعى عليها لا تحترم آجال الخلاص سواء المتفق عليها والمحددة بـ 120 يوم صلب الإتفاقيات قبل صدور قانون تجارة التوزيع لسنة 2009 ولا الآجال القانونية للخلاص المنصوص عليها بقانون تجارة التوزيع لسنة 2009 (60 يوم) وتلجأ هذه الشركات إلى أسلوبين مختلفين:

- تعمّد تجاهل الآجال القانونية بصفة كلية وتطبيق آجالاً أطول بكثير تسمح لها باستثمار السيولة التي تجنيها من جرّاء ذلك في عمليات مالية تدرّ عليها فوائد إضافية.

- أو تطبيق الآجال القانونية (المنصوص عليها في قانون 2009) مقابل فرض تخفيض إضافي (حوالي 2 %) وبالتالي تكون المدعية مجبرة على تحمّل عبئ تخفيضات إضافية والحال أنّ هدف المشرّع من تحديد آجال الخلاص يتمثل في حماية مصالح المزوّد ولا في تحميله أعباء إضافية.

***في ما يتعلق بشركة جيمو: مونوبري:**

حيث تمّ الإتّفاق بين الطرفين (شركة جيمو وشركة ستيد) على أن تمنح شركة ستيد شركة مونوبري تخفيضا خارج الفاتورة بـ 2 % مقابل تطبيق آجال الخلاص المحدّدة بـ 60 يوم وهو إتّفاق ضمني مخالف لقانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار وقانون تجارة التوزيع لسنة 2009 .

وحيث تمّ ربط تنفيذ قانون تجارة التوزيع لسنة 2009 في ما يتعلّق بآجال الخلاص بالتزام شركة "ستيد" بمنح شركة مونوبري تخفيضا خارج الفاتورة يقدر بـ 2 % كل ثلاثة أشهر وتبعاً لذلك فإنّ التخفيض خارج الفاتورة تم الترفيع فيه سنة 2010 من 5 % إلى 7 % .

***في ما يتعلّق بشركة المغازة العامة:**

حيث كانت شركة المغازة العامّة تتعامل مع "شركة ستيد" قبل صدور قانون تجارة التوزيع لسنة 2009 على أساس الخلاص في أجل 4 أشهر (120 يوم) إلّا أنّها لا تحترم هذه الآجال في أغلب الحالات ممّا إنجرّ عنه تراكم الديون وهو ما تؤكّده الفواتير المضمّنة بالملف إضافة لمراسلات المدعية التي تطلب خلاصها في مستحقّاتها والتي تمثّل الوثيقة التالية عيّنة منها:

A titre d'indicatif, cette anomalie se répète plusieurs fois dans plusieurs factures.

4- Mes factures ne sont pas encore payées :

- a) Chez Smg depuis le 08 janvier. A chaque fois on me demande des duplicatats et des avoirs que j'ai déjà fait plusieurs fois suivants décharges d'un montant de : 50.192 dinars
- b) Chez Magro depuis le 02 juin d'un montant de : 28.862 dinars
- c) Chez Promogro depuis le 25 mai d'un montant de: 95.333 dinars

Total : 174.387 dinars

Le capital de ma société est de 300.000 dinars. Comment puis-je gérer mon entreprise industrielle, qui fait un chiffre d'affaires de 3 millions de dinars par an, avec 125 mille dinars seulement ?

- 5- Les paiements se font à échéances allant de 140 à 366 jours, pendant que notre convention indique 120 jours seulement. Ce qui me supporte des frais bancaire supplémentaires.

Je me permets de vous informer que ces échéances sont hors la loi n°69 du 12-08-09. Celle-ci exige l'échéance au plus tard 60 jours. Amende de 20.000 dinars par contravention.

Lors de notre rencontre en vos bureaux en octobre dernier, vous m'avez adressé à Mr Mohamed Hammami. Ce qui me reçoit correctement, en essayant de sa part de résoudre mes problèmes et en coopérant très bien dont je le félicite beaucoup. Malheureusement sans résultat.

- 6- La convention, entre nous deux, indique une remise de 10% plus 5% promotionnelle, pendant que j'accorde à maintes reprises 10% plus 10% suivants décharges.

- 7- Mon chiffre d'affaires du 1^{er} janvier jusqu'à ce jour est de :

- a) Smg : 130.247,781
- b) Magro : 85.120,439
- c) Promogro : 265.222,330

J'ai rencontré une seule fois en mois de mars, Basma El Ouni sans aboutir à aucun accord.

حيث تم ربط تطبيق آجال الخلاص بـ 60 يوم المنصوص عليها في قانون تجارة التوزيع
لسنة 2009 مقابل الترفيع في التخفيض خارج الفاتورة بـ 2%. ذلك أنه خلال سنة
2010 كانت نسبة التخفيضات خارج الفاتورة 5 % ثم إرتفعت هذه النسبة سنة
2011 إلى 7 %.

ورغم ذلك لم تحترم المغازة العامة تعهدها في ما يتعلق بهذه الآجال مثلما تثبته
الوثائق المظروفة بالملف وفي ما يلي عينة منها:

SOCIETE CENTRALE MAGASIN GENERAL

ENTRALE MAGASIN GENERAL

DETAIL DE PIECE DE PAIEMENT Traite No : 000042455381

Au 26/10/2010

: 05/08/2010 09:13

Liste Des Factures

No. Fact	Frn	Date Fact.	Mnt Facture	Mnt Avoir	Mnt. Regl.
100584	2481	02/06/2010	342.938		342.938
100604	1011	05/06/2010	1 008.306		1 008.306
100722	1015	28/06/2010	2 274.684		2 274.684
NB REGLEMENTS :			1	3 625.928	0.000
					3 625.928

146 - 1005

وهو ما دفع بالمدعية إلى إرجاع الكمبيالات وتذكير شركة المغازة العامة بضرورة تطبيق وإحترام الآجال القانونية وفقا لما تثبته الوثيقة التالية:

S.T.I.R.
L'hygiène de quotidien



Société Tunisienne Industrielle de Détergents

Z.I. CHARGUIA - 48 Rue 8603 - 2035 Tunis - Tél. 770 320 - Fax 791 316

R.C.N°B167871998 - T.V.A. 615399 F/A/M/000 - CCB : STB

E-mail : best.lav@gnet.tn

Tunis le 09/08/2010

Société Magasin Général

A l'attention de Mr. Nabil Bouattour

Objet: réclamation concernant échéance

Nous vous retournons les deux traites *Magro* faute d'échéance:

- Traite au 26/10/2010 du montant 3 625.928: nombre de jours 120 jours jusqu'à 146 jours.
- Traite au 17/11/2010 du montant 4 962.333: nombre de jours 125 jours jusqu'à 138 jours.

Nous vous rappelons qu'il faut appliquer la loi 69 du 12 Août 2009 soit d'échéance de 60 jours.

Dans l'attente de vous lire, veuillez agréer Cher Client, nos sincères salutations.

Code:3020

F. KALLEL
STID



*في ما يتعلق بشركة أوليس للتوزيع "كارفور"

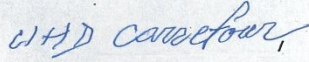
حيث تفيد الوثائق المطروقة بالملف قيام شركة أوليس للتوزيع "كارفور" بربط تطبيق آجال الخلاص المحددة بمقتضى قانون تجارة التوزيع بـ 60 يوما بمنحها تخفيض خارج الفاتورة بنسبة 1,25 % وبذلك إرتفعت التخفيضات التي تنتفع بها هذه الأخيرة من 5% إلى 6,25%

والحال أنّ هذه الآجال تم التنصيص عليها بمقتضى قانون تجارة التوزيع إذ:
نص **الفصل 12** على أنّه: " يتعيّن أن لا تتجاوز آجال الخلاص بين المنتج وتاجر التوزيع الآجال القصوى التالية: **ستون يوما** من تاريخ التسليم بالنسبة للمنتوجات غير المنتوجات الغذائية ومنتوجات الأثاث والتجهيزات المنزلية".

وحيث إستغلّت شركة أوليس للتوزيع "كارفور" هذا التغير الذي نصّ عليه القانون المذكور أعلاه المتعلّق بالتقليص في آجال الخلاص (من 120 يوم إلى 60 يوم) وطلبت من الشركة المدعية "ستيد" تمكينها من تخفيض إضافي بنسبة 1,25%¹⁷ يتمّ تطبيقه إنطلاقا من تاريخ 6 أفريل 2010 وفقا لما تؤكّده الوثيقة التالية:

¹⁷ -« En contre partie de la réduction des délais, STID accordera à UHD une remise sur les achats hors TVA de 1.25%. Cette remise sera inscrite au niveau de la convention ».

.Cette remise sera inscrite au niveau de la convention ».



Aller à

Date : lun, 05 avr 2010 17:38:24 +0200

De : Elleuch Mohamed <Mohamed.Elleuch@utic.com.tn>

Objet : Délai de paiement

À : "best.lav@gnet.tn" <best.lav@gnet.tn>

Cc : Blandin Alain <Alain.Blandin@utic.com.tn>, Mahjoub Karim <Karim.Mahjoub@utic.com.tn>

A l'Attention de Monsieur le Directeur Général de la STID

Bonjour Cher Monsieur Foued KALLEL,

Suite à notre réunion du 29 mars 2010 et à notre entretien de ce jour, nous avons convenu de ce qui suit :

STID est confirmé « producteur » au sens de la nouvelle loi ;

Le délai de paiement sera réduit pour passer de 120 jours fin du mois à 60 jours date de facture ;

En contre partie de la réduction des délais, STID accordera à UHD une remise sur les achats hors TVA de 1,25 %. Cette remise sera inscrite au niveau de la convention.

Date d'application : Cet accord est applicable à partir des règlements de demain 06/04/2010.

Veuillez agréer, Monsieur, mes meilleures salutations.

Mohamed Elleuch

Aller à

وحيث تؤكد هذه الوثيقة المبيّنة أعلاه قيام شركة أوليس للتوزيع "كارفور" علاوة على عدم إحترام قانون تجارة التوزيع لسنة 2009 الذي لم يربط تطبيق آجال الخلاص بأي إلزام من ناحية المنتج بإتفاق صريح محل بالمنافسة يقضي بإستغلال وضعية المدعية الهشة حتى ترضخ لضغوط المدعى عليها وتقبل بهذه المساومة والحال أنّه قانونا من حقّها الخلاص في أجل 60 يوما دون شروط.

-الحصول على تخفيضات دون تقديم الخدمة:

حيث نصّت الفقرة 5 من الفصل 37 من القانون عدد 36 لسنة 2015 المتعلق بإعادة تنظيم المنافسة : "منع الحصول أو محاولة الحصول على إمتياز من شريك تجاري على إمتياز لا تبرّره خدمة تجارية فعلية أو لا تتناسب مع القيمة الحقيقية للخدمة المسداة ويمكن أن يتمثل هذا الإمتياز في المساهمة دون وجود مصلحة مشتركة في تمويل عمليات التنشيط التجاري أو الإستثمار في تجهيز المحلات التجارية".

وفي هذا الإطار تبين دراسة الإتفاقيات تواتر ممارسة المساحات التجارية لفوترة تخفيضات دون تقديم ما يقابلها من الخدمة وهي ممارسة تعتمد إليها العديد من المساحات التجارية وهي أخطر وأكثر الممارسات تكرارا التي سجّلها فقه القضاء المقارن¹⁸.

وحيث تفيد الوثائق المظروفة بالملف أنّ شركة "ستيد" تضطرّ لمنح تخفيض إلى مجموعة المغازة العامة تحت عنوان: *gestion des livraisons décentralisée* والحال أنّها تقوم بوسائلها الخاصة بنقل السلع إلى مختلف المغازات (50 تقريبا). وفيما يلي أمثلة على ذلك:

- أمر التسليم: bon de livraison عدد 080629 بتاريخ 23 ماي 2008:المغازة العامة بالمتلوي

- أمر التسليم: عدد 081328 بتاريخ 13 أكتوبر 2008:المغازة العامة المنزه

- أمر التسليم: عدد 090539 بتاريخ 8 ماي 2009 :المغازة العامة سوسة نجمة

¹⁸ -En Novembre 2009en quelques semaines d'enquête, les fraudes compilent 400 contrats permettant d'assigner neuf enseignes en justice pour pratiques abusives :Auchan, Carrefour, casino, Cora, Leclerc, Système U ,Intermarché....facturation de prestation fictives : c'est l'abus le plus fréquentLa centrale d'achat interdits du groupe Carrefour a ainsi été condamnée pour des clauses de service appelées « plan d'action par familles de produits » et « plan de développement des performances du fournisseur ».La cour d'appel de Paris a considéré qu'Interdis les facturait **vingt à trente fois leur prix**. Source :article intitulé ;pratiques abusives :condamnation confirmées pour Leclerc, Carrefour et Auchan.

- أمر التسليم: عدد 090502 بتاريخ 29 أبريل 2009: المغازة العامة قلبية
- أمر التسليم: عدد 090454 بتاريخ 18 أبريل 2009: المغازة العامة توزر
- أمر التسليم: عدد 090304 بتاريخ 18 مارس 2009: المغازة العامة سيدي بوزيد.

- أمر التسليم: عدد 090392 بتاريخ 8 أبريل 2009: المغازة العامة جرجيس
- أمر التسليم: عدد 090461 بتاريخ 21 أبريل 2009: المغازة العامة نابل
- أمر التسليم: عدد 090538 بتاريخ 8 ماي 2009: المغازة العامة قصر هلال.
- أمر التسليم: عدد 090588 بتاريخ 19 ماي 2009: المغازة العامة جندوبة
- أمر التسليم: عدد 090672 بتاريخ 1 جوان 2009: المغازة العامة الحمامات
- أمر التسليم: عدد 090712 بتاريخ 6 جوان 2009: المغازة العامة قابس

كما تمنح المدعية شركة المغازة العامة تخفيضا خارج الفاتورة بنسبة 0,5% لإنزال البضاعة: remise de déchargement HF والحال أن المدعية هي التي تقوم عبر أعوانها بإنزال البضاعة وهو ما يؤكّد على خلق خدمات وهمية لضمان التمتع بتخفيضات وهو ما تثبته الإتفاقية التي تربط بين الطرفين¹⁹.

وحيث بيّن التحقيق نفس الممارسة بالنسبة لشركة أوليس للتوزيع "كارفور" إذ تشترط هذه الأخيرة على شركة "ستيد" أن تضع على ذمتها عاملا مقيما في المساحة الكبرى يتكفل بأعمال التفريغ من الشاحنات والخزن والتزيف على الرّفوف وتقوم المدعية بدفع أجره شهريّا والمقدّر بـ 1000 دينار والحال أنّها تدفع نسبة 2.5 % سنة 2010 و 3% سنة 2011 بعنوان خدمات لوجستية remise logistique

¹⁹ - تاريخ الإتفاقية من 2011/1/1 إلى 2012/3/31

ووفقا للإتفاقية المبرمة بين الطرفين بتاريخ 03 فيفري 2010 فإنّ التخفيضات اللوجستية تتضمّن المصاريف التالية:

Remise logistique:taux:2.5 % :cout de réception-cout de mise en stock-cout d'emballage-cout fixe entrepôt-cout financier du stock-cout de transport-cout d'encadrement-cout de facturation-
- القيمة غير العادلة لثمن الخدمات:

حيث يتبيّن من الإتفاقيات التي تربط شركة "ستيد" بالمساحات التجارية المدعى عليها في ما يتعلّق بالمساهمة في تمويل التحسينات التي تدخلها المساحة التجارية على محلاتها أنّ التحقق من قيمة هذه الخدمة أو تحديد درجة إنتفاع المدعية منه غير ممكن ذلك أنّ الشركة المدعية لا يمكنها بتاتا التأكّد من حصول الخدمة حقيقة وتقييم درجة إنتفاعها منها فتقدير أهمية تحديد مغازة (هام أو محدود) تعود للمساحة التجارية وهي ليست ملزمة بإثباته أو تقديم تفاصيل حوله. وللتدليل على ذلك نورد على سبيل المثال ما ورد بالإتفاقية التي تربط المدعية بشركة المغازة العامة لسنة 2009 مثلما يبيّنه الجدول التالي:

الميزانية	نسبة التخفيض عن أوّل طلبية Gratuité accordée sur première commande
تجديد محدود Rénovation light 300 دينار	7 %
تجديد هام Rénovation lourde 700 دينار	7 %
إفتتاح مغازة ouverture 1000 دينار	7 %

- تعقّد نظام التخفيضات بما يجعله غير قابل للقراءة والفهم:

حيث تبين دراسة الإتفاقيات التي تربط المدعية بالمساحات التجارية المدعى عليها تضمّن لها لنظام تخفيضات معقّدة يصعب تحديدها بدقّة لا فقط من طرف

وكيل المدعية بل كذلك من طرف المسؤول عن المحاسبة بالشركة وفقا لتصريح هذا الأخير.

- إزدواجية الإلتزامات المالية عن الخدمة الواحدة:

حيث يعبر عن الخدمة الواحدة بطريقتين مختلفتين للإيهام باختلافها وتنوعها وفي ما يلي نورد بعض الأمثلة المستقاة من الإتفاقيات:

شركة المغازة العامة:

- تخفيض خارج الفاتورة عن المنتج الجديد: **remise hors facture pour référencement** بنسبة 1 %

- تخفيض خارج الفاتورة عن أصناف المنتج: **remise hors facture pour gestion de gamme** بنسبة 0,5 %

- تخفيض خارج الفاتورة **pour gestion des références** بنسبة 0,5 %

وحيث أنّ دراسة الإتفاقيات التي تربط المدعية بالشركات المدعى عليها تثبت تضمّنها لشروط مجحفة وعدم إحترامها لإلتزاماتها خاصّة في ما يتعلّق بأجال الخلاص.

وحيث أنّ عدم تمكين المدعية من نسخة قانونية من الإتفاقية يشكّل في حد ذاته مخالفة لأحكام **الفصل 35** من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار. ودليل واضح على إنتهاج سلوك الطرف القوي تجاه الطرف الضعيف والهش ذلك أنّ هذه المساحات التجارية تعتبر أنّها في مركز قوّة ماليّة وتجاريّة ولا تطبّق القانون وإن هي طبّقته فهي تقرّنه بوجوب تقديم إلتزامات أخرى وهو ما يتّضح جليا في ما يتعلّق بتطبيق آجال الخلاص التي نصّ عليها قانون تجارة التوزيع لسنة 2009.

وحيث أنّ التحقيق في هذه القضية بيّن عدم تعاون شركة أوليس للتوزيع "كارفور" مع التحقيق رغم تكرار توجيه المراسلات والتوجّه على عين المكان للمقر الاجتماعي لهذه الشركة.

وحيث رداً على دفع نائب شركة أوليس للتوزيع "كارفور" من أنّ هذه الأخيرة لم تتمكّن من الجواب عن الدعوى ولم تتمكّن المجلس من المعطيات المطلوبة وذلك بسبب غياب من يضمن الإستمرار في قسم النزاعات لمدة من الزمن ولم يكن تعبيراً عن رفض التعاون مع المجلس فإنّه يتجه التأكيد على أنّ هذا الدفع مجانب للصواب باعتبار أنّ وثائق الملف تتضمن محضر سماع رئيس مصلحة الشؤون القانونية بالشركة والذي تعهّد بالرد على عريضة الدعوى وتقديم المعطيات المطلوبة منذ تاريخ 19 جوان 2014 وبالتالي يتّجه رد هذا الدفع.

وحيث أخذاً بعين الاعتبار خطورة هذه الممارسات على السوق المرجعية وإنعكاساتها على الشركة المدعية إذ أدّت لا فقط إلى تدهور وضعيتها المالية بل إلى إقصائها من السوق المرجعية وبالتالي تم إقصاء شركة مصنّعة مع ما يمثل ذلك من خسارة إقتصادية وإجتماعية باعتبار عدم القدرة على مواصلة تشغيل اليد العاملة من أعوان وإطارات وعدم القدرة على تسديد المصاريف.

وحيث أخذاً بعين الاعتبار عدم تعاون المدعى عليها شركة أوليس للتوزيع "كارفور" مع التحقيق إضافة لتحقيقها رقم معاملات هام مع المدعية.

وكذلك عدم تحقيق شركة "جيمو" رقم معاملات خلال سنة 2014 وفقاً لما تثبته الوثائق المحاسبية.

وحيث تبعا لما تقدّم تشكّل الممارسات التي أتتها الشركات المدعى عليها عدا شركة "ميديس" ممارسات محلّة بالمنافسة وموجبة للعقاب وفقاً لأحكام الفصلين 5 و 43 من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

- ولهذه الأسباب -

قرّر المجلس:

أولاً: قبول الدعوى شكلاً وفي الأصل إعتبار الممارسات المشتكى منها مخالّة بالمنافسة على معنى الفصل الخامس من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار وذلك بالنسبة للشركات المدعى عليها عدا شركة المتوسطة للتوزيع "ميديس".

ثانياً: توجيه أمر للشركات المدانة بالكفّ عن هذه الممارسات.

ثالثاً: تسليط خطيّة ماليّة قدرها ثمانمائة ألف دينار (800.000,000) على شركة أوليس للتوزيع "كارفور" وستمائة ألف دينار على شركة المغازة العامّة (600.00,000) وخمسمائة ألف دينار (500.00,000) على شركة الدار الجديدة لمدينة تونس "مونوبري".

ثالثاً: إلزام الشركات المصرّح بإدانتها بنشر منطوق هذا القرار بصحيفتين يوميّتين على نفقتها.

وصدر هذا القرار عن الدائرة القضائيّة الأولى لمجلس المنافسة برئاسة السيّد الحبيب جاء بالله وعضويّة السادة لطفي الشعلالي وعماد الدرويش وفوزي بن عثمان وشكري المامغلي.
و تلي علنا بجلسة يوم 25 ديسمبر 2015 بحضور كاتبة الجلسة السيّدة يمينة الزيتوني.

كاتبة الجلسة

الرئيس

يمينة الزيتوني

الحبيب جاء بالله