**Topic 02 :**

**ثانيا : صور المنافسة غير المشروعة**

تقتضي حرية المنافسة فسح المجال أمام الأعوان الإقتصاديين للوصول إلى الزبائن بكل الوسائل التسويقية أو القانونية المتاحة ، ما لم يستند في ذلك إلى أساليب غير مشروعة أو غير قانونية ، و عليه فإن لحرية المنافسة حدودا ينبغي التوقف عنها ، كما أن المنافسة غير المشروعة إذا استوفت شروطها يمكن لمن يأتيها أن يكون محل متابعة قضائية من خلال ما يعرف بدعوى المنافسة غير المشروعة ، و تتخذ المنافسة غير المشروعة عدة صور من أهمها ما يلي :

1. **تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس (التشهير)**

يتم تشويه سمعة عون إقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتوجاته أو خدماته بحيث تكون العبرة بمدى تأثير هذه المعلومات على زبائن المنافس مثل الادعاء بأن المؤسسة لا تحترم شروط النظافة ، أو أن أسعار خدماتها مرتفعة .

1. **زرع شكوك في ذهن المستهلك حول هوية المؤسسة**

يتم ذلك بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، بهدف كسب زبائن هذا العون بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك .

1. **إحداث خلل في تنظيم المؤسسة المنافسة**

يتم إحداث خلل في تنظيم عون إقتصادي منافس و تحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة ، كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية و اختلاس البطاقات أو الطلبيات و السمسرة غير القانونية ، و إحداث اضطراب بشبكته للبيع ، و يستوي أن تكون هذه الأعمال بشكل مقصود أو غير مقصود إذ أن العبرة في ذلك بتأثيره على القوة التجارية للمنافس .

1. **إحداث خلل في السوق بوجه عام**

و ذلك بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية ، و على وجه الخصوص التهرب من الإلتزامات و الشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته و إقامته .

**الترجمة :**

**Second: Types of unfair competition**

Freedom of competition requires allowing **economic agents** to reach **customers** by all available **marketing** or legal means, unless this is based on illegal methods, and therefore the **freedom of competition** has limits that should be stopped, and **illegal competition**, if its conditions are met, those who come to it can be the subject of **judicial prosecution** through what is known as the claim of:

1. **Defamation of a competitor's economic aid (defamation)**
2. **Planting doubts in the consumer's mind about the identity of the enterprise**
3. **Disruption of the organization of the competing enterprise**
4. **Creating an imbalance in the market in general**