

إشكالية الاحتكار والاندماجات الرقمية في ظل الاقتصاد الرقمي-دراسة قانونية مقارنة-

"The Issue of Digital Monopoly and Mergers in the Context of the Digital Economy: A Comparative Legal Study"

دقايشية زهور *

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر (الجزائر)، zhourdegaichia@gmail.com

مخبر الحوكمة والقانون الاقتصادي

تاريخ النشر: 2026/06/06

تاريخ القبول: 2026/02/22

تاريخ الاستلام: 2025/07/28

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الإشكالات القانونية المرتبطة بظاهرة الاحتكار والاندماجات الرقمية التي أفرزها الاقتصاد الرقمي، وذلك من خلال مقارنة بين المقاربة الأوروبية، الأمريكية، والواقع القانوني الجزائري والعربي. تنطلق الدراسة من تساؤل محوري حول مدى نجاعة الإطار القانوني الحالي في ضبط ممارسات الهيمنة الرقمية، ومنع تركز السوق بيد فاعلين كبار. وقد بينت النتائج وجود قصور واضح في التكيف القانوني في الجزائر، وغياب مفاهيم السوق الرقمية في التشريعات، إضافة إلى ضعف الرقابة وغياب أدوات التحليل التقنية والقانونية. كما كشفت المقارنة عن تباين واضح بين الطابع الوقائي للمقاربة الأوروبية والطابع اللاحق في النموذج الأمريكي. توصي الدراسة بإدماج مفاهيم جديدة في قوانين المنافسة، واستحداث هيئات وطنية متخصصة، وتفعيل التعاون الإقليمي والدولي.

كلمات مفتاحية: الاحتكار الرقمي، الاندماج الرقمي، السوق الرقمية، المنافسة، الاقتصاد الرقمي.

Abstract:

This study aims to analyze the legal challenges related to digital monopolies and mergers in the context of the digital economy, through a comparative approach between European, American, and Algerian-Arab legal frameworks. The central question revolves around the effectiveness of current legal systems in controlling digital dominance and preventing market concentration by tech giants.

The findings reveal a significant deficiency in Algerian legal adaptation, a lack of digital market concepts in national legislation, and weak institutional and analytical capacities. The comparison highlights the preventive nature of the European model versus the ex-post control approach in the United States. The study recommends incorporating new legal concepts into competition laws, creating independent national authorities, and enhancing regional and international cooperation.

Keywords: Digital Monopoly, Digital Merger, Digital Market, Competition, Digital Economy.

مقدمة:

شهد الاقتصاد العالمي في العقود الأخيرة تحولا جوهريا بفعل الثورة الرقمية، حيث برزت نماذج اقتصادية جديدة تركز على البيانات الضخمة، الذكاء الاصطناعي، والمنصات متعددة الجوانب، مما أدى إلى إعادة تشكيل ديناميكيات السوق التقليدية. في هذا السياق، لم تعد السيطرة الاقتصادية ترتبط فقط بحجم الإنتاج أو رأس المال، بل أصبحت ترتبط بالقدرة على جمع البيانات، تحليلها، والتحكم في مسارات الوصول إلى المستهلك، وهو ما منح شركات تكنولوجيا كبرى مثل Google، Meta، Amazon، Apple وMicrosoft مركزا مهيمنًا في السوق العالمي، مما أفرز أشكالًا جديدة من الاحتكار الرقمي والهيمنة غير التقليدية.

تتجلى خطورة هذا النوع من الاحتكار في طبيعته غير الملموسة، حيث تُمارَس الهيمنة من خلال الخوارزميات، واجهات البرمجة، واتفاقيات الاستخدام، دون الحاجة إلى السيطرة على الأصول التقليدية. كما أن طبيعة السوق الرقمية، المتسمة بتعدد الأطراف (multi-sided markets) وتأثيرات الشبكة (network effects)، تُعقّد من مهمة ضبطها قانونيًا. ولعل أبرز مظاهر هذا التحدي تكمن في صعوبة تعريف السوق المعنية، وتحديد معايير التمرکز الاقتصادي، أو تقييم الآثار المستقبلية للاندماجات الرقمية.

من جهة أخرى، أصبحت الاندماجات الرقمية تُستغل أحيانًا كوسيلة استراتيجية لإقصاء المنافسين، لاسيما الشركات الناشئة، من خلال عمليات استحواذ تبدو في ظاهرها محايدة ولكنها تؤدي إلى تقليص التنوع التنافسي وتكريس الاحتكار طويل المدى. وهذا ما يُظهره بوضوح صفقات مثل استحواذ Meta على كل من WhatsApp وInstagram، واستحواذ Amazon على منصات ناشئة في التوصليل والخدمات السحابية.

وقد أدركت بعض الأنظمة القانونية المتقدمة هذه التحولات، فسارعت إلى تكييف قوانين المنافسة لديها، كما هو الحال في التجربة الأوروبية من خلال "قانون الأسواق الرقمية Digital Markets Act"، أو في الولايات المتحدة عبر دعاوى لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) ضد الشركات الرقمية الكبرى. أما في دول الجنوب، ومنها الجزائر، فلا تزال منظوماتها القانونية تقف عند حدود القواعد الكلاسيكية للمنافسة، ما يجعلها عاجزة عن مواكبة هذه التحديات القانونية المستحدثة¹.

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية والعملية، من أبرزها:

1. تحليل الإطار القانوني المنظم للمنافسة في البيئة الرقمية، سواء في التشريع الجزائري أو في التجارب المقارنة، خاصة الأوروبية والأمريكية.
2. تحديد مظاهر الخلل في المنظومة التشريعية والمؤسسية الجزائرية، في ما يخص ضبط ممارسات الهيمنة والاحتكار المرتبطة بالاقتصاد الرقمي.
3. تسليط الضوء على التحولات العميقة في مفاهيم السوق والمنافسة الناتجة عن الرقمنة، مع إبراز تحديات التكيف القانوني لممارسات الشركات الرقمية الكبرى (مثل الاندماجات والاستحواذات الرقمية).

4. مقارنة النماذج الرقابية الأوروبية والأمريكية في مكافحة الاحتكار الرقمي، بهدف استخلاص دروس يمكن تكييفها مع الخصوصية القانونية الجزائرية.

5. اقتراح حلول تشريعية ومؤسسية عملية لتعزيز الرقابة على المنصات الرقمية، وضمان توازن السوق الرقمية في الجزائر، بما يضمن حماية المنافسة والمستهلك على السواء.

وترتكز هذه الدراسة على مجموعة من الأسس القانونية والتنظيمية، الوطنية والدولية، ومن أبرزها:

1. القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم في الجزائر، باعتباره الإطار المرجعي لتنظيم السوق ومحاربة الممارسات المنافية للمنافسة، رغم غياب نصوص خاصة بالسوق الرقمية.

2. التشريعات الأوروبية، لا سيما اللائحة الأوروبية للأسواق الرقمية (DMA) واللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، كمرجعيات متقدمة في ضبط المنصات الرقمية الكبرى ومراقبة ممارساتها.

3. القانون الأمريكي لمكافحة الاحتكار (Antitrust Law)، خاصة ما يصدر عن لجنة التجارة الفيدرالية (FTC)، وأحكام قانون "شيرمان" و"كلايتون"، باعتبارها أطرا تؤسس لمراجعة اندماجات المنصات الرقمية.

أمام هذا الواقع، تبرز الإشكالية المركزية للدراسة على النحو الآتي:

إلى أي مدى تواكب المنظومة القانونية الجزائرية التحديات القانونية المرتبطة بالاحتكار والاندماجات الرقمية في ظل الاقتصاد الرقمي؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية، تعتمد الدراسة منهجا قانونيا تحليليا مقارنا، يركز على تحليل الإطار النظري والمنظومات القانونية الدولية والوطنية، مع تقديم قراءة نقدية لتجربة الجزائر، واقتراح حلول قانونية تعزز من قدرتها على ضبط السوق الرقمية، وتحقيق التوازن بين الابتكار وحماية المنافسة.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي والتنظيمي للاحتكار والاندماجات في البيئة الرقمية

يمثل الاقتصاد الرقمي نقلة نوعية في طريقة إنتاج وتوزيع وتبادل السلع والخدمات، حيث تجاوزت المعاملات الاقتصادية الحدود المادية التقليدية، واعتمدت على البيانات والخوارزميات والمنصات الرقمية كبنية تحتية جديدة للسوق. في هذا السياق، نشأت ظواهر جديدة مثل الاحتكار الرقمي والاندماجات الرقمية، والتي باتت تهدد مبادئ المنافسة الحرة، وتطرح تحديات قانونية غير مسبوقة على مستوى التشريع الوطني والدولي.

وقد أفرز هذا التحول مشهدا اقتصاديا تهيمن عليه قلة من الشركات التكنولوجية الكبرى، التي تسيطر على مفاتيح السوق الرقمية: البيانات، المنصات، قواعد الوصول، وحتى شروط التفاعل الاقتصادي. ونتيجة لذلك، برزت الحاجة إلى تطوير فهم نظري وتنظيمي لهذه الظواهر المستحدثة.

يعالج هذا المحور الإطار المفاهيمي والتنظيمي للاحتكار والاندماجات الرقمية من خلال: الإحاطة بالمفاهيم الاقتصادية والقانونية الأساسية المتعلقة بالاقتصاد الرقمي، والاندماجات الرقمية، والاحتكار الرقمي، إضافة إلى السمات

المميزة للسوق الرقمية. والتركيز على المنظومة القانونية لضبط المنافسة في البيئة الرقمية، واستعراض المبادئ التقليدية لقوانين المنافسة، ومظاهر قصورها أمام التحديات الرقمية، وأهمية البيانات كسلاح تنافسي.

أولاً: مفاهيم اقتصادية وقانونية أساسية

يعد الإلمام بالمفاهيم التأسيسية أمراً ضرورياً لفهم الظواهر القانونية المعقدة المرتبطة بالاقتصاد الرقمي، لا سيما تلك المتعلقة بالاندماجات والاحتكار. إذ لم يعد من الممكن اعتماد مفاهيم كلاسيكية لتفسير ديناميكيات السوق الجديدة، التي تركز على الشبكات والتدفقات المعلوماتية، أكثر مما تركز على المنتجات التقليدية أو الأسعار.

لذا لا بد من تقديم أرضية مفاهيمية واضحة للموضوع محل الدراسة، وذلك من خلال معالجة ثلاثة نقاط أساسية:

- مفهوم الاقتصاد الرقمي وأثره على بنية السوق والمنافسة.
- الاندماجات الرقمية ويبرز تمايزها عن الاندماجات الكلاسيكية.
- الاحتكار الرقمي ويحلل مظاهره وتحليلاته، مثل الهيمنة على البيانات والتحكم في المنصات.

1: الاقتصاد الرقمي وأثره على هيكل السوق والمنافسة

شكل الاقتصاد الرقمي تحولا جذريا في منطق النشاط الاقتصادي وأساليب إنتاج القيمة، حيث لم يعد يركز على عناصر الإنتاج التقليدية فحسب، بل أصبح يقوم على ركائز غير ملموسة كالبيانات، والخوارزميات، والمنصات الرقمية. هذا التحول لم يُغيّر فقط طبيعة المبادلات التجارية، بل أعاد تشكيل بنية السوق وقواعد المنافسة، وهو ما يُفرز تحديات جديدة للمنظومات القانونية والاقتصادية.

لذلك، سنحاول تسليط الضوء على مفهوم الاقتصاد الرقمي وتمييز خصائصه الأساسية، قبل تحليل انعكاساته على هيكل السوق التقليدي من حيث تكوين الفاعلين وتوزيع السلطة الاقتصادية، وصولاً إلى بيان آثاره العميقة على مبدأ المنافسة الذي يعد حجر الزاوية في أي نظام اقتصادي حر.

1-1: تعريف الاقتصاد الرقمي وخصائصه

يقصد بالاقتصاد الرقمي مجموع الأنشطة الاقتصادية التي تعتمد بصورة أساسية على التكنولوجيا الرقمية، سواء في الإنتاج أو التسويق أو التوزيع أو تقديم الخدمات.² ويعد هذا النوع من الاقتصاد متحرراً من القيود الجغرافية، حيث يتم في فضاء افتراضي، ويرتكز على البيانات كمورد استراتيجي، بالإضافة إلى هيمنة المنصات الإلكترونية كوسيط مهمين في التعاملات.³

من أبرز خصائص الاقتصاد الرقمي:

- **اللامادية:** حيث يتم تبادل القيمة الاقتصادية عبر وحدات رقمية (بيانات، خدمات، منصات)، دون وجود مادي ملموس.⁴
- **الترباط الشبكي:** أي اعتماد الأنشطة الاقتصادية على البنية التحتية الرقمية ذات الطابع المتصل عالمياً، مما يسمح بتجاوز الحدود الوطنية.⁵

• **مركزية البيانات:** البيانات الضخمة تمثل المصدر الرئيسي للقيمة الاقتصادية، ويتم جمعها وتحليلها وتوظيفها لأغراض تجارية عبر الخوارزميات⁶.

• **قوة المنصات:** المنصات الرقمية مثل Amazon ، Google ، Facebook تلعب دورا مزدوجا كوسيط ومراقب ومزوّد للخدمة، مما يمكّنها من فرض شروطها الخاصة داخل السوق⁷.

1-2: تأثير الاقتصاد الرقمي على هيكل السوق والمنافسة

أدى الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي إلى تغيّر جذري في هيكل السوق، بحيث أصبحت الأسواق تتركز حول عدد محدود من الفاعلين الرقميين الذين يتمتعون بقدرة احتكارية شبه مطلقة، ناتجة عن تحكّمهم في البيانات وقوة الشبكة وتأثير الخوارزميات⁸. كما بات من الصعب تحديد نطاق السوق والتمييز بين العملاء والمستهلكين والمستخدمين، نظرا لتعدد جوانب السوق الرقمي⁹ (multi-sided markets).

أما على صعيد المنافسة، فقد ظهرت أنماط جديدة من السلوك المضاد للمنافسة، مثل تقييد الوصول إلى البيانات، أو الاستحواد على الشركات الناشئة الواعدة، أو فرض شروط استخدام مجحفة¹⁰. ويلاحظ أن التشريعات التقليدية للمنافسة لم تكن مستعدة لهذا النوع من الهيمنة، مما زاد من صعوبة التدخل القانوني الفعال¹¹.

يفرض هذا الواقع إعادة النظر في المفاهيم القانونية التقليدية، مثل السوق ذات الصلة، القوة السوقية، أو الاندماج، واستحداث أدوات تحليل تتماشى مع البيئة الرقمية، وذلك للحفاظ على حدّ أدنى من العدالة التنافسية داخل الفضاء الرقمي.

2: مفهوم الاحتكار الرقمي وتمييزه عن الاحتكار الكلاسيكي

أدى التطور التكنولوجي المتسارع في العصر الرقمي إلى إعادة تشكيل طبيعة الهيمنة الاقتصادية في الأسواق، بحيث لم تعد تستند فقط إلى التحكم في الموارد أو الأسعار كما هو الحال في الاحتكار التقليدي، بل أصبحت قائمة على السيطرة على البيانات، وتحليل السلوكيات، والتحكم في الخوارزميات والبنية التحتية للمنصات الرقمية. ونتيجة لذلك، برز مفهوم الاحتكار الرقمي كأحد أخطر التحديات التي تواجه عدالة السوق في الاقتصاد الجديد، لما له من أثر على كفاءة المنافسة وحرية الدخول إلى السوق.

وتزداد خطورة هذا الشكل من الاحتكار بالنظر إلى طبيعته غير المادية، وقدرته على التوسع خارج الحدود، وصعوبة إثباته بالأدوات التقليدية لتحليل السوق. وهو ما يطرح إشكالية واضحة في مدى فعالية الإطار القانوني القائم، خصوصا في الدول النامية، التي لم تواكب تشريعاتها هذا التحول¹².

الأمر الذي يستوجب معه إدراك خصوصية الاحتكار الرقمي من حيث أدواته ونتائجه القانونية، قصد بناء إطار تشريعي يتجاوز المفاهيم التقليدية ويستوعب تحولات السوق الرقمية الحديثة، ضمانا للتوازن بين الابتكار وحماية المنافسة. وللإحاطة الدقيقة بهذا المفهوم، سنقوم بضبط تعريف الاحتكار الرقمي وتحديد خصائصه، وكذا تمييز الاحتكار الرقمي عن الاحتكار الكلاسيكي.

2-1: تعريف الاحتكار الرقمي وخصائصه

يقصد بالاحتكار الرقمي تلك الوضعية التي تمكّن فاعلا اقتصاديا، غالبا ما يكون منصة رقمية كبرى، من فرض هيمنته على سوق معين من خلال امتلاكه لأصول غير مادية استراتيجية، وعلى رأسها البيانات الضخمة، الخوارزميات، والقدرة على التحكم في سلوك المستخدمين.¹³ ويختلف هذا النوع من الهيمنة عن الاحتكار التقليدي بكونه لا يستند إلى السيطرة على الموارد أو الإنتاج فحسب، بل إلى النفوذ المعلوماتي والتكنولوجي الذي يصعب تقنيته أو مراقبته بأدوات المنافسة الكلاسيكية.¹⁴

يعدّ هذا الاحتكار أكثر تعقيدا من حيث مظاهره، إذ قد لا يظهر في صورة ارتفاع أسعار أو تقييد مباشر لحجم العرض، بل يتمثل في حرمان المتعاملين الجدد من فرص النفاذ إلى السوق، أو استغلال البيانات بطريقة تؤدي إلى تقليص هامش المنافسة.¹⁵ كما أن المنصات المهيمنة غالبا ما تستخدم نماذج أعمال تعتمد على المجانية في ظاهرها، وهو ما يربك تقييم سلوكها السوقي وفقا للمعايير التقليدية.¹⁶

وتتجلى خصائص الاحتكار الرقمي في عدّة عناصر مميّزة، أبرزها:

• تأثير الشبكة: (Network Effects) كلما ازداد عدد المستخدمين، كلما زادت قيمة المنصة،

مما يعزز تمركزها¹⁷؛

• القدرة على تجميع البيانات وتحليلها: ما يمنحها ميزة تنافسية يصعب تقليدها¹⁸؛

• التحكم في الوصول إلى السوق: إذ تتحكم بعض المنصات في شروط الوصول للخدمات أو

التطبيقات، مما يمنحها سلطة تنظيمية فعلية¹⁹؛

• الطابع العابر للحدود: الاحتكار الرقمي لا يعرف إقليما محددا، بل يتوسع افتراضيا بسرعة تفوق

الرقابة الوطنية.²⁰

إن تفكيك طبيعة الاحتكار الرقمي وخصائصه يعد الخطوة الأولى نحو استيعاب حجم التحديات التي يفرضها على

الأمن الاقتصادي للدول، وهو ما يستوجب تكيف قواعد المنافسة بما يراعي هذه التحولات، ويحد من تمدد الهيمنة الرقمية دون رقابة قانونية.

2-2: تمييز الاحتكار الرقمي عن الاحتكار الكلاسيكي

رغم اشتراك كل من الاحتكار الرقمي والاحتكار التقليدي في التأثير السلبي على آليات السوق والمنافسة، إلا أن

لكل منهما خصوصيات تفرض معالجة قانونية وتنظيمية مختلفة. ففي حين يتمثل الاحتكار الكلاسيكي في سيطرة منشأة

معينة على إنتاج أو توزيع سلعة أو خدمة داخل نطاق جغرافي محدد، من خلال أدوات الإنتاج أو العرض أو التسعير²¹، فإن

الاحتكار الرقمي يتجاوز هذه الأطر ليرتكز على مقوّمات غير مادية، مثل البيانات، قوة الخوارزميات، وتفاعل المستخدمين

عبر الشبكات.²²

أحد الفوارق الجوهرية بين النموذجين يتمثل في معيار التقييم القانوني. ففي نموذج الاحتكار الكلاسيكي، يقيّم السلوك الاحتكاري استناداً إلى ارتفاع الأسعار، أو تقييد العرض، أو إقصاء المنافسين بوسائل غير مشروعة²³. أما في البيئة الرقمية، فقد تمارس المنصة سلوكاً احتكاريًا دون اللجوء إلى هذه الوسائل، بل من خلال استغلال "تأثيرات الشبكة" (network effects) أو فرض قيود خفية على وصول التطبيقات الأخرى إلى الجمهور²⁴.

كما أن تحديد السوق المعنية يمثل تحدياً في حالة الاحتكار الرقمي. فبينما يعرف السوق في النموذج الكلاسيكي من خلال معيار السلعة أو الخدمة والجغرافيا، يصبح هذا التحديد أكثر تعقيداً في السياق الرقمي بسبب تعدد الأطراف (multi-sided markets)، وتداخل الأدوار بين المستخدم، المعلن، والمنصة الوسيطة²⁵.

على سبيل المثال، فإن شركة مثل Google تقدّم خدمات مجانية للمستخدمين، بينما تعتمد نموذج أرباحها على المعلنين. وهذا النموذج يجعل من الصعب تصنيف السوق وتحديد ما إذا كانت الشركة تمارس هيمنة، وفقاً للمعايير التقليدية²⁶. إنّ تمييز الاحتكار الرقمي عن نظيره الكلاسيكي ليس مجرد مسألة نظرية، بل يعد مدخلاً ضرورياً لتطوير الأطر القانونية الناضجة للمنافسة. فالإبقاء على قواعد تقليدية لتقييم السيطرة السوقية في بيئة رقمية يفضي إلى نتائج غير دقيقة، ويسهم في ترسيخ أوضاع احتكارية مستترة قد تقوّض حرية السوق والابتكار.

3: السمات المميزة للسوق الرقمية وتأثيرها على المنافسة

تتميز السوق الرقمية بخصائص فريدة تختلف جذرياً عن الأسواق التقليدية، سواء من حيث طبيعة العرض والطلب، أو من حيث بنية العلاقات بين الفاعلين الاقتصاديين. هذا التحول لم يكن فقط نتيجة للاعتماد على الوسائط التكنولوجية، بل أيضاً بسبب صعود نماذج اقتصادية جديدة، تعتمد على البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي والخوارزميات المتقدمة. ولعل من أبرز نتائج هذه التحولات هو صعوبة تطبيق المفاهيم الكلاسيكية لقانون المنافسة على هذه السوق، إذ لم تعد الأسعار ولا الكميات المعروضة تمثل المؤشر الحصري للهيمنة السوقية، بل حلت محلها مؤشرات جديدة، مثل عدد المستخدمين، حجم البيانات المتاحة، ومدى قابلية السوق للتوسع الشبكي²⁷. استناداً إلى ذلك، سيتم التطرق إلى أبرز السمات التي تميز السوق الرقمية، والتي تحدث تأثيراً عميقاً على ديناميكيات المنافسة. وذلك من خلال النقاط التالية:

● تعددية الجوانب في السوق الرقمية (Multi-sided markets)

● دور البيانات في تعزيز الهيمنة الاقتصادية

● تأثير الذكاء الاصطناعي والخوارزميات على قواعد السوق

3-1: تعددية الجوانب في السوق الرقمية (Multi-sided markets)

تعد تعددية الجوانب من الخصائص الجوهرية التي تميز الأسواق الرقمية عن الأسواق التقليدية. ففي حين تعتمد الأسواق الكلاسيكية على علاقة مباشرة بين البائع والمستهلك، تتيح الأسواق الرقمية منصات تتوسط بين فئات مختلفة من

المستخدمين، بحيث يمكن لنشاط اقتصادي واحد أن يخدم أطرافاً متعددة في آن واحد، ولكل طرف دور مختلف في توليد القيمة الاقتصادية.

فعلى سبيل المثال، توفر منصة مثل "Google" خدمات مجانية للمستخدم النهائي، لكنها تحقق أرباحاً من المعلنين، مما يعني أنّ القيمة الاقتصادية لا تستخلص مباشرة من المستهلك، بل من طرف ثالث في النظام. وهو ما يطرح إشكالا في تحديد "العمل الحقيقي"، وبالتالي في تعريف السوق المعنية وضبط المنافسة داخلها.

كما تؤدي هذه الطبيعة المتعددة إلى تشابك المصالح، مما يصعب على سلطات المنافسة تقييم الآثار الحقيقية لأي ممارسة تجارية أو عملية اندماج، خاصة عندما تخفي خدمات "مجانية" خلفها نماذج اقتصادية قائمة على استغلال البيانات أو احتكار التفاعل بين الأطراف المختلفة.

وبالتالي، فإن تعددية الجوانب تضعف فعالية المؤشرات التقليدية للهيمنة، مثل الحصة السوقية، وتفرض على المشرع تبني أدوات تحليل جديدة أكثر اتساقاً مع بنية السوق الرقمية، تأخذ بعين الاعتبار طبيعة كل جانب من جوانب السوق على حدة، وتأثيره في باقي الجوانب الأخرى.²⁸

3-2: دور البيانات في تعزيز الهيمنة الاقتصادية

تعتبر البيانات أحد أهم الموارد غير الملموسة في الاقتصاد الرقمي، بل إنها تعد النفط الجديد الذي يُحرك عجلة المنصات الرقمية ويعزز من تفوقها التنافسي. بفضل قدرتها على جمع كميات هائلة من البيانات الشخصية والسلوكية لمستخدميها، تتمكن الشركات الرقمية الكبرى من تحسين خوارزمياتها، توجيه الإعلانات، وتقديم خدمات أكثر دقة، ما يتيح لها تحقيق دخل مرتفع وتوسيع حصتها السوقية بشكل متسارع.

تكنم خطورة هذه البيانات في أنها لا تستخدم فقط كأداة لتحسين الخدمات، بل كوسيلة استراتيجية لإقصاء المنافسين. إذ تتيح قدرة التحليل العميق للبيانات التنبؤ بسلوك السوق، والتدخل في الوقت المناسب لإجهاض مبادرات المنافسة، خاصة تلك القادمة من شركات ناشئة. كما أن تراكم البيانات يؤدي إلى ما يعرف بـ"أثر الحلقة المغلقة"، أي أنّ من يملك بيانات أكثر، يقدم خدمة أفضل، ما يجلب مستخدمين أكثر، وينتج بيانات جديدة، في حلقة تتركس الاحتكار تلقائياً.

وتبرز التجارب الدولية أن حيازة البيانات، دون ضوابط قانونية، تحول الشركات الرقمية إلى كيانات شبه سيادية قادرة على التأثير في التوجهات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، دون رقابة حقيقية. الأمر الذي يستدعي ضرورة تدخل تشريعي عاجل لتصنيف البيانات كمصدر قوة اقتصادية يجب إخضاعه لقواعد المنافسة ومنع التمرکز التعسفي.²⁹

3-3: تأثير الذكاء الاصطناعي والخوارزميات على قواعد السوق

لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد تقنية مساعدة ضمن أدوات الإدارة أو التسويق، بل أصبح عاملاً محورياً يُعيد تشكيل قواعد السوق وميزان القوى التنافسية بين الفاعلين الاقتصاديين. كما تستخدم الخوارزميات بشكل واسع لتوجيه قرارات السوق، من تحديد الأسعار إلى تخصيص الإعلانات وحتى اتخاذ قرارات الاندماج أو الإقصاء من السوق. هذه التحولات

التقنية تطرح تحديات جوهرية أمام قوانين المنافسة التقليدية التي لم تُصمَّم للتعامل مع "قوة غير مرئية" تمارس تأثيرا عبر الشيفرة والبيانات.

3-3-1: الذكاء الاصطناعي كوسيلة لتعزيز الهيمنة الرقمية

يشكل الذكاء الاصطناعي والخوارزميات المتطورة أحد العوامل الجوهرية التي تعيد رسم قواعد المنافسة في السوق الرقمية، حيث تستخدم في تحليل سلوك المستهلكين، توقع الطلب، وضبط الأسعار بشكل آلي. ويؤدي هذا التطور إلى خلق تحكم غير مباشر في الأسواق من قبل الشركات المالكة لهذه التكنولوجيا، مما يمنحها قدرة غير مسبقة على التأثير في العرض والطلب دون التدخل البشري المباشر.³⁰

ومن أبرز المخاطر المرتبطة بهذا الوضع، إمكانية استخدام الخوارزميات لإبرام اتفاقات تسعير ضمنية بين الشركات، دون وجود تواصل مباشر بينها، مما يصعب على سلطات المنافسة إثبات السلوك المناهض للمنافسة. ففي بيئة رقمية معقدة، قد تؤدي أنظمة التسعير الآلي إلى تنسيق غير مقصود للأسعار أو تقليص ديناميكية السوق، وهو ما يطرح تحديات قانونية بشأن إثبات النية التواطئية.³¹

مثال: واجهت هيئة المنافسة البريطانية (CMA) صعوبات كبيرة في تحليل سلوك خوارزميات التسعير في إحدى القضايا المتعلقة بمنصات الحجز الإلكتروني، نتيجة تعقيد آليات الخوارزميات وعدم شفافية الشركات. وقد كشفت التحقيقات أن الخوارزميات كانت تتفاعل تلقائيا لضبط الأسعار بطريقة متقاربة، ما ساهم في الحد من المنافسة دون وجود اتفاق مباشر بين الفاعلين الاقتصاديين.³²

تكمن الإشكالية في أن هذه الممارسات لا تكون دائما واضحة أو مباشرة، ما يصعب على سلطات ضبط المنافسة إثبات وجود نية احتكارية أو خرق لقواعد السوق، وهو ما يستدعي تطوير أدوات قانونية قادرة على التعامل مع السلوك "الخوارزمي" للشركات.

3-3-2: إشكالية الشفافية والقدرة على الرقابة

تعاين سلطات المنافسة، خصوصا في الدول النامية، من ضعف كبير في القدرة على تحليل الخوارزميات وفهم منطق الذكاء الاصطناعي المعتمد في السوق. فالخوارزميات غالبا ما تعتبر "أسرازا تجارية"، ما يقيد إمكانية النفاذ إليها وتحليلها قانونيا.

وتزداد هذه الصعوبة عند التعامل مع أنظمة ذاتية التعلم، تتطور خوارزمياتها بشكل آلي دون تدخل بشري مباشر، مما يثير إشكالات قانونية متعلقة بتحديد المسؤولية والتنبؤ بالممارسات المخالفة.³³

ينبغي أن يشمل أي إصلاح تشريعي فرض التزام بالإفصاح عن الخوارزميات التي تستخدم في اتخاذ قرارات السوق، وتوفير أدوات فنية للرقابة، مع الاستعانة بخبرات تقنية داخل هيئات المنافسة لتقليص الفجوة بين القانون والتكنولوجيا.

4: الخصائص المميزة للسوق الرقمية

تتميز السوق الرقمية بجملة من الخصائص التقنية والاقتصادية التي تُميزها عن الأسواق التقليدية، ما ينعكس بعمق على ديناميكية المنافسة ويُعيد تشكيل قواعدها. فبخلاف السوق الكلاسيكية التي تقوم على مفاهيم تقليدية كالسعر والتكلفة والموقع الجغرافي، فإن السوق الرقمية تتأسس على عناصر غير مادية مثل البيانات، الخوارزميات، الذكاء الاصطناعي، وتعدد الجوانب السوقية. وسنحاول التطرق إلى أبرز هذه الخصائص.

4-1: البيانات كسلعة استراتيجية

تعد البيانات الرقمية أحد الأصول الجوهرية في الاقتصاد الرقمي، إذ يتم توظيفها كمورد أولي لاستهداف المستخدمين، تحسين المنتجات، وتطوير استراتيجيات السوق. وتشكل البيانات الضخمة "Big Data" مادة خام للهيمنة في السوق، حيث تمكن الشركات الكبرى من تتبع سلوك المستخدم، وتحليل رغباته بدقة، وبالتالي احتكار الطلب قبل ظهوره. مثال ذلك، قدرة منصات مثل Amazon أو Google على اقتراح منتجات وخدمات بناء على تحليل مستمر لسلوك المستخدم. وكلما ازداد تدفق البيانات، ازدادت قدرة المنصة على السيطرة على السوق وتهميش المنافسين الذين لا يملكون قاعدة بيانات مماثلة.³⁴

4-2: الخوارزميات والذكاء الاصطناعي كوسائل للهيمنة

الخوارزميات تعد المحرك الأساسي في التفاعل داخل السوق الرقمية، إذ تمكن من تصنيف وترتيب المنتجات، تحديد الأسعار، وتوجيه قرارات المستهلكين بصورة آلية. ويكتسب الذكاء الاصطناعي دورا متناميا في إدارة هذه الخوارزميات بطريقة تجعلها قادرة على التعلم الذاتي وتحسين أدائها دون تدخل بشري. غير أن هذه الآليات قد تستغل لأغراض احتكارية، كنفذيل منتجات الشركة المالكة للمنصة على حساب منتجات المنافسين، أو اعتماد تسعير خوارزمي يقضي المتدخلين الجدد عبر تقنيات التلاعب بالأسعار.³⁵

4-3: أثر تعدد الجوانب (Multi-Sided Markets)

تعرف الأسواق الرقمية بتعدد جوانبها، أي أنها تربط بين عدة فئات من المستخدمين، ما يجعل تعريف السوق وتحديد الأطراف المعنية بالمنافسة أمرا معقدا. فمثلا، منصة مثل Facebook تقدّم خدمات مجانية للمستخدمين، ولكنها تبيع الإعلانات للمعلنين، مما يجعلها تربط بين طرفين اقتصاديين مختلفين. هذا التعدد يربك التحليل الكلاسيكي للمنافسة، ويصعب مهمة سلطات الضبط في تكييف السلوك السوقي المخل.³⁶

4-4: تأثير الشبكات (Network Effects)

يعتبر تأثير الشبكات من أهم خصائص السوق الرقمية، حيث تزداد قيمة المنصة بازدياد عدد المستخدمين، ما يؤدي إلى تركّز طبيعي في السوق. فكلما ارتفع عدد مستخدمي تطبيق معين، زادت فائدته للمستخدمين الجدد، ما يدفعهم

للانضمام إليه، وهو ما يخلق حلقة مغلقة تعزز من هيمنة الشركة الرائدة. ويعد هذا التأثير أحد أبرز التحديات التي تعيق دخول المنافسين الجدد للسوق³⁷.

وعليه فإن فهم الخصائص التقنية والاقتصادية للسوق الرقمية يعد مدخلا أساسيا لأي معالجة قانونية لظاهرة الاحتكار الرقمي والاندماجات المتزايدة في هذا المجال. فالاعتماد الكبير على البيانات، وتوسع استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي، فضلا عن تأثير الشبكات وتعدد الجوانب السوقية، كلها عوامل تعيد تشكيل معايير المنافسة بشكل جذري. في هذا السياق، تظهر محدودية أدوات التحليل التقليدية، سواء من حيث تعريف السوق، أو تحديد الأطراف المؤثرة فيها، أو حتى فهم طبيعة التمرکز الاقتصادي. الأمر الذي يستدعي ضرورة تحديد الأطر القانونية، من خلال إدماج مفاهيم مستحدثة كـ"القوة السوقية المستندة إلى البيانات" و"الهيمنة الخوارزمية"، وتطوير آليات التقييم التي تراعي الخصوصيات الرقمية بدل الاعتماد على مقاييس السوق الكلاسيكية فقط.³⁸

ثانيا: الأسس القانونية لضبط المنافسة الرقمية

مع تطور الاقتصاد الرقمي، أصبحت مفاهيم المنافسة التقليدية عاجزة عن مواكبة تحولات السوق الحديثة. فالممارسات الاحتكارية لم تعد ترتبط فقط بالأسعار أو الحصة السوقية الظاهرة، بل أصبحت ترتكز على امتلاك البيانات، السيطرة على الخوارزميات، والاستفادة من الشبكات متعددة الجوانب التي تخلق عوائق غير مرئية أمام المنافسة. في هذا السياق، تبرز أهمية ضبط قواعد المنافسة بطريقة تضمن التوازن بين تشجيع الابتكار الرقمي وحماية السوق من التمرکز المفرط.

وعليه، سيتم التطرق في هذا إلى المبادئ العامة التي تحكم قوانين المنافسة، ثم بيان مظاهر قصور هذه القوانين عند التطبيق في البيئة الرقمية، قبل التعمق في أحد أبرز عناصر الهيمنة الجديدة، وهي البيانات.

1: المبادئ العامة لقوانين المنافسة

تقوم معظم التشريعات الاقتصادية الحديثة على ضرورة تحقيق التوازن داخل السوق من خلال حماية المنافسة. وبلوغ هذا الهدف، وضعت جملة من المبادئ القانونية التي تعد الإطار العام لتنظيم الممارسات التجارية. وقد أصبح من الضروري إعادة النظر في مدى فعالية هذه المبادئ عند تطبيقها على السوق الرقمية، التي تتسم بخصائص فريدة من نوعها.

1-1: حرية المنافسة كقاعدة دستورية وقانونية

يعتبر مبدأ حرية المنافسة من الدعائم الأساسية لأي نظام اقتصادي حر. ويجد هذا المبدأ سنداً في دساتير العديد من الدول، كما كرّسته مختلف التشريعات الوطنية من خلال قوانين تنظيم السوق والمنافسة. ففي الجزائر، نصّ دستور 2020 في المادة 43 على أنّ الدولة تعمل على ضمان حرية الاستثمار والمبادرة، وتحثية الظروف الملائمة لتنمية الاقتصاد الوطني ضمن إطار من العدالة الاجتماعية والمنافسة الحرة.³⁹ كما أقرّ الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، في مادته الرابعة عشر، بأنّ الممارسات المنصوص عليها في المواد 6 و7 و11 و12 التي من شأنها عرقلة أو تقييد حرية المنافسة تعد محظورة.⁴⁰

غير أن تطبيق هذا المبدأ في السوق الرقمية يواجه صعوبات جمة، بسبب الغموض في تحديد السوق المعنية (relevant market)، وتعدد الأطراف المعنية في المنصات الرقمية، ما يحدّ من فعالية هذا المبدأ في ردع التمرکز غير المشروع.

1-2: حظر الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة في السوق

يشكّل مبدأ حظر الاستغلال التعسفي لوضع مهيمن أحد الركائز الأساسية في قوانين المنافسة، ويهدف إلى منع الشركات ذات القوة السوقية من استخدام هذه الوضعية بشكل يقيد المنافسة أو يقصي الفاعلين الاقتصاديين الآخرين، سواء من خلال الأسعار أو التحكم في البيانات أو الوصول إلى الأسواق. ويقصد بالوضعية الهيمنة تلك التي تمتلك فيها شركة ما قدرة فعلية على التأثير في شروط السوق، دون أن تواجه منافسة فعالة من قبل منافسين حاليين أو محتملين. ولا يعد التمتع بالهيمنة في حد ذاته مخالفاً للقانون، بل يعد استغلالها بشكل غير مشروع هو ما يشكل محل المساءلة القانونية⁴¹.

في بيئة الاقتصاد الرقمي، اتخذ الاستغلال التعسفي أشكالاً جديدة، مثل فرض شروط غير عادلة للوصول إلى المنصات الرقمية، أو التلاعب بخوارزميات الترتيب لإبراز خدمات الشركة المالكة على حساب المنافسين، أو حتى التحكم في البيانات الشخصية للمستخدمين بما يقصي باقي الفاعلين. وقد عرفت بعض التشريعات المقارنة تكييفاً مرناً لهذا المفهوم مع البيئة الرقمية، على غرار الاتحاد الأوروبي الذي أدان شركات كبرى مثل **Google** بسبب تفضيل خدماتها في نتائج البحث على حساب المنافسين في قضية التسوق المقارن (Google Shopping)، مما يشكل مثلاً حقيقياً على الاستغلال التعسفي في السياق الرقمي.⁴²

في الجزائر، ورغم تضمين الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة لمبدأ حظر الاستغلال التعسفي للوضع المهيمن في المادة 6 منه، إلا أن التطبيق العملي لهذا المبدأ لا يزال محدوداً، خصوصاً فيما يتعلق بالأنشطة الرقمية. ويرجع ذلك إلى غياب أدوات تقنية للتحقيق في الممارسات التعسفية الرقمية، وغياب الوعي الكافي بالأنماط الجديدة للاستغلال غير المشروع في السوق الرقمية.

ومن ثمّ، فإن التحدي لا يكمن فقط في وجود القاعدة القانونية، بل في مدى قدرة أجهزة الضبط والمراقبة على فهم طبيعة الممارسات الرقمية المستحدثة، وتكييفها ضمن مفاهيم القانون التقليدي، بما يحقق مبدأ المنافسة الحرة والعادلة في السوق.

1-3: تنظيم عمليات التجميع الاقتصادي في البيئة الرقمية

يعد تنظيم عمليات التجميع الاقتصادي من الآليات الوقائية الأساسية لضمان التوازن التنافسي في السوق، إذ تهدف هذه القواعد إلى منع حدوث اندماجات أو استحواذات من شأنها أن تخل بمبدأ حرية المنافسة وتفضي إلى احتكار فعلي أو تعزيز لوضع مهيمن يؤثر سلباً على الخيارات المتاحة أمام المستهلكين.

في السياق التقليدي، يشمل التجميع الاقتصادي كل العمليات التي تؤدي إلى نقل السيطرة على منشآت أو أنشطة من كيان اقتصادي إلى آخر، سواء عن طريق الاندماج أو الاستحواذ أو إنشاء مشروع مشترك. ويخضع هذا النوع من العمليات في أغلب التشريعات إلى رقابة مسبقة من قبل سلطات المنافسة، والتي تقيّم آثار العملية على هيكل السوق، ومدى تأثيرها على المنافسة.

غير أن خصوصية البيئة الرقمية أفرزت تحديات جديدة أمام آليات مراقبة التجميع، ذلك أن القيمة الاقتصادية للشركات الرقمية لا تقاس دائما بحصتها السوقية التقليدية أو رقم معاملاتها، بل غالبا ما ترتبط بمؤشرات مثل عدد المستخدمين النشطين، أو حجم البيانات المتاحة، أو قدرات الذكاء الاصطناعي المدججة. وهو ما يجعل بعض صفقات الاستحواذ تبدو ضئيلة من الناحية المالية، ولكنها تحدث آثارا عميقة على المنافسة المستقبلية، كما حدث مع استحواذ شركة **Facebook** حاليا (Meta) على **WhatsApp** و**Instagram**، رغم أن هذه الصفقات لم تشكل آنذاك تهديدا واضحا للمنافسة وفق المعايير التقليدية.⁴³

في الجزائر، يخضع التجميع الاقتصادي لأحكام المواد من 15 إلى 22 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، التي تنص على إلزامية إخطار مجلس المنافسة بالعمليات التي تفضي إلى تجميع يحتل أن يقيّد المنافسة. غير أن هذه النصوص لم تراجع بعد لتأخذ بعين الاعتبار خصوصية التجميعات الرقمية، سواء من حيث معايير التقييم أو أدوات الرقابة، وهو ما يعرض السوق الجزائرية لمخاطر التبعية التكنولوجية أو الاحتكار الرقمي.

وبالتالي، فإن الحاجة باتت ملحة لتحديث الإطار القانوني المنظم للتجميع الاقتصادي، عبر إدماج معايير جديدة مثل تقييم الأصول غير الملموسة، وحجم البيانات المتداولة، والهيمنة الخوارزمية، مع تعزيز القدرات التقنية لمجلس المنافسة قصد تمكينه من التقييم الفعّال للصفقات الرقمية التي قد تهدد التوازن التنافسي في الأجل الطويل.

2: قصور قوانين المنافسة التقليدية أمام خصائص البيئة الرقمية

أفرزت البيئة الرقمية تحولات جذرية في مفهوم السوق، ونمط العلاقات الاقتصادية، وهو ما كشف عن محدودية القواعد التقليدية للمنافسة في مواكبة هذه التغيرات. فعلى الرغم من اعتماد أغلب التشريعات، ومنها الجزائرية، على معايير واضحة لضبط المنافسة، إلا أن هذه المعايير لم تعد فعالة بالشكل الكافي في ظل ممارسات المنصات الرقمية والتطورات التقنية المتسارعة.

1-2: محدودية المعايير التقليدية لتحديد الهيمنة السوقية

يعد تحديد الوضع المهيمن أحد الركائز الأساسية في ضبط المنافسة، إذ يبنى عليه التمييز بين الممارسات المشروعة وتلك التي تمثل انتهاكا لقواعد المنافسة. لكن في البيئة الرقمية، لم تعد الهيمنة تقاس فقط بحجم الحصة السوقية أو رقم المعاملات، بل ظهرت مؤشرات جديدة أكثر تعبيراً عن القوة الاقتصادية، مثل التحكم في البيانات الضخمة، وعدد المستخدمين النشطين، والقدرة على التأثير في سلوك المستهلك من خلال الخوارزميات.⁴⁴

فمثلاً، قد لا تمتلك منصة رقمية حصة مالية كبيرة، لكنها تتحكم في تدفقات البيانات أو في البنية التحتية للخدمات الرقمية الأساسية، مما يمنحها سلطة فعلية على المنافسين والمستهلكين في آن واحد. وهذا ما يجعل اعتماد التشريعات الحالية على المعيار المالي فقط قاصراً عن رصد هذه المظاهر الجديدة للهيمنة الرقمية.

كما أن بعض الشركات الرقمية تعتمد على استراتيجيات استباقية مثل تقديم خدمات مجانية أو بأسعار منخفضة جداً بهدف جذب المستخدمين والسيطرة على السوق، ثم فرض شروط تجارية مجحفة لاحقاً، وهو سلوك يصعب إثباته وتكييفه قانوناً في ظل المعايير التقليدية⁴⁵.

2-2: صعوبة تكييف الممارسات المقيّدة للمنافسة في البيئة الرقمية

تصنف الممارسات المنافسة للمنافسة إلى اتفاقات مقيدة، وإساءة استغلال المركز المهيمن، وعمليات التجميع الضارة. غير أن البيئة الرقمية أفرزت ممارسات جديدة لا تنطبق عليها التعريفات التقليدية بشكل واضح، ما يعقد من مهمة سلطات الضبط والمراقبة.

من بين هذه الممارسات، نذكر "الاحتكار الخوارزمي" حيث تستخدم المنصات تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحديد الأسعار بشكل ديناميكي أو التلاعب بنتائج البحث لتمييز منتجاتها عن غيرها، دون وجود اتفاق صريح يثبت وجود تواطؤ. كما تلجأ بعض المنصات إلى تقنيات "الإغلاق البيئي (ecosystem lock-in)" التي تجعل من الصعب على المستخدمين أو المنافسين الانتقال إلى خدمات بديلة، ما يقيد حرية التنافس ويرسخ وضعاً احتكاريًا⁴⁶.

وتضاف إلى ذلك صعوبات إثبات العلاقة السببية بين هذه الممارسات والضرر اللاحق بالمنافسة، لاسيما في غياب شفافية الخوارزميات والبيانات، مما يطرح إشكاليات قانونية وإجرائية دقيقة.

2-3: صعوبة كشف التواطؤ الخوارزمي

في ظل البيئة الرقمية، لم يعد التنسيق بين المتعاملين الاقتصاديين يحتاج إلى اتفاقات صريحة أو تواصل مباشر. بل يكفي اعتماد خوارزميات ذكية تتعلم من سلوك السوق وتضبط الأسعار تلقائياً، ما يؤدي إلى تناغم في الأسعار دون وجود دليل مادي على نية التواطؤ.

ففي بعض القطاعات، مثل النقل الجوي أو التجارة الإلكترونية، يتم استعمال برامج تسعير تعتمد على الذكاء الاصطناعي تقوم بمراقبة أسعار المنافسين وتعديل عروضها تلقائياً بشكل متواز، مما يؤدي إلى تثبيت الأسعار وإضعاف المنافسة دون اتفاق بشري مباشر⁴⁷.

2-4: أشكال جديدة من التجميع الاقتصادي

لم يعد التجميع الاقتصادي مقتصراً على الاندماجات أو التكتلات المادية، بل أصبح يتحقق من خلال التحكم في تدفقات البيانات والخوارزميات. فالشركات الكبرى في الاقتصاد الرقمي - مثل تلك التي تنشط في مجالات التواصل الاجتماعي أو البحث أو التجارة الإلكترونية - تعتمد على جمع وتحليل كميات ضخمة من بيانات المستخدمين، مما يمنحها ميزة تنافسية يصعب على المتعاملين الجدد منافستها فيها.

ويعد استحواذ شركة "ميتا" (فيسبوك سابقا) على منصات متعددة كـ"إنستغرام" و"واتساب" نموذجا واضحا على تمركز سوقي لا يقاس فقط بالحصة السوقية، بل بقدرتها على تجميع البيانات من مصادر مختلفة وتعزيز الخوارزميات الموجهة للإعلانات والتوصيات، ما يعزز من تبعية المستخدمين وخلق المنافسة المستقبلية.⁴⁸

2-5: تراجع فعالية آليات حماية المستهلك الرقمي

تواجه القواعد التقليدية لحماية المستهلك صعوبات في مواكبة البيئات الرقمية التي تسند قرارات العرض والطلب إلى خوارزميات غير شفافة. فقد أصبحت الكثير من المنصات الرقمية تعتمد على تخصيص المحتوى والعروض التجارية بناء على تحليل سلوك المستخدمين، مما يؤدي إلى اختلاف الأسعار والخيارات باختلاف الأشخاص.

ففي الاقتصاد التقليدي، يمكن للمستهلكين ملاحظة تغير الأسعار أو الخيارات المتاحة بسهولة. أما في البيئات الرقمية كمواقع الحجز السياحي أو التسوق عبر الإنترنت، فيخضع المستخدم لخوارزميات تحدد له العروض أو المنتجات دون أن يعلم كيف تم اتخاذ القرار، حيث يمكن لنفس المنتج أن يعرض بأسعار مختلفة لمستخدمين مختلفين، وفقا لموقعهم الجغرافي أو سجل بحثهم السابق، دون أن يكون للمستهلك علم أو قدرة على المقارنة، مما يقوّض مبدأ الشفافية ويحد من قدرة المستهلك على اتخاذ قرار حر ومستنير.⁴⁹

3: أهمية البيانات كعنصر رئيسي في تشكيل الهيمنة الرقمية

في الاقتصاد الرقمي، لم تعد عناصر القوة السوقية تقاس فقط برأس المال أو القدرة الإنتاجية، بل أصبحت البيانات تمثل المورد الاستراتيجي الأهم. فامتلاك البيانات الضخمة وتحليلها يوفر للمؤسسات الرقمية إمكانيات هائلة لتعزيز مركزها التنافسي، مما جعل البيانات تشكل حجر الزاوية في هيمنة الكيانات الرقمية الكبرى على الأسواق.⁵⁰

3-1: البيانات كأداة لتعزيز القوة السوقية

تمكّن البيانات الشركات الرقمية من فهم سلوك المستخدمين بدقة، والتنبؤ باحتياجاتهم، وتوجيه عروضها بشكل أكثر فعالية. وتزداد هذه القوة مع مرور الوقت في ما يعرف بـ"حلقة التغذية الراجعة"، حيث تؤدي زيادة المستخدمين إلى جمع بيانات أكثر، مما يحسن من أداء الخوارزميات، ويجذب مزيدا من المستخدمين، فيتكرس بذلك الاحتكار الفعلي للسوق. وقد أدى هذا المسار إلى بروز شركات عملاقة مثل "غوغل" و"أمازون"، حيث تستغل كل منهما قاعدة بياناتها الواسعة لتحسين منتجاتها، احتكار الإعلانات الرقمية، وتضييق الخناق على المنافسين الأصغر الذين لا يملكون ذات الثروة المعلوماتية.⁵¹

3-2: استغلال البيانات كحاجز أمام دخول السوق

تحوّلت البيانات إلى حاجز تقني وقانوني واقتصادي يمنع المتدخلين الجدد من دخول السوق الرقمية أو النمو فيها. فإلى جانب صعوبة الوصول إلى البيانات، فإن المعالجة الفعالة لها تتطلب استثمارات ضخمة في الذكاء الاصطناعي والتخزين السحابي، وهي إمكانيات لا تتوفر عادة للوافدين الجدد.

ويزيد من تعقيد المسألة أن الشركات الكبرى قد تحتكر واجهات برمجة التطبيقات (APIs) أو تضع قيودا تعاقدية أمام الشركاء تحول دون نقل البيانات أو مشاركتها، ما يمنع المنافسين من تطوير حلول بديلة أو منافسة.⁵²

3-3: فشل الإطار القانوني التقليدي في تصنيف البيانات كمورد سوقي

رغم الأهمية الجوهرية للبيانات في تحديد موازين القوة في السوق الرقمية، إلا أن قوانين المنافسة التقليدية لم تدرجها بعد كعنصر مستقل في تقييم الوضعية الاحتكارية. فلا تزال أدوات التحليل القانوني تركز على مؤشرات كلاسيكية مثل الحصة السوقية أو الأسعار، متجاهلة بذلك الوزن الحقيقي للبيانات في منح الأفضلية التنافسية. وهذا ما يجعل التقييم القانوني غير دقيق عند النظر في سلوكيات الشركات الرقمية، حيث قد تعتبر ممارساتها قانونية شكليا رغم أنها تفضي فعليا إلى إقصاء المنافسة، فقط لأن البيانات لم تعتمد كمعيار للاحتكار أو الإساءة إلى الوضعية المهيمنة⁵³.

المحور الثاني: التجارب المقارنة وتقييم الوضع في الجزائر

أظهرت التحولات التي يعرفها الاقتصاد الرقمي أن الإطار القانوني لم يعد شأنا محليا فحسب، بل أصبح مرتبطا بالاختيارات الدولية في تنظيم الأسواق الرقمية. وبالنظر إلى الطبيعة العابرة للحدود لهذه الأسواق، أضحى من الضروري الاستفادة من التجارب المقارنة، خاصة تلك التي تميزت بنماذج تنظيمية فعالة. وعليه، يتناول هذا المحور مقاربات كل من الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية في مواجهة الاحتكار الرقمي وهيمنة المنصات الكبرى (أولا)، كما يعرض تحليلا للإطار القانوني الجزائري والعربي، مع تقييم واقع التنظيم والرقابة على الأسواق الرقمية في ظل الهيمنة التقنية (ثانيا).

أولا: دراسة مقارنة للتجارب الأجنبية

يشكل التطور القانوني في الدول المتقدمة، لا سيما الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة، مرجعا مهما لفهم كيفية مواجهة التحديات المرتبطة بالاقتصاد الرقمي، خصوصا في ما يتعلق بمكافحة الاحتكار ومراقبة السلوك المهيمن للمنصات الرقمية. وقد اعتمدت هذه الدول آليات قانونية ومؤسسية مختلفة، بعضها وقائي، وبعضها لاحق، يعكس اختلاف الفلسفة التشريعية والتنظيمية. تحت هذا العنوان تحليلنا للتجربتين الأوروبية والأمريكية، مع عرض أوجه التشابه والاختلاف بين المقاربتين.

1: التجربة الأوروبية

تعد التجربة الأوروبية من النماذج الريادية في مجال تقنين الاقتصاد الرقمي ومكافحة الهيمنة في السوق، حيث تبنت آليات وقائية صارمة وأصدرت تشريعات نوعية مثل قانون الأسواق الرقمية Digital Markets Act، الذي يمثل تحولا في فلسفة تنظيم المنصات الرقمية الكبرى⁵⁴.

1-1: الأطر التنظيمية العامة للرقابة الرقمية في الاتحاد الأوروبي

ركز الاتحاد الأوروبي على إرساء توازن بين تشجيع الابتكار ومنع الممارسات المنافية للمنافسة. وقد تم تعزيز هذه الرؤية من خلال حزمة من التشريعات من أبرزها قانون الأسواق الرقمية (DMA) الذي يحدد بدقة الشركات التي تعتبر "حراس البوابة Gatekeepers"، ويفرض عليها التزامات صارمة تتعلق بالشفافية، وحرية اختيار المستخدم، ومنع التفضيل الذاتي في الترتيب والتوصية⁵⁵.

سعت دول الاتحاد الأوروبي إلى وضع إطار قانوني منظم لمواجهة تحديات الاحتكار والهيمنة الرقمية، من خلال تطوير مجموعة من الأدوات القانونية والتنظيمية التي تستهدف المنصات الرقمية الكبرى، والتي أضحى يشار إليها اصطلاحاً بـ "حراس البوابة الرقمية". وقد تمثل أبرز هذه الأطر في قانون الأسواق الرقمية (**Digital Markets Act (DMA)**) الذي يمثل خطوة وقائية تهدف إلى فرض قواعد واضحة على المنصات المهيمنة، قبل تحقق الأضرار التي قد تنتج عن ممارستها المنافسة لقواعد المنافسة.

يندرج قانون DMA ضمن النهج الاستباقي للاتحاد الأوروبي في تنظيم السلوك الاقتصادي للمنصات الكبرى، وذلك من خلال وضع قائمة من الالتزامات والمحظورات المسبقة التي يجب على المنصات التي تستوفي شروط الهيمنة التقيد بها. فالقانون يمنع مثلاً الجمع بين البيانات الشخصية للمستخدمين من مصادر متعددة دون موافقتهم، ويفرض الحياد في عرض المنتجات والخدمات على المنصات، إضافة إلى إلزام المنصات بتمكين المستخدمين من حذف التطبيقات المثبتة مسبقاً وتغيير إعدادات النظام بشكل حر⁵⁶.

وقد جاء هذا الإطار التنظيمي كاستجابة مباشرة لتكرار انتهاكات المنافسة من قبل بعض المنصات العملاقة، لا سيما Google التي أدينّت مراراً من قبل المفوضية الأوروبية بسبب ممارسات تعزز هيمنتها، كالتفضيل الذاتي لخدماتها في نتائج البحث (self-preferencing) أو فرض قيود على مصنعي الهواتف الذكية بشأن نظام⁵⁷ Android. وفي هذا السياق، فرضت المفوضية غرامات ضخمة على Google فاقت 8 مليارات يورو بين سنوات 2017 و2019، مما يعكس إصرارها على التصدي لسلوكيات تقوض المنافسة الحرة⁵⁸.

كما شكلت ممارسات شركة Meta (فيسبوك سابقاً) موضوعاً للرقابة الصارمة، خاصة فيما يتعلق بعمليات الدمج غير المصرح بها واستغلال البيانات الشخصية لتكريس هيمنة متعددة الجوانب على السوق الإعلاني والخدمات الرقمية. وقد أدت هذه الانتهاكات إلى فتح عدة تحقيقات ضدها، في إطار التشريعات الأوروبية لحماية المنافسة والخصوصية على حد سواء، وأصدرت المفوضية الأوروبية "بيان اعتراضات" رسمي في ديسمبر 2022 ضمن جهود ضبط السوق الرقمية الكبرى⁵⁹. إن هذا التوجه الأوروبي، الذي يزاوج بين الصرامة في التشريع واليقظة في التنفيذ، يعكس إيمان الاتحاد بضرورة خلق بيئة رقمية عادلة ومفتوحة، تحول دون احتكار المعلومة والتحكم في الوصول إلى السوق الرقمي من قبل قلة من الفاعلين.

1-2: الإطار القانوني الأوروبي لحماية المنافسة في مواجهة الاندماجات الرقمية

تولي التشريعات الأوروبية لمراقبة عمليات التجميع الاقتصادي أهمية كبرى، باعتبار أن الاندماجات الرقمية قد تحدث تحولات عميقة في هيكل السوق وتؤثر على المنافسة الحرة، خصوصاً إذا كانت بين فاعلين رئيسيين يمتلكون قواعد بيانات ضخمة أو منصات تكنولوجية مؤثرة. وقد اعتمد الاتحاد الأوروبي في هذا الإطار على تنظيم عمليات الاندماج بموجب اللائحة رقم 2004/139 بشأن مراقبة عمليات التجميع بين المنشآت، والتي تُحول للمفوضية الأوروبية صلاحيات واسعة في فحص عمليات الاندماج والتدخل عند وجود تهديد للمنافسة.⁶⁰

من أبرز ما يميز هذه الرقابة في سياق الاقتصاد الرقمي هو الطابع الاستباقي لها، حيث يتم التركيز ليس فقط على الحصة السوقية، بل كذلك على القيمة التكنولوجية والقدرة على جمع البيانات⁶¹. لتي قد تؤدي إلى إقصاء المنافسين أو منع

الدخول إلى السوق. فحتى الاندماجات ذات الطابع غير المالي البارز يمكن أن تخضع للتدقيق إذا ما أثارت مخاوف تتعلق بالهيمنة المستقبلية، كما هو الحال في استحواذ Facebook على شركة WhatsApp سنة 2014، وهي الصفقة التي أقرت آنذاك لكنها أثارت لاحقاً انتقادات لعدم تقدير الآثار البعيدة لها على الخصوصية والمنافسة.

وقد تبّنى الاتحاد الأوروبي مؤخراً مقاربة جديدة من خلال إصلاح سياسة الاندماج الرقمي، تضمن إمكانية إخضاع الصفقات التي لا تبلغ العتبة المالية المقررة في اللائحة، ولكنها قد تشكل تهديداً محتملاً للمنافسة. وهو ما سجل فعلياً في تحقيقات المفوضية في صفقة استحواذ Amazon على شركة iRobot، حيث تم فتح تحقيق معمق بشأن أثرها على السوق، رغم أن القيمة السوقية للصفقة لم تكن كبيرة بالمعايير الكلاسيكية.⁶²

كما اتخذت المفوضية موقفاً متشدداً تجاه بعض الاندماجات التي يعتقد أنها تهدف إلى إزالة منافسين ناشئين بدلاً من تعزيز الابتكار، وهو ما عرف باسم "عمليات القتل الاستباقي". (Killer acquisitions) "وقد عبّر عن هذا التوجه قرار منع استحواذ شركة Illumina على Grail، رغم أن الأخيرة شركة ناشئة، إذ اعتبرت المفوضية أن الصفقة قد تمنح Illumina قدرة على التحكم في سوق اختبارات السرطان المتقدمة، وتقييد وصول المنافسين.⁶³

كما عرفت الساحة القضائية الأوروبية عدة نزاعات بين المفوضية الأوروبية وشركات كبرى على غرار Google، حيث تم إصدار غرامات بمليارات اليوروهات بسبب إساءة استخدام مركزها المهيمن في خدمات البحث والإعلانات. كما واجهت Apple انتقادات تتعلق بنموذج App Store، إذ أتهمت بفرض شروط غير تنافسية على مطوري التطبيقات.⁶⁴ وبالتالي، فإن الإطار القانوني الأوروبي لا يكفي بمجرد تقويم المراكز السوقية الحالية، بل يستند إلى تحليل معمق للأثر التراكمي الذي قد تحدثه هذه العمليات على الابتكار والتعددية الرقمية، من خلال الاعتماد على مقاييس غير تقليدية تشمل التكنولوجيات الناشئة، والوصول إلى البيانات، وإمكانيات التوسع في المستقبل

1-3: أثر الرقابة الأوروبية على بيئة المنافسة الرقمية

إن تدخل الاتحاد الأوروبي من خلال تشريعاته الصادرة في إطار الرقابة على الأسواق الرقمية، ولا سيما اللائحة الأوروبية للأسواق الرقمية (DMA)، قد أفرز تأثيرات ملموسة على ديناميكية المنافسة داخل الفضاء الرقمي الأوروبي. فالغاية من هذه الرقابة ليست فقط تقييد سلوك الشركات الرقمية الكبرى، بل أيضاً خلق بيئة تنافسية أكثر عدالة وانفتاحاً تمكن الفاعلين الصاعدين من النفاذ إلى السوق دون التعرض للممارسات الإقصائية.⁶⁵

فمن أبرز نتائج هذه الرقابة تكريس مبدأ تكافؤ الفرص بين المنصات الرقمية ومقدمي الخدمات الجدد، من خلال فرض واجبات قانونية على الشركات المصنفة كـ "حراس البوابة" gatekeepers، تلزمها بعدم تفضيل خدماتها الخاصة أو احتكار بيانات المستخدمين لصالحها فقط. وقد ساهم ذلك، مثلاً، في إجبار Google على تعديل طريقة عرض نتائج البحث داخل الاتحاد الأوروبي بعد إدانتها بإساءة استخدام هيمنتها من طرف المفوضية الأوروبية سنة 2017، مما أتاح لعدد من مقدمي خدمات المقارنة Price Comparison فرصة المنافسة الفعلية بعد إقصائهم سابقاً.⁶⁶

كما أن هذه البيئة الرقابية شجعت العديد من الشركات الأوروبية الناشئة على ولوج السوق الرقمية دون الخوف من الإقصاء أو التقليد غير المشروع لخدماتها، وهو ما يظهر في نمو الابتكار في مجالات مثل الذكاء الاصطناعي وخدمات الحوسبة السحابية، حيث تم تقليص النفوذ الاستثنائي لبعض الفاعلين الأمريكيين لصالح ممارسات أكثر انفتاحاً⁶⁷.

وعليه، فقد أسهمت التشريعات الأوروبية الحديثة في تعزيز الانضباط في سلوك المنصات الكبرى، ودفعها إلى تعديل نماذجها التشغيلية بما يتوافق مع متطلبات الشفافية وعدم التمييز. ومع ذلك، لا تزال هذه الإجراءات محل نقاش من حيث فعاليتها العملية، خاصة في ظل سرعة تطور البيئة الرقمية⁶⁸.

ورغم هذه الآثار الإيجابية، تثار تساؤلات عملية حول فعالية التنفيذ وسرعته، بالنظر إلى تعقيدات الامتثال التقني من جانب الشركات الكبرى، وصعوبة تقييم مدى التزامها الفعلي. إلا أن فرض غرامات مالية قياسية في قضايا مثل Google وApple، يبعث برسائل واضحة بأن التجاوزات الرقمية لم تعد بمنأى عن المسائلة القانونية في السوق الأوروبية⁶⁹.

2: المقاربة الأمريكية في مكافحة الهيمنة الرقمية

تعدّ الولايات المتحدة رائدة في وضع الأطر التشريعية والتنظيمية التي تعنى بضبط ممارسات الشركات الرقمية الكبرى، من خلال جهاز رقابي نشط يتمثل في "لجنة التجارة الفيدرالية (FTC)" وتطبيق قوانين مكافحة الاحتكار الشهيرة مثل قانون شيرمان 1980 وقانون كلايتون 1914⁷⁰ وتبرز المقاربة الأمريكية في تركيزها على مراجعة الصفقات الكبرى ومحاسبة الشركات بعد ارتكاب الأفعال الاحتكارية، على خلاف المنهج الأوروبي ذي الطابع الوقائي.

2-1: الأطر القانونية والمؤسسية المنظمة للرقابة على المنصات الرقمية

تستند السياسة الأمريكية في مكافحة الاحتكار إلى ترسانة تشريعية عريقة، يأتي في مقدمتها قانون شيرمان لعام 1890 الذي يهدف إلى تجريم الممارسات الاحتكارية مثل تقييد التنافس أو السيطرة على السوق عبر اندماجات مضادة للمنافسة. يضاف إلى ذلك قانون كلايتون لعام 1914، الذي يعزز الرقابة على عمليات الاستحواذ التي قد تؤثر سلباً على المنافسة⁷¹.

أما على المستوى المؤسسي، فتعدّ لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) أبرز هيئة تنفيذية تتولى التحقيق والمقاضاة في قضايا الهيمنة الرقمية. وقد شهدت السنوات الأخيرة تطوراً في مقاربة اللجنة، حيث أصبح التركيز يشمل تقييم تأثير الشركات التكنولوجية الكبرى على المنافسة الرقمية، لا سيما تلك التي تتحكم في تدفق البيانات أو البنية التحتية الرقمية⁷².

وتظهر فعالية هذه الأطر في التحقيقات التي أطلقتها اللجنة في مواجهة عمالقة التكنولوجيا، مثل فتحها ملف شركة Meta فايسبوك سابقاً بسبب ممارساتها في تقييد وصول المنافسين إلى بيانات المستخدمين،⁷³ وهو ما أثار تساؤلات حول تأثير ذلك على الابتكار وسهولة دخول السوق أمام الفاعلين الجدد.

2-2: التطبيقات القضائية والصفقات محل التدقيق

من أبرز ما يميز النموذج الأمريكي هو النزعة القضائية الواضحة، حيث كثيرا ما تحال قضايا الاحتكار إلى المحاكم الفيدرالية. ويعد ملف شركة **Amazon** أحد الأمثلة المعاصرة، حيث وجهت لها انتقادات بسبب استخدامها المفرط لبيانات البائعين المستقلين على منصتها من أجل الترويج لمنتجاتها الخاصة⁷⁴.

وفي ذات السياق، عرفت شركة **Microsoft** في تسعينيات القرن الماضي أطول قضايا مكافحة احتكار في التاريخ الرقمي، حيث اتهمت بإقصاء المتصفحات المنافسة من نظام التشغيل **Windows**، وهو ما أدى إلى صدور حكم بإجبارها على تعديل سياستها التنافسية⁷⁵.

حديثا، خضعت صفقة استحواذ **Microsoft** على **Activision Blizzard** (68.7 مليار دولار) للمراجعة دقيقة من قبل **FTC**، التي رأت أن الصفقة قد تمنح **Microsoft** قدرة على احتكار سوق الألعاب الإلكترونية⁷⁶، ورغم الطعن القضائي الذي تقدمت به اللجنة، إلا أن المحكمة رأت أن الأدلة غير كافية لمنع الصفقة⁷⁷، مما يعكس محدودية فعالية القانون الأمريكي التقليدي في التصدي للتطورات الرقمية الحديثة.

3: مقارنة بين الممارتين الأوروبية والأمريكية (الرقابة الوقائية مقابل المراجعة اللاحقة)

تتبنى كل من أوروبا والولايات المتحدة منهجا مختلفا في التعامل مع هيمنة المنصات الرقمية الكبرى، وذلك نتيجة تباين الأسس القانونية والفلسفية للتدخل في السوق الرقمية. ففي حين تركز المقاربة الأوروبية على آليات رقابة وقائية استباقية، تسلك المقاربة الأمريكية مسارا يقوم على المراجعة اللاحقة للتصرفات المنافسة، أي بعد تحقق الضرر الفعلي، وسنحاول استعراض أبرز مظاهر التباين ومواطن التقاطع، مع تسليط الضوء على فعالية كل مقاربة في ضبط المنافسة الرقمية.

3-1: الرقابة الوقائية في المقاربة الأوروبية

يتميز النهج الأوروبي بالتركيز على التدخل المبكر بمهدف منع سلوكيات احتكارية محتملة قبل وقوعها، وهو ما تجسد مؤخرا في قانون الأسواق الرقمية (**DMA**)، الذي يفرض التزامات صارمة على الشركات المصنفة كـ "منصات رقمية ذات بوابة (gatekeepers)" مثل **Google** و **Apple** و **Meta** و **Amazon**.

تسمح هذه الآلية للسلطات التنظيمية، مثل المفوضية الأوروبية، بفرض شروط تشغيلية مسبقة تتعلق بتقاسم البيانات، وقابلية التشغيل البيني، ومنع التفضيل الذاتي للمنصات لخدماتها.

فعلى سبيل المثال، أجبرت المفوضية الأوروبية شركة **Google** على تغيير نموذج عملها في نظام أندرويد بعدما رأت أن فرضها لتثبيت متصفح **Chrome** ومحرك البحث **Google Search** على مصنعي الهواتف الذكية يقوض المنافسة، وقد فرضت غرامة تجاوزت 4.3 مليار يورو على الشركة لذلك سنة 2018⁷⁸.

تمثل هذه الرقابة الوقائية محاولة أوروبية لتجنب الوضعيات الاحتكارية بدلا من معالجتها بعد نشوئها، وهو توجه يعكس رغبة الاتحاد الأوروبي في حماية البيئة التنافسية، خاصة في المراحل المبكرة لنشوء الأسواق الرقمية.

3-2: المراجعة اللاحقة في المقاربة الأمريكية

على النقيض، لا يخول الإطار الأمريكي للجهات التنظيمية التدخل إلا بعد وقوع السلوك المناهض للمنافسة. فـلجنة التجارة الفيدرالية (FTC) ووزارة العدل (DOJ) لا تملكان صلاحيات تنظيمية استباقية، بل تقتصر أدوارهما على التحقيق والملاحقة القضائية بعد توفر أدلة على الممارسات الضارة بالمنافسة. وقد أدى هذا النموذج إلى تراكم القضايا ضد الشركات الرقمية بعد تفاقم سلوكها الاحتكاري. على سبيل المثال، رفعت FTC دعوى ضد Facebook سنة 2020 تتهم فيها الشركة بإساءة استغلال موقعها المهيمن من خلال الاستحواذ على منافسين مثل WhatsApp و Instagram بغرض خنق المنافسة. كما واجهت Amazon اتهامات بممارسات تقييدية تجاه البائعين الخارجيين عبر منصتها، من خلال تقييد الأسعار وخوارزميات الترتيب⁷⁹. رغم حجم هذه القضايا، فإن طبيعة النظام القضائي الأمريكي وما يتطلبه من إثباتات تفصيلية، يؤدي غالبا إلى تأخير كبير في صدور الأحكام، مما يسمح للشركات بمواصلة ممارساتها لسنوات قبل صدور قرارات قاطعة.

3-3: تقييم المقاربتين وآفاق المواءمة

تبرز الفوارق بين النظامين في نقاط عدّة؛ إذ تتميز المقاربة الأوروبية بكونها أكثر سرعة وفعالية في إيقاف السلوكيات الضارة قبل أن تؤثر سلبا على السوق. ومع ذلك، يعيها أحيانا الإفراط في التنظيم، ما قد يقيد الابتكار. أما المقاربة الأمريكية، فرغم تركيزها على حرية السوق والمبادئ الليبرالية، إلا أنها كثيرا ما تتأخر في الاستجابة للانتهاكات، ما يحد من نجاعتها في كبح الاحتكار.

وقد بدأت تظهر دعوات داخل الولايات المتحدة لتبني نماذج أقرب إلى الفلسفة الأوروبية، خصوصا بعد فشل عدد من القضايا الكبرى، مما قد يشير إلى احتمالية تقارب بين المنهجين مستقبلا⁸⁰.

ثانيا: الإطار القانوني الجزائري والعربي

أمام تعاضل تأثير المنصات الرقمية الكبرى، برزت الحاجة إلى تكييف الأنظمة القانونية الوطنية لمواجهة تحديات الهيمنة الرقمية، وضمان تكافؤ الفرص في السوق الرقمية. وفي هذا الإطار، سيتم تسليط الضوء على الوضع في الجزائر وبعض الدول العربية، من خلال تحليل المنظومة القانونية الجزائرية للمنافسة، واستجلاء أوجه القصور فيها، ثم استعراض بعض التجارب العربية في هذا المجال.

1: تحليل قانون المنافسة الجزائري

رغم تبني الجزائر لقانون المنافسة منذ تسعينيات القرن الماضي، إلا أنّ هذا الإطار لا يزال يفتقر إلى آليات فعالة تواكب طبيعة السوق الرقمية، سواء من حيث المبادئ أو الآليات الرقابية أو أدوات التدخل.

1-1: المبادئ العامة لحماية المنافسة في القانون الجزائري

يرتكز قانون المنافسة الجزائري على جملة من المبادئ الأساسية، لعل أبرزها مبدأ حرية المنافسة، ومبدأ حظر التعسف في استغلال الوضعية المهيمنة، إلى جانب منع الاتفاقات والتواطؤ التي تهدف إلى تقييد المنافسة. ويكرس الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، هذه المبادئ في مادته السادسة وما يليها.

غير أنّ هذه المبادئ، على أهميتها، صيغت بأسلوب تقليدي يركز على الأسواق الكلاسيكية، ولا يأخذ بعين الاعتبار طبيعة المنصات الرقمية القائمة على البيانات الضخمة والخوارزميات، وما ينتج عنها من ممارسات هيمنة غير تقليدية يصعب إثباتها بالأدلة المباشرة كما هو الحال في الاتفاقات الكتابية أو التواطؤ الصريح.

2-1: المؤسسات الرقابية وآليات التدخل

يناط بمجلس المنافسة مهمة السهر على احترام قواعد المنافسة، وله صلاحية التحقيق واتخاذ القرارات بوقف الممارسات المنافية للمنافسة أو تغريم المتعاملين،⁸¹ غير أنّه لا يزال يعاني من محدودية في الموارد البشرية والتقنية التي تؤهله لفهم وتحليل الأنماط الحديثة للمهيمنة الرقمية.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الصلاحيات تواجه جملة من التحديات في البيئة الرقمية، أبرزها صعوبة تحديد السوق ذات العلاقة، وتعقيد تقييم الوضعية المهيمنة القائمة على المعطيات الرقمية وليس الحصص السوقية فقط.

كما أن آليات الإخطار والتحقيق لا تراعي طبيعة المعاملات الرقمية المعقدة، ناهيك عن غياب وحدات متخصصة في الاقتصاد الرقمي داخل هذه المؤسسات. من العوامل التي تحدّ من فعاليته في مواجهة عمالقة التكنولوجيا الذين يستخدمون نماذج أعمال معقدة وغير شفافة. ويسجل أن مجلس المنافسة لم يصدر أي قرار يخص ممارسات احتكارية رقمية، وهو ما يبرز ضعف التفاعل المؤسسي مع هذا القطاع المتنامي.⁸²

2: مظاهر القصور التشريعي والمؤسسي في مكافحة الهيمنة الرقمية في الجزائر

مع التطور السريع للاقتصاد الرقمي، لم تعد الهيمنة الاقتصادية تقتصر على السيطرة التقليدية على الحصص السوقية، بل أصبحت تركز على التحكم في تدفق البيانات، والتأثير في خيارات المستهلكين عبر الخوارزميات، واستغلال شبكات التأثير الرقمي. إلا أن المنظومة القانونية الجزائرية، بما فيها قانون المنافسة والمؤسسات ذات الصلة، لم تواكب بعد هذه التحولات، ما أدى إلى بروز فجوات واضحة في التصدي لممارسات الهيمنة الرقمية. يمكن رصد أبرز هذه المظاهر:

2-1: القصور التشريعي في مواجهة الهيمنة الرقمية

يتمثل القصور التشريعي أساسا في غياب نصوص صريحة تعالج وضعيات الهيمنة الرقمية الجديدة، وعدم ملائمة المفاهيم التقليدية المعتمدة في قانون المنافسة لطبيعة الأسواق الرقمية. فعلى سبيل المثال، لا يتضمن الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تعريفا محددا "للمنصة رقمية"، ولا يعترف بالبيانات الضخمة كعنصر اقتصادي استراتيجي يمكن أن يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة.

كما أن مبدأ "استغلال الوضعية المهيمنة" في النص الحالي ما يزال مرتبطاً بالمعايير الكلاسيكية كالحصص السوقية والأسعار، دون مراعاة لأساليب الهيمنة الرقمية، مثل تفضيل المنتجات الذاتية على المنصات (self-preferencing)، أو فرض شروط استخدام غير عادلة تركز على معالجة البيانات الشخصية.

إضافة إلى ذلك، لا توجد آليات قانونية خاصة بعمليات التجميع الاقتصادي في البيئة الرقمية، رغم أن بعض الاستحواذات لا تخضع للتبليغ المسبق بسبب ضعف قيمة الصفقة أو حجم المبيعات المحلي، رغم أثرها الكبير على المستقبل التنافسي في السوق (كحالات الاستحواذ على شركات ناشئة).

2-2: محدودية الهياكل الرقابية والإدارية

رغم وجود مجلس المنافسة كمؤسسة مستقلة من الناحية القانونية، إلا أن محدودية موارده البشرية والتقنية تعد من أبرز مظاهر القصور المؤسسي في هذا المجال. فالجلس يفتقر إلى فرق متخصصة في تحليل الأسواق الرقمية، أو أدوات تقنية تتيح له مراقبة الخوارزميات، وتدفق البيانات، وسلوكيات المستخدمين⁸³.

كما لا توجد آلية تعاون فعالة بين مجلس المنافسة وبقية الهيئات التنظيمية القطاعية (مثل سلطة الضبط للبريد والاتصالات الإلكترونية)، أو مع السلطات المعنية بحماية البيانات الشخصية، وهي روابط ضرورية لمعالجة ظاهرة الهيمنة الرقمية باعتبارها متعددة الأبعاد. هذا الفراغ يعيق الاستجابة السريعة للتجاوزات، خاصة وأن المنصات الرقمية تعتمد استراتيجيات متغيرة وسريعة التطور⁸⁴.

وأمام هذه التحديات، يظل الإطار التشريعي والمؤسسي في الجزائر بحاجة إلى إصلاح عميق وشامل يأخذ بعين الاعتبار خصوصية الاقتصاد الرقمي وأدواته، من خلال مراجعة المفاهيم القانونية، واستحداث آليات رقابية متخصصة، وتعزيز التعاون الدولي في هذا المجال.

3: تجارب عربية مقارنة (الإمارات، مصر، السعودية) في مواجهة هيمنة المنصات الرقمية الكبرى

رغم حداثة الإشكال المرتبط بالهيمنة الرقمية في العالم العربي، إلا أن بعض الدول بادرت إلى تطوير أطر قانونية ومؤسسية لمواجهة التحديات التي تفرضها المنصات الرقمية العملاقة، خاصة من حيث حماية المنافسة، وضمان شفافية المعاملات، والسيادة الرقمية. وفي هذا السياق، تبرز تجارب كل من الإمارات، مصر، والسعودية خطوات متفاوتة تعكس وعياً تدريجياً بأهمية ضبط السوق الرقمية. نعرض فيما يلي أبرز ملامح كل تجربة:

3-1: تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة

تعد الإمارات من الدول العربية السبّاقة في تنظيم البيئة الرقمية، حيث أطلقت عدة مبادرات تشريعية ومؤسسية ذات طابع استباقي، منها:

• إنشاء هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية (TDRA)، التي تتابع نشاط المنصات الرقمية

وتدير السياسات الرقمية.

• إدماج مبادئ المنافسة الرقمية ضمن سياسات الاقتصاد الرقمي الوطني، حيث تنص "استراتيجية الاقتصاد الرقمي الإماراتية 2022" على ضرورة "تعزيز المنافسة الرقمية ومنع احتكار الأسواق من قبل كيانات رقمية مهيمنة."

• التعاون بين الجهات المختصة (الهيئة الاتحادية للمنافسة، وهيئة تنظيم الاتصالات، ومصرف الإمارات المركزي) لرقابة عمليات الاستحواذ في السوق الرقمي، خاصة في قطاعي التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية.⁸⁵ ورغم أن الإمارات لم تصدر بعد قانوناً خاصاً بالمنافسة الرقمية، إلا أن التوجهات الرسمية تسير نحو تكيف قانون المنافسة الاتحادي مع متطلبات العصر الرقمي، على ضوء توصيات "المنتدى العالمي للمنافسة (OECD)"

3-2: تجربة جمهورية مصر العربية

اتخذت مصر مؤخراً عدة خطوات لتأطير السوق الرقمية قانونياً، أبرزها:

• تعديل قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية سنة 2022، والذي تضمن أحكاماً تتيح الرقابة المسبقة على عمليات الاستحواذ والاندماج، لا سيما في البيئة الرقمية، حتى إن لم تتجاوز قيمة الصفقة حداً مالياً معيناً، إذا كانت لها آثار مستقبلية على المنافسة.⁸⁶

• إصدار سياسة وطنية للذكاء الاصطناعي تشدد على ضرورة ضبط استخدام الخوارزميات بما يضمن الشفافية وعدم التمييز.

• التنسيق بين جهاز حماية المنافسة ووزارة الاتصالات لرصد ممارسات المنصات الكبرى، كما حدث في تحقيقات منصة "Amazon" حول التفضيل الذاتي للمنتجات في السوق المصرية. غير أن التحدي الأبرز في مصر يتمثل في ضعف القدرات الفنية لمواجهة الهيمنة الرقمية، مما يتطلب استثمارات إضافية في الكفاءات والبنية التقنية.

3-3: تجربة المملكة العربية السعودية

تسير السعودية في إطار رؤية 2030 نحو اقتصاد رقمي متكامل، وقد قامت بـ:

• تعديل نظام المنافسة في 2019 ليشمل الرقابة على الممارسات التجارية في السوق الرقمية.
• إنشاء هيئة "البيانات والذكاء الاصطناعي (SDAIA)" لتعزيز الحوكمة الرقمية، بالتنسيق مع الهيئة العامة للمنافسة التي وسعت اختصاصاتها لتشمل مراقبة عمليات السيطرة السوقية من خلال البيانات والتحكم بالخوارزميات.

• في عام 2021، أصدرت الهيئة العامة للمنافسة السعودية (GAC) بياناً حول تنفيذ القواعد الخاصة بالمنافسة الرقمية، أشار خلاله إلى بدء إعداد إطار لإشراك المنصات الرقمية في رقابة المستهلك والمنافسة. وشمل البيان الإعلان عن مشاورات عامة بشأن تنظيم المنافسة لمنصات المحتوى الرقمي، بما يتضمن شروط الإفصاح، والتقييد على العقود التفضيلية ورفض الممارسات الاحتكارية.⁸⁷

- كما أتاح البيان لشركات المنصات الكبرى فرصة تقديم ملاحظاتها ضمن فترة التشاور، بمنهجية تراعي تقييم "قوة السوق المرتبطة بالمنصة"، مثل عدد المستخدمين، مستوى الحواجز، والتحكم في البيانات وهو ما يعد مؤشرا على وعي الهيئات التنظيمية بخصوصيات المنصات الرقمية.⁸⁸
- تظهر التجارب العربية الثلاث وعيا متناميا بمخاطر الهيمنة الرقمية، وتوجها نحو التكيف التدريجي للأطر القانونية والمؤسسية. ومع ذلك، لا تزال هذه التجارب في طور البناء، وتفتقر إلى تنسيق إقليمي فعال، أو مرجعيات عربية موحدة بشأن المنافسة في الأسواق الرقمية. كما تظل الحاجة ملحة إلى تطوير أدوات الرقابة التقنية والقانونية بالتوازي مع تعزيز الكفاءات الوطنية.

الخاتمة

بعد التطرق إلى مختلف الجوانب القانونية المتعلقة بإشكالية الاحتكار والاندماجات الرقمية في ظل الاقتصاد الرقمي، يتبين بوضوح أن هذه الإشكالية تمثل تحديا معقدا ومتعدد الأبعاد، يمس جوهر قواعد المنافسة التقليدية، ويستدعي إعادة التفكير في آليات الضبط القانوني في بيئة رقمية متغيرة باستمرار.

ويتأكد من خلال الدراسة أن الإطار القانوني الجزائري لا يزال عاجزا عن مواكبة التحولات العميقة التي أحدثتها المنصات الرقمية في بنىات السوق وآليات التمرکز والهيمنة، خاصة في ظل غياب تعريفات دقيقة لمفاهيم مثل "السوق الرقمية" و"القوة السوقية الرقمية"، وافتقار قوانين المنافسة الحالية إلى أدوات نجاعة قادرة على الكشف عن ممارسات الهيمنة الجديدة التي لا تتركز بالضرورة على الأسعار، بل على البيانات، والخوارزميات، وشبكات التأثير.

الاستنتاجات الأساسية:

- قصور التكيف التشريعي في الجزائر، حيث لم يتم بعد إدراج مفاهيم رقمية حديثة ضمن النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة.
 - غياب مفهوم "السوق الرقمية" و"المنصة متعددة الجوانب" ضمن أدوات تحليل المنافسة، مما يعيق كشف الممارسات المنافية لها.
 - ضعف التنسيق المؤسسي وتعدد الهيئات دون فعالية واضحة في مجال ضبط الاقتصاد الرقمي.
 - استمرار هيمنة الشركات الأجنبية الكبرى (مثلا GAFAM) دون أي قيود تنظيمية حقيقية داخل السوق الجزائرية.
 - عدم ملاءمة آليات الرقابة المسبقة أو اللاحقة مع طبيعة المعاملات الرقمية التي تتم بسرعة وبمستوى عالٍ من التداخل عبر الحدود.
- التوصيات العملية:**
- إدماج مفهوم "القوة السوقية الرقمية" ضمن قانون المنافسة الجزائري مع تحديد معايير غير تقليدية لقياسها (مثل سيطرة المنصة على تدفق البيانات أو القدرة على التحكم في الوصول إلى السوق).

- تطوير أدوات تحليل السوق الرقمية من خلال اعتماد دراسات تقنية واقتصادية متخصصة في الاقتصاد الرقمي، وتكوين كوادرات قانونية وتقنية قادرة على فهم بنيات السوق الجديدة.
- إنشاء هيئة وطنية مستقلة لضبط السوق الرقمية، تتمتع بصلاحيات الرقابة والتدخل في حالات الهيمنة والاندماج، وتكون على تواصل دائم مع السلطات الدولية المختصة.
- تعزيز التنسيق الإقليمي والدولي عبر توقيع اتفاقيات تعاون مع الدول العربية والأوروبية لمواجهة تمدد المنصات الرقمية العملاقة، وتبادل الخبرات والممارسات الفضلى.
- إرساء آليات وقائية للرقابة على عمليات الاندماج الرقمي، مع إمكانية تعليق أو إبطال العمليات التي من شأنها إضعاف المنافسة في السوق المحلية.
- اعتماد تشريعات شاملة لحوكمة المنصات الرقمية، تشمل جوانب الشفافية، حماية البيانات، حرية الوصول، وعدم استغلال الموقع المهيمن.
- استلهام النماذج المقارنة، خصوصاً الأوروبية في مجال الضبط الوقائي للاندماجات الرقمية، وتكييفها مع الواقع الجزائري.

الآليات القانونية المقترحة لمواجهة الاحتكار والاندماج الرقمي:

- مراجعة قانون المنافسة رقم 03-03 وتوسيعه ليشمل المنصات الرقمية.
- فرض واجب التصريح المسبق عن عمليات الاندماج التي تشمل كيانات رقمية فاعلة داخل السوق الوطنية.
- منح مجلس المنافسة صلاحيات تحليل ممارسات السوق على أساس سلوكيات المنصات وليس فقط على أساس البنية السوقية.

• اعتماد نظام التنبيهات المبكرة على نمط النظام الأمريكي عبر لجنة التجارة الفيدرالية (FTC).

• تفعيل دور القضاء الإداري في الفصل في الطعون المرتبطة بقرارات الهيئات الرقابية الرقمية.

نخلص في الأخير بالقول أنه لا يمكن مواجهة اختلالات السوق الرقمية بأدوات تشريعية تقليدية، بل يتطلب الأمر

مقاربة قانونية مبتكرة، تتسم بالمرونة التقنية، والدقة التحليلية، والشراكة الدولية. فاقتصاد البيانات لم يعد مجرد نشاط اقتصادي، بل صار معماراً استراتيجياً يتطلب جاهزية تشريعية شاملة تحفظ سيادة الدولة وتضمن عدالة المنافسة.

- ¹ -Volker Brühl, Big Tech, the Platform Economy and the European Digital Markets, Intereconomics Review of European Economic Policy, Volume 58, 2023 · Number 5, <https://www.intereconomics.eu/contents/year/2023/number/5/article/big-tech-the-platform-economy-and-the-european-digital-markets.html>
- ² - Richard Heeks and rumana Bukht, Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy, International Organisations Research Journal, 13(2), 2018, https://www.researchgate.net/publication/327356904_Defining_Conceptualising_and_Measuring_the_Digital_Economy . accessed July 10, 2025
- ³ - IR, "The Importance of the Digital Economy," IR.com <https://www.ir.com/guides/the-importance-of-the-digital-economy> , accessed July 25, 2025,
- ⁴ - Theodore Narku Odonkor , Titilope Tosin Adewale, Titilayo Deborah Olorunyomi , "Valuing Intangible Assets in the Digital Economy: A Conceptual Advancement in Financial Analysis Models," **International Journal of Frontline Research in Multidisciplinary Studies** , 02(01), 2023, https://www.researchgate.net/publication/387307921_Valuing_intangible_assets_in_the_digital_economy_A_conceptual_advancement_in_financial_analysis_models accessed July 10, 2025
- ⁵ - Nils Urbach and Maximilian Röglinger, "Digitalization and Its Impact on Society," Sustainability 17, no. 1 (2024): 318, <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/1/318>. accessed July 10, 2025
- ⁶ - Janine Berg s Marianne Furre, Ellie Harmon Uma Rani s M Six Silberman, , "Digital Labour Platforms and the Future of Work," International Labour Organization ILO Working Paper, 2018, https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms_645337.pdf . accessed July 10, 2025
- ⁷ - Will Sutherland, Mohammad Hossein Jarrahi, The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda; **International Journal of Information Management**, 43.2018
- ⁸ - Georgios Petropoulos, Marshall Van Alstyne, and Geoffrey Parker, Digital Platforms and Antitrust (Bruegel Working Paper 06/2020), https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep50102.pdf?refreqid=fastly-default%3A881854d1b2605389ff5111fa20270901&ab_segments=&initiator=&acceptTC=1 accessed July 15, 2025
- ⁹ - OECD, Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms (Paris: OECD Publishing, 2018), https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2018/04/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms_2a887a98/a013f740-en.pdf accessed July 13, 2025
- ¹⁰ Emilio Calvano, Michele Polo, Market Power, Competition, and Innovation in Digital Markets: A Survey," Information Economics and Policy 54 (March 2021): 100853,

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167624519301994> accessed July 10, 2025

¹¹ - Elias Deutscher, Reshaping Digital Competition: The New Platform Regulations and the Future of Modern, Antitrust Bulletin, vol 67, 2022, [https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/83652/1/Deutscher Reshaping Digital Competition .pdf](https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/83652/1/Deutscher%20Reshaping%20Digital%20Competition.pdf) and Carlotta Francescon, Competition in the Digital World: How the EU and the US Are Addressing New Challenges, International Policy Review, **IE University** IE International Policy Review (IPR), Journal 6 Issue 1 (2025). <https://ipr.blogs.ie.edu/2025/01/27/competition-in-the-digital-world-how-the-eu-and-the-us-are-addressing-new-challenges/> accessed July 09, 2025

¹² - Catherine E. A. Mulligan and Phil Godsiff, "Datalism and Data Monopolies in the Era of A.I.: A Research Agenda," arXiv, July 16, 2023, <https://arxiv.org/abs/2307.08049>. accessed July 09, 2025.

¹³ -Ibid

¹⁴ - Dirk Bergemann and Alessandro Bonatti, "Data, Competition, and Digital Platforms," arXiv, April 15, 2023, <https://arxiv.org/abs/2304.07653> accessed July 09, 2025

¹⁵ -Emilio Calvano, Michele Polo, op.cit

¹⁶ - Marc Bourreau, Bernard Caillaud, and Romain De Nijs, "Taxation of a Digital Monopoly Platform," Journal of Public Economic Theory 20, no. 1 (2017),

¹⁷ - OECD, Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms, OECD Publishing, 2018, op.cit.

¹⁸ - Sergey Silvestrov , Vladimir Starovoitov, Dmitrii Firsov and Yuri Krupnov, "Control of Platform Monopolization in the Digital Economy: The Implication of Open Innovation, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2022, Volume 8, Issue 2, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853122000075?via%3Dihub> accessed July 09, 2025.

¹⁹ - Dina Srinivasan, The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist's Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers, Berkeley Business Law Journal, 2019, <https://paperity.org/p/191797091/the-antitrust-case-against-facebook-a-monopolists-journey-towards-pervasive-surveillance> accessed July 19, 2025

²⁰ - Coveri, Andrea; Cozza, Claudio; Guarascio, Dario, Monopoly Capitalism in the Digital Era, LEM: Laboratory of Economics and Management, 2021, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/247302/1/2021-33.pdf> . accessed July 19, 2025

²¹ - How Does a Monopoly Contribute to Market Failure?, Investopedia <https://www.investopedia.com/terms/m/monopoly.asp> accessed July 19, 2025

²² - Geoffrey G. Parker and Marshall W. Van Alstyne, Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You (New York: W.W. Norton, 2016), esp. chapter on networked economies, <https://www.norton.com/platform-revolution> accessed July 20, 2025

²³ - Emilio Calvano, Michele Polo, op cit.

²⁴ -Oxera, "Competitive Dynamics of 'Homing' in Multi-Sided Platforms," Oxera Agenda (2021), <https://www.oxera.com/agenda/home-advantage-who-wins-in-multi-sided-platform-competition> accessed July 20, 2025

²⁵ - OECD, "Market Definition in the Digital Era", 2020, p. 5. Available at: <https://www.oecd.org/competition/market-definition.htm> (accessed July 13, 2025)

²⁶ - Shuai Yuan, Ahmad Zainal Abidin, Marc Sloan, and Jun Wang, "Internet Advertising: An Interplay among Advertisers, Online Publishers, Ad Exchanges and Web Users," arXiv, June 8, 2012, <https://arxiv.org/abs/1206.1754> accessed July 20, 2025.

²⁷ - Emilio Calvano, Michele Polo, op.cit

²⁸ -ibid

²⁹ - Dirk Bergemann and Alessandro Bonatti, op cit

³⁰ - OECD, Algorithms and Collusion – Competition Policy in the Digital Age, 2017, p. 9. Disponible sur : https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2017/05/algorithms-and-collusion-competition-policy-in-the-digital-age_02371a73/258dcb14-en.pdf accessed July 10, 2025

³¹ - **Calvano, Emilio, Giacomo Calzolari, Vincenzo Denicolò, Sergio Pastorello.** "Artificial Intelligence, Algorithmic Pricing, and Collusion." American Economic Review 110, no. 10 (2020): <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20190623> accessed July 20, 2025

³² - Competition and Markets Authority (CMA), Pricing Algorithms: Economic Working Paper on the use of algorithms to facilitate collusion and personalised pricing, 2018. **Available at:** https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5bbb2384ed915d238f9cc2e7/Algorithms_econ_report.pdf accessed July 11, 2025

³³ Reuben Binns , Max Van Kleek , Michael Veale , Ulrik Lyngs , Jun Zhao and Nigel Shadbolt. "'It's Reducing a Human Being to a Percentage': Perceptions of Justice in Algorithmic Decisions." In Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 1–14. ACM, 2018., p. 6. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173951> accessed July 25, 2025

³⁴ - Victoria Fast, Daniel Schnurr, and Michael Wohlfarth, "Regulation of Data-Driven Market Power in the Digital Economy: Business Value Creation and Competitive Advantages from Big Data," Journal of Information Technology & Politics, Volume 38, Issue 2 , 2023, <https://doi.org/10.1177/02683962221114394> accessed July 25, 2025

³⁵ -Ana Pošćić and Adrijana Martinović, **"EU Competition Law in the Digital Era: Algorithmic Collusion as a Regulatory Challenge , EU AND COMPARATIVE LAW ISSUES AND CHALLENGES SERIES (ECLIC) , Conference: EU 2020 – lessons from the past and solutions for the future, 2020,.**Available at: https://www.researchgate.net/publication/344974253_EU_COMPETITION_LAW_IN_THE_DIGITAL_ERA_ALGORITHMIC_COLLUSION_AS_A_REGULATORY_CHALLENGE accessed July 25, 2025

³⁶ - OECD, "Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms", 2018, op cit

³⁷ - OECD (2016), "Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 193, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a1c2d55c-en>, <https://doi.org/10.1787/a1c2d55c-en> (Accessed on July 13, 2025).

³⁸ -OECD, Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms, 2018, op cit

³⁹ - الدستور الجزائري، الصادر بتاريخ 1 نوفمبر 2020، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 82.
⁴⁰ - الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 43،

⁴¹ - تنص المادة 03 الفقرة ج من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أن: " وضعية الهيمنة هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيه إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها أو ممونيها،"

⁴² - Newsroom: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service, 27 June 2017., <https://ec.europa.eu/newsroom/comp/items/104946/en> accessed July 2025

⁴³ - OECD (2020), "Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 248, OECD Publishing, Paris, https://www.oecd.org/en/publications/start-ups-killer-acquisitions-and-merger-control_dac52a99-en.html (Accessed on July 25, 2025)

⁴⁴ - e-Conomics—Written evidence to the House of Lords EU Committee on Online Platforms and the Digital Single Market, section 3 Competition and Dominance, paras 60–63 (2015), which explains that **traditional instruments (market share, price, static concentration)** fall short in digital markets, where **network effects** and **data control** are key indicators of dominance
<https://committees.parliament.uk/writtenevidence/61563/htmlt.com>

⁴⁵ - عبدالله وهبي الوهبي، "احتكار البيانات الرقمية وسيطرة الشركات الكبرى على المستقبل الرقمي والاقتصاد"، صحيفة مال ، 16 مارس 2025،

<https://maaal.com/articles/%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%B3%D9%8A%D8%B7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83-575/> (Accessed on July 26, 2025)

⁴⁶ - حسين سلمان أحمد الشويخ، "الكارنل الرقمي": هل يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي أن تتواطأ؟ صحيفة البلاد، ، الأحد 02 مارس 2025، منشور على موقع الصحيفة:

<https://www.albiladpress.com/posts/904980.html>

⁴⁷ - المرجع نفسه.

⁴⁸ - Mateusz Grochowski, Agnieszka Jabłonowska, Francesca Lagioia, and Giovanni Sartor, "Algorithmic Price Discrimination and Consumer Protection: A Digital Arms Race?", *Technology and Regulation*, 2022, pp. 36–47. <https://hdl.handle.net/1814/76196> (Accessed on July 26, 2025)

⁴⁹ -Ibid.

⁵⁰ - Kean Birch & Damola Adediji, Undermining competition, undermining markets? Implications of Big Tech and digital personal data for competition policy, Big Data & Society, 2025

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20539517241311584>

(Accessed on July 26, 2025)

⁵¹ - ibid

⁵² - Miranda Cole, Francesco Salis, Increasing regulatory scrutiny of the role of data in digital economies, , Global Competition Review Insight 30 May 2025

<https://globalcompetitionreview.com/guide/data-antitrust-guide/second-edition/article/increasing-regulatory-scrutiny-of-the-role-of-data-in-digital-economies>

(Accessed on July 26, 2025)

⁵³ - ibid

⁵⁴ - **Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), Official Journal of the European Union, L265/1, Articles 5–7**

⁵⁵ - Ibid., Article 3–6.

⁵⁶ -Ibid, Articles 5–7.

⁵⁷ - Newsroom: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service, op cit

⁵⁸ - General Court of the European Union, “Judgment in Case T-604/18 Google and Alphabet v Commission (Google Android),” 14 September 2022.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62018TJ0604>

⁵⁹ -European Commission, “Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Meta over abusive practices benefiting Facebook Marketplace

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_22_7728 (Accessed on July 27, 2025)

⁶⁰ - Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (EC Merger Regulation), Official Journal L 24, 29.1.2004. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32004R0139> (Accessed on July 26, 2025).

⁶¹ - Ibid., Articles 2–6.

⁶² - European Commission, “Commission opens in-depth investigation into the proposed acquisition of iRobot by Amazon,” Press Release, 6 July 2023.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_3644 (Accessed on July 26, 2025).

⁶³ - European Commission, “Antitrust: Commission prohibits acquisition of GRAIL by Illumina”, Press Release, 6 September 2022.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_5364 (Accessed on July 26, 2025)

⁶⁴ - **Auer, D. & Lianos, I.**, "The European Commission's Google Shopping Decision: Facts, Substance, and Future," Journal of Antitrust Enforcement, 2018, p. 55.

<https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnx018> (Accessed on July 26, 2025)

⁶⁵ - Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act),

Official Journal of the European Union, L 265/1, Arts. 5–6. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj> (Accessed on July 26, 2025)

⁶⁶ - European Commission, “Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service,” Press Release, 27 June 2017. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_1784

⁶⁷ - Usercentrics, “The Digital Markets Act (DMA) and the benefits for startups and SMEs,” 2024. (Accessed on July 26, 2025) <https://usercentrics.com/knowledge-hub/digital-markets-act-dma-startups-smes-benefits/> (Accessed on July 26, 2025)

⁶⁸ - Damien Geradin, “What to Expect from the DMA Enforcement: A Realistic View,” European Competition Journal 18, no. 1 (2022): 12. <https://doi.org/10.1080/17441056.2021.2002589> (Accessed on July 27, 2025)

⁶⁹ - Reuters, “Apple and Meta among first to face EU's tough digital rules,” March 2024. <https://www.reuters.com/technology/apple-meta-among-first-face-eus-tough-digital-rules-2024-03-07/> (Accessed on July 27, 2025)

⁷⁰ - **Sherman Antitrust Act**, 1890, 15 U.S.C. §§ 1–7; **Clayton Antitrust Act**, 1914, 15 U.S.C. §§ 12–27. (Accessed on July 28, 2025)

⁷¹ - Ibid.

⁷² - Federal Trade Commission, **FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization** (Press Release, December 2020). <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization> (Accessed on July 28, 2025)

⁷³ - Ibid.

⁷⁴ - The Wall Street Journal, **Amazon Scoops Up Data From Its Own Sellers to Launch Competing Products**, April 2020. <https://www.wsj.com/articles/amazon-scooped-up-data-from-its-own-sellers-to-launch-competing-products-11587650015>

⁷⁵ - United States v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001). <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F3/253/34/576095/>

⁷⁶ - The Wall Street Journal, “Amazon Scoops Up Data From Its Own Sellers to Launch Competing Products,” op cit

⁷⁷ - Mike Scarcella, “Microsoft wins appeal in FTC challenge to \$69 bln Activision Blizzard deal,” May 2025 <https://www.reuters.com/legal/microsoft-wins-ftc-appeal-challenging-69-bln-activision-blizzard-deal-2025-05-07/> (Accessed on July 27, 2025).

⁷⁸ - **European Commission**, Antitrust: Commission accepts commitments from Google on Android competition concerns, Press Release, 18 July 2018. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4581 (Accessed on July 28, 2025)

⁷⁹ - **Federal Trade Commission**, **FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization** (December 2020),

<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization>

⁸⁰ - Reuters, Microsoft wins appeal in FTC challenge to \$69 bln Activision Blizzard deal, May 2025.op cit

⁸¹ - المادة 34 وما بعدها من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، المرجع السابق

⁸² - Le Echo d'Algérie, "Économie numérique: Vers l'adaptation d'un cadre juridique pour faire face aux défis du numérique," 16 novembre 2024.

<https://lechodalgerie.dz/economie-numerique-vers-ladaptation-dun-cadre-juridique-pour-faire-face-aux-defis-du-numerique/> (Accessed on July 27, 2025)

⁸³ - OECD 'Practical Approaches to Assessing Digital Platform Markets for Competition Law Enforcement, OECD Roundtables on Competition Policy Papers No. 234 (2019) <https://doi.org/10.1787/938ffd20-en> (Accessed on July 28, 2025)

⁸⁴ - OECD 'Competition Policy in Digital Markets: The Combined Effect of Ex Ante and Ex Post Instruments in G7 Jurisdictions (2024) <https://doi.org/10.1787/80552a33-en> (Accessed on July 28, 2025)

⁸⁵ - UAE Digital Economy Strategy, 2022, Ministry of Economy, UAE.

⁸⁶ - قانون رقم 175 لسنة 2022 بتعديل بعض أحكام قانون حماية المنافسة المصري.

⁸⁷ - General Authority for Competition (GAC), Closed consultation on Competition Regulations for Digital Content Platforms, issued September–October 2021 <https://digitalpolicyalert.org/event/13425-closed-consultation-on-competition-regulations-for-digital-content-platforms-including> (Accessed on July 27, 2025).

⁸⁸ - Ibid.