



السوق المشتركة للشرق والجنوب الأفريقي "الكوميسا"



الخطوط التوجيهية للكوميسا بشأن الممارسات التجارية التقييدية  
الثاني من أبريل 2019

تم الإعداد وفقاً لقواعد ولوائح تنظيم المنافسة الخاصة بالكوميسا  
لعام 2004

## إخلاء للمسؤولية

هذه الإرشادات والخطوط التوجيهية هي للتوجيه العام بشأن تنفيذ المادة 16 من لوائح المنافسة الخاصة بالكوميسا لعام 2004 ("اللوائح")، التي تتناول الاتفاقيات بين التعهدات، وقرارات رابطات المتعهدين والممارسات المنسقة. وتجدر الإشارة إلى أنها لا تشكل مشورة قانونية، ولا ينبغي الاعتماد عليها كبيان قانوني متعلق باللوائح. والأطراف صاحبة المصلحة مدعوة إلى طلب المشورة القانونية إذا كان لديها أي شك حول ما إذا كان تصرف أو سلوك ما مخالفاً للوائح.

## التفسير

في هذه الخطوط التوجيهية، يحمل أي لفظ أو تعبير تم إسناد معنى له في اللوائح، نفس المعنى الوارد في اللوائح المذكورة، ما لم يشير السياق إلى خلاف ذلك.

## الاستشهاد / الاقتباس

يمكن الإشارة إلى هذه الإرشادات على أنها: "الخطوط التوجيهية للكوميسا بشأن الممارسات التجارية التقييدية، 2019".

	جدول المحتويات
2	إخلاء للمسؤولية
2	التفسير
2	الاستشهاد / الاقتباس
5	التعريفات
7	القسم الأول - تمهيد
7	القسم الثاني - الغرض من الخطوط التوجيهية ونطاقها
8	القسم الثالث - النهج العام للاتفاقيات الرأسية والأفقية
9	القسم الرابع - تعريف السوق
10	القسم الخامس - تقييم مدى توافق ممارسة الأعمال مع المادة 16 (1) من اللوائح.
10	ما الذي يشكل اتفاقية أو قراراً أو ممارسة منسقة
12	ما الذي يشكل أثراً على التجارة بين الدول الأعضاء
13	ما الذي يشكل "غرضاً أو تأثيراً"
15	ما الذي يشكل مفهوم "مطبق في إطار السوق المشتركة"
15	القسم السادس - عوامل التقييم ذات الصلة بموجب المادة 16 (4) من اللائحة
15	إجراءات التقييم العام
16	ما الذي يشكل "المساهمة في تحسين إنتاج أو توزيع السلع أو تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي"
18	ما الذي يشكل "حصّة عادلة من الفوائد الناتجة للمستهلكين"
19	الضرورة / عدم القدرة على الاستغناء
19	عدم القضاء على المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات
20	القسم السابع - العوامل ذات الصلة بالتقييم بموجب المادة 20 من اللوائح
20	طلب التفويض بالاتفاقيات
20	الإجراء الخاص بالتقييم واسع النطاق
21	نموذج الإخطار وإجراءات التقديم
23	سرية المعلومات
23	التماس الاستئناف
24	القسم الثامن - الممارسات الأفقية للأعمال التجارية
24	الأثار الإيجابية والسلبية للممارسات الأفقية للأعمال التجارية
24	القيود حسب الغرض
24	الأثار المقيدة للمنافسة
25	ملاذ آمن
26	تقييم المنافسة للاتفاقيات الأفقية
26	تحليل أنواع معينة من القيود الأفقية
26	اتفاقيات تبادل المعلومات
27	اتفاقيات البحوث والتطوير

28	اتفاقيات الإنتاج
28	اتفاقيات الشراء
29	اتفاقيات التسويق التجاري
29	<b>القسم التاسع- الممارسات الرأسية للأعمال التجارية</b>
29	الأثار الإيجابية والسلبية للممارسات الرأسية للأعمال التجارية
30	إجراءات التقييم واسع النطاق للممارسات الرأسية للأعمال
31	ملاذ آمن
32	تحليل ممارسات رأسية مختارة للأعمال
32	الحفاظ على سعر إعادة البيع
32	العلامة التجارية الفردية
33	التوزيع الحصري
33	التوزيع الانتقائي
34	التوريد الحصري
35	اتفاقيات الامتياز التجاري
36	<b>القسم العاشر- متنوعات</b>
36	العقوبات والغرامات العامة
36	مراجعة المبادئ التوجيهية

## تعريفات

في هذه الإرشادات التوجيهية؛ يُقصد بالمصطلحات التالية التعريف المقابل لكل منها، ما لم ينص السياق على خلاف ذلك:

**"ضد المنافسة":** مصطلح يُقصد به سلوك أو تصرف يقيد المنافسة بين الدول الأعضاء بشكل ملموس، وغير مُستثنى من ذلك بموجب قانون أو مُصرح به بشكل تتطلبه اللوائح؛

**"الترتيبات":** تتضمن عقداً أو اتفاقاً أو تفاهماً سواء كان قابلاً للتنفيذ أم لا.

**"المجلس":** يعني مجلس المفوضين على النحو المنصوص عليه في المادة 12 من هذه اللوائح.

**"اللجنة":** تعني لجنة المنافسة في الكوميسا المنشأة بموجب المادة 6 من هذه اللوائح.

**"مفوض":** تعني عضو مجلس المفوضين؛

**"السوق المشتركة":** تعني السوق المشتركة للشرق والجنوب الأفريقي (الكوميسا) المنشأة بموجب المادة (1) من المعاهدة؛

**"المنافسة":** تعني السعي أو السعي المحتمل لشخصين أو منطمتين أو أكثر تعمل في إنتاج أو توزيع أو توريد أو شراء أو استهلاك سلع وخدمات في سوق معينة ضد بعضها البعض، مما يؤدي إلى كفاءة أكبر، ونمو اقتصادي مرتفع، وزيادة فرص العمل، وأسعار أقل وخيارات أفضل بالنسبة للمستهلكين؛

**"الممارسة المنسقة":** مصطلح يُقصد به إجراء مضاد للمنافسة، يتم التخطيط له والقيام به في توافق وانسجام من قبل شركة أو مجموعة من الشركات؛

**"المستهلك":** يشمل أي شخص:

(أ) يشتري أو يعرض شراء سلع لأي غرض غير إعادة البيع، ولكنه لا يشمل الشخص الذي يشتري أي سلع لغرض استخدامها في إنتاج وتصنيع أي سلع أخرى للبيع؛ و  
(ب) تُقدم إليه الخدمة؛

**"سلع":** عند استخدام هذا المصطلح فيما يتعلق بسلع معينة، فإنه يعني أي سلع أخرى يمكن بشكل معقول أن تحل محلها، مع مراعاة الممارسات التجارية العادية والقيود الجغرافية والتقنية والزمنية؛

**"سوق":** يُقصد بها سوقاً في السوق المشتركة، وعند استخدام اللفظ فيما يتعلق بأي سلع أو خدمات، فإنه يتضمن سوقاً لتلك السلع أو الخدمات وغيرها من السلع أو الخدمات التي يمكن أن تحل محل السلع والخدمات الأصلية أو تتنافس معها؛

- "اندماج": يعني الاندماج على النحو المحدد في المادة 23 من هذه اللائحة؛
- "دولة عضو": تعني دولة عضو في السوق المشتركة؛
- "شخص": يعني شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً؛
- "سلوك موازي": يشير إلى سلوك مشابه ولكنه مستقل من قبل اللاعبين العاملين في نفس السوق؛
- "خدمات": تشمل بيع سلع، حيثما تُباع تلك السلع بالتزامن مع تقديم الخدمة؛
- "تجارة": تشمل أي عمل تجاري أو صناعة أو مهنة أو وظيفة تتعلق بتوريد "سلع" أو "خدمات أو الحصول عليها"؛
- "معاهدة": يُقصد بها المعاهدة المؤسسة للسوق المشتركة للشرق والجنوب الأفريقي (الكوميسا)؛
- "تعهد": يشمل أي "شخص"، عام أو خاص، يشارك في إنتاج سلع أو التجارة فيها أو تقديم الخدمات؛

## القسم الأول - تمهيد

1. تحظر لوائح المنافسة الخاصة بالكوميسا لعام 2004 ("اللوائح") بعض الممارسات التجارية التقييدية باعتبارها غير متوافقة مع أهداف السوق المشتركة. ووفقاً للمادة 2 من اللوائح، فإن الغرض من اللوائح: "... هو تعزيز وتشجيع المنافسة من خلال منع الممارسات التجارية التقييدية والقيود الأخرى التي تعيق التشغيل الفعال للأسواق، وبالتالي تعطل تعزيز رفاهية المستهلكين في السوق المشتركة وحمايتهم من السلوك العدواني من قبل الجهات الفاعلة في السوق".
2. علاوة على ذلك، تنطبق اللوائح على جميع الأنشطة الاقتصادية سواء قام بها أفراد من القطاع الخاص أو القطاع العام داخل السوق المشتركة أو كان لها تأثير داخلها، باستثناء تلك الأنشطة المستبعدة بموجب المادة (4) من اللوائح.
3. تحدد هذه الخطوط التوجيهية كيفية ممارسة اللجنة لصلاحياتها عند تقييم الاتفاقيات بين التعهدات، وقرارات الارتباط بين التعهدات والممارسات المنسقة التي قد تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء والتي تقيد المنافسة حسب الغرض أو الأثر.
4. تحدد الخطوط التوجيهية بعض العوامل ذات الصلة التي ستأخذها اللجنة في الاعتبار عند تحديد ما إذا كانت ممارسة ما لأعمال تجارية مضادة للتنافس ويجب حظرها طبقاً للوائح. كما تقدم الخطوط التوجيهية إرشادات حول كيفية السماح ببعض الممارسات، على الرغم من طبيعتها المضادة للمنافسة، وذلك لفترة محددة أحياناً ببعض العوامل الواردة في المادة 16 (4) من اللوائح.

## القسم الثاني - الغرض من الخطوط التوجيهية ونطاقها

5. تنطبق هذه الخطوط التوجيهية على الممارسات التجارية المانعة للمنافسة المنصوص عليها في المادة 16 (1) من اللوائح. والهدف من الخطوط التوجيهية هو توفير الوضوح والقدرة على التنبؤ والشفافية فيما يتعلق بالإطار التحليلي العام للجنة في تحديد حالات الاتفاقيات الرأسية والأفقية. كما تهدف أيضاً إلى مساعدة التعهدات في إجراء تقييماتها الخاصة فيما يتعلق بممارساتها الرأسية والأفقية مقابل أحكام المادتين 16 (1) و16 (4) من اللوائح.
6. سيكون تطبيق هذه المبادئ التوجيهية محدداً لكل حالة بذاتها، أي أن اللجنة ستنتظر في ظروف كل حالة من خلال تحليل الغرض أو الأثر المحتمل لكل ممارسة تجارية على المنافسة ورفاهة المستهلك.

## القسم الثالث - النهج العام للاتفاقيات الرأسية والأفقية

7. تحظر المادة 16 (1) من اللائحة "جميع الاتفاقيات بين التعهدات، والقرارات الصادرة عن رابطات وجمعيات التعهدات وكافة الممارسات المنسقة أو المتفق عليها التي:  
(أ) يمكن أن تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء؛ و  
(ب) يكون هدفها أو تأثيرها منع أو تقييد أو تشويه المنافسة داخل السوق المشتركة".
8. تُستكمل هذه المادة بالمادة 16 (2) من اللوائح التي تحدد النطاق الجغرافي للوائح على النحو التالي:  
" لا تطبق المادة 16 (1) إلا إذا كانت الاتفاقية أو القرار أو الممارسة المنسقة منفذة، أو من المقصود أن تُنفذ، في نطاق السوق المشتركة".
9. يتم تفسير معيار تحديد ما إذا كان قد تم "تنفيذ" اتفاق ما على أنه قد تم تنفيذه في السوق المشتركة على أساس كل حالة على حدة؛ والعوامل التي قد تأخذها اللجنة في الاعتبار عند تحديد ذلك قد تتضمن ما يلي:  
(أ) ما إذا كانت ممارسة الأعمال تتم داخل السوق المشتركة، على سبيل المثال إنشاء مبيعات مباشرة للمنتجات ذات الصلة لمشتريين موجودين في السوق المشتركة، بغض النظر عن موقع مصادر التوريد ومصنع الإنتاج ومكان إبرام الاتفاق؛  
(ب) ما إذا كانت ممارسة الأعمال تنطوي على شركات تم تأسيسها في السوق المشتركة؛ أو  
(ج) ما إذا كانت ممارسة الأعمال قد استهدفت، أو تسعى لاستهداف، عملاء في السوق المشتركة.
10. وفقاً للمادة 16 (3) من اللوائح، فإن أي اتفاق أو قرار محظور بموجب المادة 16 (1) من اللوائح يعتبر باطلاً ما لم يتم استيفاء جميع متطلبات المادة 16 (4) من اللوائح. حيث تنص المادة 16 (4) من اللائحة على ما يلي:  
"يجوز، مع ذلك، اعتبار أحكام الفقرة (1) غير منطبقة في حالة كون:  
(أ) أي اتفاق، أو جزء من اتفاق، بين التعهدات؛  
(ب) أي قرار صادر عن رابطات التعهدات؛  
(ج) أي ممارسة منسقة أو فئة منها؛  
يساهم في تحسين إنتاج السلع أو توزيعها أو في تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي، ويسمح في نفس الوقت للمستهلكين بنصيب عادل من المنافع الناتجة، ولكنه:  
(أ) لا يفرض قيوداً على التعهدات المعنية لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق هذه الأهداف؛  
(ب) لا يمكن هذه التعهدات من القضاء على المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات المعنية".
11. وبالتالي، هناك أربعة متطلبات تراكمية لأي ممارسة للأعمال التجارية كي تصبح مؤهلة للإعفاء بموجب المادة 16 (4) من اللوائح:  
(أ) ما إذا كانت الممارسة تخلق كفاءات - أي ما إذا كانت تساهم في تحسين إنتاج أو توزيع السلع والخدمات أو في تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي؛  
(ب) ما إذا كان المستهلكون يتلقون حصة عادلة من الفوائد الناتجة؛  
(ج) ما إذا كانت الممارسة لا غنى عنها لخلق الكفاءات؛ و  
(د) ما إذا كانت الممارسة لا تلغي المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات المعنية.

12. في حالة عدم استيفاء أي من المتطلبات الأربعة للمادة 16 (4) من اللوائح، تكون أي اتفاقيات أو قرارات أو ممارسات منسقة واقعةً ضمن نطاق المادة 16 (1) من اللوائح باطلة. ونشير هنا إلى أن الشروط تراكمية، وهذا يعني أنه يجب استيفائها جميعاً حتى يُسمح بالممارسة المضادة للمنافسة. وعند استيفاء الشروط التراكمية الأربعة، فإن الاتفاقية تكون لديها القدرة على خلق منافع عامة.

13. يقع عبء تقديم المطالبات لإثبات أن ممارسة ما للأعمال التجارية تفي بالشروط التراكمية الأربعة على عاتق التعهدات التي تدعي التبريرات بموجب المادة 16 (4). وسيتعين على اللجنة أن تتأكد من أن المطالبات المقدمة تبرر الممارسة بشكل كافٍ.

14. توفر اللوائح قائمة بالممارسات التجارية المحظورة التي تشكل تقييداً حسب الغرض والتي قد تندرج في نطاق المادة 16 (1) ولكنها، كما ترى اللجنة، لا يمكنها تلبية الشروط التراكمية للمادة 16 (4) من اللوائح من خلال طبيعتها الذاتية. وبالنسبة للقيود حسب الغرض، فإن افتراض الضرر يتأسس على الطبيعة الخطرة للقيود وعلى الخبرة التي تثبت أنه يُحتمل لمثل هذه الممارسات أن تُحدث أثراً سلبية على السوق وتعرض أهداف السوق المشتركة للخطر.

15. يتم التعامل مع الممارسات الواردة في المادة 19، بشكل منفصل عن أحكام المادة 16، على أنها جرائم في حد ذاتها، بصرف النظر عن الآثار الناجمة عنها. وبكفي، تجنباً للشك، إثبات حدوث الممارسة ذاتها دون الحاجة لإثبات حدوث أي آثار أو أضرار لها. وتشمل هذه الممارسات:

(أ) الاتفاقات المحددة للأسعار، التي تعوق أو تمنع بيع أو توريد أو شراء سلع أو خدمات بين الأشخاص، أو تحد أو تقيّد شروط وأحكام البيع أو التوريد أو الشراء بين الأشخاص، أو تحد أو تقيّد شروط وأحكام البيع أو التوريد أو الشراء بين أشخاص عاملين في بيع سلع أو خدمات مشتراه؛

(ب) العطاءات التواطؤية والتلاعب في العطاءات؛

(ج) اتفاقيات تخصيص السوق أو العملاء.

(د) التخصيص حسب الحصص للمبيعات والإنتاج؛

(هـ) العمل الجماعي لإنفاذ الترتيبات؛

(و) الرفض المنسق لتوريد سلع أو خدمات إلى مشترٍ محتمل، أو لشراء سلع أو خدمات من مورد محتمل؛ أو

(ز) الحرمان الجماعي من الوصول إلى ترتيبية أو رابطة ما، والتي تعتبر هامة بالنسبة للمنافسة.

16. لا يمكن أن تستفيد هذه الممارسات من الإعفاء بموجب المادة 16 (4) من اللوائح.

## القسم الرابع – تعريف السوق

17. يتطلب تقييم توافق أي ممارسة تجارية مع المادة 16 من اللوائح من اللجنة؛ تحديد السوق ذات الصلة التي تحدث فيها المنافسة، وتقييم حجم الضرر الذي يلحق بالمنافسة. وتعريف السوق يساعد في تقييم القوة السوقية للتعهدات المعنية، كما يوفر إطاراً لحساب حصص السوق، ويعكس ما إذا كان هناك منافسون قادرين على تقييد سلوك التعهدات في السوق.

18. يعد تعريف السوق ذات الصلة خطوة مهمة في تقييم المنافسة. ولمزيد من الوضوح حول تقييم اللجنة للسوق ذات الصلة، يمكن الرجوع إلى الخطوط الإرشادية للجنة حول تعريف السوق.

## القسم الخامس - تقييم مدى توافق ممارسة ما للأعمال مع المادة 16 (1) من اللوائح.

ما الذي يشكل اتفاقية (اتفاقاً) أو قراراً أو ممارسة منسقة (متفق عليها)

19. عند تقييم توافق ممارسة ما لأعمال تجارية مع المادة 16 (1) من اللوائح، فإن الخطوة الأولى هي تحديد ما إذا كان يمكن وصف تلك الممارسة للأعمال على أنها اتفاقية أو قرار أو ممارسة منسقة.

20. بحكم التعريف، يمكن لاتفاقية ما أن تكون شفوية أو مكتوبة ولا يتوجب أن تكون ملزمة قانوناً. والمعيار المحدد لكلمة "اتفاقية" بالمعنى المقصود في المادة 16 من اللوائح هو وجود توافق إرادة بين الأطراف. وتتضمن أمثلة الاتفاقيات: العقود واجبة التنفيذ قانوناً، والاتفاقات الشرفية والاتفاقات الشفهية. وتنص المادة (1) من اللوائح كذلك على أن مصطلح ترتيب "يشمل عقداً أو اتفاقاً أو تفاهماً، سواء كان قابلاً للتنفيذ أم لا". وتنطبق المادة 16 (1) على كل من الاتفاقيات الأفقية (أي بين الشركات المتنافسة العاملة على نفس المستوى من السوق) والاتفاقيات الرأسية (أي بين الشركات العاملة على مستويات مختلفة من السوق).

21. تُعرّف "الممارسة المنسقة" في المادة 1 من اللوائح بأنها "إجراء مخطط مضاد للمنافسة يتم تنفيذه في انسجام من قبل شركة أو مجموعة من الشركات". وتعتبر اللجنة أن "الممارسة المنسقة" تشمل التنسيق بين التعهدات التي، دون بلوغ مرحلة إبرام "اتفاقية" على النحو المحدد أعلاه، واستبدال التعاون العملي فيما بينها بمخاطر المنافسة. بمعنى آخر يجب أن يكون هناك: -  
(أ) إجماع عقلي بين الطرفين، والذي لا يلزم أن يكون شفهياً وقد ينتج عن اتصال مباشر أو غير مباشر بين الطرفين؛ و  
(ب) الإحلال المتعمد للتعاون بدلاً من المنافسة.

22. تختلف "الممارسة المنسقة" عن "السلوك الموازي" الذي ينتج فقط عن القرارات الأحادية التي يتم تبنيها بشكل مستقل من خلال التعهدات استجابة لظروف السوق السائدة. وبالتالي، فإن عناصر مثل وجود اتصالات مباشرة أو غير مباشرة وهيكل السوق تعتبر مهمة للتمييز بين الممارسات المنسقة والسلوك الموازي. وإذا احتوت ممارسة تجارية تقييدية على عناصر من كل من اتفاقية ما وممارسة منسقة، يحق للجنة وصفها بأنها "اتفاق أو ممارسة منسقة" دون تمييز بين المفهومين.

23. تتضمن قرارات رابطات التعهدات توصيات أو قرارات ملزمة وغير ملزمة تعتمد على الرابطات التجارية وغيرها من مجموعات التعهدات القائمة. ويتكون مفهوم الرابطة أو الاتحاد من تعهدات من نفس النوع العام حيث تجعل نفسها مسؤولة عن تمثيل مصالحها المشتركة والدفاع عنها في مواجهة الفاعلين الاقتصاديين الآخرين، والهيئات الحكومية والجمهور بشكل عام. ويرى الفقه القانوني في الاتحاد الأوروبي أن الرابطة لا يتعين عليها الانخراط في نشاط اقتصادي حتى يتم ضبطها بموجب اللوائح؛ ويتم اعتبار الكيانات المهنية بمثابة روابط / جمعيات. كما تم تطبيق مفهوم الرابطة أيضاً

على الاتحادات التجارية التي قد توفر منتدىً للمتنافسين في صناعة معينة لمناقشة المسائل ذات الاهتمام المشترك، وتنسيق أنشطتهم، ومثال ذلك التعاونيات الزراعية.

24. يُعرّف "التعهد" في المادة (1) من اللوائح على أنه أي شخص طبيعي أو اعتباري، عام أو خاص، يشارك في إنتاج سلع أو التجارة فيها أو في تقديم خدمات. وأي كيان اقتصادي يمارس نشاطاً اقتصادياً، بغض النظر عن وضعه القانوني وطريقة تمويله، يشكل تعهداً بالمعنى المقصود في المادة (1) من اللوائح.

25. لا تنطبق المادة 16 (1) على الاتفاقيات المبرمة بين تعهدين أو أكثر ينتميان لكيان اقتصادي واحد<sup>1</sup>، ولن يتم تصيد أي اتفاق بينهما بموجب المادة 16 (1). ولا يُنظر إلى الكيانات القانونية المختلفة التي تنتمي إلى نفس الوحدة الاقتصادية على أنها تعهدات مستقلة. وعند تقدير ما إذا كانت شركة تابعة ما مستقلة أو ممثلة لجزء من نفس الوحدة الاقتصادية مع شركة أكبر، ستقوم اللجنة بتقييم ما إذا كانت الشركة الأم تمارس، أو قادرة على ممارسة، تأثيراً حاسماً على تلك الشركة التابعة، ومدى تمتع الشركة التابعة "باستقلالية حقيقية" في تحديد موقعها التجاري في السوق. وتتضمن بعض العوامل التي قد تأخذها اللجنة في الاعتبار في تقييمها ما يلي:

(أ) مساهمة الشركة الأم في الشركة التابعة؛

(ب) ما إذا كان للشركة الأم السيطرة على مجلس إدارة الشركة التابعة أم لا؛ و

(ج) ما إذا كانت الشركة التابعة تلتزم بتوجيهات الشركة الأم بشأن أنشطة المبيعات والتسويق ومسائل الاستثمار.

26. الاتفاقيات المبرمة بين التعهدات التي تنتمي إلى نفس الوحدة الاقتصادية تقع خارج نطاق المادة 16 من اللوائح.

27. يجب أن يتم تقييم أي ممارسة للأعمال التجارية بموجب المادة 16 (1) من اللوائح لتحديد ما إذا كانت تؤدي، أو من المحتمل أن تؤدي، إلى تأثيرات مضادة للتنافسية ضمن السياق القانوني والاقتصادي الفعلي<sup>2</sup> الذي ستحدث فيه المنافسة، في حالة غياب هذه الممارسة والقيود الفردية، أي الواقع المقابل للظروف السائدة في السوق ذات الصلة. كما يجب أن يأخذ التقييم في الاعتبار فقدان المنافسة الحالية أو المحتملة بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل: كيف وإلى أي مدى ستؤثر الاتفاقية على كل من المنافسة بين العلامات التجارية والمنافسة داخل العلامة التجارية.

28. المبدأ العام الذي تقوم عليه المادة 16 (1) من اللوائح هو أن كل تعهد يجب أن يحدد بشكل مستقل سياسته في السوق، وتحظر هذه المادة أي تنسيق أو تواطؤ بين التعهدات في السوق، ونتجها المادة 16 (1) من اللوائح نحو كشف أي ممارسة تجارية تخلق أو تزيد بشكل كبير من درجة اليقين فيما يتعلق بسياسة التعهدات المعنية في السوق. ويحدد التعريف الخاص بكل من الاتفاقيات، وقرارات

<sup>1</sup> في قانون الشركات، قد يكون للشركات التي تنتمي إلى نفس المجموعة والتي تتمتع بوضع الشركة الأم والفرعية شخصيات قانونية متميزة؛ ومع ذلك، يُنظر إليهم على أنهم يشكلون كياناً اقتصادياً واحداً لغرض قانون المنافسة، خاصة عندما لا تتمتع الشركة التابعة باستقلال حقيقي لتحديد مسار عملها في السوق.

<sup>2</sup> يشير السياق القانوني إلى فحص ممارسة الأعمال التجارية في ضوء الإطار القانوني المطبق. السياق الاقتصادي يعني النظر في ممارسة الأعمال في سياق حالة السوق من حيث الهيكل والتركيز وما إلى ذلك.

اتحادات المتعهدين، والممارسات المنسقة، ماهية ما يمكن اعتباره سلوكاً منسقاً للتعهدات كما هو وارد في المادة 16 مقارنة بالسلوك أحادي الجانب، الوارد بالمادة 18.

29. الاتفاقيات والقرارات والممارسات المنسقة الموضحة في المادة 16 (1) من اللوائح والتي تسعى الأطراف بخصوصها إلى تطبيق المادة 16 (4) يجب إخطارها إلى اللجنة بموجب المادة 20 من اللوائح.

### ما الذي يشكل أثراً على التجارة بين الدول الأعضاء

30. الجانب الثاني هو التأكد مما إذا كانت ممارسة ما للأعمال التجارية يمكن أن تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء في إطار المعنى المقصود في المادة 16 (1) (أ) من اللوائح. إذ أنه قد يكون لممارسة الأعمال تأثير ملموس، سواء كان مباشراً أو غير مباشر، فعلياً أو محتملاً على نمط التجارة بين الدول الأعضاء. أما الممارسات التي لا تؤثر بشكل ملموس على التجارة بين الدول الأعضاء فتقع خارج نطاق اللوائح.

31. تكفي القدرة الموضوعية لممارسة تجارية معينة للتأثير على نمط التجارة بين الدول الأعضاء لكي تقع تلك الممارسة ضمن نطاق اللوائح، حتى في حالة عدم وجود تأثير فعلي. إلا أن الآثار التكهنية البحتة لا تكفي وحدها لإدراج ممارسة ما للأعمال التجارية في نطاق اللوائح. وقد تحدث الآثار الفعلية أو المحتملة المتوقعة على التجارة بين الدول الأعضاء في سوق المنتجات المرتبطة مباشرة (تأثيرات مباشرة) أو في سوق منتجات مرتبطة بشكل غير مباشر (تأثيرات غير مباشرة)، مثل الأسواق النهائية أو أسواق التوريد.

32. يجب إجراء التقييم على أساس العوامل الموضوعية مثل طبيعة ممارسة الأعمال التجارية، وطبيعة المنتجات أو الخدمات، ووضع السوق بالنسبة للتعهدات المعنية. وعلاوة على ذلك، يجب أن يأخذ التقييم في الاعتبار السياق القانوني والواقعي لممارسة الأعمال التجارية. ونية التأثير على التجارة بين الدول الأعضاء ليست مطلوبة، على الرغم من أنها تشكل عاملاً مهماً يجب أخذه في الاعتبار حيث يتم تحديد هذه النية..

33. إن شرط وجود تأثير على التجارة "بين الدول الأعضاء" يعني أنه يجب أن يكون هناك تأثير على النشاط عبر الحدود الذي يشمل دولتين عضوين على الأقل. وليس مطلوباً أن تؤثر ممارسة الأعمال التجارية على كامل التجارة بين دولة عضو واحدة ودولة عضو أخرى. بل يجب أن يكون من الممكن التنبؤ، بدرجة كافية من الاحتمال، على أساس مجموعة من العوامل الموضوعية للقانون أو الحقائق، بأنه سوف يكون للممارسة تأثير مباشر أو غير مباشر، فعلياً أو محتمل على نمط التجارة بين الدول الأعضاء. ويعتمد التقييم على ظروف السوق؛ وكلما كان موقف الأطراف أكثر قوة في السوق، زاد احتمال تأثير هذه الممارسة على التجارة بين الدول الأعضاء.

34. من المفترض أن تؤثر ممارسات التجارة المتعلقة بالواردات والصادرات أو التي تغطي العديد من الدول الأعضاء على التجارة بين الدول الأعضاء؛ بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضاً أن تؤثر الممارسات في دولة عضو واحدة على التجارة بين الدول الأعضاء. على سبيل المثال، قد يكون حظر التصدير الذي يفرضه مورد ما على موزع مانعاً لهذا الموزع من إعادة الاستيراد إلى الدولة العضو، وبالتالي يؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء. وهذا صحيح بشكل خاص عندما يكون هناك فرق كبير بين الأسعار في الأقاليم المختلفة، حيث لا يمكن أن يتآكل هذا الفرق بسبب الرسوم الجمركية وتكاليف النقل، وحيث يمكن تصدير كميات كبيرة من المنتج من بلد ثالث إلى الدولة العضو.

35. يمكن أيضاً أن تؤثر الممارسات التجارية التي تحكم عمليات إنشاء المتعهدين الموجودين في إحدى الدول الأعضاء لوكالات أو فروع أو شركات تابعة في دولة عضو أخرى، على التجارة بين الدول الأعضاء. وتحدد الاجتهادات القضائية الثابتة في الاتحاد الأوروبي أن مفهوم التجارة يشمل أيضاً الحالات التي تؤثر فيها الاتفاقيات أو الممارسات على الهيكل التنافسي للسوق، أي عندما تؤثر تلك الاتفاقيات والممارسات على الهيكل التنافسي للسوق المشتركة من خلال القضاء على المنافسين أو التهديد بالقضاء عليهم؛ أو من خلال رفع الحواجز أمام الدخول أو التوسع.

### ما الذي يشكل "غرضاً أو تأثيراً"

36. الجانب الثالث هو التأكد مما إذا كان **غرض الممارسات التجارية أو تأثيرها هو منع أو تقييد أو تشويه المنافسة داخل السوق المشتركة** على النحو المنصوص عليه في المادة 16 (1) (ب) من اللوائح. ويجب قراءة هذا الحكم بشكل منفصل. فلا توجد حاجة للجنة لإثبات الآثار التقييدية الفعلية أو الملموسة لممارسة ما للأعمال التجارية إذا حددت اللجنة أن هدف الممارسة هو منع أو تقييد أو تشويه المنافسة داخل السوق المشتركة. ويُفترض، في هذا الصدد، أن هناك آثاراً مناهضة للمنافسة حسب الغرض من الممارسات التجارية التقييدية.

37. يشير مفهوم "تقييد المنافسة حسب الغرض" إلى أشكال معينة من التنسيق بين التعهدات التي يمكن اعتبارها بطبيعتها، ضارة بالأداء السليم للمنافسة الاعتيادية. وليس من الضروري فحص آثار الضرر الذي يلحق بالمنافسة عند تقييم الممارسات التجارية التي تقيد المنافسة حسب الغرض. ولا يشير مفهوم "الغرض" إلى النية الذاتية للأطراف ولكن يتم تقييمه على أساس المعنى الموضوعي وأهداف ممارسة الأعمال قيد النظر ضمن سياقها القانوني والاقتصادي. وعلى الرغم من أنه ليس من الضروري إثبات النية الذاتية للأطراف بمنع المنافسة أو تقييدها أو تشويهها، فإن الدليل على وجود مثل هذه النية يعد عاملاً ذا صلة يجب أخذه في الاعتبار.

38. إذا كانت الممارسة لا تشكل قيداً حسب الغرض، فمن الضروري فحص ما إذا كانت لها آثار تقييدية على المنافسة. فهذه الممارسات قد تكون أو لا تكون معاكسة للمنافسة. ومن الضروري إثبات أن ممارسة الأعمال المعنية تؤثر على المنافسة الفعلية أو المحتملة إلى حد يمكن توقع حدوث آثار سلبية

له على الأسعار أو الإنتاج أو الابتكار أو تنوع أو جودة السلع والخدمات في السوق ذات الصلة بدرجة معقولة من الاحتمال.

39. يجب إجراء تقييم منفرد للأثار المحتملة لممارسة ما للأعمال ضمن السياق القانوني والاقتصادي الفعلي. فمن المحتمل أن تحدث التأثيرات المانعة للمنافسة عندما يكون لدى الأطراف، بشكل فردي أو مشترك، درجة معينة من القوة السوقية أو قدرة على الحصول على تلك القوة. وتكون الممارسة تخلق أو تحافظ أو تعزز تلك القوة السوقية أو تسمح للأطراف باستغلال تلك القوة السوقية على سبيل المثال؛ من خلال إغلاق السوق والهيمنة عليها. ومن الضروري تعريف وتحديد السوق ذات الصلة وتقييم المنافسة فيها (أي طبيعة المنتجات؛ ووضع الأطراف في السوق؛ وأوضاع السوق بالنسبة لمورديهم وعملائهم ومنافسيهم الحاليين والمحتملين؛ والعوائق أمام دخول السوق؛ ومستوى الأسعار). ومع ذلك، فمن الممكن في بعض الأحيان إظهار التأثيرات المانعة للمنافسة مباشرة من خلال تقييم سلوك الأطراف داخل السوق.

40. لكي يتم حظر الممارسات التجارية بموجب المادة 16 (1) من اللوائح، يجب أن تكون تلك الممارسات قادرة على تقييد المنافسة بشكل ملحوظ داخل السوق المشتركة من خلال الغرض أو التأثير. يتعلق مفهوم "القابلية للملاحظة" بموقف التعهدات المعنية في السوق بالنسبة للمنتجات المعنية. فالاتفاقيات المبرمة بين الأطراف التي ليس لديها حصص كبيرة في السوق لا يتم كشفها بموجب المادة 16 (1) بسبب تأثيرها الضئيل المحتمل على المنافسة. وستنظر اللجنة عادةً في "التأثير الملحوظ" على المنافسة من خلال مراعاة حدود حصة السوق على النحو المنصوص عليه في الأقسام التالية. وتوفر عتبات الحصص السوقية هذه توجيهات وإرشادات للتعهدات للتقييم الذاتي بشأن ما إذا كان من المحتمل أن يكون لممارستها "تأثير ملحوظ" على المنافسة. ومع ذلك، على الرغم من أن حصص السوق مفيدة في الإشارة إلى الوضع السوقي للتعهدات، فهي ليست قاطعة. إذ يعتمد تقييم ما إذا كانت الاتفاقية تقيد المنافسة بشكل ملموس في النهاية على السياق الاقتصادي والقانوني العام للاتفاقية المنظورة.

41. يقع، في المقام الأول، عبء إثبات أن لاتفاقية ما غرض أو تأثير مقيد للمنافسة في السوق المشتركة على عاتق اللجنة أو على عاتق من يدعي ذلك. ولا ينتقل عبء إظهار أن شروط المادة 16 (4) مستوفاة إلا بعد إثبات أن الاتفاقية لها، وفقاً للمعيار القانوني المطلوب، غرض أو تأثير مقيد للمنافسة في السوق المشترك (باستثناء الممارسات المدرجة تحت المادة 19 (3)، والتي لا يتوفر لها استثناء بموجب المادة 16 (4)).

42. عندما يتبين أن الغرض من الاتفاقية هو تقييد المنافسة، يقع العبء على أطراف الاتفاقية للدفاع عنها وإثبات أنها تفي بمعايير المادة 16 (4). ومع ذلك، عندما لا يتبين أن الغرض من الاتفاقية هو تقييد المنافسة، تتحمل اللجنة أو أي شخص آخر يدعي الانتهاك عبء إثبات أن تأثير الاتفاق أو الممارسة هو تقييد المنافسة. وعندما يتم إثبات ذلك، ينتقل العبء إلى الأطراف المعنية للدفاع عن الاتفاقية بموجب المادة 16 (4).

43. في نهاية المطاف، يقع عبء الإثبات، بموجب المادة 16 (4)، لشرح أن فوائد الكفاءة المتعلقة بممارسة تجارية معينة تفي بالمادة 16 (4)، على عاتق التعهدات المعنية.

ما الذي يشكل مفهوم "مطبق ضمن حدود السوق المشتركة"

44. الجانب الرابع هو النظر في النطاق الجغرافي للوائح على النحو المحدد في المادة 16 (2) من اللوائح، والتي تنص على أن المادة 16 (1): "تطبق فقط إذا كانت الاتفاقية أو القرار أو الممارسة المنسقة تهدف إلى أن، أو يُقصد أن، يتم تنفيذها ضمن حدود السوق المشتركة". وسيتم تفسير أن ممارسة ما للأعمال قد تم تنفيذها في السوق المشتركة على أساس كل حالة بذاتها. ويمكن أن تتضمن بعض العوامل التي قد تأخذها اللجنة في الاعتبار عند تحديد ذلك ما يلي:

أ. ما إذا كانت ممارسة الأعمال تتم داخل السوق المشتركة، على سبيل المثال البيع المباشر للمنتجات ذات الصلة للمشتريين الموجودين في السوق المشتركة، بغض النظر عن موقع مصادر التوريد ومصانع الإنتاج، ومكان إبرام الاتفاقية؛

ب. ما إذا كانت ممارسة الأعمال تتطوي على شركات تم إنشاؤها في السوق المشتركة؛ أو

ج. ما إذا كانت ممارسة الأعمال تستهدف، أو تسعى إلى استهداف، العملاء في السوق المشتركة.

45. قد يكون من المحتمل وجود تأثير داخل السوق المشتركة للمبيعات غير المباشرة<sup>3</sup>، في ظل عدم وجود مبيعات مباشرة للمشتريين الموجودين داخله، فإنه لا يمكن تفسير ذلك بأن اتفاقية ما قد تم تنفيذها في السوق المشتركة.

46. بمجرد التأكد من أن ممارسة تجارية ما قد تم، أو كان من المفترض أن يتم، تنفيذها داخل السوق المشتركة، يحق للجنة، من خلال اختصاصاتها، فرض اللوائح ضد أي تعهد مشترك في مثل هذه الممارسة التجارية، حتى في حالة عدم إنشاء هذا التعهد ضمن السوق المشتركة.

## القسم السادس – عوامل التقييم ذات الصلة بموجب المادة 16 (4) من اللائحة

### إجراءات التقييم العام

47. يجوز للجنة، بموجب المادة 16 (4) وبناءً على طلب من الأطراف، النظر فيما إذا كان من الممكن السماح باتفاقية أو قرار أو ممارسة منسقة مضادين للمنافسة ومخالفين للمادة 16 (1). حيث أن المادة 16 (4) من اللوائح لا تنطبق إلا إذا كانت ممارسة ما للأعمال تندرج في نطاق المادة 16 (1). وهذه الممارسات تكون محظورة وباطلة ما لم يتم استيفاء جميع المتطلبات التراكمية الأربعة للمادة 16 (4) من اللوائح. ويقع عبء إثبات استيفاء شروط المادة 16 (4) من اللوائح على عاتق المتعهد المعني.

<sup>3</sup> تحدث المبيعات غير المباشرة عندما تبيع التعهدات داخل السوق المشتركة البضائع إلى مؤسسات خارج السوق المشتركة، والتي تدمج السلع بعد ذلك في إنتاج السلع النهائية التي يتم بيعها بعد ذلك في السوق المشتركة.

48. عادة ما يتم التقييم بموجب المادة 16 (4) من اللوائح فيما يتعلق بالكفاءات الناتجة عن ممارسة ما للأعمال داخل سوق (أسواق) المنتج والأسواق الجغرافية ذات الصلة حيث تُحدث ممارسة الأعمال آثارها المناهضة للمنافسة. والكفاءات المتحققة في سوق مختلفة ولكن ذات صلة (مثل السوق النهائية أو أسواق التوريد) يمكن أيضاً أخذها في الحسبان، بشرط أن تفيد هذه الكفاءات المستهلكين المتأثرين بالآثار المضادة للمنافسة الناجمة عن ممارسة الأعمال.

49. يتم إجراء التقييم بموجب المادة 16 (4) من اللوائح أيضاً ضمن السياق القانوني والاقتصادي الفعلي الذي تحدث فيه ممارسة الأعمال في أي وقت. وبالتالي قد يتغير تقييم ممارسة تجارية معينة عندما تتطور ظروف السوق، أي يتوقف الإذن الممنوح في حالة معينة إذا لم تعد ظروف السوق تفي بشروط المادة 16 (4) من اللائحة التنفيذية وهي كما يلي:

- (أ) ما إذا كانت الممارسة تخلق كفاءات، أي ما إذا كانت تسهم في تحسين إنتاج أو توزيع السلع أو في تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي؛
- (ب) ما إذا كان المستهلكون يتلقون حصة عادلة من الفوائد الناتجة؛
- (ج) ما إذا كانت الممارسة تفرض قيوداً لا غنى عنها لتحقيق الكفاءات؛ و
- (د) ما إذا كانت الممارسة لا تلغي المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات المعنية.

**ما الذي يشكل "المساهمة في تحسين إنتاج أو توزيع السلع أو تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي"**

50. عملاً بالمادة 16 (4) من اللوائح، فإن أي ممارسة يجب أن "تسهم في تحسين إنتاج أو توزيع السلع أو تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي" لكي يُسمح بها في نطاق المادة 16 (1) من اللوائح. كما يجب أن تكون المنفعة الناتجة عن الاتفاقية شيئاً ذا قيمة موضوعية لجزء كبير من السوق المشتركة وليس بالضرورة منفعة خاصة للأطراف أنفسهم.

51. أثبتت الاجتهادات القضائية في الاتحاد الأوروبي وجود اختبارين مقبولين بشكل عام لتحديد معني "جزء كبير" من السوق المشتركة وهما؛ الاختبار الإقليمي ونهج النسبية الاقتصادية. فيما يتعلق بالاختبار الإقليمي، على سبيل المثال، قد يكون حجم السوق الجغرافي المحدد المعني كبيراً بالنسبة إلى حجم السوق المشتركة أو بالمقارنة معها. أما في ظل النسبية الاقتصادية، يمكن اعتبار حجم النشاط الاقتصادي أو عمليات قطاع بعينه أو صناعة معينة ككل في دولة عضو واحدة، على أنها تشكل جزءاً كبيراً من السوق المشتركة. فعلى سبيل المثال، يمكن النظر إلى حجم الحركة في أحد الموانئ وأهميتها بالنسبة للعمليات البحرية للاستيراد والتصدير ككل في دولة عضو على أنه يمثل جزءاً كبيراً من السوق المشتركة<sup>4</sup>.

52. قد تتداخل مفاهيم "المساهمة في تحسين إنتاج أو توزيع السلع أو تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي" وقد لا يتم استيفاؤها كلها في نفس الوقت. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تؤدي اتفاقيات البحوث والتطوير

<sup>4</sup> انظر على سبيل المثال حالات الاتحاد الأوروبي؛ Siderugica Case C-179/90 Merci convzionali porto di Genova SpA ضد Siderugica Gabrielli SpA [1991] الفقرة 15.

إلى "تقدم تقني واقتصادي"، بينما يمكن اعتبار الاتفاقيات الرأسية بين الموردين والموزعين ضمن إطار "تحسين التوزيع".

53. يتم إجراء التقييم بموضوعية وليس بالضرورة من وجهة نظر الأطراف. ولا يتم أخذ وفورات التكلفة الناتجة عن ممارسة القوة السوقية في الاعتبار طالما لم يستفد منها سوى أصحاب التعهدات؛ إذ يجب إظهار أن وفورات التكلفة قد تم نقل أثرها إلى المستهلك. ولا يؤخذ في الاعتبار إلا الفوائد المرتبطة بالممارسة؛ لتقييم ما إذا كانت التأثيرات المؤيدة للمنافسة لممارسة ما تفوق آثارها المضادة للمنافسة.

54. الكفاءات قد تكون إما إستراتيجية، أي تؤدي إلى خفض التكلفة باستخدام التقنيات الحالية؛ أو ديناميكية، أي ناشئة عن مكاسب في الابتكار. وتهتم تحليلات المنافسة بشكل أكبر بالكفاءات الديناميكية كمحركات للنمو الاقتصادي. ويمكن أن تأخذ الكفاءات أيضاً شكل خفض التكلفة بسبب استخدام تكنولوجيا إنتاج متطورة، أو شكلاً نوعياً في حالة تحسين جودة المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق.

55. يجب أن تُظهر التعهدات المعنية العناصر التالية:

(أ) الكفاءات موضوعية بطبيعتها وليست مجرد خفض في التكلفة ناتج عن ممارسة القوة السوقية، (على سبيل المثال، القدرة على زيادة السعر أو استبعاد المنافسين؛ أو خفض تكاليف الإعلان؛ أو وصول أفضل لوضع المنتج، إلخ). وقد تتمثل الكفاءات في كفاءات تكلفة مثل:

(1) التآزر الناتج عن تكامل للأصول أو التقنيات؛

(2) وفورات الحجم؛

(3) وفورات في التكاليف الناتجة عن إنتاج منتجات مختلفة تأسيساً على نفس المُدخلات؛

(4) تخفيضات التكلفة الناتجة عن تخطيط أفضل للإنتاج؛

(5) استخدام أفضل للقدرات.

وقد تكون الكفاءات أيضاً ذات طبيعة نوعية مثل التقدم التكنولوجي أو التآزر الذي يؤدي إلى منتجات جديدة، أو منتجات ذات جودة أعلى، أو منتجات محسنة مع ميزات جديدة يتم تقديمها في السوق بشكل أسرع أو بتكلفة أقل.

(ب) هناك علاقة سببية مباشرة بين الممارسة التجارية والكفاءات. فالآثار غير المباشرة المرتبطة بالاستخدام المزعوم للأرباح المتزايدة ليست كافية بشكل عام؛

(ج) الكفاءات قد تحققت بالفعل أو يحتمل أن تتحقق. يجب على التعهدات أن تصف بدقة كيف ومتى سيتم تحقيق الكفاءات؛ و

(د) حجم الكفاءات يفوق الآثار المضادة للمنافسة للممارسة التجارية. يجب أن تقوم التعهدات المعنية بتقدير الكفاءات وشرح المنطق الكامن وراء ذلك التقدير، وتوضح كذلك كيف تفوق الكفاءات أي تأثيرات مضادة للمنافسة.

## ما الذي يشكل "حصة عادلة من الفوائد الناتجة للمستهلكين"

56. وفقاً للمادة 16 (4) من اللوائح، فإن أي ممارسة تجارية تقع في نطاق المادة 16 (1) من اللوائح يجب أن "تسمح للمستهلكين بحصة عادلة من الفوائد الناتجة" ليكون مسموحاً بها. بعبارة أخرى، يجب أن يحصل المستهلكون على حصة عادلة من الفوائد الناتجة عن هذه الممارسة. ونظراً لأن سياسة المنافسة معنية برفاهية المستهلك، فإن الفوائد الناتجة يجب أن تعود على المستهلكين حتى تتوافق الممارسة مع المادة 16 (4). كما يجب أن تكون الكفاءات المتولدة من الممارسة التجارية التقييدية داخل السوق المعنية، كافية بقدر يفوق الآثار المضادة للمنافسة التي تنتج عنها، أي عدم وجود إشارة مرجعية لفوائد بين الأسواق غير ذات الصلة.

57. يتم تعريف لفظ "المستهلك" في المادة 1 من اللوائح على أنه يشمل: "الشخص الذي يشتري أو يعرض شراء سلع لأي غرض غير إعادة البيع، ولكنه لا يشمل الشخص الذي يشتري أي سلع لغرض استخدامها في إنتاج وتصنيع أي سلع أخرى للبيع؛ كما يشمل الشخص الذي تُقدم إليه الخدمة". بعبارة أخرى، يجب أن يستفيد المستخدمون النهائيون للمنتج النهائي، بشكل مباشر أو غير مباشر، من الكفاءات المتولدة، وليس فقط المنتجين أو تجار الجملة.

58. يجب أن يتم نقل مكاسب الكفاءة الناتجة عن ممارسة تجارية ما إلى المستهلكين بالقدر اللازم على الأقل لتعويضهم عن أي آثار سلبية نتجت عن الممارسة المعنية. وعندما يتم موازنة الآثار الإيجابية لممارسة الأعمال مقابل آثارها السلبية، يجب أن يكون التأثير العام على مستهلكي المنتجات داخل السوق ذات الصلة إيجابياً. ولا يشترط أن يستفيد كل مستهلك منفرد من حصة عادلة من الفوائد الناتجة، بشرط أن يكون التأثير العام على جميع المستهلكين، بالنظر إليهم كمجموعة، إيجابياً.

59. يجب أن يتم تقييم احتمالية نقل مكاسب الكفاءة إلى المستهلكين ضمن السياق القانوني والاقتصادي الفعلي. فإذا كانت الكفاءات تتكون من وفورات في التكلفة، فإن التقييم يتطلب مراعاة خصائص وهيكل السوق (خاصة درجة المنافسة الباقية في السوق)، وطبيعة وحجم مكاسب الكفاءة، ومرونة الطلب، و مقدار تقييد المنافسة. أما إذا كانت الكفاءات نوعية، فإن التقييم يتضمن تنفيذ حكم القيمة بدلاً من مقارنة مقدارين نقديين.

60. تنص المادة 16 (4) من اللوائح على مقياس متدرج. فمن المحتمل أن يحصل المستهلكون على حصة عادلة من الفوائد إذا كانت التأثيرات التقييدية محدودة ووفورات التكلفة كبيرة. وعلى النقيض من ذلك، من غير المحتمل أن يحصل المستهلكون على حصة عادلة من الفوائد إذا كانت التأثيرات التقييدية كبيرة في حين أن وفورات التكاليف محدودة. وإذا كان هناك فارق زمني بين إحداث التأثيرات السلبية وانتقال الفوائد إلى المستهلكين، فيجب أن ينعكس ذلك في التقييم من خلال تقليل القيمة المنسوبة إلى الكفاءات التي لن تتحقق إلا في المستقبل.

*الضرورة /عدم القدرة على الاستغناء*

61. وفقاً للمادة 16 (4) من اللوائح، لكي يُسمح بممارسة ما للأعمال مندرجة في نطاق المادة 16 (1) من اللوائح، فإن هذه الممارسة يجب: " *ألا تفرض على التعهدات المعنية قيوداً لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق أغراضها*". بعبارة أخرى، يجب أن تكون القيود لا غنى عنها، أي يجب ألا تفرض ممارسة الأعمال قيوداً إذا كان هناك وسائل أخرى، أقل منها معاكسةً للمنافسة، وتحقق نفس الكفاءات.

62. يجب أن ينظر التقييم، نظراً لطبيعة الانفاقية وخصائص السوق، فيما إذا كان هناك سيناريو أقل تقييداً، يمكن من خلاله تحقيق كفاءات مماثلة. لذلك، يجب أن يكون كل من الانفاقيات المقيدة والقيود ضروري بشكل معقول لتحقيق الكفاءات.

63. يجب أن تثبت التعهدات المعنية أن كلاً من ممارسة الأعمال وجميع القيود المنفردة ضرورية بشكل معقول من أجل تحقيق الكفاءات. وهذا الإثبات ذو شقين:

(أ) أولاً، يجب تقييم ما إذا كانت ممارسة الأعمال التجارية تمكن من أداء النشاط الاقتصادي بشكل أكثر كفاءة بحيث يتم إنتاج المزيد من الكفاءات في ظل وجود هذه الممارسة مقارنة بغيابها. ويجب ألا تكون هناك وسائل أخرى واقعية وعملية اقتصادياً وأقل تقييداً بشكل ملحوظ لتحقيق الكفاءات؛ (ب) ثانياً، بعد التأكد من أن ممارسة ما للأعمال ضرورية، لا يزال من اللازم تقييم ما إذا كانت القيود المنفردة ذاتها لا غنى عنها بحيث يؤدي غيابها إلى القضاء على الكفاءات أو التقليل إلى حد كبير من احتمال حدوثها. كما يجب إجراء التقييم ضمن حدود السوق ذات الصلة التي تتعلق بها الممارسة.

64. كلما كان القيد أكثر تضيقاً، كان الاختبار أكثر صرامة. علاوة على ذلك، يتم إجراء التقييم في السياق القانوني والاقتصادي الفعلي لممارسة الأعمال، مع الأخذ في الاعتبار عوامل مثل هيكل السوق والمخاطر الاقتصادية وحوافز الأطراف لنقل وتميرير الكفاءات.

### **عدم القضاء على المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات**

65. عملاً بالمادة 16 (4) من اللوائح، فإنه يُشترط لإجازة أي ممارسة أعمال تقع في نطاق المادة 16 (1) من اللوائح " *ألا تتيح لمثل هذه التعهدات إمكانية القضاء على المنافسة فيما يتعلق بسوق كبير للسلع أو الخدمات المعنية*". وهذا الشرط يعطي الأولوية لحماية العملية التنافسية على الكفاءات المحتملة المؤيدة للمنافسة. ويُنظر إلى التنافس بين اللاعبين في السوق على أنه المحرك الرئيسي للكفاءة الاقتصادية. ولا شك أن فقدان المنافسة لا يمثل أمراً صحيحاً لتحقيق مكاسب ديناميكية طويلة الأجل في الكفاءة والتي هي بدورها محرك النمو الاقتصادي.

66. يعتمد ما إذا كان يتم القضاء على المنافسة في السوق ذات الصلة، على درجة القيود التنافسية القائمة على أطراف أي اتفاقية. فكلما زادت خسارة المنافسة بسبب الممارسة التجارية، زادت معها احتمالات القضاء على المنافسة فيما يتعلق بجزء كبير من السوق. ويجب أن يتبع تقييم احتمالية القضاء على المنافسة إجراءً مشابهاً على النحو المبين في الخطوط الإرشادية للتقييم بشأن إساءة استخدام التواجد في مركز مهيمن.

67. من الضروري، لتقييم الشرط الأخير للمادة 16 (4)، إجراء تحليل مفصل للسوق ولمصادر المنافسة الفعلية والمحتملة. بالإضافة إلى الحصص السوقية، يجب أن يأخذ التقييم في الاعتبار تاريخ المنافسة وحواجز الدخول وإمكانية دخول التعهدات المتنافسة إلى السوق.

## القسم السابع - العوامل ذات الصلة بالتقييم بموجب المادة 20 من اللوائح

### طلب التفويض بالاتفاقيات

68. بموجب المادة 20، يجوز للأطراف أن تطلب من اللجنة أن تأذن بالتفويض لهم بالدخول في و / أو تفعيل عقود أو ترتيبات أو تفاهمات حتى إذا كانت مضادة للمنافسة، اعتماداً على ما إذا كانت هناك منافع عامة تفوق الضرر المناهض للمنافسة في العقد أو الترتيب أو التفاهم. وفي حالة منح الإذن، فيجب أن يكون لفترة محددة يتوقف بانقضائها سريان التفويض. وإذا رغب الطرفان في التقدم بطلب للحصول على إذن لفترة أخرى، فيجوز لهما تقديم طلب جديد لفترة المحددة الجديدة.

69. عند استلام مثل هذا الطلب، ستحدد اللجنة ما إذا كانت الاتفاقية تجتاز اختبار المادة 16 (1) مقروءة جنباً إلى جنب مع المادة 16 (4) كما هو موضح في الأقسام السابقة. وبالإضافة إلى ذلك، عند النظر في طلب التفويض، ستنظر المفوضية في وجود فوائد عامة ناشئة عن الاتفاقية.

### الإجراء الخاص بالتقييم واسع النطاق

70. تنص المادة 20 على أنه يجوز للجنة قبول الطلبات المقدمة من الأطراف لإبرام و / أو تفعيل عقود. وهذا يعني أنه يجوز للأطراف الاتصال باللجنة قبل الدخول في اتفاقيات للحصول على توجيهات اللجنة. وهذا قد يكون مفيداً بشكل خاص للأطراف التي تفكر في الدخول في اتفاقيات أفقية، نظراً لخطر تحول الترتيبات الأفقية إلى تكتلات.

71. وفقاً للمادة 34 (2) من القواعد، لا يلزم إخطار اللجنة بالاتفاقيات والقرارات والممارسات المنسقة في الظروف التالية:

(أ) [حيثما تكون] الأطراف الوحيدة فيها هي تعهدات من دولة عضو واحدة، وتكون الاتفاقيات أو القرارات أو الممارسات غير متعلقة لا بالواردات ولا بالصادرات بين الدول الأعضاء؛

(ب) [حيثما] لا يوجد أكثر من تعهدين طرفاً فيها، وتكون الاتفاقيات فقط؛

(ج) تقييد حرية أحد طرفي العقد في تحديد أسعار أو شروط العمل التي يمكن بموجبها إعادة بيع البضائع التي حصل عليها من الطرف الآخر في العقد؛ أو

(د) تفرض قيوداً على ممارسة حقوق المحال إليه أو المستخدم لحقوق الملكية الصناعية - ولا سيما براءات الاختراع أو نماذج المنفعة أو التصميمات التجارية - أو حقوق الشخص

المخول له، بموجب عقد تنازل أو منحة، الحق في استخدام طريقة التصنيع أو المعرفة المتعلقة باستخدام وتطبيق العمليات الصناعية؛

(هـ) [حيثما] يكون غرضهم الوحيد:

أولاً. تطوير تطبيقات موحدة لمعايير أو أنواع: أو

ثانياً. البحث والتطوير المشترك؛

ثالثاً. التخصص في تصنيع منتجات، بما في ذلك الاتفاقيات اللازمة لتحقيق ذلك؛

- عندما لا تمثل المنتجات التي تخضع للتخصص، في جزء كبير من السوق المشتركة، أكثر من 15٪ من حجم الأعمال المنجزة في منتجات متطابقة، أو تلك التي يعتبرها المستهلكون متشابهة بسبب خصائصها وأسعارها واستخداماتها.

72. عند تقييم الاتفاقيات، ستسترشد اللجنة بأحكام المادة 16 بشأن معاملة الاتفاقيات. وعلى هذا النحو، يجوز للأطراف تقديم مبررات الكفاءة المنصوص عليها في المادة 16 (4) من اللوائح، للدفاع عن البنود التقييدية الواردة في اتفاقياتهم.

73. على غرار العملية بموجب المادة 16، يقع عبء تبرير البنود التقييدية في الاتفاقيات على عاتق الأطراف، ويتعين على اللجنة أن تقنع نفسها بأن الخصائص المؤيدة للمنافسة لممارسة الأعمال تفوق الضرر المناهض للمنافسة.

74. فائدة عملية الإخطار هذه هي أن الأطراف ليست مسؤولة عن العقوبات بموجب اللوائح. إذا وجدت اللجنة أن الاتفاقيات لا تتوافق مع اللوائح، فسوف تنصح الأطراف بإزالة أو تعديل الأحكام المخالفة من أجل أن تكون الاتفاقية متوافقة مع اللوائح.

75. عملاً بالمادة 20 (1) (أ) من اللوائح، "بينما يظل التفويض سارياً، لن يُسمح لأي طرف في العقد أو الترتيب أو التفاهم بانتهاك المواد المعمول بها في [اللائحة] من خلال دخولها أو تفعيلها".

76. لا يمس قرار اللجنة بشأن اتفاقية ما، بحقوق مقدمي الطلب في مواجهة الغير، أي أن تقديم الأطراف لطلب للحصول على الموافقة أو التفويض يجب ألا يُفسر على أنه إقرار يسمح لهم بانتهاك اللوائح، ولا يحق للغير استخدام ذلك أو الاستناد إليه عند رفع دعوى مدنية ضد الأطراف.

### نموذج الإخطار وإجراءات التقديم

77. عملاً بالقاعدة 61، يتعين على الأطراف التي تسعى للحصول على تفويض التقدم إلى اللجنة بالنموذج المطلوب، من خلال تقديم طلب الإعفاء / التفويض، نموذج (7) مع المستندات اللازمة، ودفع رسوم الطلب المقررة. ولن يعتبر الطلب "مستوفياً" إلا في التاريخ الذي تتلقى فيه اللجنة جميع المعلومات والمستندات الداعمة المطلوبة في النموذج (7) مع سداد كامل رسوم الطلب. وعند استلام الطلب كامل الاستيفاء، يتعين على المسجل تخصيص رقم ملف ذلك الطلب.

78. يجب تقديم الإخطارات إلى عنوان البريد الإلكتروني المحدد من قبل اللجنة، أو بخلاف ذلك توفير وصول إلكتروني فعال إلى النموذج وجميع المستندات الداعمة بتنسيق PDF بما في ذلك عناوين البريد الإلكتروني لكل طرف من الأطراف المقدمة للطلب، أو تقديم نسخة إلكترونية من النموذج

وجميع المستندات الداعمة. ولا يتم اعتبار الطلب مقدماً إلا بعد استلام هذا الطلب الإلكتروني من قبل اللجنة. كما يجب إرسال نسخة ورقية واحدة من النموذج (7) وجميع المستندات الداعمة إلى اللجنة في غضون سبعة أيام بعد ذلك. وفي حالة وجود أي اختلافات بين تنسيقي الإخطار، سيتم الأخذ بالنسخة الورقية.

79. في غضون سبعة أيام من استلام الطلب، تنشر اللجنة على موقعها على الإنترنت، تفاصيل مختصرة عن الطلب، بما في ذلك اسم مقدم الطلب وعنوانه وتاريخ الطلب ورقم الملف ووصفاً موجزاً للمسألة.

80. وفقاً للقاعدة 40، ترسل اللجنة إلى السلطات المختصة في الدول الأعضاء المتأثرة نسخة من الطلب مع نسخ من أهم الوثائق المقدمة، وتدعوها إلى تقديم آرائها بشأن هذه المسألة.

81. عملاً بالمادة 61 (5)، يتم تقديم مسودة تقرير إلى المدير في غضون 30 يوماً من استلام الطلب. وينظر المدير في التقرير في غضون 7 أيام ويعد مشروع قرار. ثم يتم إرسال مشروع القرار إلى مقدم الطلب وجميع الأشخاص الآخرين الذين أعربوا عن اهتمامهم بالطلب، مع دعوة للإشارة إلى ما إذا كان هناك جلسة استماع عامة مطلوبة قبل الانتهاء من المسألة.

82. يجوز، إذا طلب مقدم الطلب أو أحد الأطراف المهتمة، عقد جلسة استماع عامة في مكاتب اللجنة أو في أي مكان داخل السوق المشتركة يقرره المدير، ويحق لمقدم الطلب والمهتمين الحضور وتقديم المزيد من الطلبات إلى المدير سواء دعماً أو معارضةً لمشروع القرار.

83. عملاً بالقاعدة 29، يتعين على اللجنة أثناء إجراء جلسة الاستماع وتقديم التوصيات و / أو القرارات أن تمنح التعهدات، التي هي موضوع الإجراءات، فرصة للتعبير عن آرائها والاستماع إليها. كما يجب أن تستند التوصيات و / أو القرارات فقط إلى المسائل التي تمكنت الأطراف المعنية من التعليق عليها. ويجب احترام حقوق الدفاع للأطراف المعنية احتراماً كاملاً في الإجراءات. ويحق لهم الوصول إلى الملف، مع مراعاة المصالح المشروعة للتعهدات في حماية أسرار أعمالهم. بشرط ألا تشكل هذه المصلحة المشروعة عقبة أمام كشف واستخدام المعلومات اللازمة لإثبات الانتهاك. ولا يجوز أن يمتد الحق في الوصول إلى الملف إلى أي معلومات سرية أو وثائق داخلية خاصة باللجنة أو المجلس.

84. إذا لم يتم طلب جلسة استماع عامة، يصدق المدير على مسودة قراره ويرسل تأكيداً رسمياً إلى مقدم الطلب بعد 15 يوماً من إرسال مسودة القرار إلى مقدم الطلب والأطراف المعنية الأخرى. وفي حالة عقد جلسة استماع عامة، يتخذ المدير قراراً نهائياً بعد 7 أيام من الجلسة ويتم إرسال نسخة إلى مقدم الطلب وإلى جميع الأطراف المعنية التي شاركت في جلسة الاستماع العامة.

85. يتم نشر قرار المدير بالشكل الذي يضمن أوسع تداول داخل السوق المشتركة.

سرية المعلومات

86. يجوز لمقدمي الطلبات طلب التعامل مع أي مستندات أو معلومات مقدمة على أنها سرية، وذلك من خلال تقديم طلب مسبب للسرية على "نموذج طلب السرية" رقم (2). ويجوز للأطراف التشاور مع اللجنة قبل الإخطار بشأن مثل هذا الطلب. وإذا ارتأت اللجنة أن الكشف عن مثل هذه المعلومات أو المستندات أو أجزاء منها، يمكن أن يؤدي إلى الكشف عن أسرار عمل، أو إلى تدمير أو تناقص ملموس في القيمة التجارية لأي معلومات أو التسبب في إصابة خطيرة، فسوف تؤكد اللجنة في غضون فترة زمنية معقولة للطرف المُخَطَّر أنها ستتعامل مع هذه المعلومات أو الوثائق على أنها سرية ولن تفتح عنها علانية. وبقدر ما تشير اللجنة إلى معلومات سرية في قراراتها، فإنها ستحترم الطبيعة السرية لهذه المعلومات من خلال تنقيحها.

87. يجب على مقدمي الطلبات عدم تقديم طلبات شاملة للحصول على معاملة سرية، حيث من المحتمل أن ترفض اللجنة مثل هذه الطلبات. فطلب السرية يجب أن يتعلق بوثائق أو معلومات محددة واردة في المستندات مع تقديم أسباب ذلك بالطلب. كما ينبغي تفصيل هذه الأسباب، ولا سيما توضيح طبيعة الضرر الذي سينجم عن الكشف العلني وأهميته النسبية وذلك لإقناع اللجنة بأهمية تلك المعاملة السرية.

88. لن تكشف اللجنة عن معلومات أو وثائق صُنفت على أنها سرية لدولة عضو أو لسلطة دولة عضو أو لأي دولة أخرى، إلا إذا كانت هذه الدولة أو السلطة ملزمة باحترام سرية مثل هذه المعلومات أو الوثائق بموجب قوانينها الوطنية. ويجب على اللجنة أن تحصل من الدولة العضو أو من سلطة الدولة العضو على تأكيد بأن المعلومات ستُعامل معاملة سرية.

### **التماس الاستئناف**

89. أي شخص تضرر من قرار اللجنة سيكون له الحق في الاستئناف أمام مجلس الإدارة بالطريقة المنصوص عليها في القواعد ذات الصلة. على أن يتم تقديم استئناف إلى مجلس الإدارة في غضون 60 يوماً من استلام الإخطار بالقرار. وستسترشد عملية الاستئناف بقواعد لجنة المنافسة بالكوميسا (إجراءات مجلس الاستئناف).

## **القسم الثامن - الممارسات الأفقية للأعمال التجارية**

### **الآثار الإيجابية والسلبية للممارسات الأفقية للأعمال التجارية**

90. الممارسات التجارية الأفقية هي ممارسات تجارية يتم الدخول فيها بين تعهدين أو أكثر، يعمل كل منها على نفس المستوى لسلسلة الإنتاج أو التوزيع.

## القيود حسب الغرض

91. تعرض المادة 19 (3) من اللوائح قائمة بالممارسات التجارية التي تعتبر ممارسات تجارية تقييدية حسب الغرض. وقيود المنافسة حسب الغرض هي تلك التي لديها، بطبيعتها، القدرة على تقييد المنافسة بالمعنى المقصود في المادة 16 (1). ومثل هذه الممارسات التجارية لن تستفيد من إجراءات التفويض الواردة في المادة 20. وليس من الضروري فحص الآثار الفعلية أو المحتملة لاتفاقية ما على السوق بمجرد تحديد غرضها المضاد للمنافسة.

92. ومن أجل تقييم ما إذا كان لاتفاقية ما هدف مضاد للمنافسة، يجب مراعاة محتوى الاتفاقية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والسياق الاقتصادي والقانوني الذي تشكل جزءاً منه. بالإضافة إلى ذلك، على الرغم من أن نية الأطراف ليست عاملاً ضرورياً في تحديد ما إذا كانت لاتفاقية ما لغرض مضاد للمنافسة، يجوز للجنة، في تحليلها، أن تأخذ هذا الجانب في الاعتبار.

## الآثار المقيدة للمنافسة

93. إذا كانت اتفاقية أفقية ما لا تقيد المنافسة حسب غرضها، فيجب فحص ما إذا كانت لها آثار تقييدية ملموسة على المنافسة. ويجب أن تؤخذ الآثار الفعلية والمحملة في الاعتبار. بعبارة أخرى، يجب على الأقل أن يكون للاتفاقية تأثيرات معاكسة للمنافسة

94. لكي يكون لاتفاق ما آثار تقييدية على المنافسة بالمعنى المقصود في المادة 16 (1)، يجب أن يكون له، أو يُحتمل أن يكون له، تأثير سلبي ملموس على واحد على الأقل من معايير المنافسة في السوق، مثل السعر أو الإنتاج أو جودة المنتج أو تنوع المنتج أو الابتكار. ويمكن أن يكون للاتفاقيات مثل هذه الآثار من خلال تقليل المنافسة بشكل ملحوظ بين أطراف الاتفاقية أو بين أي منهم وبين الغير. هذا يعني أن الاتفاقية يجب أن تقلل من استقلالية الأطراف في اتخاذ القرار، إما بسبب الالتزامات الواردة في الاتفاقية التي تنظم سلوك السوق لأحد الطرفين على الأقل؛ أو عن طريق التأثير على سلوك طرف واحد على الأقل من خلال إحداث تغيير في حوافز ذلك الطرف.

95. إن تقييم ما إذا كان لاتفاقية أفقية ما آثار تقييدية على المنافسة، في إطار المعنى المقصود في المادة 16 (1)، يجب القيام به مقارنة بالسياق القانوني والاقتصادي الفعلي الذي كان يمكن أن تحدث فيه المنافسة، حال غياب هذه الاتفاقية بكل قيودها المزعومة. (أي في حالة عدم وجود الاتفاقية كما هي (إذا كان قد تم تنفيذها بالفعل) أو كما هو مُتصوّر (إذا لم يكن قد تم تنفيذها بعد في وقت التقييم). ومن ثم، من أجل إثبات الآثار التقييدية الفعلية أو المحتملة على المنافسة، من الضروري مراعاة المنافسة بين الأطراف والمنافسة من الغير، ولا سيما المنافسة الفعلية أو المحتملة التي كانت ستوجد في غياب الاتفاقية. ولا تأخذ هذه المقارنة في الاعتبار أي مكاسب محتملة في الكفاءة ناتجة عن الاتفاقية حيث لا يتم تقييمها إلا بموجب المادة 16 (4).

96. من المحتمل أن تحدث تأثيرات تقييدية على المنافسة داخل السوق ذات الصلة حيث يمكن توقعها بدرجة معقولة من الاحتمال بأنه، بسبب الاتفاقية، ستكون الأطراف قادرة على رفع الأسعار بشكل مربح أو تقليل الإنتاج أو جودة المنتج أو تنوع المنتجات أو الابتكار. وسيعتمد ذلك على عدة عوامل مثل: طبيعة الاتفاقية ومحتواها، ومدى حصول الأطراف بشكل فردي أو مشترك على درجة معينة من القوة السوقية، ومدى مساهمة الاتفاقية في إيجاد أو إبقاء أو تعزيز تلك القوة السوقية أو السماح للأطراف باستغلالها.

97. يمكن أن تكون الاتفاقيات الأفقية داعمة للمنافسة ومنشئة لكفاءات اقتصادية كبيرة، خاصة من خلال الجمع بين الأنشطة التكميلية أو المعرفة أو الأصول، على سبيل المثال البحث والتطوير والإنتاج و / أو تسويق نتائجه. وهناك عاملان مهمان في تقييم التعاون: أولهما؛ نقطة بداية التعاون، وثانيهما؛ درجة تكامل الوظائف المختلفة التي يتم دمجها.

98. يحتوي تحليل اتفاقيات التعاون الأفقي على بعض العناصر المشتركة مع تحليل عمليات الدمج الأفقية المتعلقة بالتأثيرات التقييدية المحتملة، لا سيما فيما يتعلق بالمشاريع المشتركة. وغالباً ما يكون هناك خط رفيع بين المشاريع المشتركة كاملة الوظائف التي تندرج تحت لائحة الاندماج، والمشاريع المشتركة غير كاملة الوظائف التي يتم تقييمها بموجب المادة (16). وبالتالي، يمكن أن تكون آثارها متشابهة تماماً.

## ملان آمن

99. ترى المفوضية أن الاتفاقيات بين التعهدات التي تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء، لا تقييد المنافسة بشكل ملحوظ بالمعنى الوارد في المادة 16 (1)، وذلك إذا كانت حصة السوق الإجمالية التي يحتفظ بها أطراف الاتفاقية لا تتجاوز 10 ٪ في أي من الأسواق ذات الصلة المتأثرة بالاتفاقية. وحيثما يتم عقد الاتفاقية بين تعهدات متنافسة، فعلاً أو احتمالاً، في أي من هذه الأسواق (اتفاقيات بين متنافسين)؛ أو أعلى من عتبة الحصة السوقية البالغة 10٪، فمن الضروري إجراء فحص إنفرادي لتحديد أولاً ما إذا كانت ممارسة الأعمال الأفقية تندرج ضمن المادة 16 (1) من اللوائح، فإذا كانت كذلك، تحديد مدى تحقق شروط المادة 16 (4) من اللوائح.

100. عندما تكون المنافسة في سوق ذات صلة مقيدة بالأثر التراكمي لاتفاقيات لبيع سلع أو خدمات مبرمة من قبل مختلف الموردين أو الموزعين (تأثير الحجز التراكمي لشبكات متوازية من اتفاقيات لديها تأثير مماثل على السوق)، يتم خفض عتبات الحصة السوقية إلى 5٪. ولا يُعتبر الموردون أو الموزعون المنفردين الذين لا تتجاوز حصة السوق لديهم 5٪، بشكل عام، أنهم يساهمون بشكل كبير في تأثير الحجز التراكمي. ومن غير المحتمل أن يوجد تأثير للحجز التراكمي إذا كان أقل من 30 ٪ من السوق ذات الصلة مغطىً بشبكات موازية من اتفاقيات لها تأثيرات مماثلة.

101. كما ترى اللجنة أيضاً أن الاتفاقيات لا تقييد المنافسة إذا لم تتجاوز حصص السوق، خلال سنتين متتاليتين، عتبات 10٪، و 5٪ (على الترتيب كما هو موضح في الفقرات السابقة) بأكثر من 2٪.

102. ومع ذلك، فإن الممارسات التقييدية حسب الغرض المدرجة في المادة 19 (3) محظورة بغض النظر عن إجمالي حصص السوق التي تحتفظ بها الأطراف المعنية.

### تقييم المنافسة للاتفاقيات الأفقية

103. من أجل تقييم ممارسات الأعمال الأفقية بموجب المادة 16 (1)، ستنظر اللجنة في العوامل التالية، من بين عدة أمور أخرى:

(أ) طبيعة ومحتوى الاتفاقية: يتعلق هذا بعوامل مثل مجال التعاون وهدفه، والعلاقة التنافسية بين الأطراف ومدى الجمع بين أنشطتهم.

(ب) القوة السوقية للأطراف: القوة السوقية هي القدرة على الحفاظ على أسعار مربحة فوق المستويات التنافسية لفترة زمنية ممتدة (وليست مؤقتة)، أو الحفاظ بشكل مربح على الإنتاج من حيث كميات المنتج وجودة المنتج وتنوعه أو ابتكاره تحت المستويات التنافسية لفترة من الزمن.

(ج) الخصائص الأخرى للسوق: اعتماداً على المركز السوقي للأطراف والتركيز في السوق، وهناك عوامل أخرى مثل استقرار حصص السوق بمرور الوقت، وحواجز دخول السوق واحتمالات دخوله، وكذا مراعاة القوة التعويضية للمشتريين / والموردين.

### تحليل أنواع معينة من القيود الأفقية

#### اتفاقيات تبادل المعلومات

104. اتفاقيات تبادل المعلومات هي ممارسات تجارية حيث يتبادل تعهدان أو أكثر معلومات السوق. وقد يكون تبادل المعلومات مستقلاً أو تابعاً لممارسة تجارية أخرى. ويتم تقييم تبادل المعلومات الذي يشكل جزءاً من ممارسة أعمال أخرى في سياق تقييم ممارسة الأعمال الأفقية الرئيسية نفسها. وفي هذه الحالة، من الضروري بالتالي تقييم (أ) ما إذا كان تبادل المعلومات تابعاً لاتفاق آخر؛ و (ب) ما إذا كان تبادل المعلومات ضرورياً بشكل معقول لإنجاز الاتفاقية الرئيسية.

105. تبادل المعلومات هو ممارسة واسعة الانتشار وقد يؤدي إلى تحقيق كفاءات. على سبيل المثال، قد يحل معضلة عدم تناسق المعلومات أو يساعد التعهدات على تحسين كفاءتها الداخلية من خلال قياس الأداء. كما يمكن أن يساعد المستهلكين على تقليل تكاليف البحث أو تعزيز الاستثمارات.

106. ومع ذلك، فإن تبادل معلومات السوق يمكن أن يسهل التنسيق ويقلل من استقلالية الجهات الفاعلة في السوق. وقد يؤدي أيضاً إلى الحجز / الإغلاق إذا لم يكن لدى بعض اللاعبين في السوق إمكانية الوصول إلى المعلومات التي لا غنى عنها للمنافسة في السوق. وسيعتمد التقييم على خصائص السوق ذات الصلة ونوع المعلومات المتبادلة. أولاً؛ فيما يتعلق بخصائص السوق؛ فكلما كان السوق أكثر شفافية وتجانساً واستقراراً وتركيزاً، كلما زاد احتمال أن يكون تبادل المعلومات تقيدياً.

107. ثانياً؛ فيما يتعلق بنوع المعلومات المتبادلة. حيث يميل تبادل البيانات الاستراتيجية، مثل المعلومات عن الأسعار والكميات، إلى تقليل درجة عدم اليقين في السوق، ومن المرجح أن يكون تقييداً. وبخاصة إذا كانت المعلومات المتبادلة فردية وتتعلق باستراتيجية التعهدات المستقبلية. وعلى النقيض من ذلك، فإن تبادل البيانات الصناعية المجمع (مما يجعل من الصعب تحديد المعلومات الخاصة بالشركة)، والمعلومات التاريخية (أقدم بعدة مرات من متوسط طول العقود في الصناعة) والمعلومات العامة الحقيقية (يسهل جمعها من السوق)، من غير المرجح أن يكون مقيداً للمنافسة.

### **اتفاقيات البحوث والتطوير**

108. اتفاقيات البحوث والتطوير هي اتفاقيات يتعاون بموجبها تعهدان أو أكثر لإجراء بحوث، وتطوير منتج، وأحياناً طرح هذا المنتج في السوق.

109. لا تقع معظم اتفاقيات البحوث والتطوير في نطاق المادة 16 (1) من اللوائح. فمن غير المحتمل أن تثير اتفاقيات البحوث والتطوير بين غير المتنافسين مخاوف بشأن المنافسة. وبالمثل، فإن اتفاقيات البحوث والتطوير البحتة التي لا تستلزم تسويقاً مشتركاً، وتكون بعيدة كل البعد عن تسويق المنتجات، لا يرجح لها أن تثير أي مخاوف بشأن المنافسة؛ ما لم تقلل من عدد أعمدة البحث والتطوير المستقلة المتبقية.

110. يجب القيام بفحص متمعن لاتفاقيات البحث والتطوير التي تتضمن استغلالاً مشتركاً. ومن غير المحتمل أن تؤدي اتفاقيات البحث والتطوير التي تهدف إلى تطوير منتج جديد بالكامل إلى إثارة مخاوف بشأن المنافسة.

111. يجب أن يأخذ تقييم اتفاقيات البحث والتطوير الأخرى في الاعتبار مواقف الأطراف، والتداعيات على كل من الأسواق القائمة وأسواق الابتكار، ومدى ضرورة تعاون الأطراف لتحقيق الابتكار المقصود. وقد تؤدي اتفاقيات البحوث والتطوير إلى تقييد المنافسة إذا لم تكن الاتفاقية ضرورية لجلب الابتكار المقصود إلى السوق، وإذا كان لدى الأطراف قوة سوقية في بعض الأسواق ذات الصلة.

### **اتفاقيات الإنتاج**

112. اتفاقيات الإنتاج هي اتفاقيات يتفق بموجبها تعهدان أو أكثر إما على الإنتاج بشكل مشترك أو على التخصص بحيث يتعاقد أحد الطرفين على الإنتاج من الباطن للطرف الآخر.

113. قد تؤدي اتفاقيات الإنتاج إلى التآزر ووفورات الحجم ووفورات في التكاليف.

114. قد تؤدي اتفاقيات الإنتاج أيضاً إلى التنسيق بين الأطراف، وعلى وجه الخصوص، المواءمة من حيث الأسعار والمُدخلات بسبب ارتفاع التكاليف المشتركة. كما قد تؤدي أيضاً إلى حجز / إغلاق

على الغير في سوق نهائية ذي صلة. وتحمل اتفاقيات الإنتاج التي تستلزم أيضاً تسويقاً مشتركاً مخاطر أعلى لفقدان المنافسة.

115. من غير المحتمل أن تثير اتفاقيات الإنتاج مخاوف بشأن المنافسة إذا لم يكن للأطراف قوة سوقية في الأسواق ذات الصلة. بالإضافة إلى ذلك، من غير المحتمل أن تؤدي اتفاقيات الإنتاج إلى إثارة مخاوف تتعلق بالمنافسة عندما تكون ضرورية لتقديم منتج جديد إلى السوق بشكل أكثر كفاءة.

### **اتفاقيات الشراء**

116. اتفاقيات الشراء هي اتفاقيات يشتري بموجبها تعهدان أو أكثر أحد المُدخلات بشكل مشترك.

117. تؤدي اتفاقيات الشراء عموماً إلى انخفاض سعر المُدخلات أو تحسين جودتها بسبب الكفاءات المرتبطة بكم حجم الشراء (انخفاض تكاليف المعاملات؛ قدرة الموردين على ضمان مستويات إنتاج أعلى وأكثر كفاءة؛ إلخ).

118. قد تؤدي اتفاقيات الشراء إلى آثار تقييدية على المنافسة في كل من أسواق الشراء وأسواق البيع النهائي. أما في أسواق التوريد، فقد تجبر اتفاقيات الشراء الموردين على تقليل جودة منتجاتهم أو نطاقها إذا كان لدى الأطراف قوة سوقية كبيرة. وفي السوق النهائية، قد تؤدي اتفاقيات الشراء إلى إعاقة المنافسين أو إلى حدوث تواطؤ بسبب قواسم مشتركة عالية في التكاليف.

119. ومع ذلك، في حالة عدم وجود قوة سوقية كبيرة، تكون اتفاقيات الشراء المشتركة مؤيدة للمنافسة بشكل عام، حيث إنها قد تؤدي إلى نقل الكفاءات إلى المستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، إذا لم تكن الأطراف نشطة في نفس السوق النهائية، فمن غير المرجح أن تؤدي اتفاقية شراء مشتركة إلى إثارة مخاوف تتعلق بالمنافسة.

### **اتفاقيات التسويق التجاري**

120. اتفاقيات التسويق هي اتفاقيات يتعاون بموجبها تعهدان أو أكثر لبيع أو توزيع أو ترويج منتجات قابلة للاستبدال. وقد تقتصر اتفاقيات التسويق على جوانب معينة من البيع والتوزيع والترويج أو تتعلق بجميع الجوانب، بما في ذلك تحديد السعر.

121. قد تؤدي اتفاقيات التسويق إلى كفاءات في توزيع المنتجات.

122. قد تؤدي اتفاقيات التسويق أيضاً إلى تأثيرات معاكسة للمنافسة. فعلى وجه الخصوص، يمكن أن تؤدي إلى أو تسهل تحديد الأسعار وتقسيم السوق والحد من الإنتاج..

123. من أجل تقييم اتفاقيات التسويق، يجب أخذ محتوى الاتفاقية ودرجة التعاون في الاعتبار. وتعتبر اتفاقيات التسويق مؤيدة للمنافسة بشكل عام إذا لم يكن بإمكان الأطراف الدخول إلى السوق بشكل فردي. كما تعتبر اتفاقيات التسويق أيضاً غير مثيرة لمخاوف كبيرة بشأن المنافسة إذا لم يكن للأطراف قوة سوقية كبيرة.

## القسم التاسع- الممارسات الرأسية للأعمال التجارية

### الآثار الإيجابية والسلبية للممارسات الرأسية للأعمال التجارية

124. الممارسات الرأسية للأعمال التجارية هي ممارسات تجارية يدخلها تعهدان أو أكثر يعمل كل منها على مستوى مختلف في سلسلة الإنتاج أو التوزيع. وقد تؤدي الممارسات التجارية الرأسية إلى تحقق كفاءات كبيرة، خاصةً عندما لا يكون للمورد قوة سوقية كبيرة.

125. قد تحل القيود الرأسية المعضلة التي تحدث عندما يقفز أحد أو بعض الموزعين على الجهود التي بذلها موزع آخر لتسويق المنتجات والإعلان عنها. والتوزيع الحصري، كقيود رأسي، قد يكون مقبولاً لحل مثل هذه المعضلة. ولكن في ظروف محدودة، مع أخذ سياق ممارسة الأعمال في الاعتبار، فعلى سبيل المثال يجب أن يكون الاستثمار متعلقاً بالعلاقة، أي لا يمكن استخدامه لتزويد العملاء الآخرين بعد إنهاء العقد وما إلى ذلك.

126. قد يؤدي تقييد رأسي مفاده الحفاظ على حد أقصى لسعر إعادة البيع، إلى حل مشكلة التهميش المزدوج. فمن خلال تحديد حد أقصى لسعر إعادة البيع، يمكن للشركات المصنعة ضمان عدم معاناة منتجاتها من العوامل الخارجية السلبية الناجمة عن الأسعار المرتفعة للغاية التي يفرضها بائع التجزئة. ويمكن للقيود الرأسية أيضاً أن تعود بالنفع على استثمارات الموردين أو الموزعين. كما أنها قد تساعد الموردين على الدخول في منتج أو سوق جغرافي جديد.

127. قد يكون للممارسات التجارية الرأسية أيضاً تأثيرات تقييدية على المنافسة: أولاً، تميل الممارسات التجارية الرأسية إلى تقليل المنافسة داخل العلامة التجارية، أي المنافسة بين موزعي المورد. ومن المسلم به عموماً أن قيود المنافسة داخل العلامة التجارية أقل خطورة من قيود المنافسة بين العلامات التجارية (أي المنافسة بين الموردين)، شريطة أن تظل المنافسة بين العلامات التجارية شرسة. ومع ذلك، فإن القيود المفروضة على المنافسة داخل العلامة التجارية تصبح أكثر جدية كلما زادت قوة السوق التي يحظى بها المورد.

128. ثانياً، قد تؤدي الممارسات التجارية الرأسية أيضاً إلى تقييد المنافسة بين العلامات التجارية بشكل مباشر عن طريق زيادة الشفافية في السوق وخلق حواجز أمام الدخول.

129. ثالثاً، قد تخلق الممارسات التجارية الرأسية عقبات أمام تكامل السوق.

## إجراءات التقييم واسع النطاق للممارسات الرأسيّة للأعمال

130. من أجل تقييم الممارسات الرأسيّة للأعمال بموجب المادة 16 من اللوائح، يجوز للجنة النظر في العناصر التالية:

- أ) طبيعة الاتفاقية التي تبحث في القيود المحددة المفروضة بموجب الاتفاقية والمدة والنسبة المئوية للمبيعات الفعلية المتأثرة بالقيود في السوق ذات الصلة؛
- ب) موقف السوق بالنسبة للأطراف، وهو الذي يوفر فهماً لدرجة قوة السوق. فعلى سبيل المثال، كلما ارتفعت حصص السوق، زادت احتمالية تمتع الأطراف بقوة السوق؛
- ج) وضع المنافسين في السوق؛ على سبيل المثال، كلما زادت قوتهم، زادت أعدادهم وسلطتهم التأديبية على الأطراف، كلما قلت مخاطر ممارسة الأطراف لقوتها السوقية وقيامها بحجز أو إغلاق السوق؛
- د) وضع السوق بالنسبة للمشتريين؛ على سبيل المثال كلما زادت القوة التعويضية للعميل من جانب المشتري في السوق، كلما زاد تأثير الطلب، وبالتالي زادت سلطته الانضباطية على أطراف الاتفاقية؛
- هـ) العوائق التي تحول دون الدخول والتي تحدد إلى أي مدى يمكن للأطراف القائمة في الاتفاقية زيادة الأسعار فوق المستوى التنافسي دون إغراء المنافسين الحاليين بدخول أو توسع جديد؛
- و) طبيعة السوق؛ على سبيل المثال إذا كان السوق ناضجاً، والابتكار لا يُغير الكثير، وكان الطلب مستقراً نسبياً ومتراجعاً إلى حد ما، فإن السوق يكون أكثر عرضة للآثار السلبية للاتفاقيات الرأسيّة مقارنة بالأسواق الديناميكية؛
- ز) مستوى التجارة؛ أي الآثار السلبية للقيود الرأسيّة تعتمد على ما إذا كان السوق لمنتجات وسيطة أو منتجات نهائية. إذ أن المشتريين لمنتجات وسيطة (المُدخلات) يكونون على دراية جيدة بخصائص المنتج ولا يعتمدون بشكل كبير على العلامات التجارية، ومن ثم، فإن الآثار السلبية للقيود الرأسيّة تكون أقل مما هي عليه في السوق بالنسبة للمنتجات النهائية؛
- ح) طبيعة المنتج؛ أي أن آثار القيود الرأسيّة، تعتمد على ما إذا كان المنتج متجانساً أو غير متجانس، وما إذا كان مكلفاً أو أقل تكلفة، وما إذا كان يسهل الوصول إليه، أو ما إذا كان يمثل عملية شراء لمرة واحدة أو شراء متكرر. ومن المرجح أن يكون للقيود الرأسيّة آثار سلبية على أسواق المنتجات غير المتجانسة والأقل تكلفة والمشتريات لمرة واحدة؛
- ط) حجم الجزء المتأثر من السوق؛ ومدة القيود الرأسيّة، والقوة السوقية للمورد والموزعين، تمثل العوامل الإضافية التي تؤخذ في الاعتبار.

ملان آمن

131. الممارسات التجارية غير القادرة على تقييد المنافسة بشكل ملحوظ من خلال الغرض أو التأثير داخل السوق المشتركة لا تندرج ضمن نطاق المادة 16 (1) من اللوائح. علاوة على ذلك، في حالة

عدم وجود قوة سوقية كبيرة للأطراف، فمن المرجح أن تكون ممارسة الأعمال التجارية مسموح بها بموجب المادة 16 (4) من اللوائح.

132. ترى اللجنة أن الاتفاقيات بين التعهدات التي تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء لا تقيد المنافسة بشكل ملحوظ بالمعنى المقصود في المادة 16 (1) إذا كانت حصة السوق التي يحتفظ بها كل من أطراف الاتفاقية لا تتجاوز 15 ٪ في أي من الأسواق ذات الصلة المتأثرة بالاتفاقية، حيثما يتم إبرام الاتفاقية بين تعهدات ليست منافسة فعلية أو محتملة في أي من هذه الأسواق (اتفاقيات بين غير المتنافسين). أما بالنسبة للاتفاقيات التي تتجاوز عتبة حصة السوق فيها 15 ٪، فإنه يلزم إجراء فحص فردي لتحديد ما إذا كانت شروط المادة 16 (4) مستوفاة.

133. عندما تكون المنافسة في سوق ذات صلة مقيدة بالأثر التراكمي لاتفاقيات بيع السلع أو الخدمات المبرمة من قبل مختلف الموردين أو الموزعين (تأثير الغلق التراكمي لشبكات موازية لاتفاقيات لها تأثير مماثل على السوق)، تنخفض عتبة حصة السوق إلى 5 ٪. ولا يُعتبر الموردون أو الموزعون المنفردين الذين لا تتجاوز حصة السوق لديهم 5 ٪ مسهمين بشكل كبير في تأثير تراكمي بالحجز أو الإغلاق. ومن غير المحتمل أن يوجد تأثير تراكمي للحجز أو الإغلاق إذا كان أقل من 30 ٪ من السوق ذات الصلة مغطى بشبكات لاتفاقيات موازية ذات تأثيرات مماثلة.

134. كما ترى اللجنة أن الاتفاقيات تكون غير مقيدة للمنافسة إذا لم تتجاوز حصص السوق خلال عامين متتاليين عتبي 15 ٪ و 5 ٪ (على التوالي على النحو المبين في الفقرات السابقة) بأكثر من نقطتين مؤبطين.

## تحليل ممارسات رأسية مختارة للأعمال

### الحفاظ على سعر إعادة البيع

135. يعد الحفاظ على سعر إعادة البيع قيماً على قدرة المشتري على تحديد سعر البيع الخاص به، دون المساس بإمكانية قيام المورد بفرض حد أقصى لسعر البيع أو التوصية بسعر بيع، بشرط عدم الوصول إلى سعر بيع ثابت أو سعر أدنى نتيجة لضغوط أو حوافز مقدمة من أي من الأطراف.

136. يزيد الحفاظ على سعر إعادة البيع من شفافية الأسعار في السوق، مما قد يسهل التواطؤ ويقضي على المنافسة السعرية داخل العلامة التجارية. ومع ذلك، قد يؤدي الحفاظ على سعر إعادة البيع إلى كفاءات عند تقديمه للمساعدة في إدخال منتج جديد أو لتنظيم حملة قصيرة المدى قائمة على خفض سعري. وفي مثل هذه الحالات، قد يستفيد الحفاظ على سعر إعادة البيع من الإعفاء بموجب المادة 16 (4) من اللوائح.

137. عند تقييم آثار الحفاظ على سعر إعادة البيع في السوق، من الضروري تقييم وضع المورد. فكلما كان مركز المورد أقوى، زادت مخاطر أن السعر الموصى به قد يكون سعراً محورياً مما يؤدي إلى سعر إحالة موحد لجزء كبير من السوق. وهذا هو الحال بشكل خاص إذا كان المورد يتمتع بقوة سوقية كبيرة في كل من سوق التوريد والسوق النهائي.

### العلامة التجارية الفردية

138. العلامة التجارية الفردية تعني الاتفاقيات الرأسية التي يلتزم بموجبها المشتري بشراء كل أو معظم متطلباته لمنتج معين من مورد واحد.

139. قد يكون لاتفاقيات العلامات التجارية الفردية آثار مقيدة على المنافسة. وقد تؤدي، على وجه الخصوص، إلى حجز الموردين المنافسين من خلال حرمانهم من الوصول إلى شركاء تجاريين لا مفر منهم، وتخفيف المنافسة وتسهيل التواطؤ. وكلما زاد الجزء المتأثر من السوق وطالت مدة الالتزام بعلامة تجارية واحدة، كانت العلامة التجارية الفردية تقييدية أكثر ويمكن أن تؤدي إلى تأثيرات مضادة للمنافسة. ومن المرجح أيضاً أن يحدث التأثير المضاد للمنافسة على مستوى البيع بالتجزئة أكثر من المستوى الوسيط.

140. عند تقييم آثار العلامة التجارية الفردية على المنافسة، سنتنظر اللجنة في وضع السوق للأطراف في مواجهة منافسيهم للتأكد من الحجز المضاد للمنافسة، ومن السلطة التعويضية للتأكد من قوة المشترين في تحقيق انضباط الأطراف وانضباط مستوى التجارة. وتقل احتمالية الحجز ضد المنافسة في سوق المنتجات الوسيطة، حيث أن المشترين للمدخلات يكونون أقل اعتماداً على العلامات التجارية.

### التوزيع الحصري

141. التوزيع الحصري يعني اتفاقيات رأسية يوافق بموجبها المورد على بيع منتج معين لموزع واحد فقط في منطقة معينة أو لمجموعة معينة من العملاء.

142. قد ينتج عن التوزيع الحصري تأثير مضاد للمنافسة إذا كان للمورد قوة سوقية كبيرة قد تقلل أو تقضي على المنافسة داخل العلامة التجارية، وتؤدي إلى تقسيم السوق، وتسهيل التمييز في الأسعار، وتخفيف المنافسة، وتسهيل التواطؤ في سيناريو يوجد فيه العديد من الموردين المشاركين في توزيع حصري لمنتجات قابلة للاستبدال. وفي غياب القوة السوقية، يتم تعويض خسارة المنافسة داخل العلامة التجارية عموماً بالمنافسة الموجودة بين العلامات التجارية. وعلاوة على ذلك، فإن التوزيع الحصري أقل إشكالية على مستوى البيع بالجملة وحيثما يكون السوق ديناميكياً.

143. قد تساعد القيود المناطقية من خلال تشجيع الموزع على تركيز جهوده على المنطقة المخصصة له. ومع ذلك، فإن منع الموزعين من الاستجابة للطلبات غير المرغوب فيها من العملاء المقيمين خارج المناطق المخصصة لهم (ما يسمى "المبيعات السلبية") يعيق إنشاء السوق المشتركة من خلال إعادة إنشاء الحدود الوطنية تعاقدياً. وبالتالي، فإن تقييد المبيعات السلبية والواردات الموازية قد يعيق التجارة بين الدول الأعضاء وينتهك المادة 16 (1) (أ) من اللوائح.

144. ينظر التقييم العملي لتأثيرات التوزيع الحصري في: الوضع السوقي للأطراف بالنسبة لمنافسيهم لتقييم ما إذا كان فقدان المنافسة داخل العلامة التجارية يمكن أن يزيد من مخاطر المنافسة؛ كما ينظر في حواجز الدخول التي قد تعيق إنشاء موزعين جدد، أو دخول موزعين بديلين؛ ويبحث كذلك في قوة المشترين التي قد تخاطر بإمكانية التواطؤ بين المشترين المهمين والمورد؛ وأخيراً ينظر في نزح السوق ومستوى التجارة، من بين عدة عوامل أخرى.

### التوزيع الانتقائي

145. التوزيع الانتقائي يعني اتفاقيات رأسية يحدد بموجبها المورد موزعين معتمدين على أساس معايير اختيار محددة مسبقاً. والتقييد الذي يفرضه التوزيع الانتقائي له شقان: قيود على عدد الموزعين المعتمدين، وقيود على إمكانية إعادة البيع لموزعين غير معتمدين.

146. قد يؤدي التوزيع الانتقائي إلى خنق المنافسة داخل العلامة التجارية، وإضعاف المنافسة، وتسهيل التواطؤ بين الموردين والمشترين، والتعجيل بحجز/ إغلاق السوق. وتكون مخاطر الآثار المضادة للمنافسة أكبر عندما يكون للمورد قوة سوقية كبيرة بحيث تضعف المنافسة بين العلامات التجارية أيضاً. وعلى النقيض من ذلك، فإنه في غياب القوة السوقية، يتم تعويض خسارة المنافسة داخل العلامة التجارية عموماً عن طريق المنافسة الموجودة بين العلامات التجارية. وعلاوة على ذلك، من غير المحتمل حجز الموردين المتنافسين ما لم يتم الجمع بين التوزيع الانتقائي والتزامات العلامة التجارية الفردية.

147. سيأخذ تقييم التوزيع الانتقائي في حسابه اختيار التوزيع النوعي البحت الذي يقوم على المعرفة الفنية الخاصة وتدريب الموزع كما هو مطلوب من قبل أنواع معينة من المنتجات، بدلاً من اختيار كمي يقيد عدد الموزعين بناءً على الحد الأدنى لمتطلبات المبيعات. ولا يثير توزيع الاختيار النوعي، في غالب الأحيان، مخاوف تنافسية طالما كانت معايير الاختيار موضوعية بما فيه الكفاية وكانت الشروط لا تتعدى ما هو مقبول موضوعياً. ويعتبر وضع السوق بالنسبة للمورد ومنافسيه أمراً حيوياً في عملية التقييم للتأكد من فقدان المنافسة داخل العلامة التجارية. كما يُعد عدد شبكات التوزيع المختارة المتاحة في السوق عاملاً مهماً أيضاً في التأكد من الطبيعة المضادة للتنافسية لترتيبات التوزيع. ويعتبر تقييم حواجز الدخول أيضاً أمراً حيوياً في حالة غلق السوق بالنسبة للتجار غير المصرح لهم. ويحتاج تيرير الكفاءة المنصوص عليه في التعهدات إلى تحليل قوي للتأكد مما إذا كان يمكن الحصول بواسطة وسائل توزيع أخرى على نفس الكفاءات بتكلفة قابلة للمقارنة.

148. التوريد الحصري يعني اتفاقيات رأسية يوافق بموجبها المورد على بيع منتج معين لمشتري واحد فقط، سواء بشكل عام أو لاستخدام معين.

149. التوريد الحصري قد يكون له آثار تقييدية على المنافسة. فهو، على وجه الخصوص، قد يؤدي إلى حجز المشتريين المتنافسين. لذلك فإن مدة تأثير السوق، والقطاع المتأثر منه يمثلان عاملين مهمين يجب أخذهما في الاعتبار، بالإضافة إلى حواجز الدخول والقدرة التعويضية للموردين. وسأخذ تقييم الحجز المضاد للمنافسة بسبب التوريد الحصري في الاعتبار القوة السوقية للمشتري في سوق الشراء الأولي، ومدة تطبيق الالتزام ومدى تطبيقه. ولا شك أن وضع السوق بالنسبة للمشتريين المتنافسين في سوق التوريد مهم أيضاً لتحديد إمكانية الحجز. وتعتبر حواجز الدخول على مستوى المورد هامة لتحديد المدى الذي يمكن للموردين البديلين الوصول إليه عند دخولهم السوق.

150. علاوة على ذلك، من الضروري تقييم القدرة التعويضية للمورد حيث أنه قد لا يستسلم الموردون المهمون لسيناريو عزلهم عن المشتريين البديلين. وفي هذا الترتيب، يصبح الحجز مشكلة حيث يوجد موردين ضعفاء ومشترون أقوياء. ويجب أخذ عوامل إضافية، مثل مستوى التجارة وطبيعة المنتج، في الاعتبار لأن حجز السوق بالنسبة للمنتجات الوسيطة والمنتجات المتجانسة يكون أقل احتمالاً.

### اتفاقيات الامتياز التجاري (الفرانشايز)

151. الامتياز التجاري هو نموذج عمل تجاري قائم على علاقة تعاقدية بين شريكين تجاريين حيث يساهم كل من الطرفين في إنتاج و / أو توزيع منتج أو خدمة. ويتم الترتيب بين مانح الامتياز ومتلقي الامتياز حيث يسمح الطرف الأول للطرف الثاني باستخدام براءة الاختراع والعلامة التجارية وشبكة التوزيع والمعرفة الفنية والتجارية وما إلى ذلك. ومن المتوقع أن يدفع الطرف الثاني (متلقي الامتياز) رسوم حق الامتياز إلى الطرف الثاني (مانح الامتياز) على النحو المنصوص عليه في الترخيص. واللجنة ستقر بمثل هذا الترتيب باعتباره اتفاق امتياز فقط، إذا اقتنعت بوجود نقل كبير للمعرفة الفنية والمساعدة المستمرة للطرف المتعاقد. وهذا للتمييز بين ترتيبات الامتياز والتوزيع الحصري.

152. تمثل اتفاقيات الامتياز نموذجاً للتنسيق الرأسي حيث يتحكم مانح الامتياز في القرارات فيما يتعلق بالتسعير والجودة والتوزيع والاختيار ومصدر المدخلات، وما إلى ذلك. وقد تقيد الاتفاقيات أيضاً الحوافز وتمارس التزامات إضافية على متلقي الامتياز. على سبيل المثال، للتأكد من التجانس في عرض المنتجات أو الخدمات للمستهلكين، قد تحتوي اتفاقيات الامتياز على بنود تتعلق بالحد الأدنى لحفظ سعر إعادة البيع مما يحد من المنافسة داخل العلامة التجارية، وبالمناطق الحصرية مما يحد مرة أخرى من المنافسة داخل العلامة التجارية، وبالتعامل الحصري مما يحد من المنافسة مع العلامات التجارية الأخرى، وبالربط والتجميع ورفض ترخيص حقوق الملكية الفكرية وما إلى ذلك. وتشمل الكفاءات التي تنشأ من ترتيبات الامتياز التجاري دخول منتجات / تعهدات جديدة إلى السوق

وزيادة مشاركة الشركات الناشئة في توزيع السلع والخدمات في ظل الاستفادة من الوصول إلى شبكات توزيع متعددة.

153. ستأخذ اللجنة في الاعتبار، عند تحليلها طلبات ترخيص اتفاقيات الامتياز، هيكلية وديناميكيات السوق، ومستوى المنافسة بين العلامات التجارية من الامتيازات الأخرى أو بائعي المنتجات / الخدمات القابلة للاستبدال. وتتنظر اللجنة أيضاً في شروط دخول البائعين / أصحاب الامتيازات المحتملين إلى السوق ذات الصلة. كما تستكشف اللجنة بشكل أكبر الآثار طويلة المدى للاتفاقية حيث أن مثل هذه الاتفاقيات، على الرغم من أنها تبدو معادية للمنافسة على المدى القصير، قد تؤدي إلى كفاءة ديناميكية على المدى الطويل من خلال زيادة الاستثمار في الملكية الفكرية.

## القسم العاشر - متنوعات

### العقوبات والغرامات العامة

154. وفقاً للمادة 8 (5) من اللوائح، فإن أي شخص: "يخالف أو يفشل في الامتثال لأي لوائح أو قواعد تم إصدارها أو أي توجيه أو أمر صادر أو مفروض بشكل قانوني بموجب اللوائح أو بموجب أي قواعد تم إصدارها والتي لم يتم النص على عقوبة لها." يكون قد انتهك اللوائح وسيعتبر مسؤولاً بموجب هذا القرار على الغرامة بمبلغ على النحو الذي تحدده القواعد و / أو أي عقوبة أخرى يمكن تقييمها.

### مراجعة المبادئ التوجيهية

155. يمكن مراجعة هذه الخطوط الإرشادية من وقت لآخر لتعكس ظروف السوق المتغيرة والقانون الذي يحكم تنفيذها.