

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها

مديرية المنافسة

عرض حول البرنامج الوطني التحسيبي في مجال المنافسة و الممارسات التجارية

في إطار وضع حيز التنفيذ برنامج قطاع التجارة، و تحت عنوان المخطط الخماسي 2015-2019، قامت المصالح الخارجية لوزارة التجارة على المستوى الجهوي و الولائي بإعداد برنامج تحسيبي في مجال المنافسة و الممارسات التجارية يتضمن تنظيم ملتقيات، ورشات عمل، أيام إعلامية و دراسية و موائد مستديرة و التي يتم تأطيرها و متابعتها من قبل مصالح الإدارة المركزية (المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها - مديرية المنافسة).

بفضل هذا البرنامج المهم الذي يستهدف جميع الهيئات الفاعلة، اقتصادية و جامعية الذي يستهدف الإعلام و نشر مختلف المواضيع المتعلقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة بمجال صلاحيات قطاع التجارة بغية زيادة و رفع الديناميكية من حيث التفكير و التحليل على مستوى مصالحنا و الهيئات المشاركة في

البرنامج ، بهدف الوصول إلى توصيات ذات فائدة و صلة بمجال نشاطات قطاع التجارة و التي سيتم تقييمها و وضعها حيز التنفيذ وفقا لمدى ملاءمتها وأهميتها.

أهداف البرنامج :

تتمثل أهم الأهداف المتوخاة من وضع البرنامج التحسيسي في مجال المنافسة و الممارسات التجارية فيما يلي:

- النشر و الإعلام بالأحكام المتعلقة بالمنافسة بهدف المشاركة بتحسيس الفاعلين الاقتصاديين بأهمية المنافسة منافسة شريفة ونزيهة؛
- تحسيس الفاعلين الاقتصاديين بالأحكام المتعلقة بالممارسات التجارية عن طريق الإعلام بالقواعد و الممارسات النزيهة و الشفافة؛
- ترقية الترسانة القانونية للقطاع و المتعلقة بمجال المنافسة و الممارسات التجارية ؛
- خلق تقارب مع المتعاملين الاقتصاديين و الشركاء الإدارة المركزية و المحلية؛
- خلق مساحة للتشاور و الاستماع مباشرة بالنظر إلى انشغالات شركاء القطاع (متعاملين اقتصاديين، الجمعيات المهنية، جمعيات حماية المستهلك، خبراء و جامعيين).

قائمة مواضيع البرنامج التحسيسي:

1. أهمية المنافسة في التنمية الاقتصادية و خلق اقتصاد تنافسي ؛
2. دور شبكات التوزيع في خلق سوق تنافسي منظم ؛
3. خصائص حقوق الامتياز: تجارب دولية و وطنية ؛
4. دور و مهام سلطات الضبط ؛
5. كفاءات التعاون و التنسيق بين وزارة التجارة ، مجلس المنافسة، سلطات الضبط و وزارة العدل ؛
6. آليات تنظيم و ضبط السوق؛
7. الممارسات التجارية الغير نزيهة و الغير شرعية؛
8. المنافسة غير الشرعية و الإشهار التضليلي ؛
9. البيوع المقننة (البيع بالتخفيض، المبيعات الترويجية، تصفية المخزون...) ؛
10. البنود التعسفية ؛
11. النتائج السلبية لعدم الفوترة ؛

12. دور و مهام وزارة التجارة في تنظيم و ضبط السوق ؛
 13. دور أعوان الرقابة في تحسيس المتعاملين الاقتصاديين ؛
 14. أثار السوق الموازية على السوق الرسمي و المنافسة؛
 15. المنافسة في الصفقات العمومية ؛
 16. مجلس المنافسة: دوره و مهامه ؛
 17. المنافسة و ضبط السوق؛
 18. المنافسة و دورها في حماية المستهلك؛
 19. المعاملات التجارية عبر الإنترنت؛
 20. تقنيات ملاحظة السوق في مجال المنافسة ؛
 21. كفايات إجراء التحقيقات في مجال المنافسة ؛
 22. الوسائل و الطرق الفعالة لترقية قواعد المنافسة و ترسيخ ثقافة المنافسة ؛
 23. الخطوط التوجيهية المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة ؛
 24. تنشيط الموائد المستديرة حول إشكاليات تحليل الاقتصادي لقانون المنافسة الجزائري؛
- ← تعريف السوق ذات الصلة (marché pertinent) ؛
- ← التحليل الاقتصادي المتعلق ب:
- التعسف في وضعية الهيمنة؛
 - الاتفاقات؛
 - التجمعيات.

قائمة المواضيع ليست محصورة فقط في المواضيع السابقة الذكر و من الممكن تكملتها و إضافة مواضيع مقترحة أخرى تكون مفيدة و ذات صلة.