دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلك

د/بوشريط حسناء
جامعة بسكرة

تاريخ الإرسال:08-10-2018 تاريخ القبول:07-11-2018 تاريخ النشر:10-12-2018

الملخص :

يعد عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا من الممارسات المقيدة للمنافسة، والتي تصدى لها المشرع الجزائري من خلال النص على حظرها ومنع الإتيان بها بمقتضى نص المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، لما لها من نتائج سلبية وأضرار على قوى السوق من مستهلكين ومنتجين وتقييدها للمنافسة، هذه الأخيرة التي تعتبر عنصرا حيويا يمكن الأطراف العاملة في الميدان الاقتصادي من إنتاج أفضل الخيرات وعرض أحسن الخدمات على المستهلكين جودة وسعرا. ولتحقيق هذه الأهمية الايجابية تحديدا حرص المشرع على توضيح شروط قيام هذه الممارسة، وعند قيامها ما هي الجزاءات الموقعة من طرف مجلس المنافسة في ذلك.

Abstract :

The practice of arbitrarily discounted prices is considered from the restricting practices of competition, which are forbidden by the Algerian legislature through the text prohibiting it under article12 of ruling N°03/03, given its negative consequences to the market forces and because of her restriction as to the competition, which is a vital element enabling economic actors to produce the best welfare and to present the best services. the legislator was keen to clarify the conditions for the practice, and determining the penalties imposed.

مقدمة

يعتر عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة ممارسة من الممارسات الترويجية التي غالبا ما يلجأ إليها العون الاقتصادي بهدف استقطاب المستهلك وتحريضه على التعاقد، لذا عمد المشرع الجزائري إلى تنظيميها وإعطائها إطارا قانونيا يسمح بضبط السوق وحماية المتدخلين فيه عن طريق ما يسمى بقانون الممارسات التجارية وقانون المنافسة، هذا الأخير الذي يتميز عن غيره من القوانين بتحديده لشروط تحقيق الفعالية الاقتصادية، والتي تهدف إلى الحفاظ على المنافسة و حظر كل الممارسات المقيدة لها والتي من بينها حظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين، لما لها من أضرار على المستهلكين والأعوان الاقتصاديين وعلى الاقتصاد الوطني، فنجد أن المشرع قيدها بضوابط وبشروط معينة، كما وضح أيضا في حالة ارتكابها من طرف المخالفين طبيعة الجزاءات والعقوبات الموقعة عليهم من طرف مجلس المنافسة، والتي نحاول توضيحها من خلال الإجابة عن الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تمكن المشرع الجزائري من ضبط وتفعيل حظر عرض الأسعار أوممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين باعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة؟

للإجابة عن هذه الإشكالية، قسمنا هذه الدراسة إلى مطلبين، بحيث تناولنا في الأول مفهوم عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين، وفي الثاني دور مجلس المنافسة في توقيع الجزاءات والعقوبات المترتبة عن هذه الممارسة.

المطلب الأول: مفهوم عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين.

تنص المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 19 يوليو2003 المتعلق بالمنافسة على:<< يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أوالممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق>>. باستقراء هذه المادة نستنتج ضرورة تعريف المقصود بعرض أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين بقصد تمييزه عن غيره من الممارسات المحظورة الأخرى وتوضيح شروط قيام هذه الممارسة.

الفرع الأول: تعريف عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا

يعرف عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا بأنه:<< كل فعل يقوم به عون اقتصادي خاصة الموزعين الكبار سواء بصفة منفردة أو جماعية ينصب على عنصر السعر، إذ يقوم بالتعامل بأسعار تتحدى كل منافسة تجعله يتحمل هو أيضا نتائج الخسارة من خلال البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي[1]>>.

وقد عرفه مجلس المنافسة الفرنسي في العديد من قرارته على أنه:<< وضعية تقوم من خلالها مؤسسة مهيمنة بتحديد أسعارها بشكل يسبب لها خسائر، أي أن هذه المؤسسة تستغني عن أرباح لمدة قصيرة بهدف إبعاد أحد أو مجموعة من المنافسين أو جعل دخول المنافسين الجدد إلى السوق صعب ثم تقوم المؤسسة بعد تحقيق أهدافها بإعادة رفع أسعارها لتعويض الخسائر التي تحملتها[2]>>. وبالنظر في هذا الإطار إلى غياب تعريف قانوني أوقضائي دقيق يمكن القول أن عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع بشكل تعسفي من أهم الممارسات المقيدة للمنافسة، والتي تتم على أساس السعر، حيث يلجأ إليها العون ذو الوضع المسيطر في سوق

منتج معين من خلال تخفيض أسعاره أقل من التكلفة الحقيقية بهدف إحراز مركز احتكاري وفرض أسعار مرتفعة لتعويض الخسائر التي تكبدها أثناءالتخفيض.[3]

ومن خلال كل هذا يمكن أن نستنتج النقاط التالية:

-الأصل أنه لكل مؤسسة الحرية في تحديد أسعار بيع السلع والخدمات التي تقدمها ولا يحق للمنتج أو لأي شخص آخر أن يفرض عليها سعر إعادة البيع ما عدا الدولة في الحالات المقررة قانونا.

-الأصل في أن البيع بسعر أقل يعبر عن أفضل منتوجية وأحسن تسيير لمختلف شبكات التوزيع، إلا أن هذه الممارسة المحظورة محل الدراسة إذا كان الهدف منها هو إبعاد المنافسين الآخرين من دخول السوق، فإن هذه الوضعية تتحول من إطار الممارسة المشروعة إلى الممارسة غير المشروعة، تطبيقا لمبدأ عدم الإضرار بالغير في مجال المنافسة والموجود حتى في الشريعة الإسلامية لقول الرسول ﷺ <<لا ضرر ولا ضرار[4]>>

-الهدف من حظر المشرع لهذه الممارسة هو تحقيق لمصلحتين؛ من جهة أولى حماية لمصالح المؤسسات المتنافسة التي تم استبعادها، ومن جهة ثانية حماية لمصالح المستهلك على اعتبار أن هذا التخفيض لن يدوم لفترة طويلة فهو تخفيض مؤقت فقط، لأنه بمجرد أن تحقق المؤسسة هدفها سترفع الأسعار.

الفرع الثاني: شروط عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا

بالرجوع إلى نص المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة فإنه:<< يحضر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أويمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق>> نستنتج ضرورة توافر مجموعة من الشروط للقول بأنها ممارسة مقيدة للمنافسة والتي تتمثل في:

أولا: عرض أو ممارسة أسعار بيع

يعد عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين من الممارسات المخلة بمبدأ شفافية الأسعار، حيث نجد عادة أن هذه الممارسات تكون من طرف المؤسسات التي تنشط على مستوى الإنتاج، حيث تقوم هذه المؤسسات ببيع منتوجاتها بسعر منخفض انخفاضا غير عادي يصل إلى درجة البيع بسعر أقل من معدل التكلفة المتغير أوالإجمالي وقد حصر لنا المشرع المجال الذي يكون فيه البيع بالتخفيض التعسفي والمنصوص عليه بمقتضى المادة 12 من الأمر رقم 03/03 في ما يلي:

-في عقود البيع دون غيرها من العقود الأخرى سواء تحقق ركن الرضا بتطابق الإيجاب مع القبول أو بصدور الإيجاب من قبل المؤسسة دون أن يقترن بقبول المستهلك أي بمعنى أن هذه الممارسة لا يهم فيها ضرورة أن يتم العرض في ذات مكان تواجد المنتوج محل البيع أو وصل عرض هذه التخفيضات المفرطة للأسعار إلى علم المستهلك عن طريق الأساليب الإشهارية التي تستبق عادة ممارسة البيع بمثل هذه الأسعار.[5]

-يشتمل الحظر لهذه الممارسة على إحدى الحالتين كما سبق القول هما؛ حالة عرض أسعار بيع مخفضة للمستهلكين أي بمجرد تقديم إيجاب صادر من المؤسسة وهو الموجب دون صدور قبول بذلك، وحالة ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وهي المرحلة النهائية لتمام العقد بتطابق الإيجاب مع القبول (البيع)، فكلتا الحالتين يشكلان ممارسة محظورة قانونا، ومن هذا الإطار حاول المشرع تبني بهذا الشكل الطابع الوقائي بغية حماية المنافسة من هذه الممارسة والتي خصها بذلك دون غيرها من الممارسات[6] .

-يدخل في مفهوم حظر هذه الممارسة حتى تأدية الخدمات، على اعتبار أن مجال تطبيق قانون المنافسة يتضمن كل من السلع والخدمات على عكس ما ينص عليه قانون الممارسات التجارية بشأن البيع بالخسارة، والذي يطبق على السلع دون الخدمات[7] وإن كان نجد أن المشرع الجزائري لم ينص بصريح العبارة عن مجال هذا الحظر من هذه الممارسة والمتمثل في الخدمات، وهذا على غرار مجلس المنافسة الفرنسي الذي تدارك هذا النقض الموجود على مستوى المادة 5/420 من القانون التجاري الفرنسي ، وأصدر قرارا بأن:<<كل من المنتوجات والخدمات مختصة بالمنع المقرر للأسعار المنخفضة انخفاضا مفرطا>> مرتكزا على المعنى الاقتصادي للبيع، فالتعاملات الاقتصادية لا تقتصر على السلع فقط بل حتى على تقديم الخدمات، حيث أن السوق التنافسية تضم كل من الممارستين[8]

-يجب أن تكون السلع المعروضة أو المباعة قد تم تحويلها أو إنتاجها أو تسويقها لأن المواد المباعة على حالها لا يشملها الحظر، بل ولا تدخل في نطاق المادة 12 من الأمر 03/03 لقولها:<<...الانتاج أو التحويل أو التسويق...>>، بل تدخل في إطار البيع بالخسارة[9]

ثانيا: الخفض التعسفي لأسعار البيع

لكي يتحقق عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين وفقا لما نصت عليه المادة 12 من قانون المنافسة لا بدا أن يكون سعر تخفيض البيع ليس مجرد تخفيض عادي بل تخفيض فادح بالنظر لتكلفة المننتوج الكلية، وعليه يستلزم الأمر مقارنة بين سعر البيع الموجه للمستهلك وسعر التكلفة الحقيقي أي تبني معيار سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق كهامش مرجعي، والمقصود بسعر التكلفة الحقيقي هو سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل[10] يقاس على ذلك سعر تكاليف الإنتاج أو سعر تكاليف التحويل والتسويق[11].

وعليه فإنه سواء كان العارض أو البائع منتجا للسلعة أو محولا أو مسوقا لها فإن الحظر يقع عليه إذا كان سعر السلعة المعروض أو المطبق يقل عن المصاريف التي بذلت في إنتاجها أو تحويلها أو تسويقها[12] وإن كان هناك عقبات في الأخذ بهذا المعيار أهمها صعوبة إمكانية المعرفة الحقيقية لتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق لأنه لا يمكن معرفة هذه المعطيات المحاسبية الداخلية للمؤسسة، هذه الأخيرة التي لا تقدمها إلا إذا أرغمت على ذلك، كما أن المحللون الاقتصاديون يرون أن ممارسة البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي ممارسة استثنائية تجعلنا أمام وضعيتين اقتصاديتين متناقضتين؛ الأولى من جهة الأسعار المخفضة بشكل تعسفي يؤدي إلى إنعاش الصالح العام من خلال الدخول المكثف للمستهلك إلى السوق على حساب عارضي السلعة أو الخدمة، والثانية هي انخفاض الأسعار الذي يترجم بالنسبة للمؤسسة صاحبة الممارسة بارتفاع حصتها في السوق، وبالتالي الخسارة تشمل جميع الأطراف[13] ، إضافة إلى أن اعتماد المشرع على سعر التكلفة الحقيقي بدل سعر الشراء الحقيقي يطرح إشكالية التحديد، لأن سعر الشراء يستدل من خلال تفحص الفواتير التي يقدمها البائع للمشتري أما سعر التكلفة الحقيقي لا يتم التحقق منه إلا بالرجوع لهيكل الأسعار وتحديده[14]

ثالثا: أن يبرم العقد مع المستهلك.

يعتبر المستهلك الجانب الأساسي والمهم في المنافسة وعامل الحسم في الصراع بين المتنافسين، لأن حرية المستهلك في اختيار نوع المنتوج لها أثرها الكبير في تنظيم المشروع المنافس، لذلك نجد اهتمام كل من المتنافسين والمشرع بالمستهلكين علما أن كل من سياسة المنافسة وسياسة المستهلك تختصان بمجالين مختلفين بقدر ما هنالك ترابط وثيق بينهما[15] فالمستهلك هو حسب المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة

الجودة وقمع الغش هو:<< كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسطي والنهائي لسد حاجاته الشخصية أو شخص آخر أو حيوان[16]>>
في حين عرفته المادة 2/2 من القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية على أنه:<< كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت عليه، وتكون مجردة من كل طابع مهني>>.[17] وعرفه أيضا القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 منه بأنه: <<كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان>> [18]، فمن خلال كل هذه التعاريف يمكن أن نستنتج أن المشرع الجزائري قد أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك وهو المستهلك النهائي لا المستهلك الوسيط، وهو ما ينطبق على حكم نص المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة محل الدراسة .

وعليه في حالة عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا موجهة إلى المؤسسات كطرف ثاني في العلاقة التعاقدية لعقد البيع لا نكون أمام ممارسة مقيدة للمنافسة، لأن العلاقة التعاقدية المقصودة بالحظر هي التي تكون بين طرفين هما البائع أي المؤسسة والتي يقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كان طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدامات أو الاستيراد، والطرف الثاني وهو المشتري (المستهلك) النهائي فقط لا الوسيط، وذلك لكون هذا الأخير هو مهني ينشط على مستوى الإنتاج أوالتوزيع، ويتعاقد خارج نشاطه، كما أنه يقدم على شراء السلع واستخدامها لأغراض مهنية.

هذا وهناك من يعتبر أن حظر مثل هذه الممارسة ليس الهدف منه هو حماية المستهلك تحديدا، وإنما يهدف بشكل عام إلى حماية السير الحسن للمنافسة في السوق الأمر الذي سينعكس ايجابا على المستهلك ذلك أن خفض الأسعار يعود بالفائدة على المستهلك بشكل مؤقت فقط، وأن ممارسة بيع سلع مخفضة من شأنه القضاء على العديد من المتنافسين في السوق مما يخلق للمؤسسة التي تمارسه الحصول على وضعية هيمنة تمكنها بعد ذلك من التحكم في الأسعار، وتبقى المؤسسات الأخرى الصغيرة هي المتضرر الأول من هذه الممارسة.[19]

رابعا: أن يؤدي هذا العرض أو الممارسة إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها.

إن عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا وإن كان يحقق مصلحة آنية للمستهلك فإنه بالمقابل يرمي أو يهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق مرتكبا بذلك ممارسة مقيدة للمنافسة، والتي تتعارض مع أهداف المنافسة المشروعة في السوق، مما يؤدي إلى إحداث أضرار بالاقتصاد الوطني[20]، ولتحديد طبيعة هذا الضرر أكد المشرع على أن تتم الممارسة في إحدى الصورتين وهما؛ إما من أجل إبعاد إحدى المؤسسات من السوق أو عرقلة أحد منتوجات مؤسسة أخرى من الدخول في السوق كما أنه ولأهمية هذا الضرر المترتب عن عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا فإن المشرع حرص على اعتباره سواءا كان واقعا أو وشيك الوقوع لنص المادة على ذلك:<<.....تهدف أو يمكن أن تؤدي.....[21]>>

وفي الأخير نخلص إلى القول أنه لكي يكون هناك حظر لعرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا لا بدا أن يكون هناك مجموعة من الشروط لاعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة، لأن الأصل في البيع بأسعار منخفضة في مواسم التصفية السنوية أو خلال بعض المناسبات الدينية أو الوطنية كالأعياد أو المهرجانات لا يعد من قبيل المساس بالمنافسة ذلك

لأن الغرض من البيع في هذه الحالة ليس إحداث خلل في السوق و إنما هو بهدف التخلص من بعض السلع التي تحول عنها ذوق الجمهور[22]

المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا.

لقد نص قانون المنافسة رقم 03/03 المعدل والمتمم في مادته 23 على إنشاء هيئة إدارية مستقلة تتمتع بسلطات حقيقية ضبطية وتنظيمية وهي مجلس المنافسة والذي يعهد إليه بتنظيم وضبط المنافسة على المستوى الوطني عن طريق وضع إطار قانوني أخلاقي ملزم لتأطير عمل الأعوان الاقتصاديين وضمان حرية المنافسة، وهذا عن طريق التحكيم والفصل في المصالح المتنازعة[23]، كما يصدر قرارته بفرض العقوبات التي قد تتمحور في شكل أوامر وتدابير مؤقتة أو غرامات مالية وتهديدية، هذا ويمكن القول في هذا الإطار أن المشرع الجزائري قد ساوى في العقوبة بين جميع الممارسات المقيدة للمنافسة والتي من بينها محل الدراسة وهي عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا[24].

الفرع الأول: إصدار مجلس المنافسة الأوامر والتدابير المؤقتة.

بعد ثبوت عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين بشروطها الأربعة سابقة الذكر، وبعد المرور بكافة الإجراءات القانونية المنصوص عليها في أحكام قانون المنافسة، يصدر مجلس المنافسة قراره اتجاه مرتكب المخالفة، والذي يتجلى إما في شكل أوامر أو شكل تدابير مؤقتة وذلك حسب كل حالة، حيث أن الفرق بين قرار مجلس المنافسة المتضمن إصدار أوامر يهدف إلى تحقيق الطابع التقويمي أو التصحيحي للمرتكب المخالفة، أما قرار اتخاذ التدابير المؤقتة فيهدف إلى معالجة أوضاع وحالات مستعجلة لكي يتم الحد من الآثار المحتملة عنها، وعليه سنتطرق أولا إلى إصدار قرار مجلس المنافسة بتوجيه أوامر لمرتكب المخالفة ثم ثانيا إصداره لقرار التدابير المؤقتة.

أولا: إصدار قرار مجلس المنافسة بتوجيه أوامر لمرتكب المخالفة.

باستقراء نص المادة 45 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة يمكن أن نستنتج:

- أن الهدف من إصدار الأوامر هو الطابع التقويمي أو التصحيحي الذي يلجأ إليه مجلس المنافسة من أجل ضبط السوق وتصحيح الاختلالات التي تعتريه من جراء إتيان عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلك خصوصا ووضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة عموما.

-يمكن أن يكون مجال نطاق هذه الأوامر متمثل في طلب مجلس المنافسة في اتخاذ إجراءات معينة كشكل ايجابي كطلب تعديل تصرفات أو تقويم أو إعلام بأسعار، أو يتخذ الأمر شكل سلبي بالامتناع عن القيام بعمل أو بأعمال معينة[25].

-مجلس المنافسة عند إصداره لهذه الأوامر هو مقيد ببعض القيود والتي من بينها عدم إصداره لأوامر تخص مراقبة قطاع معين في المستقبل لأن عمله حالي وليس في المستقبل، كما لا يمكنه أن يصدر أوامر لإبطال أي التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدي يتعلق بالممارسات المحظورة لأنها تدخل في اختصاص القضاء.

- تحقيقا للغاية التي من أجلها رخص المشرع الجزائري لمجلس المنافسة إمكانية إصدار قرار الأوامر، فإنه يمكنه أن يقوم بنشر قراره أو مستخرج منه أو توزيعه أو تعليقه للفت انتباه بقية المتعاملين الاقتصاديين وتحذيرهم من الممارسة المقيدة للمنافسة التي ارتكبتها المؤسسة المخالفة اتجاه المستهلك[26]

ثانيا: إصدار قرار مجلس المنافسة باتخاذ التدابير المؤقتة

بالرجوع إلى نص المادة 46 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة نجد أن الهدف من التدبير المؤقت هو من أجل معالجة أوضاع وحالات مستعجلة لكي يتم الحد من الآثار والنتائج السلبية المحتملة من الممارسة المقيدة للمنافسة وهي عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا، وهذا إلى غاية الفصل النهائي في موضوع النزاع، ويشترط في إصدار هذه التدابير توافر شروط شكلية منها؛ ضرورة تقديم طلب لإصدار التدبير المؤقت والذي يقدم لمجلس المنافسة من طرف أصحاب الصفة؛ وهما إما المدعي أو الوزير المكلف بالتجارة وأن يقدم الطلب خلال مرحلة التحقيق حسب المادة 46 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة وشروط أخرى موضوعية تتمثل في توافر عنصر الاستعجال وعنصر الضرورة وهو ما أشارت إليه نفس المادة سالفة الذكر بنصها على:<<.....اتخاذ تدابير مؤقتة للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة موضوع التحقيق إذا اقتضت ذلك الظروف المستعجلة لتفادي وقوع ضرر محدق غير ممكن إصلاحه....>>، وبالتالي ضرورة أن يكون الضرر محدقا أي مؤكد الوقوع وليس محتملا، كما يجب أن يكون من غير الممكن إصلاحه في حالة وقوعه فعلا لكونه ضرر معتبر[27]

الفرع الثاني: إصدار مجلس المنافسة الغرامات المالية والغرامات التهديدية.

تتمثل الجزاءات التي تصدر عن مجلس المنافسة في قضايا الممارسات المقيدة للمنافسة في شقها الثاني والمرتكبة من طرف المخالفين في عقوبات مالية، تتمحور حول فرض غرامات مالية وغرامات تهديدية توقع في حالة التأخير في تنفيذ العقوبات ومرجع ذلك هو حرص المشرع الجزائري على أن تكون هذه العقوبات عبارة عن غرامات مالية كان بغرض التوفيق بين هدفين هما منع الممارسات الاحتكارية من جهة وعدم الإضرار بمناخ الاستثمار من جهة أخرى[28]، وعليه سنتناول أولا الغرامات المالية ثم الغرامات التهديدية.

أولا: الغرامات المالية

إسقاطا لأحكام نصوص المواد 56 و57 و59 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة في الفصل الرابع المعنون بالعقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات الاقتصادية على موضوع الدراسة فإنه يعاقب عليها بغرامة مالية لا تفوق 7 بالمئة من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، وإذا كان مرتكب المخالفة شخصا طبيعيا أو معنويا أو منظمة مهنية لا يملك رقم أعمال محدد، فالغرامة لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار (3,000,000دج).[29]

كما يعاقب بغرامة قدرها مليوني دينار(2,000,000 دج) كل شخص طبيعي يساهم شخصيا بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة وفي تنفيذها كما هي محددة في الأمر المتعلق بذلك.[30]

هذا ويمكن لمجلس المنافسة إقرار غرامة مالية لا تتجاوز مبلغ خمسمائة ألف دينار (500,000 دج) بناء على تقرير المقرر ضد المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها طبقا لأحكام المادة 51 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، أو التي لا تقدم المعلومات المطلوبة في الآجال المحددة من قبل المقرر.

ومن هذا الإطار نجد أن المعيار المعتمد من طرف المشرع الجزائري عند تقريره وتقديريه للغرامات المالية هو معيار رقم الأعمال بالنسبة لمرتكبي المخالفات الذين يملكون رقم أعمال محدد، أما إذا لم يكونوا يملكون رقم أعمال محدد فإن الغرامة المالية لا تتجاوز ثلاثة ملايين (3,000,000 دج) وذلك حسب المادة 56 من الأمر رقم 03/03، إلا أنه بعد تعديل هذا

الأمر سالف الذكر بصدور القانون رقم 12/08 المعدل والمتمم[31] فإن الغرامة المالية أصبحت تحدد بناء على رقم الأعمال، حيث تم رفعه من 7 بالمئة إلى نسبة12 بالمئة أو تحدد بمقدار الربح المحقق بواسطة الممارسات المقيدة للمنافسة، وذلك بمقتضى نص المادة 26 من القانون رقم 12/08، والتي تعدل أحكام المادة 56 من الأمر رقم 03/03 بقولها: << يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة كما هو منصوص عليها في المادة 14 من هذا الأمر بغرامة لا تفوق 12 بالمئة من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار(6,000,000دج).

وفي حالة ما إذا كانت كل من السنوات المالية المقفلة المذكورة في المادة 56 من الأمر رقم 03/03 لا تغطي كل واحدة منها مدة سنة فإنه يتم حساب العقوبات المالية المطبقة على مرتكبي المخالفات حسب قيمة رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال النشاط المنجز[32]،

كما تم بمقتضى القانون رقم 12/08 رفع مبلغ الغرامة المالية التي لا تتجاوز مبلغ ثمانمائة ألف دينار (800,000دج) بناء على تقرير المقرر ضد المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة أو تتهاون في إعطائها.

وفي المقابل يمتلك مجلس المنافسة في نهاية الأمر الحق في التخفيض أو الإعفاء من هذه العقوبات سالفة الذكر والواردة في قانون المنافسة، متى قامت هاته المؤسسات المخالفة بالاعتراف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية. أو تعاونت في الإسراع بالتحقيق، أو تعهدت بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

ثانيا:الغرامات التهديدية

تعتبر الغرامة التهديدية عقوبة مالية تصدر من أجل الضغط على الطرف المحكوم عليه لدفعه على تنفيذ الحكم في أقرب الآجال ومبلغها يقدر بالنظر إلى عدد أيام التأخير في التنفيذ، ولهذا ومن خلال هذا المقصد للغرامة التهديدية نجد أن المشرع في منحه لمجلس المنافسة سلطة إصدارها يعطيه أكبر ضمانة لتنفيذ قراراته[33]، حيث يمكن لمجلس المنافسة في حالة إذا لم تحترم الأوامر والإجراءات المؤقتة المنصوص عليها بمقتضى المادتين 45 و46 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة في الآجال المحددة قانونا أن يقرر عقوبات تهديدية في حدود مبلغ مائة ألف دينار(100,000 دج) عن كل يوم تأخير، أي بمعنى أنه في حالة اتخاذ مجلس المنافسة أوامر معللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة، والتي من بينها عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا ولم يتم تطبيقها وتنفيذها، فإنه يحق لمجلس المنافسة أن يصدر عقوبات مالية سواء كانت نافذة فورا أو في الآجال التي يحددها لذلك.

كما يصدر مجلس المنافسة قرارا بغرامة تهديدية تقدر بخمسين ألف دينار(50,000دج) عن كل يوم تأخير في دفع الغرامة المالية المترتبة عن المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها طبقا لأحكام المادة 51 من قانون المنافسة أو التي لا تقدم المعلومات في الآجال المحددة من قبل المقرر[34].

وفي إطار تعديل وتتميم الأمر رقم 03/03 بمقتضى القانون رقم 12/08 تم رفع مبلغ الغرامة التهديدية والتي لا تقل عن مبلغ مائة وخمسين ألف دينار(150,000دج) عن كل يوم تأخير جراء عدم تنفيذ الأوامر والإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في إطار أحكام

المادتين 45 و46 من هذا الأمر في الآجال المحددة لذلك، كما رفع أيضا مبلغ الغرامة التهديدية في حالة عدم دفع الغرامة المالية المستحقة جراء تعمد تقديم معلومات خاطئة أوغير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تهاون في تقديمها والتي لا بد أن لا تقل عن مائة ألف دينار(100,000دج)عن كل يوم تأخير.

ويرجع هدف المشرع من رفع قيمة كل من الغرامات المالية والغرامات التهديدية إلى زيادة إعطاء هذه العقوبات الطابع الردعي لكل مرتكب لأية ممارسة مقيدة للمنافسة خصوصا فيما يتعلق بمرتكب أو محاول ارتكاب عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا. كما يتم تقدير هذه الجزاءات على أساس معايير متعلقة لاسيما بخطورة الممارسة المرتكبة والضرر الذي لحق بالاقتصاد الوطني والفوائد المجتمعة من طرف مرتكبي المخالفة ومدى تعاون المؤسسة المتهمة مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية وأهمية وطبيعة المؤسسة المعنية في السوق[35]

هذا وتجدر الإشارة إلى أن ردع مجلس المنافسة لمرتكبي الممارسات المقيدة للمنافسة لا يقتصر على المساس بالجانب المالي فحسب بل يتعداه إلى إمكانية نشر قرار الغرامة التهديدية في وسائل الإعلام أو توزيعه أو تعليقه.[36]

الخاتمة:

ختاما يمكن القول أن المشرع الجزائري قد حاول تنظيم منع عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين باعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة في نص المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، وذلك من خلال توضيح شروط ومعايير قيام هذه الممارسة المحظورة، بالإضافة إلى بيان الجزاءات والعقوبات المنصوص عليها قانونا والموقعة من طرف مجلس المنافسة على مرتكبي هذه المخالفة، والتي يهدف من خلال بيان فرضها إلى تحقيق نوع من التوازن بين احترام حرية المنافسة من جهة ومراقبتها من جهة أخرى عن طريق إيجاد في نفس الوقت ميكنيزمات تحول دون توقيع هذه العقوبة والتي من شأنها أن ترهق المؤسسات المعنية بالمخالفة، وذلك عن طريق توجيه أوامر أو اتخاذ تدابير مؤقتة فقط.

إلا أنه على الرغم من هذا التنظيم القانوني نجد غياب ضبط حقيقي للمنافسة في السوق بسبب هذه الممارسة، والذي مرده عدم القدرة على تفعيل النص القانوني المنظم لذلك، إضافة إلى غياب كلي لنشاط مجلس المنافسة والذي نتج عنه حالات مختلفة من الهيمنة الاقتصادية والاحتكار التعسفي وعرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا موجهة للمستهلك بشكل كبير مما أصبح يطبع السوق الجزائرية ويسبب ضرر للاقتصاد الوطني، وعليه لا بد من تنشيط دور مجلس المنافسة ذا الأهمية البالغة في ضبط السوق وحماية المتنافسين، والسعي لخلق وعي لدى أطراف العلاقة التنافسية، إضافة إلى الاعتماد على الضوابط الشرعية لحماية المنافسة الحرة الموجودة في الشريعة الإسلامية.

الهوامش:

[1] بدرة لعور، **حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري**، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، العدد10، ص(361)

[2] دليلة مختور، **حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي: استثناء لحرية الأسعار**، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، عدد خاص،2017،.ص.(229)

[3] وليد عزت الدسوقي الجلاد، **حماية المستهلك وحماية المنافسة رفع الممارسات الاحتكارية**، دار الحكيم للطباعة، القاهرة، ص.(79)

[4]حسن محمد محمد بودى،**حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2015، ص.(19)

[5] سميحة علال،**جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية**، مذكرة ماجستير، قسم الحقوق، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة،2004.2005، ص.ص.(4.5)

[6] بدرة لعور، المرجع السابق، ص.(366)

[7] يمينة بليمان، حسام الدين غربوج، **حماية المستهلك في مواجهة البيع بالتخفيض**، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر .بسكرة، العدد14، أفريل2017، ص.(628)

[8] سميحة علال، المرجع السابق، ص.(5)

[9] دليلة مختور، المرجع السابق،ص. (239)

[10] انظر نص المادة 2/19 من الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد43، 2003.

[11] يعرف الإنتاج على أنه جميع العمليات المتعلقة بتربية المواشي والمحصول الفلاحي والجني والصيد البحري وصنع منتوج ما وتحويله وتوضيبه، أما التحويل فابعد مصطلح واسع ويعني تحويل المواد الأولية ، وإن كان لا يزال هناك جدل حول خضوع بعض الأعمال لهذا المجال من عدمه كإزالة التجميد عن المنتوجات ...وغيرها ، التسويق هو جميع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو بالتجزئة وعرضها للبيع أو التنازل عنها.

[12]عبير مزغيش، **الآليات القانونية لحماية المنافسة الحرة من الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2015.2016، ص.(216)

[13] دليلة مختور، المرجع السابق، ص.(237)

[14] بدرة لعور، المرجع السابق، ص.(368)

[15] يمينة بليمان،حسام الدين غربوج، المرجع السابق، ص.(668)

[16] المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في30 يناير1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد05، بتاريخ31 يناير1990

[17] القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد41، بتاريخ27 يونيو2004.

[18] القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد15، بتاريخ8 مارس2009

[19] بدرة لعور، المرجع السابق، ص.(370).

[20] سميحة علال، المرجع السابق، ص.(716)

[21]محمد شريف كتو، **قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للقانون رقم 03/03 والقانون رقم 02/04**، منشورات البغدادي، الجزائر،2010، ص.(55)

[22] محمد سلمان الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، الطبعة الأولى، ص.(88)

[23] غنية باطلي، **نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر**، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد12، ص.(347)

[24] سميحة علال، المرجع السابق، ص.(138)

[25] معين فندي الشناق، **الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن،2010، الطبعة الأولى،ص.(255)

[26] انظر نص المادة 3/45 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

[27] نبيه شفار، **الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن**، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين /المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران،2012.2013، ص.(174)

[28]محمد حجاري، **حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية بين النص والممارسة**، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14،أفريل2017، ص.(479)

[29] انظر نص المادة 56 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم .

[30] انظر نص المادة 57 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم

[31] القانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03/03 االمؤرخ في 19 يوليو2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية،العدد36، بتاريخ2 يونيو2008

[32] انظر نص المادة 29 من القانون رقم 12/08.

[33] عبير مزغيش، المرجع السابق، ص.(338)

[34] انظر نص المادة 59 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم

[35] انظر نص المادة 62 مكرر 1 من القانون رقم 08/ 12 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة

[36] انظر نص المادة 3/45 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم .