الجمهورية التّونسية **الحمد لله،**

مجلس المنافسة

الدائرة القضائيّة الأولى

القضية عدد:171468

تاريخ القرار: 4 ماي 2021

قـــرار

أصدر مجلس المنافسة القرار التّالي بين:

المدّعية: الشركة الجهويّة لصناعات الحليب "SORIL" في شخص ممثّلها القانوني، شركة خفيّة الاسم مرسّمة بالسجل التجاري تحت عدد B160891996 مقرّها الاجتماعي بـــ4121 كوتين طريق قابس، مدنين،

من جهة،

والمدّعى عليها:

- شركة المغازة العامّة في شخص ممثّلها القانوني، مقرّها الاجتماعي بنهج مصطفى كمال أتاتورك، عدد 28، تونس، نائبها الأستاذ محمـــد سرحان خليف عن شركة المحاماة المزيو كناني وخليف، مقرّها بنهج غرّة جوان، عدد 15 ميتوال فيل، تونس،

- شركة جيمو في شخص ممثلها القانوني، مقرّها بالمركّب التجاري تونس سيتي سبّالة بن عمّار 2032 أريانة، نائبها الأستاذ يوسف الكناني عن شركة المحاماة بوصيّان الكناني والشركاء، مقرّها بشارع ألان سافاري عدد 29، البلفيدير، تونس،

- شركة مونوبري في شخص ممثّلها القانوني، مقرّها بنهج العربي زرّوق، عدد 1، مقرين الرياض، نائبها الأستاذ يوسف الكناني عن شركة المحاماة بوصيّان الكناني والشركاء، مقرّها بشارع ألان سافاري عدد 29، البلفيدير، تونس،

من جهة أخرى.

بعد الإطّلاع على عريضة الدّعوى المقدّمة من الممثّل القانوني للشركة الجهوية لصناعة الحليب "SORIL" بتاريخ 14 سبتمبر 2017 والمرسّمة بكتابة المجلس تحت عدد 171468 والمتضمّنة أنّ شركات المساحات الكبرى المغازة العامّة وجيمو ومونوبري تتعسّف في استغلال وضعيّتها كشركة مصنّعة للحليب ومشتقاته، من خلال فرضها لشروط مجحفة في عقود التزود التي تبرمها معها من ذلك ما ورد في العقود المبرمة في فترة ما بين 1 جانفي 2016 و31 مارس 2017 وذلك بـــ:

- اشتراط مساهمة المدّعية دون مقابل في افتتاح المساحات الكبرى.
- تحديد نسب تخفيض في الأسعار مستمرة تصل إلى حدود 20% مع طلب زيادتها في كل سنة.
- فرض آجال تسديد طويلة المدى تصل إلى 150 يوم.
- توفير منتوجات بصفة مجانيّة.
- التحديد من حق الترفيع في أسعار المنتوجات مرّتين فقط في السنة بالرغم من ارتفاع التكلفة جراء ارتفاع أسعار المواد الأوّليّة نتيجة تدهور قيمة الدّينار.

وقد طالبت المدعى عليها الشركة المدّعية بإمضاء عقود جديدة للفترة الموالية تحتوي على تخفيضات جديدة في الأسعار وامتيازات إضافيّة غير مبرّرة في إطار الهوامش الخلفيّة التي تفرضها لقاء العمليّات الإشهاريّة بتعلّة تنمية المبيعات عند القيام بحملات ترويجيّة لفائدة المنتجين كإدراج منتوجاتها ضمن كتب إشهاريّة أو وضع المنتوجات على واجهة الرفوف الأماميّة مقابل الحصول على تخفيضات في الثمن أو تسهيلات في الدفع أو مساهمات في الصيانة لا ينتفع بها المستهلك باعتبارها غير معلن عنها في فاتورة الشراء وبذلك تحتسب كأرباح إضافيّة لفائدة المساحات الكبرى، وهي شروط تعجيزيّة تجعلها في وضعية حرجة، فإمّا أن ترفّع في ثمن بيع المنتوج لمجابهة تكاليف الهوامش الخلفيّة أو البيع بأسعار أقل من الكلفة وهو أمر خطير من شأنه أن يهدّد سلامة المؤسسة.

وعليه فإنّ العارضة تطلب من المجلس التدخّل إزاء هذه الممارسة لمخالفتها أحكام الفصل الخامس من قانون إعادة تنظيم المنافسة والأسعار.

وبعد الإطّلاع على تقرير الأستاذ محـــمد سرحان خليف نيابة عن شركة المغازة العامّة المضمّن بكتابة المجلس بتاريخ 10 نوفمبر 2017 في الردّ على عريضة الدّعوى والمتضمّن بصورة أصليّة رفض

الدّعوى شكلا لورودها في شكل طلب استشارة لم يكن القصد منها مقاضاة منوّبته أو بقيّة المدّعى عليهم. وبصفة احتياطيّة، رفضها أصلا لافتقادها لما يؤسّسها واقعا وقانونا، ضرورة أنّ التمسّك بالاستغلال المفرط لوضعيّة الهيمنة مردود على المدّعية لغياب عنصري المركز المهيمن والتبعيّة باعتبار أنّ المغازة العامّة لا تتمتّع بمركز مهيمن في السوق المرجعيّة الخاصّة بمنتوج الحليب ومشتقاته ولا في سوق التزوّد بمادّة الياغورت وهو ما ينفي وضعيّة التبعيّة التي تدفع بها المدّعية.

كما أنّ الإدّعاء المتعلّق بوجود شروط مجحفة في العقود المبرمة بين الطرفين مردود لغياب بنود تثبت ذلك في العقود المبرمة بين الطرفين، فضلا عن أنّ ادّعاء العارضة وجود سلوك تمييزي في التعامل مع مختلف المزوّدين من حيث حجم الشراءات وطريقة العرض داخل المساحات الكبرى يعتبر هو الآخر مردودا لكون المدّعية لم تستجب لطلبيات المدعى عليها إلاّ بنسبة تناهز الثلثين من مجموع الطلبيات بالنسبة للسنوات 2015 و2016 و2017 مقارنة ببقيّة المزوّدين، ولانعدام وجود أي تمييز في طريقة العرض داخل الفضاء التجاري.

وبعد الإطّلاع على تقرير الأستاذ يوسف الكناني نيابة عن شركتي جيمو ومونوبري المضمّن بكتابة المجلس بتاريخ 15 أوت 2018 والذي جاء به أنّ شركة "جيمو" شركة لها شخصية معنوية مستقلة عن شركة مونوبري، وهي متوقفة عن النشاط، و أنّ شركة مونوبري لا توجد في وضعيّة هيمنة اقتصاديّة على سوق التوزيع عبر المساحات الكبرى والمتوسّطة التي تتقاسمها مع كل من كارفور والمغازة العامّة، وهو ما ينفي التعسّف في استغلال تلك الوضعيّة من جانبها.

وفضلا عن ذلك فإنّ المدّعية لا توجد في وضعيّة تبعيّة اقتصاديّة بالنسبة لشركة مونوبري ممّا يغني عن التمحيص في الدفوعات المتعلّقة بالتعسّف في استغلال تلك الوضعيّة.

وبعد الإطّلاع على ردّ الأستاذ يوسف الكناني على تقرير ختم الأبحاث بتاريخ 12 مارس 2021 والذي تمسّك فيه برفض الدّعوى لغياب أي ممارسات من شأنها الإخلال بالمنافسة.

وبعد الإطّلاع على ملحوظات مندوب الحكومة المرسّمة بكتابة المجلس بتاريخ 5 أفريل 2021.

وبعد الإطّلاع على بقية الأوراق المظروفة بالملف.

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

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

وبعد الإطّلاع على ما يفيد إستدعاء الأطراف بالطّريقة القانونيّة لجلسة المرافعة المعيّنة ليوم 14 أفريل 2021، وبها تلت المقرّرة السيّدة نافلة بن عاشور ملخّصا من تقرير ختم الأبحاث، و لم يحضر من يمثّل الجهة المدّعية الشّركة الجهويّة لصناعات الحليب ووجّه إليها الاستدعاء، وحضر الأستاذ معز الدردوري نيابة عن زميله الأستاذ سرحان خليف نائب المدّعى عليها شركة المغازة العامّة وتمسّك بالتقارير المقدّمة ردّا على عريضة الدّعوى وبما انتهى إليه تقرير ختم الأبحاث من اقتراح رفض الدّعوى، وحضر الأستاذ أمين الكناني نيابة عن الأستاذ يوسف الكناني وتمسّك بالتقارير المقدّمة ردّا على عريضة الدّعوى. وتلت مندوب الحكومة السيّدة فضيلة الرّابحي ملحوظاتها المظروفة نسخة منها بالملف طالبة رفض الدّعوى لعدم ثبوت ممارسات مخلّة بالمنافسة.

إثر ذلك، قرّر المجلس حجز القضية للمفاوضة والتصريح بالحكم بجلسة يوم 28 أفريل 2021، وبها وبعد المفاوضة القانونيّة قرّر المجلس التمديد في أجل المفاوضة إلى جلسة يوم 4 ماي 2021،

وبها وبعد المفاوضة القانونيّة صرّح بما يلي:

I.من جهة الشّكل:

حيث دفع نائب شركة المغازة العامّة برفض الدّعوى شكلا بمقولة أنّ المدّعية تقدّمت إلى مجلس المنافسة بمراسلة في إطار مرجع نظره الاستشاري قصد لفت انتباهه إلى ممارسات مخلّة بالمنافسة دون أن يتعلّق الأمر بدعوى قضائيّة تهدف إلى الحكم بإدانة ممارسات مخلّة بالمنافسة على معنى قانون المنافسة والأسعار.

وحيث يتبيّن بالرجوع إلى مكتوب العارضة المؤرّخ في 14 سبتمبر 2017 أنّها كانت تهدف في الحقيقة والقصد إلى إدانة المؤسّسات المدعى عليها بالتعسف في استغلال وضعيّة التبعيّة التي وجدت فيها تجاهها عند ممارستها لنشاطها المتعلّق بانتاج وتوزيع الحليب ومشتقاته، وهي إحدى الممارسات المنصوص عليها بالفصل 5 من القانون سالف الذّكر والموجبة للعقاب.

وحيث تولّت العارضة لاحقا وبتاريخ 7 ديسمبر 2017 إنابة الأستاذة دلندة العوّام سحنون وبيان طلباتها بوضوح بما يتعيّن معه ردّ هذا الدّفع.

وحيث قدّمت الدّعوى في آجالها القانونية ممن له الصفة والمصلحة واستوفت بذلك جميع شروطها الشكليّة، لذلك تقرّر قبولها من هذه الناحية.

II.من جهة الأصل:

حيث كانت الدّعوى تهدف إلى إدانة الممارسات الصّادرة عن المؤسّسات المدّعى عليها والمتعلّقة باستغلال وضعيّة التبعيّة التي وجدت فيها المدّعية تجاهها عند ممارستها لنشاطها المتعلّق بتصنيع الحليب ومشتقاته.

1- بخصوص السّوق المرجعيّة:

وحيث تتمثّل السّوق المرجعيّة في النّزاع الرّاهن في سوق تزويد المساحات المتوسّطة والكبرى بالحليب ومشتقاته من ياغورت ولبن ورايب وكريمة طازجة وزبدة.

وحيث يبلغ عدد المؤسّسات النّاشطة في قطاع صناعة الحليب المعقم ومشتقات الحليب 11 مؤسّسة تضاف إليها مؤسّستان لإنتاج الحليب المجفّف، وتبلغ الطّاقة الانتاجيّة لمركزيّات الحليب بمختلف أنشطتها ما يناهز 4 مليون لتر يوميّا.

وحيث يبرز الجدول التّالي القائمة المفصّلة للمؤسّسات النّاشطة في قطاع الألبان

المؤسّسة	تاريخ الإحداث	المواد المنتجة	الطّاقة الانتاجيّة اليوميّة
مجمع دليس			
مركزيّة الحليب بالوطن القبلي	1997	الحليب ومشتقاته	600 ألف لتر/اليوم
مركزيّة الحليب بالشمال (لينو)	1985	الحليب ومشتقاته	450 ألف لتر/اليوم
مركزيّة الحليب بسيدي بوزيد	2014	الحليب ومشتقاته	300 ألف لتر/اليوم
مصنع الياغورت دليس ستيال	1978	مشتقات الحليب	350 ألف لتر/اليوم
مجمع بولينا			

مركزيّة جيبا	1999	الحليب ومشتقاته	120 ألف لتر/اليوم
مركزيّة أقروماد	1996	الحليب ومشتقاته	300 ألف لتر/اليوم
مجمع SFBT			
مركزيّة الحليب SLD	1963	الحليب ومشتقاته	250 ألف لتر/اليوم
مركزيّة حليب تونس سيدي بوعلي	1978	الحليب ومشتقاته	350 ألف لتر/اليوم
مركزيّة الحليب فيتالي	1998	الحليب ومشتقاته	450 ألف لتر/اليوم
مركزية الحليب ناتيلي	2015	الحليب ومشتقاته	150 ألف لتر/اليوم
مركزية الحليب صوريل	1981	الحليب ومشتقاته	150 ألف لتر/اليوم
وحدة التجفيف بالمرناقيّة TLD	2000	حليب مجفّف	150 ألف لتر/اليوم
وحدة التجفيف بزغوان CHAUBER	2015	حليب مجفّف	50 ألف لتر/اليوم

وحيث يبيّن الجدول الموالي تطوّر انتاج الحليب المعقّم ومشتقاته بمركزيات الحليب بحسب المعطيات الواردة عن مصالح الوزارة المكلّفة بالتّجارة.

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
انتاج الحليب المعقم	456	447	509	510	546	610	600	617
انتاج الياغورت	140	148	150	155	155	155	155	160
انتاج الأجبان	120	118	130	135	140	135	135	140
المشتقات الأخرى	44	30	31	36	39	24.5	16	14
الحليب المجفّف	-	10	-	13.7	9.9	5.5	26	13.7
مجموع كميّات الحليب المحوّلة	760	753	820	850	890	930	932	945

وحيث تطوّر انتاج الحليب المعقّم في تونس من 456 مليون لتر سنة 2010 إلى 617 مليون لتر سنة 2017، وكذا الشأن لانتاج الياغورت الذي تطوّر بدوره من 140 مليون سنة 2010 إلى 160 مليون سنة 2017.

وحيث ينبع الطلب بالسّوق المرجعيّة أساسا عن المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة والتي شهد عددها تطوّرا ملحوظا في السنوات الأخيرة، إذ بلغ عددها خلال سنة 2016 ما يناهز 248، وتغطي شبكة المساحات التجارية كامل تراب الجمهورية مع تركّز كبير بمنطقة تونس الكبرى والمناطق الساحلية كصفاقس وسوسة ونابل وقابس وجربة.

وحيث تتقاسم خمس (5) مجمّعات استغلال المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة متعددة الأجنحة قرابة 99% من السوق المرجعية.

- مجمع الشايبي: وهي المالكة لشركة أوليس هيبار للتوزيع UHD التي أنشأت في عام 2001 أول مساحة تجارية كبرى (hypermarché) بجهة المرسى بالتعاون مع مجموعة كارفور الفرنسية تحت العلامة التجارية Carrefour. وتنشط الشركة في ثلاثة قطاعات للتوزيع:

- المساحات التجارية الكبرى تحت علامة "Carrefour"، والمكونة حاليا من ثلاث مساحات كبرى وهي كارفور المرسى وكارفور قابس وكارفور سوسة.

- محلات السوبر ماركت المتوسطة تحت علامة "Carrefour Market"وذلك ضمن شبكة مكونة من 43 نقطة.

- محلات السوبر ماركت الصغيرة "Carrefour Express" والتي تضمّ شبكة من 34 محلا موّزعا بكامل تراب الجمهورية.
- مغازات البيع بالجملة "carrefour cash and carry" عبر نقطتين بكلّ من الشرقية بولاية تونس وبمدينة سوسة.

وتوظف UHD أكثر من 5000 شخص وحققت سنة 2015 مبيعات بقيمة 830 مليون دينار.

- **مجمّع المبروك:** يستغلّ هذا المجمّع كلّ من العلامة التجارية "جيان" والعلامة التجارية "مونوبري". وتعتبر شركة البيت الجديد لمدينة تونس "مونوبري" أوّل مساحة تجاريّة متعدّدة الأجنحة بعثت بالبلاد التونسية إذ تأسست في عام 1933. وقد تمّ شراؤها في عام 1992 من قبل مجموعة التطوير العقاري حبيب كمّون قبل التفويت بها سنة 2000 لمجموعة مبروك. وبعد ذلك اشترت المجموعة سلاسل محلاّت السوبر ماركت "توتة" و"لو باساج" و"صحراء كونفورت" و" ميركور ماركت".

و تضمّ شبكة مونوبري 87 مغازة .بموفى 2017 تتوزع على كامل تراب الجمهورية وتتفرّع إلى 6 علامات تجارية فرعية و هي "مونوبري" و"ميني مونوبري" ومونوبري اكسبراس" و"مونوبري Kids" و"مونوبريMaison" و"مونوبري Gourmet".

وفي سنة 2005، دخلت مجموعة مبروك مع مجموعة "كازينو" الفرنسية في شراكة استراتجية من أجل اقتحام قطاع المساحات التجارية الكبرى وإحداث ثاني مساحة كبرى تحت العلامة التجارية "جيان" تسيره الشركة المتوسطية للتوزيع "ميديس". وتعتبر هذه الأخيرة أكبر سوق تجارية كبرى في تونس تمتّد على مساحة مبيعات تبلغ 12000 متر مربّع، إضافة إلى مساحة 13000 متر مربع مخصصة للوجستيك .بما في ذلك 2300 متر مربع من غرف التبريد والمختبرات أين يتمّ تصنيع المنتجات المتزلية.

وتمّ سنة 2018 بعث ثاني فضاء تجاري Hypermarché Géant .بمركب "بورقو مول" بجربة وإنشاء مركز تجاري ثالث بالضاحية الجنوبية لتونس الكبرى ضمن المركب التجاري "Azur City".

- **مجمع البياحي وبولينا:** يستغل هذا المجمع منذ سنة 2007 العلامة التجاريّة التونسيّة "m.g" التي عوّضت علامة المغازة العامة في سنة 2016. وشهدت أعمال الشّركة توسّعا هامّا سنة 2008 حين اشترت العلامة التجارية للتوزيع بالتفصيل بروموقرو "promogros". وخلال سنة 2011، وقّعت الشركة اتفاقية شراكة استراتجية مع الموزع الفرنسي أوشان "Auchan" والتي تملك حصة 10% في "m.g" منذ سنة 2010.

وحيث وعلى عكس منافسيه، لا يعمل المجمع إلا في قطاع المساحات التجارية المتوسطة والصغرى متعددة الأجنحة تحت أربع (4) لافتات وهي "mg-Maxi" والتي عوضت علامة "Promogro"، و"mg City" و"mg Proxi" وعلامة "BATAM" المختصّة في الأجهزة الكهربائية. وتغطي شبكة "mg" كامل الأراضي التونسية بـــ 83 نقطة بيع في نهاية سبتمبر 2016.

- مجمع سلامة: والتي تملك تحت علامة عزيزة "AZIZA"سلسة المساحات التّجاريّة الصغرى المختصّة في التخفيضات الكبرى "Hard Discount"، وتتكوّن سلسلة "عزيزة" حالياً من شبكة من 175 نقطة بيع تقع عموماً في الأحياء الشعبية وذات الكثافة السكّانيّة الهامّة.
- مجمّع بولينا عبد الوهاب بن عياد: والذي يدير سلسلة المزرعة ماركت وهي سلسلة مغازات متوسطة وصغيرة الحجم (superette) وعددها حاليّا تسع مغازات.

العلامة التجارية		عدد المغازات	مواطن الشغل
مجمع المبروك	جيان	03	3839
	مونوبري	75	
	ميني مونوبري	12	
	المجموع	98	
مجمع الشايبي	كارفور	02	3977
	كارفور ماركت	49	
	كارفور اسبريس	35	
	شمبيون	1	
	كاش أند كاري	2	
	المجموع	89	
مجمع البياحي	MG proxi	38	
	MG city	22	
	MG maxi	16	
	Batam	16	3236
	المجموع	92	
مجمع سلامة	عزيزة	175	-
مجمع بن عياد	مزرعة ماركت	9	-
المجموع		454	

وحيث تعتبر السّوق التونسية للمساحات الكبرى سوقا تنافسية ذات احتكار الأقليّة، إذ تسيطر عليها خمس مجمّعات كبرى منها من يعمل تحت نظام استغلال علامات عالمية مثل كارفور ومونوبري

وجيان، ومنها من يستغل علامات تونسيّة كالمغازة العامة وعزيزة والمزرعة ماركت. وتستوعب المساحات التّجاريّة متعددة الأجنحة قرابة 25% من حجم تجارة التفصيل بالبلاد التونسية وهي نسبة مرشّحة للإرتفاع خاصّة وأنّها دون النسبة العالمية البالغة 40%.

وحيث عرفت السنوات الأخيرة بروز عديد مواقع التسوّق الافتراضي غير أنّ قلّة منها تختص بتجارة المواد الغذائية ومواد العطارة وأوّلها شركة فونا للتوزيع التي تسيطر على 0.08%من سوق التجزئة عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة متعددة الأجنحة بتونس والتي وقع شراؤها من قبل مجمع البياحي المالك لعلامة "mg".

وحيث وبالرجوع إلى آخر الإحصائيّات المتوفّرة يتبيّن أنّ هذه المجمّعات الخمس سيطرت خلال سنة 2017 على قرابة 99%من تجارة التفصيل بالمساحات التجارية الكبرى والمتوسطة، إذ تسيطر كل من علامة كارفور وعلامة مونوبري على 30% من السوق لكل واحدة منها، في حين تهيمن المغازة العامّة على 25%منها. وبالنسبة لسلسة عزيزة المختصة في التزيلات الضخمة "Hard discount"، فإنّ نصيبها يناهز 10%من السّوق.

وحيث يلاحظ وجود تقارب شديد في حصص السّوق بين العلامات التجارية التّابعة لكل من مجامع الشايبي والبياحي والمبروك، بما لا يمكن معه الجزم بهيمنة علامة معيّنة منها على السّوق، غير أنّ وضعيّة المنافسة بالقطاع وتوفير أرضيّة للتحكّم في كلفة الانتاج وخاصّة في مستويات أسعار البيع في السّوق تخضع إلى عدّة عوامل أخرى من شأنها في صورة التعسّف في استعمالها أن تؤدي إلى تقليص تفعيل تنافسية القطاع، ومن بينها اعتماد ما يسمّى الهوامش الخلفيّة "les marges arrières" كالتخفيضات غير المفوترة أو خارج الفاتورة وعمولات التعاون التجاري.

وحيث درج عمل المجلس على اعتبار أنّ التخفيضات التجاريّة تعدّ "سياسة اقتصادية متعامل بها في كلّ القطاعات تهدف عموما إلى تنمية المبيعات وتنقسم وفقا لطريقة إسنادها إلى صنفين تخفيضات مضمنة بفاتورة البيع وأخرى مسندة خارج فاتورة البيع".

وحيث ترتبط التخفيضات المضمنّة بفاتورة البيع بأهميّة الكميّات المباعة ودرجة وفاء الحريف، إضافة إلى التخفيضات المالية والتي تمنح على عملية البيع بالحاضر.

وحيث تعرف التخفيضات المسندة خارج فاتورة البيع بأنّها تلك التي يتمّ إسنادها لاحقا للحريف، أي بعد إتمام عملية البيع وتكون موضوع فاتورة حسم كالاقتطاعات وفق نسب تحتسب على أساس رقم المعاملات الصافي في نهاية السنة أو وفق نسب تحتسب على أساس رقم المعاملات الخام، وهي تهدف عموما إلى التشجيع على تطوير رقم المعاملات المحقق بين الأطراف التجارية.

وحيث أنّ هذه التخفيضات لا ترقى وفق فقه قضاء مستقر إلى حدّ الأعمال المخلّة بالمنافسة إلاّ إذا كانت تؤدّي بصفة قطعيّة إلى حصول بيع بالخسارة من جانب الشّركة المزوّدة.

2- عن الممارسات المثارة:

حيث تمسّكت العارضة بأنّ كلاّ من شركات المغازة العامّة وجيمو مونوبري أفرطت في استغلال وضعية الهيمنة التي تتمتّع بها في مستوى سوق تجارة التوزيع عبر المسالك العصريّة للحليب ومشتقاته من خلال مطالبتها بإمضاء عقود تزوّد جديدة للفترة الموالية لـــ31 مارس 2017 بتخفيضات جديدة في الأسعار وامتيازات غير مبرّرة إضافة لما احتوته العقود السّابقة من شروط مجحفة وتخفيضات مشطّة.

وحيث تطلّب التحقيق في هذه القضيّة التثبّت أوّلا من توفّر الشّروط المجحفة في العقود المبرمة سابقا وكذلك المزمع إبرامها، ثمّ التثبّت من وجود الهيمنة والتعسّف في استغلالها.

وحيث لم تدل المدّعية بالعقود المزمع إمضاؤها ولا بما يفيد إدّعاءاتها في هذا الجانب.

وحيث لم تجب المدّعية كذلك على مراسلات المجلس المتعلّقة بطلب معطيات تهمّ التحقيق ولم يتوفّر في مظروفات الملف ما يؤكّد تلك الإدّعاءات.

وحيث تمسّكت المدّعية فضلا عن ذلك بتضمّن العقود المبرمة بالنسبة للفترة السّابقة لـــ31 مارس 2017 لشروط مجحفة أضرّت بنشاطها تعلّقت أساسا بوجود بند أو بنود تخصّ اشتراط مساهمة المدّعية دون مقابل في افتتاح المساحات الكبرى.

وحيث ثبت بالنسبة لشركتي مونوبري وجيان أنّ جذاذة الحريف الممضاة من الطّرفين والخاصّة بتزويد مونوبري جيان لسنة 2015 لا تحتوي على مثل هذه المصاريف ولكن الجذاذة المتعلّقة بشركتي مونوبري جيان لنفس السّنة 2015 الغير ممضاة والمرفوقة كذلك بعريضة الدعوى تحتوي في بندها الخامس على تسعيرتين للمساهمة في افتتاح المساحات التجارية الجديدة حدّدتا بألف دينار وسبعمائة دينار دون احتساب الأداءات.

وحيث ثبت بالنسبة لشركة المغازة العامّة خلو العقد المبرم بينها وبين المدعية من هذا الشّرط.

وحيث وبشأن ما ادّعته من وجود شروط تتعلّق بتحديد نسب تخفيض في الأسعار تصل إلى حدود 20% مع طلب زيادتها سنويّا، فإنّه يتبيّن من جذاذة المزوّد الخاصّة بجيان مونوبري لسنة 2015 المرفقة بعريضة الدعوى، أنّ التخفيضات المذكورة تتمثّل في نسبة 5% خارج الفوترة على رقم المعاملات المحقّق الخام و7% على العروض الترويجيّة مع خصم نهاية السّنة بـــ 5% على رقم المعاملات.

وحيث وبخصوص الإدّعاء بفرض آجال تسديد طويلة المدى تصل إلى 150 يوم فإنّه يتبيّن من العقود المرفقة بعريضة الدعوى أنّ هذا الأجل، على خلاف ما تدّعيه العارضة، بالنسبة للمغازة العامّة وكذلك لشركتي مونوبري وجيان لم يتجاوز ثلاثين يوما، مطابقا بذلك الأجل المضبوط بالفصل 12 من القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرّخ في 12 أوت 2009 والمتعلّق بتجارة التوزيع.

وحيث فضلا عن ذلك فإنّ إدّعاء العارضة بمطالبتها بتوفير منتوجات بصفة مجانيّة، جاء مجرّدا و لم تتضمّن أوراق الملف ما يفيد صحّته.

وحيث جاء ما تمسّكت به المدّعية من وجود شرط يحدّ من حقّها في الترفيع في أسعار منتوجاتها مرّتين فقط في السّنة مجرّدا وفاقدا لما يؤسّسه واقعا وقانونا ضرورة أنّ العقود المرفقة بعريضة الدّعوى ألزمتها فقط بضرورة الإعلام بتغيير الأسعار قبل 15 يوما من اعتمادها.

وحيث يتبيّن من المعطيات المتوفّرة بالملف، أنّ شركة مونوبري تعتمد هوامش خلفيّة كالتخفيضات غير المفوترة وعمولات التعاون التجاري مع جميع مزوّديها وبنسب متقاربة قد تختلف بحسب الكميّة المزوّد بها وسمعة العلامة بالسّوق.

وحيث لم يتمكّن المجلس من العقود المبرمة بين كل من المدّعية وشركة المغازة العامّة للفترة 2015-2016 رغم مطالبته بها كلا الطرفين عديد المرّات.

وحيث استقرّ فقه قضاء مجلس المنافسة على اعتبار أنّ التخفيضات التجارية المتفق عليها لا تعدّ ممارسات مخلّة بالمنافسة إلاّ متى ثبت أنّ لها انعكاسا سلبيّا على التوازن العامّ للسّوق وعلى المنافسة الحرّة فيها

وأنّها لا ترقى إلى حدّ الأعمال المخلّة بالمنافسة إلاّ متى تبيّن بصفة قطعية ما يفيد حصول عمليّات بيع بالخسارة تكبّدتها الشّركة المزوّدة جرّاءها.

وحيث لم يثبت من في حال مجموع العقود المضمّنة بالملف وجود بنود تتعلّق بشروط تعسّفية كفرض آجال تسديد طويلة المدى أو توفير منتوجات بصفة مجانيّة عدا ما تعلّق منها بنسب التخفيض في إطار الهوامش الخلفيّة وفي حدود مضبوطة كانت دون تأثير على التوازن العامّ للسّوق وعلى نشاط الشّركة المدّعية.

ولهذه الأسباب:

قرّر المجلس رفض الدّعوى.

وصدر هذا القرار عن الدّائرة القضائيّة الأولى لمجلس المنافسة برئاسة السيّد رضا بن محمود وعضويّة السّادة محمّد العيّادي ومحمـــد شكري رجب وعضويّة السيّدتان فتحيّة حمّاد وسندس بالشّيخ.

وتلي علنا بجلسة يوم 4 ماي 2021 بحضور كاتبة الجلسة السيّدة يمينة الزّيتوني.

الرّئيس	**كاتبة الجلسة**
رضا بن محمود	**يمينة الزيتوني**