



جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -



كلية الحقوق والعلوم السياسية

تقييد المنافسة عن طريق الأسعار

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم
تخصص قانون خاص

تحت إشراف الأستاذ:
د. بمرزوق عبد القادر

من إعداد الطالب:
طالب محمد كريم

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر "أ"	د. حوالف عبد الصمد
مشرفا ومقررا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر "أ"	د. بمرزوق عبد القادر
مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذ	أ.د. كرزابي عبد اللطيف
مناقشا	المركز الجامعي - مغنية -	أستاذ محاضر "أ"	د. هاملي محمد
مناقشا	المركز الجامعي - مغنية -	أستاذ محاضر "أ"	د. جزول صالح

السنة الجامعية: 1439/1438 هـ - 2018/2017 م

شكوت إلى وكيع سوء حظي
فارشدني إلى ترك المعاصي
و أخبرني بأن العلم نور
ونور الله لا يهداه عاصي

من ديوان الشافعي
رحمه الله

الإهداء

أحمد الله العليّ الكبير الذي وفقني لإنجاز

هذه المذكرة وإتمام هذا العمل إلى :

-والوالدين الكريمين،

-جميع أفراد عائلتي و أصدقائي،

-وتحية خاصة لكل من ساهم في هذا العمل المتواضع

من قريب أو من بعيد.

التشكرات

بعد الشكر لله على ما وهبنا من عقل وحسن تدبير لا يفوتنا أن ننوه بكل من كان له الفضل و المساهمة من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل، ونتقدم إليهم بالامتنان والشكر على ما قدموه من معونة ونصح، مما كان له الوقع الحسن في قلوبنا وتغذية إرادتنا ونذكر من هؤلاء :

* الأستاذ المشرف: د. بمرزوق محمد القادر على توجيهاته القيمة، وعلى كل مساعدهاته الجليلة التي لولاها لما أنهيينا هذا العمل المتواضع.

* شكراً إلى كل أساتذة كلية الحقوق و العلوم السياسية بجامعة تلمسان والمركز الجامعي بمغنية، و خاصة الأساتذة الأعضاء في لجنة المناقشة الذين قبلوا تقييم هذا العمل

والحمد لله من قبل ومن بعد، فهو ولي كل توفيق.

قائمة أهم المختصرات

المختصرات باللغة العربية:

أ: أستاذ

ص: صفحة

ب.ط: بدون طبعة

ب.س: بدون سنة

ج.ر: جريدة رسمية

ط: طبعة

د.ج: دينار جزائري

المختصرات باللغة الأجنبية:

P: Page

Op.cit: option citée

Pr: professeur

OMC: organisation mondiale du commerce

تعد المنافسة بين البشر من الأمور التي تتفق مع الفكرة السويّة، فمن المعتاد أن يتنافس كل من يمارسون نوعا من التجارة أو مهنة، بحيث يقوم كل منهم بعرض ما يتميز به من منتجات بهدف جذب العملاء، ذلك النوع من التنافس إذا كان في حدود ما يقضي به القانون وفي إطار الالتزام بما توجبه العادات والأعراف السائدة في التجارة، يكون أمرا مرغوبا فيه بالنسبة للتجار المتنافسين وبالنسبة لجمهور المستهلكين الذين يكون في إمكانهم المقارنة بين المؤسسات المتنافسة واختيار السلعة الجدة بالسعر المناسب¹.

الأمر الذي باتت معه المنافسة أمرا طبيعيا ومبدأ أساسيا في علم الاقتصاد بعد أن تأكد أن حرية التجارة وحرية المنافسة وجهان لعملة واحدة، لذلك يقال من الناحية القانونية أن الضرر الناشئ عن المنافسة يعتبر ضرار مشروعاً، وأن حالة المنافسة التجارية من الحالات التي يجيز فيها القانون إلحاق الضرر بالغير طالما كانت التجارة مشروعة والمنافسة شريفة تقوم على العمل والذكاء والنجاح والالتزام بأصول التعامل التجاري².

وقد نشأ مبدأ حرية التجارة والصناعة، بتأثير مذهب الفيزيوقراطيون، خلال القرن الثامن عشر، وكان له أثر ملحوظ على الثورة الفرنسية سنة 1789، وعلى الأفكار التي نادى بها، فصدر نتيجة لذلك قانون 02-17 آذار 1791، وأطلق حرية الأفراد في ممارسة أي مهنة أو حرفة أو صناعة يشاؤون، بعد إلغاء نظام الجمعيات المهنية الاقتصادية، الذي كان يلزم أبناء كل مهنة بالتكتل ضمن جمعية مهنية خاصة بهم، كشرط لممارسة المهنة، ويمنع عليهم تبديل مهنتهم كما يشاؤون، وقد شكل القانون المذكور ولاسيما المادة 7 منه نقطة

¹ أشرف وفا، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 72، سنة 2002، ص.157.

² عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة- دراسة تحليلية مقارنة-، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2009، ص.6.

انطلاق لبناء اجتهادي، تجاوز بكثير الحدود التي وضع أصلا ليطبق ضمنها، فأصبح أساسا للنظام الاقتصادي السياسي المعروف بالليبرالية، ولمبدأ قانوني استمر تطبيقه زمتا طويلا، وصنف ضمن المبادئ القانونية العامة، وقد استند إليه الاجتهاد الفرنسي لإعطاء الأفراد الحق في حرية المنافسة باعتباره ذا قيمة تشريعية.

وقد تذرعت به محكمة النقض الفرنسية، بصورة صريحة، حين قررت إبطال اتفاقات، تجعل الغير، في وضع يستحيل معه ممارسة التجارة بصورة طبيعية، وقد استمر التمسك بهذا المبدأ، في فرنسا، رغم اضمحلال الأساس الإيديولوجي الذي كان قائما عليه، ورغم تطور مفاهيم الاقتصاد والسياسة، وازدياد تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، ولاسيما بعد الحرب العالمية الثانية¹.

أما بالنسبة للجزائر فقد انتهجت سياسة النظام الاشتراكي بعد الاستقلال، كبقية الدول حديثة العهد بالاستقلال، ويعود ذلك إلى رغبة منها في مخالفة المستعمر من جهة، وكذا للتمكن من التحكم في تنظيم أمورها من جهة ثانية، وكذلك لكثرة الفقراء آنذاك كأكثر فئات الشعب الجزائري.

والملاحظ أن هذا النظام قائم على مبدأ احتكار الدولة لمعظم النشاطات الاقتصادية، وانعدام روح المبادرة الفردية والمنافسة، ولم يدم اتباع هذا النظام نظرا لثبوت فشله مع مرور الزمن، عندئذ كان لا بد على الجزائر من انتهاج نظام بديل²، خاصة بعد الأزمة الاقتصادية التي مرت بها البلاد وبعد انخفاض عائدات البترول إلى أدنى مستوياتها، وانخفاض المستوى المعيشي، والتعددية الحزبية وما خلفته من مأساة وطنية في عشية سوداء، أثر كل هذا سلبا

¹ جوزف نخلة سماحة، المزاومة غير المشروعة- دراسة قانونية مقارنة، عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991، ص.11.

² بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هوم، الجزائر، سنة 2012، ص.5.

على التطور في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية، وما آل إليه التشريع جراء ذلك، فساد الفراغ التشريعي إلا بعد التشريعات المحتشمة التي كانت أغلبها تصب في قالب المراسيم التشريعية¹، فلم تجد أمامها إلا النظام الليبرالي الذي يطلق عليه مصطلح اقتصاد السوق، الذي يعرف مفهوم الملكية الخاصة، وقد تضمن هذا المبدأ الدستور الجزائري لسنة 1989² في مادته 49 الفقرة أولى منه بنصها: " الملكية الخاصة مضمونة"، ويعد هذا الدستور الذي مهّد لإرساء نظام اقتصادي حر في الجزائر³.

وبتحول الجزائر إلى الحرية الاقتصادية ونظام اقتصاد السوق، والذي يعتبر أهم ملامح ومظاهر العولمة الاقتصادية، أصبحت الدولة تعتمد على مبدأ المبادرة الخاصة والمنافسة الحرة في النظام الاقتصادي، وذلك لمواكبة التحولات العالمية التي تتميز بتراجع دور الدولة في النشاط الاقتصادي، وفتح المجال أمام القطاع الخاص، لاستثمار وممارسة الحرية التجارية والصناعية.

والواقع أن حرية المنافسة، باعتبارها تتيح للأعوان الاقتصاديين حرية الدخول إلى السوق أو ممارسة حرية العرض دونما قيود أو عوائق، تسمح للمؤسسات بجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن والحصول على أقصى الأرباح، وتحفزها على جودة المنتجات وخفض الأسعار للمستهلكين⁴.

¹ شروط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، سنة 2012، ص.7.

² مرسوم رئاسي رقم 89-18 المؤرخ في 22 رجب عام 1409 الموافق لـ 28 فبراير سنة 1989، يتعلق بنشر نص تعديل الدستور الموافق عليه في استفتاء 23 فبراير سنة 1989 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 9 لـ 23 رجب عام 1409 الموافق لـ أول مارس سنة 1989.

³ بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.5.

⁴ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، منشورات بغدادي، د.ط.، سنة 2010، ص.4.

وتطبيقا للأخذ بنظام اقتصاد السوق صدر الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة¹، حيث اعترف صراحة بحرية المنافسة القائمة على حرية الأسعار، وبشكل هذا القانون الهيكل الأساسي المجسد لتحول الاقتصاد الوطني من اقتصاد موجه إلى اقتصاد حر، إذ يعد من النصوص القانونية التي اعترفت ضمناً بمبدأ حرية التجارة والصناعة قبل أن يكرسها دستور 28 نوفمبر 1996² بصفة صريحة، حيث تنص المادة 37 منه على أن " حرية التجارة والصناعة مضمونة وتتمارس في إطار القانون"، وأكدته المادة 43 من التعديل الدستوري ل 2016: "حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتتمارس في إطار القانون"³.

ويعتبر مبدأ حرية الأسعار هو أساس المنافسة في الاقتصاد الجزائري شأنه شأن أي اقتصاد ليبرالي، وهو ما أكدته المشرع الجزائري المادة 4 من الأمر 95-06 وتضمنه أيضاً الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة⁴ والذي ألغى الأمر 95-06، حيث جاء في الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة في الفصل الأول تحت عنوان حرية الأسعار في مادته الرابعة المعدل بموجب القانون رقم 10-05⁵ والتي جاءت كما يلي: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة...".

¹ الأمر 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق ل 25 جانفي سنة 1995، المتعلق بالمنافسة (الملغى)، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 9 ل 22 رمضان عام 1415 الموافق ل 24 فبراير سنة 1995.

² مرسوم رئاسي رقم 96-438، المؤرخ في 26 رجب عام 1417 الموافق ل 7 ديسمبر سنة 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 76 ل 27 رجب عام 1417 الموافق ل 8 ديسمبر سنة 1996.

³ قانون 16-01 مؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 06 مارس سنة 2016، المتضمن التعديل الدستوري، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 14 ل 27 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 7 مارس 2016.

⁴ الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 43 ل 20 جمادى الأولى عام 1414 الموافق ل 20 يوليو سنة 2003،.

⁵ قانون 10-05 مؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 ل 8 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010.

إن هذا التجسيد القانوني لحرية الأسعار يعني أن السعر أصبح هو المتحكم الأول في المنافسة والمنسق بين المؤسسات الاقتصادية والمستهلكين¹، وبالتالي فالسياسة السعرية التي تنتهجها أي دولة تلعب دورا هاما في نمو اقتصادها، فالجزائر على الرغم من السياسات والبرامج المسطرة من الاستقلال إلى يومنا هذا، مازالت تفتقد إلى النجاعة التي تجعلها تؤثر في الحركة التنافسية، مع العلم أن السياسة السعرية لقيت اهتماما كبيرا من قبل الاقتصاديين والقانونيين والاجتماعيين، وهذا راجع لجملة من الاعتبارات منها على وجه الخصوص:

- السعر يفيد التقويم والتقدير لقيمة السلعة أي مقارنتها بمثلتها، فهو يحدد وجهة المستهلك نحو منتج معين.

- يبين السعر الكيفية التي تعمل بموجبها المؤسسات الاقتصادية.

- تلعب الأسعار دورا استراتيجيا في السياسة الاقتصادية المنتهجة، وتحرص هذه الأخيرة التعرف على مختلف الآليات التي تحددها (أسعار استهلاكية، أسعار استثمارية...)².

- السعر يتحكم في سلوك المستهلك، ويجعله يؤثر في اختياراته للسلع والخدمات.

إذا فالمقصود بحرية الأسعار هو ترك الأسعار تحدد وفقا لقواعد السوق أي العرض والطلب، فكلما زاد العرض عن الطلب انخفضت الأسعار، وكلما نقص العرض عن الطلب ارتفعت الأسعار، إلى درجة بلوغ مستوى معين يستقر في السعر، وهنا لا دخل للإدارة أو

¹ بوقطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2012-2013.

² خبابة عبد الله، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، مؤسسة الثقافة الجامعية، د.ط.، سنة 2009، ص.15.

السلطة العامة في تحديد الأسعار، بل أكثر من ذلك، فلا يحق حتى للأعوان الاقتصاديين الاتفاق على سعر معين وإلا اعتُبر ممارسة منافية للمنافسة.

ومثلما نص المشرع الجزائري على حرية تحديد أسعار، نص على تدخله في بعض السلع التي يراها ضرورية للمستهلك، حيث نص في المادة 5 من الأمر 03-03 المعدل بموجب القانون 05-10 على أنه: "... يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها...".

مع الإشارة أن المشرع الجزائري في التعديل الأخير قد وسع من تدخل السلطة العمومية في تحديد الأسعار وعدد الحالات التي يمكن التدخل فيها والتي هي كالاتي:

- تثبيت استقرار أو مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع، في حالة اضطراب محسوس للسوق.

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

- كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية¹.

لكن مع هذا استبعد عبارة استشارة مجلس المنافسة بصورة صريحة حول أي مشروع تنظيمي يتعلق بتحديد أسعار السلع والخدمات أو هوامش الربح، كما كان في ظل الأمر 03-03 قبل التعديل²، ولكن احتفظ بهذا الإجراء بصورة ضمنية من خلال نصه على

¹ المادة 4 من القانون 05-10 المعدلة للمادة 5 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

² لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثارها على المنافسة، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2012-2013، ص.8.

صلاحيات مجلس المنافسة في متن المادة 36 من قانون المنافسة بنصه على : "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير..."¹.

وقد حظر المشرع في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة أهم صور وأساليب تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما الاتفاق والتفاهم والتواطؤ بين التجار على عرقلة السير الحسن للسوق من خلال تحديدهم للأسعار أو التفاهم بشأنها، كما حظر أيضا الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة أو الاحتكار، الذي يبرز من خلال استغلال مؤسسة لهيمنتها أو احتكارها لسوق من الأسواق، لفرض أسعار على زبائنها أو منافسيها، لعدم وجود منافس قوي لها في السوق، وغير ذلك من الممارسات التي حظرها المشرع لحماية المنافسة، كحظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية والعرض أو البيع بأسعار مخفضة تعسفياً².

إن مراعاة التوازن بين متطلبات النظام العام الاقتصادي القائم على الحرية الاقتصادية والمنافسة الحرة من جهة وبين الأشخاص والمؤسسات في ممارسة النشاط الاقتصادي، يحتاج إلى آليات واجراءات خاصة لوضعه موضع التطبيق، وذلك حتى لا تطغى المصلحة الخاصة للمؤسسات على المصلحة العامة للمجتمع، ولا يمكن أن يحقق ذلك التوازن إلا بإقامة إجراءات خاصة تراعى فيها هذه الاعتبارات.

ويجب أن يتم الفصل في العلاقة التي تربط الإدارة الاقتصادية بالمؤسسات في مجال منازعات المنافسة، وفيما بين المؤسسات فيما نفسها، وبينها وبين المستهلكين قائماً

¹ المادة 36 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، عدلت بموجب المادة 20 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008، الذي يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 ل 28 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 2 يوليو سنة 2008.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.6.

على ضمانات تحقق العدل بعيدا على التسلط والتعسف الإداري، ولذلك أنشأ مجلس المنافسة، حيث فتح امام كل ذي مصلحة بإخطار المجلس بكل المخالفات التي تعيق المنافسة، من أجل توقيفها ومعاقبة فاعليها، أما الحصول على التعويض عن الضرر الناتج عنها فلا يكون إلا أمام الجهات القضائية المختصة.

وقد وضع المشرع إلى جانب القواعد الموضوعية، قواعد إجرائية خاصة لمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة ومنها المتعلقة بالأسعار أمام المجلس، والذي مُنحت له صلاحيات واسعة تجسده كسلطة إدارية مستقلة¹.

إن القواعد المقررة في الأمر 03-03، والتي ترمي إلى حظر الممارسات الخطيرة، بقصد حماية السوق بوجه عام، تحتاج لتفعيلها وتقويتها إلى قواعد تتعلق بمنع ممارسات أخرى تؤثر كذلك سلبا في المنافسة، ولكن على نطاق ضيق وفي حدود العلاقة بين عون اقتصادي وآخر، أو فيما بين ذلك العون والمستهلك، وهذا ما جاء به القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم² والذي جاء لسن قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية³.

حيث فرض قانون 02-04 على التجار من أجل مزاوله نشاط التجارة ضرورة اكتسابهم لصفة قانونية، إضافة إلى ذلك فرض على المتعاملين في السوق احترام قواعد شفافية الممارسات التجارية المتعلقة بالأسعار من خلال ضرورة الإعلام بشروط البيع

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري- دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي-، رسالة دكتوراه دولة في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية: 2004-2005، ص.ص.4، 5.

² قانون 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41، ل 9 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 27 يونيو سنة 2004.

³ لعور بدره، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية: 2013-2014، ص.ب.

والأسعار والتعريفات وضرورة تحرير الفاتورة في المعاملات التجارية، من أجل إمكانية مراقبة مسار السلع في السوق وعدم التلاعب في الأسعار¹، كذلك حظر البيع بالمكافأة وإعادة البيع بالخسارة والبيع بأسعار غير الشرعية والقيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة وعدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، وغيرها من المعاملات غير المشروعة.

كما أن هذه القواعد التي جاء بها قانون 04-02 تتميز بطابعها الجزائي، ويترتب على مخالفتها تغريم المخالف بغرامات مالية معتبرة، ومع ذلك أوجد القانون نظام المصالحة بين التاجر والإدارة لتخفيف العبء على المحاكم وتسهيل المتابعة.

ومن خلال عرضنا لمختلف المواضيع التي عالجه المشرع الجزائري سواء في قانون المنافسة رقم 03-03 أو القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، يجب أن نشير أن دراستنا تتمحور إلا فيما يخص الممارسات المتعلقة بالأسعار والماسة بحرية تحديدها والتي يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر على المنافسة.

وتظهر الحاجة إلى هذه الدراسة فيما نراه من تنافس بين رجال الأعمال والمتعاملين الاقتصاديين عموماً على بيع منتجاتهم ووصولها إلى المستهلك بصرف النظر عن مدى مشروعية الوسائل المستعملة خاصة تلك المتعلقة بالأسعار، حيث نلاحظ عدم احترام للقواعد المنظمة للأسعار ووجود اتفاقات حول الأسعار جهاراً نهاراً بدون مراقبة، وكذا أغلب القضايا الموضوعية أمام مجلس المنافسة أو المخالفات التي يتم ضبطها من طرف أعوان مديريات التجارة تتعلق بالأسعار أساساً.

¹ قارة سليمان محمد خليل، الممارسات التجارية التديسية وقانون المنافسة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، نوقشت في 11 ماي 2017، ص.8.

بالإضافة إلى ذلك تظهر رغبتنا في هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الأسعار على المنافسة، ومدى انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق المبني أساسا على حرية تحديد الأسعار، وهل هناك توافق بين القانون مع واقع التجارة في الجزائر، حيث نلاحظ اتساع رقعة المواد المسعرة من طرف الدولة وإن كان ذلك في صالح المستهلك لكن لا يصب في صالح سير السوق، وهو من أسباب التي عرقلت دخول الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة.

لكن مع ذلك نعلم أنه ستواجهنا صعوبات كثيرة في انجاز البحث، أهمها ندرة الدراسات الجزائرية المتعلقة بالأسعار، وحتى وإن وجدت فهي في الأغلب تنظر إليها من الوجهة الاقتصادية لا القانونية، مما يضطر بالباحث إلى الاستعانة بالدراسات الفرنسية والأجنبية الأخرى، وكذلك من الصعوبات هي تسارع التعديلات وكثرة المراسيم المنظمة للممارسات المتعلقة بالأسعار.

ومن خلال ما تم عرضه تظهر لنا الإشكالية الأساسية التالية:

هل القواعد التي وضعها المشرع الجزائري هي كافية لحماية المنافسة من الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالأسعار؟

وتتفرع منها الإشكاليات الآتية:

ماهي الآليات التي وضعها المشرع الجزائري من أجل حماية حرية تحديد الأسعار؟ وهل حرية الأسعار هي مطلقة؟ كيف تؤثر الممارسات المتعلقة بالأسعار في المنافسة؟.

وللإجابة على هذه التساؤلات، نتبع المنهج الوصفي والتحليلي الذي يرصد ظاهرة أو مشكلة قانونية معينة بهدف معرفة أسبابها والوصول إلى حلول لها، وهو يعتمد على النصوص التشريعية والآراء الفقهية والقرارات القضائية التي وردت في موضوع البحث، وهذا

بغية الوصول إلى أفضل الحلول لكل نقطة تثيرها الدراسة، وهو ما سنتبعه في هذه الدراسة من عرض لمبدأ حرية الأسعار و الممارسات الماسة به والمقيدة للمنافسة .

ونستخدم كذلك في المنهج المقارن في بعض الحالات الضرورية بهدف المقارنة بين عدد من الأنظمة القانونية المختلفة خاصة مع الشريعة الإسلامية والقانون الفرنسي، من خلال عرض أوجه الشبه والاختلاف بينها للوصول إلى أفضل القواعد التي تحكم موضوع البحث، وكذلك نستعين بالمنهج التاريخي من خلال عرض تطور حرية الأسعار في الجزائر.

وعليه سيتم تقسيم البحث إلى بايين نتناول فيهما ما يلي:

الباب الأول: الإطار المفاهيمي للأسعار وعلاقتها بالمنافسة

الباب الثاني: البعد القانوني للجرائم المتعلقة بالأسعار

الباب الأول: الإطار المفاهيمي للأسعار وعلاقتها بالمنافسة

تعتبر الأسعار وسياستها والقرارات المتعلقة بها من الأعمال والأنشطة التي تزداد أهميتها يوماً بعد يوم، فالقرارات المراد اتخاذها بالنسبة للأسعار هي قرارات إما تضع منظمة الأعمال في مكانة تتقدم فيها، أو في مكانة يؤدي بها إلى الانحدار ونهاية تلك المنظمة من خلال نجاح أو فشل المنتج، لأن السعر من المحددات الرئيسية التي تلعب دور نجاح أو فشل السلعة من خلال اقتناع المستهلك أو عدم اقتناعه بالسلعة¹.

وحرية المنافسة لها أهمية كبيرة وتأثير قوي على الاقتصاد فهي عمل على تحقيق النمو والفعالية الاقتصادية مما ينعكس إيجاباً على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي نظراً لما يوفر له من حرية اختيار من حيث السعر ومن حيث الجودة، مما يجعله أقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي.

وفي هذا الإطار فإن الأمر 06-95 الملغى يضمن المبادئ التي تؤسس هذه الحرية وأهم هذه المبادئ مبدأ حرية الأسعار.

إن مبدأ حرية الأسعار أصبح هو أساس المنافسة في الاقتصاد الجزائري شأنه شأن أي اقتصاد ليبرالي، وهو ما أكدته المادة 04 من الأمر 06-95 وتضمنه أيضاً الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والذي ألغى الأمر 06-95، فجاء في الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة في الفصل الأول تحت عنوان حرية الأسعار². وإن كان مبدأ حرية

¹ خالد عبد المنعم البستجي، التسعير بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2016، ص.13.

² بوقطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في قانون الجزائري، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2012، 2013، ص.6.

الأسعار هو الأصل فيوجد هناك استثناء وهو التسعير الجبري كما يسمى في الشريعة الإسلامية، أو تدخل الدولة في تحديد الأسعار، ففي الاقتصاد الإسلامي تقوم أجهزة الدولة ذات الاختصاص في عملية التسعير، وفي بعض الظروف التي تقدرها الدولة¹، أما في القانون الوضعي فالدولة تتدخل من أجل ضبط السوق وحماية المستهلك بالدرجة الأولى، خاصة بالنسبة لبعض المواد والخدمات الضرورية، والتدخل يكون بآليات معينة كالتحديد والتسقيف والمصادقة.

ولدراسة كل هذا إرتأينا أن نقسم هذا الباب إلى قسمين، نتناول في الفصل الأول الأسعار ومبدأ حرية تحديدها، أما الفصل الثاني نتطرق إلى استثناء مبدأ حرية الأسعار في الشريعة الإسلامية والقانون الجزائري.

¹ حسن حسين البسايرة، سياسة تدخل الدولة في الاقتصاد الإسلامي، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2015، ص.22.

فصل أول: الأسعار ومبدأ حرية تحديدها:

إن عملية تحديد السعر ليست مجرد عملية حسابية يقوم بها المتعامل الاقتصادي، وذلك بوضع سعر يغطي التكلفة ويحقق ربحاً معيناً.

ويعتبر التسعير عملية صعبة ومعقدة، كما يعتبر قرار المتعلق بتسعير المنتجات من أكثر القرارات خطورة لما له من تأثير جد كبير على نشاط المتعامل الاقتصادي وما يسعى إلى تحقيقه من أهداف، ولسياسة التسعير ارتباط كبير وواضح مع عدد من الجهات مثلاً: سلوك المستهلكين وعددهم ونوعيتهم وخاصة سلوك المنافسين.

كما أن قرار تحديد الأسعار يتأثر بعدة عوامل يجب أخذها وأخذ آثارها بعين الاعتبار عند تحديد السعر نذكر أهمها:

طبيعة السوق، طبيعة المستهلكين، سعر تكلفة المنتجات، المنافسة، أهداف المؤسسة.

وعن القيام بالتسعير يجب مراعاة ثلاثة أطراف أساسية وهم : المستهلكون، رجال التسويق، المجتمع.

المستهلكون: ينظر إلى السعر من حيث سلوكه والمنافع التي يجنيها من هذا السعر ويمكن تلخيصها: المنفعة، الوفرة، مرونة السعر، الجودة، مستوى الأسعار وحدودها.

المسوقون: فهم يركزون على السعر من حيث مكانته في المزيج التسويقي وتأثير باقي العناصر الأخرى فيه وعليهم أن يأخذوا في الحسبان الاعتبارات التالية:

أهمية السعر، الرقابة السعرية، المنافسة، صعوبة تحديد السعر.

المجتمع: يعتبر أن السعر يتأثر بمجموعة من العوامل الاجتماعية فيجب على ميكانيكية السعر أن تتماشى مع قيم المجتمع ويمكن حصر هذه العوامل في: التسعير والمنافسة، التسعير والبيئة الاجتماعية، التسعير وحماية المستهلك، الأسعار والأخلاق.

وبالرغم من أن سعر السلعة ليس وحده المحدد الوحيد للطلب إلا أنه مازال يعتبر من أهم محددات الطلب على معظم السلع والخدمات، بل ويعتبر التسعير من أهم المشاكل التي تواجه المؤسسة خاصة عند القيام بتسعير المنتجات الجديدة أو تلك التي تقدم لأول مرة لأسواق جديدة، أو في بعض الظروف الاقتصادية وغيرها. ولهذا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى السعر وكيفية تحديده وعناصره والعوامل المؤثرة فيه، ثم إلى مبدأ حرية الأسعار.

مبحث أول : ماهية السعر

إن السعر هو تلك القيمة النقدية المعطاة لمنتج معين تمثل قيمه تكلفته وهامش الربح أما التسعير فهو ذلك القرار الذي يحدد السعر، سواء من طرف المؤسسة أو من طرف الدولة أو عن طريق اتفاق بين المتعاملين الاقتصاديين وهذا الأخير منعه المشرع الجزائري ومختلف التشريعات المقارنة، وهذا كله ما سوف نتناوله في هذا المبحث من خلال التعرض لمفهوم السعر من تعاريف وأهداف وأهمية السعر ثم نتكلم عن التسعير من خلال تعاريفه و مدى مشروعيته وأهدافه.

مطلب أول: مفهوم السعر

لقد تم تعريف السعر من طرف عدة فقهاء سواء من ناحية الاقتصادية واجتماعية ولكن من الناحية القانونية لم نجد تعاريف خاصة بالسعر أو حتى بالثمن فلا القانون المدني تكلم عن ذلك ولا قانون المنافسة أو قانون الممارسات التجارية .

كما أن للسعر أهمية بالغة لدخول السوق ومنافسة المتعاملين الاقتصاديين لما له من وقع خاص على المستهلك، وهذا ما سوف نتعرض إليه في هذا المبحث من خلال التعريف بالسعر والتطرق إلى أهدافه و تمييزه عن المصطلحات المشابهة له.

فرع أول: تعريفات السعر

كما هو معتاد لتعريف أي مصطلح لا بد من تعريفه لغة أي معناه من الناحية الأدبية ثم اصطلاحا أي كيف تم تعريفه من طرف مختلف الفقهاء وهذا ما سوف نراه في الآتي:

أولا: تعريف السعر لغة:

السعر هو التعبير النقدي لقيمة السلعة في وقت ومكان معين وهو العنصر الوحيد من المزيج التسويقي الذي يمثل إيرادات المنشأة¹.

كذلك يقال:

سعر السوق أي الحالة التي يمن أن تشتري بها الوحدة أو ما شبهها في وقت ما².

سعر الصرف : سعر السوق بالنسبة لنقود الأمم .

¹<http://www.tejarh.com/subject/3065> le 02/08/2016 à 15h30

² مجد الدين محمد بن يعقوب الفيوز آبادي، القاموس المحيط،، دار الحديث، القاهرة، 2008، ص.773

أسعار مدروسة: محسوبة على نحو يكون عادلا، أسعار قليلة الارتفاع نسبيا.

حرب الأسعار: منافسة شديدة للمبيعات قائمة على البيع بسعر منخفض¹.

سعر الطلب: أقل سعر يبيع مطلوب لورقة مالية ما في سوق الأوراق المالية، أو هو السعر الذي يمكن للمستثمر أن يشتري به ورقة مالية من السوق كما هي معروضة، ويسمى أيضا: السعر المعروض أو سعر العرض².

مراقبة الأسعار: تحديد أسعار المواد والسلع لمنع حدوث تضخم.

السعر الأساسي: السعر الأقل الذي يمكن أن يباع به جزء من الملكية في المزاد العلني.

حصر الأسعار: تجميدها ووقف ارتفاعها.

سعر التكلفة: مجموعة المصاريف اللازمة لإنتاج سلعة وتوزيعها، ما ينفق على صنع شيء أو عمله دون النظر إلى الربح منه.

سعر السوق: السعر السائد أو المنتشر التي تباع به البضائع.

سعر الإقفال/ سعر الإغلاق: السعر الذي يباع به السهم المالي أو العملة في آخر صفقة عقدت قبل إقفال البورصة، ويقابله سعر الافتتاح.

سعر الصرف: السعر الفعلي لصرف عملة ما في مقابل عملة أخرى.

سعر الفائدة: النسبة المئوية لفائدة المال في السنة¹.

¹ دونالس واتسن، ماري هولمن، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر واستخداماتها، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، الجزء 2، سنة 2007، ص.7.

² دونالس واتسن، ماري هولمن، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر واستخداماتها، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، الجزء 1، سنة 2007، ص.38.

ثانياً: تعريف السعر اصطلاحاً:

حظي السعر باهتمام كبير من قبل الباحثين سواء من وجهة نظر اقتصاديين أو المسوقين، أما من ناحية القانونية فلا قانون المنافسة أو الاستهلاك أو القوانين الأخرى ذات علاقة تعرضت لذلك، أما من فقهاء القانون فلم يتعرضوا إلى تعريفه وتركوا المجال لرجال الاقتصاد.

حيث يعرف علم الاقتصاد السعر بأنه "التعبير النقدي لقيمة السلع أو البضائع وبالتالي كلما ارتفعت قيمة السلعة ارتفع سعرها والعكس صحيح"². وترد عند تطبيق ذلك أسئلة كثيرة منها على سبيل المثال: هل الأساس الذي يبنى عليه السعر يجب أن يكون القيمة الفردية أم القيمة الاجتماعية؟ ولماذا تبيع بعض البلدان منتجاتها في السوق الدولية بأقل من تكلفتها المحلية؟ ولماذا تجلب بعض الأسعار دخلاً عالياً في حين تجلب الأخرى دخلاً منخفضاً وأحياناً تجلب الخسارة؟ وهناك أسئلة أخرى كثيرة. فعلم الاقتصاد يقدم الأجوبة عن هذه وغيرها من الأسئلة، وتسمى مجموعة المبادئ والأسس التي تلقي الضوء على هذه الموضوعات وما يتعلق منها بتشكيل الأسعار formation of prices وأسباب ارتفاعها وانخفاضها بنظرية الأسعار theory of prices أو سياسة الأسعار policy of prices ، ويفرق علم الاقتصاد الحديث بين سياسة الأسعار في اقتصاد السوق، إذ تغلب على السوق شروط العرض والطلب ويفعل قانونهما مفعوله كاملاً وتبقى الأسعار بحالة من التغير المستمر وفق شروط العرض والطلب، وسياسة تشكل الأسعار في الاقتصاد المخطط إذ يعد تشكل الأسعار عملية اقتصادية مخططة وواعية تقوم بها الأجهزة التخطيطية المركزية

¹ نفس المرجع، ص.417.

² اسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، سنة 1999، ص.419.

والمحلية المنتشرة في القطاعات الاقتصادية والمؤسسات والوزارات وغيرها، والأسعار هنا تتصف بالثبات و الاستقرار مدداً طويلة¹.

إن المؤشرات السعرية تضع الأساس لمراقبة النشاط الاقتصادي والمالي للمؤسسة، ولرسم السياسة الاقتصادية للدولة، فهي أداة توجيه فعالة للاقتصاد².

كما تم تعريف السعر على أنه: "القيمة المحددة للمنافع الذي يحصل عليها الفرد من السلع أو الخدمات"³.

و أنه "تعبير عن القيمة لسلعة أو خدمة أو كليهما فيما يتعلق بالبائع أو المشتري"⁴.

ينفق التعريفان السابقان على مفهوم القيمة التي يستدل بها المشتري أو البائع لتحديد السعر الذي يسهل عملية التبادل وتحقيق هدف الطرفين من تحقيق الربح بالنسبة للبائع واشباع الحاجيات بالنسبة للمستهلك من خلال الحصول على منافع المنتج⁵.

بينما يعرف عبد السلام أبو قحف السعر على أنه "مقدار التضحية المادية والمعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة"⁶.

يتناول هذا التعريف من وجهة نظر المستهلك التي تتمثل في التضحية المقدمة من قبله من أجل الحصول على المنتج والذي تعكس قيمته، وتكون هذه التضحية نقدية

¹ نفس المرجع، ص. 774.

² http://memoireconomique.blogspot.com/2011/08/blog-post_9029.html LE 04/08/2016 a 15h52

³ بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، دار الورثة للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1999، ص. 162.

⁴ علي الجياشي، التسعير-مدخل التسويق-، مكتبة الراتب العلمية، عمان الأردن، 2002، ص. 06.

⁵ عامر لمياء، مذكرة ماجستير، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر، ص. 56.

⁶ عبد السلام أبو قحف، التسويق، دار الجامعة الجديدة، ص. 606.

مستقطعة من الدخل ومعنوية متمثلة في الوقت والجهد المبذول في سبيل الحصول على المنتج وكذلك تكاليف الفرص البديلة¹.

كما يعرفه محمد فريد الصحن " عبارة عن القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة، ويتم التعبير عنها في شكل نقدي"².

أما زكي خليل المساعد فيعرفه كالاتي " عبارة للانعكاس لقيمة شيء في فترة معينة"³.

كما يعرفه Claude DEMEURE بكونه " عن كمين النقود اللازمة للحصول على كمية معينة من السلع والخدمات"⁴.

و عرفه محمد عبيدات على أنه: " هو ذلك السعر الذي يمكن تعديله صعودا وهبوطا وفقا لكافة المتغيرات البيئية المحيطة بعمل المؤسسات التسويقية وبما يتفق وامكانيات الشراء لدى المشتريين ووفق لأذواقهم"⁵.

كما عرفه البعض على انه " قيمة النقود التي ستدفع من المستهلك مقابل الحصول على سلعة أو خدمة معينة أو منافع التي يتوقعها المستهلك"⁶.

¹ عامر لمياء، المرجع السابق، ص.56.

² محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص.281.

³ زكي خليل المساعد، التسويق، المفهوم الشامل، دار الزهدان، الأردن، 1997، ص.237.

⁴ Claude DEUMEURE, Marketing, 2^{ème} édition, édition Sirey, Paris, 2001, p.115.

⁵ خالد عبد المنعم البستجي، التسعير بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2016، ص.ص. 14-13.

⁶ نفس المرجع، ص.14.

وعرفه البعض الآخر على أنه: " المنتج المعبر عنه بالنقد أو الذي يتم تبادله من أجل تملك المنتج واستعماله"¹.

ومن خلال هذه التعاريف يظهر لنا أن السعر يتمثل لنا في تلك الكمية المالية المترجمة لقيمة سلعة أو خدمة خلال فترة زمنية محددة².

والسعر يمكن أن يختلف باختلاف نظر الاطراف منها:

أ- السعر من وجهة نظر المنتج أو المسوق:

من وجهة نظر المنتج أو المسوق، فإن السعر يعبر عن القيمة النقدية التي سيحصل عليها مقابل المنتج، والسعر هنا يتضمن الشروط التي يتم بها بيع منتوجاته، فالسعر في حالة البيع نقدا يختلف عن السعر في البيع بالأجال، والسعر المنتج محليا يختلف عن سعر المنتج دوليا.

ويسعى المنتج المسوق أن يربح أكبر ربح ممكن، ويطمح الوسيط أو الموزع تحقيق أعلى ربح ممكن، كفارق بين سعر شرائه للمنتوج والسعر الذي يبيع به³.

ب- السعر من وجهة نظر المستهلك:

بالنسبة للمستهلك يمثل السعر الكلفة أو القيمة التي يدفعها مقابل الحصول على المنتج وإشباع حاجاته، والسعر يجب أن يساوي القدر الإجمالي من المنافع التي يتوقعها المستهلك من حصوله على المنتج واستخدامه له.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² محمد الخطيب نمر، مذكرة ماجستير، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، قلمة، نوقشت في 19 مارس 2006، ص.65.

³ بيومي محمد عمارة، سياسات التسعير وخصومات البيع، برنامج مهارات البيع والتسويق، جامعة بنها، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، 2010/2009، ص.7.

فالمستهلك لا يحصل على المنتج الملموس فقط، بل يحصل كذلك على بعض الخدمات المصاحبة للمنتج أو كما يصطلح عليها خدمات ما بعد البيع (الائتمان، الضمان، الإصلاح، الصيانة... الخ)، ويقارن المستهلك بين القيمة التي يقدمها، سواء كان ذلك في شكل سعر أو جهد مبذول أو وقت مستغرق للحصول على المنتج، وبين ما يحصل عليه من منافع تشبع حاجياته¹.

فرع ثاني: الفرق بين السعر، الثمن والقيمة

السعر هو كما ذكرناه ما تقف عليه السلع من أثمان، لا يزداد عليه.

أما الثمن فهو أحد البدلين في عقود المعاوضة وهو اسم في الأصل لما لا يتعين بالتعيين، كما هو الأمر في عقد البيع المطلق وعقد السلم، فالثمن هو العملة المكسوة من معدني الذهب والفضة، وما أقيم مقامه من صكوك كالعملة المتداولة اليوم، فالثمن هو: ما اتفق عله المتبايعان عَوْضًا عن السلعة المباعة في العقد.

والقيمة هي : ما تقدر السلعة في سوقها، بعيدا عن سوم المشتري وغبن البائع، أي سعر المثل.

وبهذا يبين الفرق بين القيمة والثمن، ويتبين لنا الثمن المحدد في عقد البيع مثلا قد يكون أقل من قيمة المبيع وقد يكون أكثر، فهو يخضع ابتداء لاتفاق الطرفين المتعاقدين. أما حين نقول: القيمة، فإننا نعني سعر السلعة، بمعزل عن رغبة البائع والمشتري وإرادتهما. وما يقال عن الفرق بين القيمة والثمن يقال أيضا عن الأجرة وأجرة المثل.

¹ نفس المرجع، ص 08.

أما السعر فمفهومه ينطبق على الثمن المحدد الشائع في سلعة من السلع، سواء كان دون القيمة أو فوقها، تواضع الناس عليه، أم عيّن من قبل الدولة. وإذا أريد به القيمة فُقيد، فقول: سعر المثل¹.

مثلاً: هذا الكتاب ثمنه -مثلاً- ألف دينار، فيقول: اشتريت، فيأخذ الكتاب ويدفع ألف دينار، فتكون هذه الألف هي ثمن الكتاب، هذا هو الثمن.

لكن القيمة هي في تقدير الخبراء وأهل الصنف وأهل الاختصاص: قيمة السلعة التي تستحقها في الواقع الحال، سواء اشترت بها أو لم تُشترى.

فأقول مثلاً: قيمة هذا الكتاب ألف دينار أو أقل أو أكثر من حيث الأصل، يعني: هو يساوي هذا المبلغ سواء شري أو لم يُشر.

بينما السعر: هو المبلغ الذي يحدده صاحب السلعة ويطلبه بسلعته، أو تحدده جهة معينة أخرى،: وزارة التجارة مثلاً، أو أي جهة أخرى مختصة².

إذاً: عندنا عدة أشياء: عندنا الثمن، والقيمة، والسعر ممكن أن تتفق، فهذا الكتاب مثلاً اشترى بألف وهو يساوي ألف فعلاً، والسعر المكتوب عليه ألف دينار، هنا اتفقت، لكن

¹ محمد أبو هدى البيهقي الحني، أحكام التسعير في الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار البشائر الإسلامية، 2000، ص، ص. 13، 14.

² موسوعة الدكتور سليمان العودة الموجهة على الرابط التالي: <http://www.salmanalodah.com/main/1172-3-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%85%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D8%B1.html> في 2016/08/08 على الساعة 15 سا

يمكن أنها تختلف يطلب المشتري مثلاً هذا الكتاب بخمس مئة دينار ويتم البيع، قيمته الحقيقية ألف، لكن تم بيعه بخمس مئة، إذا اختلفت القيمة عن الثمن¹.

أيضاً السعر قد يكون في محل تجاري مجموعة كبيرة من قطع الملابس، كل قطعة مكتوب عليها سعرها، هذا هو المبلغ الذي يريدونه بهذه القطعة، بغض النظر عن كونه مغالى فيه، أو كون هناك تخفيضات بمناسبة، مثلاً: تغير الجو من صيف إلى شتاء .. أو غير ذلك، فالسعر يختلف عن القيمة الحقيقية، كما أنه يختلف عن الثمن ربما يتم بيعه بثمن أقل حتى من سعره، مكتوب عليه مائة وبيعه عليك بتسعين بسبب المفاوضات. إذاً: عندنا الثمن وعندنا القيمة وعندنا السعر وهي واضحة. بالنسبة للثمن قد يكون ثمنه ذهباً أو فضة، وقد يكون سلعة أخرى، وقد يكون الثمن حاضراً، وقد يكون ديناً².

فرع ثالث: الأنواع المختلفة للأسعار

لكل مؤسسة الحرية في اختيار الأسعار المناسبة التي تغطي التكاليف الكلية ويعظم أرباحها وقد تباينت أنواع الأسعار، وأهمها الأسعار الكسرية، الأسعار المحددة من قبل العرف (المعتادة)، أسعار الاستدراج والأسعار الموسمية.

أولاً: أسعار القيادة

تلجأ بعض المؤسسات إلى هذه الأسعار التي تتميز بقدرتها العالية وحصتها الكبيرة من السوق حيث تقوم بوضع أسعار تسترشد بها باقي المؤسسات التي تنافسها، فتكون هي القدوة وهي الأولى التي تضع السعر وتتحكم فيه.

¹ نفس المرجع.

² نفس المرجع

حيث تلجأ في بعض الأحيان إلى تخفيض السعر إلى الحد التي تنعدم فيه الأرباح، ويكون الهدف منها جلب مستهلكين جدد¹، والاستحواذ على أكبر حصة من السوق².

ثانياً: التسعير النفسي

يجب على المؤسسة أن تحلل الجانب النفسي وليس الاقتصادي فقط من أجل تحديد الأسعار، حيث يعتبر الكثير من المستهلكين السعر كمؤشر للنوعية، وهو ما نلاحظه جلياً على الخصوص في حالة بعض المنتجات الفاخرة مثل العطور، المجوهرات، السيارات... الخ³.

ويندرج ضمن السعر النفسي، الأسعار الكسرية والأسعار التقاخرية.

أ- الأسعار الكسرية

من أكثر الأسعار استخداماً في النظام الرأسمالي الذي يتميز بالاقتصاد الحر، وبالخصوص لدى التجار التجزئة، والمقصود بهذا النوع من الأسعار هي تلك التي تظهر على شكل كسور عشرية⁴.

مثال: البيع بسعر 599.89 أو بسعر 599.88 دج.

¹ لكن بدون الوصول إلى البيع بالخسارة الذي هو ممنوع في كل القوانين المقارنة ومنها الجزائر في القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر في مادته 12.

² مثال ذلك في الجزائر، في مجال الهاتف النقال دائماً ما تقوم أوريدو ooredoo بالأخذ بزمام المبادرة في تخفيض أسعار خدماتها وكذا العروض الاستثنائية ليحذو حذوها باقي المتعاملين.

³ عرياني عمر، أثر المحيط الدولي على استراتيجية التسويق في المؤسسة الجزائرية حالة مؤسستي حمود بوعلام وموبيليس رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، كلية العوم الاقتصادية والعلوم التسيير، ص.42.

⁴ صلاح الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة - المفهوم والاستراتيجي -، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ص.164.

والهدف من استخدام الأسعار الكسرية هو:

- تمكين التاجر من تغيير الأسعار دون أن تكون هنالك فرصة للمستهلك لاكتشاف ذلك، أي مرونة الأسعار.
- يعطي هذا النوع من الأسعار انطباعا عاما بأنه أقل من حقيقته: مثال: السعر 599.99 دج يعطي انطباعا عاما أنه أقل بكثير من السعر 600 دج.

ب- الأسعار التفاخرية:

يستخدم السعر المرتفع لدى بعض المستهلكين كمؤشرة للدلالة على جودة السلعة، فيقبلون على شرائها حتى يشعروا بتمييزهم عن غيرهم في المجتمع، وهو ما يدفع بالمؤسسات باستخدام هذه الأسعار على بعض السلع¹، لتعبر عن سلع الطبقات العليا والخاصة في المجتمع، بالرغم أنه في بعض الأحيان تكون الأسعار عالية بدون أن تتناسب الجودة ومع ذلك توهم المستهلك أنها ذات جودة عالية².

ثالثا: الأسعار المحددة من طرف العرف:

يتميز هذا النوع من الأسعار بالاستقرار لمدة طويلة من الزمن في السوق، وهي تلك الأسعار التي اعتاد المستهلك عليها مثل الخبز والمشروبات... الخ، وهذا النوع من الأسعار يتميز بالمرونة، حيث عندما يصبح السعر معتادا لدى المستهلك يصعب تغييره، ويلجأ المنتج في هذه الحالة التغيير في الكمية والجودة³.

¹ تستخدم هذه الأسعار حتى من أجل تمييز السلع الأصلية عن السلع المقلدة، ونجدها كثيرا في الساعات، العطور، الألبسة... الخ.

² عرياني عمر، المرجع السابق، ص. 42.

³ محمد فريد الصحن، المرجع السابق، ص. 279.

رابعاً: أسعار الاستدراج

يعتمد هذا النوع من الأسعار على تسعير المنتجات في المتجر بأسعار منخفضة قد لا تغطي التكاليف بدلا من القيام بالتسعير على أساس تحديد سعر يغطي القدر الكافي والمناسب من الربح، ويمكن تغطية التكاليف¹.

والهدف من هذا النوع هو الترويج للمتجر وجذب العملاء إليه، إقبالهم على شراء منتجات أخرى لم تخفض اسعاره، والتي تحقق ربحا يغطي الخسارة الناتجة عن أصناف الاستدراج².

خامساً: الأسعار الموسمية

وهي تلك الأسعار التي تطبق على المنتجات الموسمية، بحيث تكون مرتفعة في بداية الموسم، ثم تتلوه تخفيضات طفيفة نوعا ما خلال الموسم نفسه، وعند نهايته يقوم البائع بتحديد أسعار جد منخفضة حتى يتلخص من المنتجات بدلا من الاحتفاظ بها أو تكديسها نتيجة لتغيير أذواق المستهلكين أو يعرضها للتلف أو الفساد.

مثال: أسعار منتج الفاكهة تكون مرتفعة في بداية الموسم ثم تتخضع تدريجيا خلاله، وعند نهاية تكون الأسعار منخفضة جدا لأن البائع يفضل تصريف المنتج المعرض للتلف¹.

¹ يمنع التشريع الجزائري البيع بأقل من سعر التكلفة (البيع بالخسارة) المادة 12 من الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 25 في 20 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 20 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل المتمم. إلا في الحالات الإستثنائية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 215/06 المؤرخ في 18 يوليو 2006 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، الجريدة الرسمية عدد 41 لسنة 2006.

² نفس المرجع، ص. 280.

سادسا : الاسعار الرمزية

هو السعر الذي يعمل على إحداث سمعة جيدة عند المستهلكين والعملاء عن المنتج وسعره، من خلال وضع فكرة في أذهانهم بأن هذا السعر الرمزي يشير إلى الربح البسيط والسعر قريب من التكلفة.

ويطبق هذا النوع من الأسعار على السلع الاستهلاكية والسلع الصناعية وفي محلات التجزئة ومحلات الجملة وعند المنتجين وعلى الخدمات أيضا، ويهدف هذا النوع من الأسعار إلى تنشيط المبيعات، ومن الأمثلة عليه سعر السلعة أو الخدمة سعر رمزي هو 20 دج فقط².

سابعا: السعر الترويجي

لا يوجد تعريف محدد لهذا السعر، لأن تعريفه يكون في الغرض الذي سيستعمل من أجله، فهذا السعر يستخدم في المناسبات الوطنية والشخصية، وللبيع والخدمات في غير موسمها، ويطبق هذا النوع من الأسعار على السلع الاستهلاكية والسلع الصناعية في محلات التجزئة ومحلات الجملة وعند المنتجين وعلى الخدمات أيضا، من خلال تخفيض الأسعار على السلع والخدمات التي في غير موسمها وذلك لتغطية جزء من التكاليف المترتبة على للمنظمة، أو تنشيط المبيعات وزيادته بهدف الاستحواذ على أكبر حصة سوقية للسلع أو الخدمات التي تكون في موسمها، ومن أمثلة ذلك الطلب على تذاكر الطيران منخفضة في فصل الشتاء وبالتالي يتم تخفيض أسعارها لتنشيط المبيعات التي تعوض الشركة جزء من مصاريفها، أو ترويج كثيف لتذاكر الطيران وتخفيض الاسعار أيضا في فصل الصيف بهدف الحصول على أكبر حصة سوقية من المسافرين، ومن أمثلة ذلك أيضا الطلب على

¹ نفس المرجع، ص.281.

² خالد عبد المنعم البستجي، المرجع السابق، ص.50.

الملابس الصيفية منخفض في فصل الشتاء وبالتالي يتم تخفيض أسعار الملابس لتنشيط المبيعات أو تخفيض أسعار الملابس الصيفية في فصل الصيف بهدف الاستحواذ على أكبر حصة سوقية¹.

ثامنا: الأسعار المهنية

هو السعر الذي يطبق على الخدمات المهنية المختلفة، مثل الطبيب والمحامي والمهندس... الخ، وترتبط أسعار هذه الخدمات بالجهد المبذول والأدوات المستخدمة، ولا يطبق على السلع، ومن أمثلة ذلك سعر رسم المهندس لمنزل من طابق واحد، أقل من سعر رسم هندسي لمنزل من طابقين².

فرع رابع: أهداف وأهمية السعر

إن للسعر أهمية بالغة بالنسبة للمنافسة ككل سواء من حيث التعامل الاقتصادي أو المستهلك، فعن طريق تحديد السعر تقوم المنافسة في السوق ولكن بضوابط وضعها قانون المنافسة 03-03، أما بالنسبة لأهداف السعر فهي أغلبها تكون في صالح التعامل الاقتصادي من أجل تحكمه في السوق أو المحافظة على مكانته فيه، وهذا كله سوف نراه فيما يلي:

أولاً: أهداف السعر

يقوم التعامل الاقتصادي بتحديد هدف أو أكثر لقراراته التسعيرية وفقاً لأهدافها العامة والتي تشتق منها أهداف العملية التجارية وبالتالي أهداف التسعير بما يساعد على تحديد معالم النتائج الأولية لقرار السعر وتقييم هذه النتائج مقارنة بالهدف المحدد مسبقاً.

¹ نفس المرجع، ص.51.

² نفس المرجع، ص.52.

تصنف أهداف السعر إلى ما يلي:

أ- الأهداف المتعلقة بالربح:

- تغطية التكاليف التي يتم انفاقها من أجل توفير المنتج وإتاحته إلى المستهلك، حيث يشمل تكلفة المواد الأولية والوسائل المستعملة من أجل تحويلها وكذا تكلفة اليد العاملة، الضرائب المدفوعة...
- تحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال من عملية الاستثمار، وهذا في حالة إذا كان هناك رؤوس أموال غير مملوكة للمؤسسة بل لمستثمرين آخرين فالسعر يجب أن يأخذ بعين الاعتبار هذه الأموال والهدف من وراء منحها للمؤسسة¹.
- تحقيق عائد مناسب من الأموال التي تحتاج إليه المؤسسة، وهو من أهم أهداف المؤسسة وهذا تطبيقا لمعيار المضاربة لتمييز الأعمال التجارية عن الأعمال المدنية، وبالتالي فيجب أن تكون نسبة الربح تتناسب مع أهداف المؤسسة².

ب- الأهداف المتعلقة بالمبيعات:

تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1- زيادة كمية المبيعات:

- أي تحديد أقصى إيرادات من المبيعات خلال أقصى حجم من البيع، حيث يجب أن يكون السعر البيع تنافسي ويستهدف المستهلك أو المشتري، لذلك فيجب على المتعامل الاقتصادي أن يتبع سياسة سعرية مجدية من أجل تحقيق هذا الهدف³.

¹ نفس المرجع، ص.281.

² نفس المرجع، ص.66.

³ زكي خليل المساعد، المرجع السابق، ص.245.

2- زيادة القيمة المالية للمبيعات:

يكون التركيز في هذا الأسلوب على زيادة الإيرادات المتحققة من المبيعات إلا أنه على عكس الأسلوب الأول فإن التركيز يكون على زيادة القيمة المالية المتحققة من هذه المبيعات برفع السعر لخلق انطباع مميز عن السلعة وتوجيهها نحو شريحة من المستهلكين قادرة على دفع أسعار أعلى مقابل الحصول عليها، حيث أثبتت الدراسات على أن المستهلك يحدد جودة المنتج عن طريق سعره، فحسب اعتقاد معظم المستهلكين أن السلعة ذات السعر العالي تكون ذات جودة عالية¹.

3-زيادة الحصة السوقية:

عندما يزداد الحجم الكلي للمبيعات على مستوى السوق ويدخل منافسون جدد، يجب على المتعامل الاقتصادي أن يراقب نسبة مبيعاته في السوق حتى يتمكن من البقاء، وبالتالي إذا رأى أنه أن أسعار منافسيه أقل فيجب عليه مراجعة سياساته السعرية من أجل المنافسة لكن مع الإشارة ألا تكون هناك مخالقات للمنافسة المشروعة والشريفة مثل البيع بالخسارة وإن كان في صالح المستهلك لكنه سوف يقتل المنافسة ويحقق ضرارا للمؤسسة المعنية والمتعاملين الاقتصاديين الآخرين².

ب- أهداف المحافظة على الأوضاع الراهنة:

يمكن إحصاء عدة أهداف من أجل الاستقرار والمحافظة على الأوضاع الراهنة والحالية، لكن هذا في حالة إذا كانت المؤسسة في وضع مريح في السوق والظروف لا

¹ محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص.62.

² عامر لمياء، المرجع السابق، ص.76.

تسمح بالتوسع أكثر، أما العكس فيجب عليها مراجعة سياستها السعرية. ومن بين هذه الأهداف:

1- التوجه نحو المستهلك:

يعد هذا الهدف من الأهداف الحيوية كونه يضمن الولاء واستمرار شراء المستهلك لمنتجات المؤسسة وذلك من خلال :

- مستويات سعر مناسب للمستهلك: حيث يجب أن يكون السعر مناسب للمستهلك ومستقر لكي يضمن ولاء المستهلك وعدم توجهه إلى مؤسسة منافسة.
- تأكيد سمعة المؤسسة بين المستهلكين: وهذا لأن تغيير السعر نحو الأعلى بصفة مستمرة أو بزيادة كبيرة قد يؤدي إلى نفور المستهلك وعدم ثقته بالمؤسسة¹.
- خلق قيمة المستهلك مقابل المقابل المدفوع: أي يجب أن يكون المقابل الذي يدفعه المستهلك يتناسب مع منفعة السلعة أو الخدمة المؤداة².

2- المحافظة على حصة المؤسسة في السوق:

إن هدف أي مؤسسة هي زيادة حصتها في السوق و التوسع في السوق وزيادة حصتها فيه، و إذا كانت الظروف لا تسمح بالتوسع أو النمو سواء لقوة المنافسين أو ضعف المؤسسة، فنكتفي بالمحافظة على حصتها السوقية، وهذا عن طريق المحافظة على سعر المنتج واستقراره³.

¹ نفس المرجع، ص.77.

² يسري محمد ابو العلا، سياسات التسعير في التشريع الجزائري مقارنا بالتشريع الاقتصادي المعاصر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2008، ص.88.

³ المرجع والموضع نفسه.

3- مواجهة المنافسين:

قد تلجأ المؤسسة للحفاظ على وضعها، الابتعاد عن المواجهة السعرية مع المنافسين والاعتماد على المنافسة الغير سعرية واللجوء إلى الترويج وتطوير المنتج، ويكون هذا في حالة عدم قدرة المؤسسة على خفض السعر أو خوف من الرد من طرف المنافسين بسعر غير تنافسي لا تقدر على مجابته من طرف المؤسسة¹.

4- المحافظة على صورة المؤسسة:

في هاته الحالة، تحاول المؤسسة بالالتزام بالسياسة السعرية التي خلقت لها مكانة مميزة وصورة قوية في السوق، لأنه أي خرق لهذه السياسة قد يؤدي إلى اهتزاز مكانة هذه المؤسسة في البيئة السوقية².

5- البقاء:

يعتبر البقاء في ظل المنافسة الشرسة التي تعرفها الأسواق اليوم هدفا أساسيا عند وضع السياسة السعرية إلى درجة التسعير أحيانا بسعر التكلفة أو حتى بأسعار تغطي التكلفة المتغيرة فقط في حالة إذا كانت التكلفة تتغير من وقت إلى آخر وذلك في الحالات التالية³:

- المنافسة الحادة: هذه الحالة تكون إذا كان السوق يعج بالمؤسسات المتنافسة والتي تعرض أسعار تنافسية للغاية والتي تستهوي المستهلك، فهنا تحاول المؤسسة البقاء في السوق بقيامها ببعض التضحيات في مجال الأسعار⁴.

¹ عامر لمياء، المرجع السابق، ص.77.

² نفس المرجع، ص.78.

³ يمنع التشريع الجزائري البيع بأقل من سعر التكلفة (البيع بالخسارة) المادة 12 من الأمر 03/03 السلف الذكر، إلا في الحالات الاستثنائية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 215/06 المذكور أعلاه.

⁴ عامر لمياء، المرجع السابق، ص.78.

- وجود طاقة إنتاجية كبيرة معطلة، سواء لعدم وجود يد عاملة مؤهلة أو لتعطل الوسائل، ففي هذه الحالة تجد المؤسسة نفسها عاجزة عن المنافسة فنقوم بتعديل سياستها السعرية من أجل البقاء في السوق فقط¹.
- اضطراب أوضاع المؤسسة نتيجة ظروف اقتصادية طارئة، وهذا ما رأيناه خاصة في ظل الأزمة المالية العالمية أو أثناء انخفاض أسعار البترول، ما أدى ببعض المؤسسات بخفض الأسعار إلى سعر التكلفة من أجل البقاء خاصة تلك المؤسسات التي تعتمد على القروض البنكية².
- تغير رغبات وأذواق المستهلكين: في هذه الحالة تكون في حالة تغير رغبات وتوجه المستهلكين نحو سلعة أخرى وتكون سواء لظروف موسمية أو عدم مواكبة المنتج لرغبة المستهلك أو ظهور سلع أخرى جديدة يتحول المستهلكون نحوها.

6- المحافظة على مستوى عالي من الجودة:

- يتحدد هذا الهدف عندما تحاول المؤسسة أن تكون سلعتها قائدة في مجال الجودة، وهذا يتطلب سعرا مرتفعا للأسباب التالية:
- لتغطية تكاليف البحث والتطوير المستمر من أجل المحافظة على جودة السلعة، وهذا قد يحتاج إلى خبراء وبحوث ودراسات قد تزيد من التكاليف وبالتالي تلزم على المتعامل الاقتصادي الرفع من السعر.
- لمواجهة تكاليف الإنتاج المرتفعة من حيث المواد المستخدمة وإجراءات الرقابة، حيث ترتفع في بعض الأحيان المواد الأولية، فبالنتالي سوف تزيد من التكاليف على المنتج والذي بدوره يزيد في السعر، وهكذا تحدث الزيادة حتى تصل إلى المستهلك.

¹ محمد فريد الصحن، المرجع السابق، ص.270.

² نفس المرجع، ص.79.

- للمحافظة على منزلة مميزة للسلعة وذلك لمواجهة الانطباع السائد لدى المستهلكين كما أشرنا أعلاه، بأن السلعة الجيدة يكون سعرها مرتفع¹.

ثانياً: أهمية السعر

يعتبر السعر من العوامل الأساسية المؤثرة على نجاح ورواج السلعة أو الخدمة، فعلى أساسه تتحدد طبيعة الطلب على السلعة أو الخدمة في الأسواق².

إن السعر هو الوحيد الذي يدر دخلاً ويعتبر أساس أي سلعة، ويمثل عامل نجاح أي سلعة كما ترتبط المردودية به بشكل كبير، ويؤثر في حصة المؤسسة في السوق.

وظهر أهمية السعر فيما يلي:

- أداة لتقسيم السوق إلى قطاعات وفقاً لقدرات الشرائية للمستهلكين، وهذا ما يظهر عندما تكون أسواق لسلع ذات السعر المنخفض لأصحاب الدخل الضعيف، والسعر المتوسط لأصحاب الدخل المتوسط، والسعر العالي لأصحاب الدخل العالي. مع الإشارة أن السعر ذو ارتباط وثيق بجودة السلعة أو الخدمة.

- يساعد في تحديد حجم الطلب: وهذا منطقي حيث كلما كان السعر مناسباً للسلعة المعروضة وفي متناول المستهلكين كلما زاد الطلب عليها، والعكس صحيح، إذا كان السعر غير مناسب للسلعة ينقص الطلب حتى ولو كان في متناول المستهلك، حيث أنه حتى ولو كان السعر منخفضاً ولكن لا يناسب مع السلعة فلا يكون الطلب عليه كثيراً.

¹ لسبط سعد، أثر سعر الخدمة على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي، شهادة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2011-2012، ص. 87.

² أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق في القرن الواحد والعشرين، دار قباء، القاهرة مصر، 2003، ص. 210.

- مصدر لتحقيق الإيرادات والعوائد: وهو المصدر المالي الأساسي لأي مؤسسة فبواسطته تحقق إيرادات لأنه كما عرفناه سابقا هو قيمة نقدية¹، ولكن هذا لا يعني أن يكون السعر مصدرا للربح، حيث يمكن أن يكون البيع بسعر التكلفة أو بالخسارة².
 - مؤشر عن جودة السلعة أو الخدمة بالنسبة للمستهلك³.
 - يساعد على تحدي المكانة والصورة الذهنية للمنتج في أذهان المستهلكين عن طريق ربط القيمة بالسعر: حيث يجب أن يقتنع المستهلك بأن الثمن الذي يدفعه من أجل الحصول على المنتج هو القيمة الحقيقية له.
 - يساعد في تعزيز العلاقة بين المؤسسة والمستهلك: حيث كلما كان السعر مناسباً وفي متناول المستهلك كلما زاد من ثقة هذا الأخير في المؤسسة وبالتالي يزيد من ولائه لها كما رأينا في أهداف السعر سابقاً⁴.
- وهذا ويتميز السعر بما يلي:
- مرن: إذ يمكن تغييره في أي وقت وتعديله وفقاً:
- المستهلك: حيث يجب اتباع سلوك المستهلك من أجل تحديد السعر و تغييره حسب اتجاهه.

¹ أنظر الفرع الأول من المبحث الأول من الفصل الأول من الباب الأول

² البيع بالخسارة ممنوع في التشريع الجزائري كما ذكرنا سابقاً إلا في الحالات الإستثنائية المذكورة في القانون، المادة 12 من قانون 03-03 المتعلق بقانون المنافسة

³ مختلف الدراسات التي قامت بها جمعية حماية المستهلكين والتي تدرس سلوكهم تبين توجه المستهلك للسلعة ذات السعر العالي على أساس أنها ذات جودة عالية.

⁴ لسبط سعد، المرجع السابق، ص.88.

- الكميات المشتراة: ينظر إلى الكمية المباعة من المنتج ويتم تغيير السعر على أساسها، فإذا كانت عالية نحافظ على السعر ويمكن حتى الزيادة فيه، أما إذا كانت ضئيلة فيجب التخفيض في الأسعار من أجل زيادتها.
- أوقات الشراء (ساعات التدفق، أفضل موسم): هناك بعض السلع موسمية، ففي هذه الحالة يمكن أن يتلاعب المتعامل الاقتصادي في السعر حسب الموسم.
- المنافسة في السوق: فالسعر يلعب دورا هاما ومحوريا في حدة المنافسة في السوق، فالمؤسسة لها أن تغير في السعر حسب وضعها التنافسي في السوق وحسب عدد وامكانيات المنافسين¹.

فعال: لأنه يؤثر مباشرة في المبيعات وإيرادات المؤسسة، حيث أن السعر يؤثر مباشرة في كمية المبيعات وبالتالي في مداخل المؤسسة، لذا دائما ما يرتبط نجاح أي مؤسسة بنجاح سياستها السعرية².

سريع: ينجم عن تغيير السعر آثار سريعة على أمد قصير جدا، حيث إذا تم خفض السعر فسوف يؤثر على كمية المبيعات بصورة مباشرة وسريعة وبالتالي الزيادة في أرباح المؤسسة، والعكس صحيح، فأي زيادة غير مبررة للسلعة يؤثر بصورة سلبية على المبيعات وبالتالي على أرباح المؤسسة³.

وتزداد السياسة السعرية أهمية قصوى لأي مؤسسة للأسباب التالية:

¹ Kotler Dubois DELPHINE, Marketing management, Pearson édition, Paris France, 11^{ème} édition, 2004, p. 53.

² لسبط سعد، المرجع السابق، ص.79.

³ Sylvie Martin VEDRIN, initiation en marketing, édition organisation, Paris, France, 2005, p. 196.

- أن لكل سعر أو خدمة سعر معين حتى ولو كانت تقدر بسعر التكلفة إذا كانت الدولة تتولى تسعيرها، و في بعض الأحيان تكون أقل من ذلك في حالت السلع المدعمة من طرف الدولة¹.
- إن قرارات التسعير لها تأثير مباشر على ربحية المؤسسة لذا فإن اتخاذ قرار قيمة السعر يتضمن إشراك عدة إدارات أخرى معينة مثل: الإنتاج، التمويل، المشتريات... الخ.
- إن السعر له تأثير هام في العناصر الأخرى لتسويق السلعة مثل: الإعلان، التوزيع، تنشيط المبيعات. فالسعر الحالي يجب أن يدعم بحملات إعلانية معينة من أجل الإشهار للسلعة والسعر الخاص بها، وخصومات في السعر التي تمنح للموزعين لها أثر مباشر على استعداد ورغبة الموزعين في توزيع منتجات المؤسسة².

فرع خامس: العوامل المؤثرة في تحديد السعر والمشاكل التي تؤثر فيه

تواجه عملية وضع السعر واتخاذ القرارات المناسبة في سياسة التسعير عوامل ومشاكل عديدة منه ما هي داخلية ومنها ما هي خارجية:

أولاً: العوامل الداخلية:

وهي العوامل التي يمكن للمؤسسة التحكم فيها وهي كالاتي:

أ- الأهداف: إن تحديد السعر المناسب يتوقف في أغلب الأحيان على الأهداف التي يُسعى تحقيقها من خلال تحديد السعر والمشاركة في تحقيق أهداف المؤسسة، فهنا إذا كانت

¹ مثلاً المرسوم التنفيذي رقم 07-402 المؤرخ في 16 ذي الحجة 1428 الموافق ل 25 ديسمبر 2007 والذي يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه. وهناك عدة مراسيم أخرى مشابهة تحدد أسعار سلع أخرى من طرف الدولة.

² لسبب سعد، المرجع السابق، ص.80.

المؤسسة تزيد الزيادة في حصتها في السوق فما عليها إلا خفض من السعر من أجل جلب عملاء منافسيها وبالتالي تكسب حصة زائدة في السوق، وبالعكس ذلك إذا أرادت تحقيق أرباح أكثر وبسرعة فقد تلجأ إلى رفع الأسعار على السلع، ولكن فيه مخاطرة بفقدان حصة مهمة في السوق وهروب العملاء إلى منافسين آخرين¹.

ب- الموارد: ونقصد بها الامكانيات المادية والبشرية وكذلك التكنولوجيا المستخدمة، فهذه الموارد كلها تتحكم في السعر، فكلما كانت أقل كان السعر أقل والعكس كذلك، كلما كانت مرتفعة كان السعر مرتفعاً، لذا نرى أن عدة شركات عظمى تلجأ إلى الصين والمغرب لأن الموارد البشرية رخيصة وبالتالي سوف تأثر في السعر، وهذا ما قد يجلب عملاء جدد في السوق².

ج- التكاليف: كما نعلم أن الأهداف الأساسية لأي سعر هي تغطية تكاليف الإنتاج وتحقيق هامش من الربح، حتى يمكن للمؤسسة من البقاء، إذا فالتكاليف تعتبر من أهم العوامل الأساسية لتحديد الأسعار وإن لم تكن من أهمها، لأن المتعامل الاقتصادي لا يمكن أن يحدد السعر بدون أن يعرف تكاليف السلعة، وهذا الكلام ينطبق سواء بالنسبة للمنتج أو الوسيط التجاري، لأن حتى هذا الأخير له تكاليف شراء السلعة ونقلها ... الخ، فمن خلال احتساب التكاليف يبدأ حساب هامش الربح، وكلاهما يشكلان السعر³.

د- درجة الاختلاف في السلعة: ونعني به أن كلما كانت منتجات المؤسسة متميزة ومنفردة بمزايا تختلف عن منتجات المنافسين الآخرين كلما كانت أكثر حرية في وضع الأسعار على سلعتها، حيث نجد أن المؤسسة ذات منتجات متميزة وذات جودة، تفرض

¹ محمد فريد الصحن، المرجع السابق، ص.278.

² إن شركة APPLE Company تملك مصانع في الصين وهذا لأن يد العاملة هناك رخيصة.

³ محمد الخطيب نمر، المرجع السابق، ص.67.

أسعار أعلى من أسعار منافسيها، ومع ذلك دائما تحافظ على حصتها في السوق، كما أن الشهرة أو العلامة المميزة هي وحدها تمكن المؤسسة من تحديد السعر مرتفع لمنتجاتها أمام منافسيها، وهذا طبيعي لأنها اكتسبت ثقة المستهلك وولائه¹، والعكس من ذلك إذا كانت المؤسسة جديدة في السوق ومنتجاتها غير معروفة فهي ملتزمة بالرضوخ لأسعار السوق من أجل كسب بعض العملاء.

هـ - التنظيم: وذلك أن تحديد الأسعار يختلف بحسب سياسات المؤسسة، فنجد أن بعض المؤسسات توكل مهمة تحديد الأسعار إلى مدير التسويق والإنتاج، فهو الذي يحدد التكاليف وهامش الربح، وفي المؤسسات الأخرى تتبع سياسة التسعير المركزي، أي السعر يكون محدد من طرف السلطة المركزية للمؤسسة حسب نوعها شركة أو مقاول... كما هناك مؤسسات تتبع أسلوب اللامركزية، أي تترك الحرية للبائعين ورجال التسويق وذلك من خلال مستويات دنيا من التنظيم في تحديد الأسعار².

ثانيا: العوامل الخارجية:

وهي عبارة عن عوامل لا يمكن التحكم فيها ولا مراقبتها من طرف المؤسسة، لذا يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحديد الأسعار ونذكر منها:

أ- الطلب: نظرا لما يلعبه الطلب على السلع أو الخدمات من دور مؤثر في تحديد السعر، وبصفه خاصة عند التسعير للوهلة الأولى للمنتج، إذا فهناك عوامل كثيرة تشكل

¹ اكتساب الثقة هنا ليس على أساس السعر كما رأينا أعلاه فيما يخص أهداف السعر وإنما لجودة السلعة وتميزها عن سلع المنافسين الآخرين.

² محمد فريد الصحن، المرجع السابق، ص. 280.

وتأثر في نمط الطلب على سلعة معينة منها: دخل المستهلك، القوة الشرائية، عدد وقوة المنافسين... الخ¹.

لذا يجب عند تحديد سعر السلعة دراسة الطلب ومرونته، حيث هناك بعض السلع التي تتميز بحساسية المستهلك اتجاهها، سواء لأهميتها بالنسبة إليه أو لجدتها في السوق، وهناك سلع ذاتها تعرض من طرف عدة متنافسين، وبالتالي يجب دراسة حتى الأسعار التي يضعها المتنافسون.

ب- المنافسة: تلعب المنافسة دورا هاما عندما تقوم المؤسسة بتحديد أسعار المنتجات، فتصرفات المنافسين من شأنها أن تؤثر مباشرة على مدى قدرة المؤسسة على زيادة أو تخفيض السعر، و منه يجب على المؤسسة أن تكون على دراية بمنافسيها وأهم الخطط التي تنتهجونها وذلك من خلال التجسس على استراتيجياتهم².

حيث كلما اشتدت المنافسة في السوق كلما تقيد المنافسون في تحديد أسعار منتجاتهم والعكس صحيح، لأن السعر كما سوف نراه لاحقا، يلعب دورا جوهريا في تقييد أو الزيادة من شدة المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين.

ج- الموردون: ويكون تأثير الموردون على أسعار السلع في حالة الزيادة في المواد الأولية بغية تعظيم أرباحهم، وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى رفع تكاليف الإنتاج بالنسبة للمؤسسة، وبالتالي ترفع في الأسعار من أجل تعويض هذه الزيادة في أسعار المواد الأولية³.

¹ ق. العبدلي، ق. العلاق، إدارة التسويق، مكتبة الجامعة الأردنية، عمان، 1999، ص. 147.

² بيان هاني حرب، المرجع السابق، ص. 189، 188.

³ يوسف أبو الفارة، سياسات التسعير، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، د. ط، سنة

2013، ص. 74.

وهناك بعض المؤسسات تستغل هذه الزيادة في المواد الأولية من أجل الزيادة في أرباحها، فمثلاً: الزيادة في المواد الأولية تكون 5% وتقوم المؤسسة في الزيادة في الأسعار بنسبة 10%، ولكن هذه الحالة نجدها في المؤسسات التي تملك حصة هامة في السوق ولا تكون هناك منافسة حادة.

د- التوزيع: يجب على المؤسسة عند تحديد أسعار منتجاتها الأخذ بعين الاعتبار ما سيأخذه الوسطاء والموزعون حتى تصل السلعة إلى المستهلك النهائي، حيث يجب حساب هذه التكاليف التي يأخذونها في تحديد السعر، مع اختصار بعض أرباحهم، في حالة ما إذا كان مسار هذه السلعة طويلاً، لكي لا تصل إلى المستهلك بسعر باهض وبالتالي قد يؤدي إلى خسارة جزء هام من السوق.

في حين إذا كانت السلعة تصل إلى المستهلك النهائي بطريق يتضمن عدد قليل من التجار، فتكون هنا المؤسسة أكثر حرية ولها مجال للمناورة في تحديد أسعارها¹.

هـ- الظروف الاقتصادية: تعتبر الظروف الاقتصادية من أهم العوامل التي تؤثر في تحديد الأسعار، ومن أهمها:

التضخم، الكساد، ندرة المواد الأولية، الحكومة، الأخلاقيات... الخ.

وهذا لأن في التضخم يكون هناك ارتفاع في الأسعار، ومنه تلجأ المؤسسة إلى محاولة تثبيت هذا السعر أو اتباع سياسة المنتج البديل بسعر منخفض نسبياً.

أما في مرحلة الكساد فتضطر المؤسسة إلى تخفيض أسعار منتجاتها بغرض بيع مخزونها من السلع وتوفير السيولة النقدية لاستعمالها لشراء مستلزمات الإنتاج.

¹ توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 1997، ص 195.

أما ندرة المواد الأولية فإنه يؤدي إلى ارتفاع هذه المواد، وبالتالي ارتفاع تكاليف الإنتاج بالنسبة للمؤسسات المستهلكة لهذه المواد، وهو ما يؤثر مباشرة في سعر السلعة¹.

ويكون تأثير الحكومة متجسدا من خلال ما تسنه الدولة من قوانين وقرارات متعلقة ببيع السلع، إما بتشجيع بيعها بأسعار منخفضة أو وضع سقف لها، أو تحديد سعرها فلا يمكن بيعها لا بسعر أقل أو أكثر، إذا فقرار التسعير يتطلب أن يكون هناك تكامل من الجانب الإنتاجي والقانوني².

أما عن الأخلاق فإن هناك اعتبارات تخرج عن قوانين الحكومة، ولكنها تقيد من حرية اتخاذ قرار تحديد الأسعار، وخاصة في مجال السلع التي تمتاز بضرورة استعمالها، مثلا : أدوية الأمراض المزمنة³.

و- تدخل الدولة: يلعب التدخل الحكومي دورا هاما في قدرة المؤسسة على تحديد أسعار منتجاتها في كثير من الدول، ففي بعض الدول قد تقوم الحكومة بتحديد أسعار سلع معينة تلتزم بها المؤسسات، وبالتالي لا تجد هذه الأخيرة مفرًا من الخضوع إلى هذه الأسعار أو أن تضع إطار معينًا للأسعار يمكن أن تتحرك في حدوده⁴.

وتظهر أهمية هذا العامل بصفة خاصة في الدول النامية وفي الأسواق التي تتميز بنقص المعروض من السلعة بالنسبة للطلب عليه، فتتدخل الحكومة من أجل منع أي محاولة احتكار لسلعة معينة، فرض أسعار على المستهلكين، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالصحة

¹ محمد الخطيب نمر، المرجع السابق، ص.68.

² مثلا المرسوم التنفيذي 11-10 مؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق ل 06 مارس 2001، الصادر في الجريدة الرسمية يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الريح القصوى عند الإنتاج والإسترداد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.

³ محمد الخطيب نمر، المرجع السابق، ص.69،68.

⁴ دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني- حالة مجمع صيدال-، رسالة دكتوراه، جامعة دالي ابراهيم الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص.234.

وبمنتج الدواء وكذا المواد الغذائية الضرورية فتتدخل الدولة بتشريعات وتنظيمات وأوامر من أجل تحديد الأسعار¹.

مطلب ثاني: حرية الأسعار في القانون الجزائري

يعتبر قانون المنافسة فرع من فروع قانون الأعمال، وهذا الأخير هو القانون التجاري في ثوبه الجديد الذي هو مجموعة من القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية التي في جوهرها أنشطة تتعلق بصفة أساسية بالصناعة و الخدمات و يتبع في شأنها طريقة الإنتاج الرأسمالي، و لقد قيل بحق أن المنافسة هي قانون التجارة، و قانون المنافسة هو مزيج من عدة قوانين (القانون التجاري، القانون الاقتصادي، القانون الجنائي ...)، إلا أنه يحمل في طياته خصوصيات يتميز بها عن هذه القوانين كونه يطبق على فئة معينة وهم الأعوان الاقتصاديين وعلى مجال معين هو الأعمال التجارية، فقانون المنافسة له علاقة وطيدة بحماية المستهلك، إذ يهدف أساسا لحمايته و إشباع حاجاته ورغباته بأقل تكلفة و في أحسن الظروف، وهو الهدف الذي يصبوا إليه كل اقتصاد.

إن النص على حرية الأسعار هو إقرار مباشر بحرية المنافسة التي يقتضيها الاقتصاد الحر المتمثل في النظام الرأسمالي والذي من دعائمه حرية التجارة والصناعة. ولا يكون تحديد الأسعار وفقا لقانون المنافسة أي معنى بدون تحرير التجارة والصناعة، فالمنافسة تستمد وجودها من مبدأ فتح المجال أمام النشاط التجاري والصناعة بدون قيود، غير تلك الضرورية لمتطلبات الضبط الاقتصادي، وهذا ما نصت عليه المادة 43 من

¹ المثال في الجزائر: المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1421 الموافق ل 12 فبراير 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في أكياس وفي مختلف مراحل التوزيع.

الدستور الجزائري¹، حيث تعترف صراحة بحرية الاستثمار والمنافسة ولكن في إطار القانون، وهذا ما يؤكد لمرة أخرى أن الجزائر تنتهج اقتصاد السوق².

ويما أن الجزائر من الدول الحديثة في تبني النظام الرأسمالي حيث كان ذلك في سنوات التسعينات، فقد مر بعدة مراحل فلم يتم تطبيقه لمرة واحدة بل بالتدرج، وذلك بعد أن تبنت الجزائر مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية التي تكرس حرية الأسعار في قانون المنافسة والذي عرف عدة تعديلات سوف نتعرض لها، بحيث كل تعديل يكرس مرحلة معينة مرت بها الجزائر.

وحتى تتم ممارسة مبدأ حرية الأسعار في ظل احترام قواعد قانون المنافسة خاصة منها الشفافية والإنصاف، كان لا بد من تعزيز هذا المبدأ من خلال تحقيق شفافية الاسعار في سوق المنافسة الحرة³.

فرع أول: ماهية حرية تحديد الأسعار

منذ سنة 1989 عمدت الجزائر إل تشريع توجه جديد قائم في خطوطه العريضة على حرية الاقتصادية، رامية من خلال مبدأ حرية تحديد أسعار السلع والخدمات إلى مسايرة الوضع الجديد ولو بشكل نسبي، وبدراسة هذا المبدأ، نجده أولاً قبل كل شيء يستلزم أو

¹ المادة 43 من الدستور " حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون.

تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجع على ازدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية. تكفل الدولة ضبط السوق. ويحمي القانون حقوق المستهلك.

يمنع القانون الاحتكار والمنافسة الغير النزيهة"

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص10.

³ نفس المرجع، ص 11.

يقتضي ضرورة إخضاع تحديد الأسعار للقواعد التنافسية من جهة، وإرادة الأطراف المتعاقدة فيما بينها من جهة أخرى، والخاضعة للقواعد العامة في تحديد الأسعار¹.

وبما أن حرية الأسعار من المبادئ الأساسية لأي دولة تتبنى اقتصاد السوق الذي يركز على حرية التجارة والاستثمار وهو ما نصت عليه المادة 43 من دستور 2016² المذكورة أعلاه، فالجزائر اتجهت نحو تحرير التجارة والاستثمار وبالتالي أخذت بمبدأ حرية تحديد الأسعار، وهذا كذلك من خلال قانون المنافسة 03-03 المعدل والمتمم حيث خصص الفصل الأول من الباب الثاني وعنوانه ب "حرية الأسعار". ولكن هذا التحرير لم يكن منذ استقلال الجزائر ولن جاء التحول من أخذت بالاقتصاد الليبرالي.

أولاً: مضمون مبدأ حرية الأسعار

يعتبر هذا المبدأ من أهم المبادئ المكرسة بموجب الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم ولقد كان بنفس الأهمية في ظل الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة الملغى بموجب المادة 37 من الأمر 03-03 المشار إليه أعلاه والذي أبق العمل بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر 95-06 إلى أن تم إلغاؤهم بموجب الأمر 04-02³ الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وما يؤكد ذلك موقع المبدأ في النصين، حيث جاء النص عليه في الفصل الأول المعنون ب "حرية الاسعار" من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة، وذلك

¹ بخاري لطيفة، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، مرجع سابق، ص. 12.

² قانون 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى 1437 الموافق ل 06 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 14 المنشورة في 27 جمادى الأولى 1437 الموافق ل 07 مارس 2016.

³ قانون 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 25 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41 في 09 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 27 يونيو 2004.

بعد الاحكام العامة الواردة في المواد 1 و 2 و 3، حيث نصت المادة 04 الفقرة الأولى على ما يلي: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة...".

وعليه يمكن التعرض لهذه المسألة من زاويتي، الأولى تتعلق بحرية أسعار البيع السلع والخدمات والثانية مسألة احترام قواعد المنافسة.

أ- احترام حرية تحديد أسعار السلع والخدمات

نصت المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة¹ و هي ذاتها المادة 04 من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق كذلك بالمنافسة على أن تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.

هذا المبدأ وضع أساسا لمسايرة الوضع الجديد نسبيا المتمثل في ذلك التوجه الذي شرعت الجزائر في تبنيه بعد 1989 والقائم في الأساس على الحرية الاقتصادية والذي فرض ضرورة إخضاع تحديد أسعار السلع والخدمات لقواعد اللعبة التنافسية ولإرادة الأطراف المتعاقدة التي لا تخضع إلا للقواعد العامة في تحديد السعر كما هو مذكور أعلاه مع توسيع نطاق هذه الحرية وتقليص في ذات الوقت من صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في تحديد سعر السلع والخدمات، أي الأسعار المقننة.

فالأصل في العقود الملزمة للجانبين أو حتى العقود المتعلقة بالملكية أو الانتفاع بالشيء هو التفاوض وتطابق الارادتين، وعليه يحدد السعر من الطرفين أو الأطراف التي

¹ المادة 04 من قانون 03-03 المعدل والمتمم: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة".

تزيد التعاقد، وذلك بدون اهمال نقطة أساسية ألا وهي توسيع نطاق هذه الحرية وتقليص صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في آن واحد¹.

وبالرجوع للأحكام العامة في القانون المدني فإن العقود اساسا تقوم على التفاوض² وهي المرحلة السابقة للتعاقد أو ما يسمى بالمرحلة التمهيديّة، والتي لم ينظمها المشرع الجزائري وترك الأمر للفقهاء والقضاء³.

فخلال هذه المرحلة أو الخطوة الأولية فتوجد التزامات تقع على عاتق المتعامل الاقتصادي إعلام الزبون بالمنتج أو الخدمة المعروضة عليه، وشروط التعاقد ومدى ملائمتها للنتائج المرجوة وكذا حدود المسؤولية العقدية، غير أن المشرع الجزائري في القانون المدني اكتفى بالنص على أن العقد لا ينعقد إلا بتبادل التعبير عن الإيجاب والقبول وارتباطهما ببعضهما اخذا بمبدأ الرضائية⁴.

فالأطراف لها الحرية التامة في التفاوض حول بنود العقد خاصة فيما يتعلق بالسعر، وهذا لأهميته البالغة في دفع الطرف المتعاقد الآخر للتعاقد بغض النظر عن صفته سواء أكان مستهلكا، زبونا أو مهنيا⁵، فعناصر البيع هي: المبيع والثمن، فضلا عن الشروط

¹ CLAMOUR Guylain, intérêt général et concurrence, thèse de doctorat en droit, université de Montpellier 1, soutenue le 18/12/2004, p.59

² بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.12.

³ الاصل أن تقوم العقود بصفة عامة على التفاوض واستثناء طريق الإذعان أي بفرض احد الأطراف شروطا لا يقبل النقاش فيها.

⁴ المادة 358 من الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل 30 سبتمبر سنة 1975 " يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية".

⁵ عبد الرزاق السنهوري، مصادر الإلتزام، الجزء الأول العقد، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1981، ص.370.

العامّة لصحة الالتزامات التعاقدية، وعليه فحسب الصورة الكلاسيكية فإن السعر هو أحد العناصر الموضوعية للعقد سواء أكان عقدا تجاريا أو عقد استهلاك.

وإذا أخذنا عقد البيع كمثال نموذجي باعتباره أكثر العقود ممارسة وإبراما في مجال المنافسة، فإن الثمن يجب أن يكون مقدرا أو قابلا للتقدير برقم معين قائما على بيان الأسس المقدر عليها حسب المادة 356 من قانون المدني الجزائري¹، كسعر السوق، مع بيان زمان ومكان هذا الأخير، أما في حالة الغموض يفسر حسب إرادة الأطراف، فإذا لم يحدد يجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعاره هي السارية².

وهذا بخلاف عقود الإذعان أو العقود النموذجية أو النمطية، المعدة مسبقا من أحد الأطراف بحيث أن الطرف الآخر لا يمكنه لا المناقشة ولا المساومة، فإما القبول الكلي أو الرفض الكلي كعقود التوريد بالمياه، الكهرباء الغاز... الخ، ذلك أن البائع أو مقدم الخدمة ينفرد بإعداد وفق مصالحه مما يخلق اللاتوازن بين التزامات الطرفين، وهو ما تطلب ضرورة وجود قواعد قانونية مضبوطة تحكمها، بحيث تظال كل المجالات وتواكب كل التطورات³.

والجدير بالإشارة أنه بالرغم من عدم لمس توازن عقدي في مثل هذه العقود إلا أن المشرع الجزائري اعتبرها عقودا حقيقية حسب المادة 70 من القانون المدني⁴ وأن التفاوت في مراكز الطرفين هو تفاوت اقتصادي لا قانوني، مبررا قبوله بحاجته الملحة للخدمة أو

¹ المادة 356 ق.م.ج.: "يجوز أن يقتصر ثمن البيع على بيان الأسس التي يحدد بمقتضاها فيما بعد.

وإذا وقع الاتفاق على أن الثمن هو سعر السوق، وجب عند الشك الرجوع إلى سعر السوق الذي يقع فيه تسليم المبيع للمشتري في الزمان والمكان، فإذا لم يكن مكان التسليم سوفا، وجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعاره هي السارية".

² MENOUEUR Mustapha, droit de la concurrence, Berti édition, Alger, 2013, p.p.2,3.

³ بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.16.

⁴ المادة 70 ق.م.ج.: "يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب ولا تقبل المناقشة فيه".

السلعة محل التعاقد، ففي هذه العقود الموجهة لا يلعب الرضا دورا حاسما في مناقشة شروط العقد فيطبق طرفاه نظاما رسميا مفروضا عليهم¹.

ويقصد إضفاء إطار قانوني يسمح بمواجهة التعسف الناتج عن عقود الإذعان أجاز المشرع تدخل القاضي قصد التوفيق بين مصالح الأطراف المعنية وفقا لنص المادة 110 من القانون المدني².

إن تدخل وتأثير قواعد المنافسة على النظرية العامة للعقود (التجارية منها وبالأخص عقد البيع وعقد التوزيع) يظهر منذ ولادة التصرف القانوني المنشئ للالتزام بل قد يمتد تأثيرها إلى القوة الملزمة للعقد³، فالحرية التعاقدية المستخلصة من مبدأ سلطان الإرادة يمكن أن تتصادم مع تلك القواعد والمبادئ التي تجد مصدرها في فكرة المصلحة العامة.

وغني عن البيان أن تأثير قواعد المنافسة على النظرية العامة للعقود يأخذ مظاهرا عدة نذكر منها: شفافية العرض، عدم التمييز، رفض البيع، عدم تحديد السعر في العقود⁴.

نشير في هذا الصدد أن المشرع الجزائري قد سبق له وأن نظم الأسعار سنة 1989 من خلال القانون رقم 89-12 المتعلق بالمنافسة والأسعار⁵ الذي ألغي بموجب المادة 97 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، حيث طبق هذا القانون على السلع والخدمات

¹ العرني بلحاج، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة) ، دار وائل للنشر، 2010، ص.59.

² المادة 110 ق.م.ج.: "إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منه، وذلك وفقا لما تقتضي به العدالة، ويقع باطلا كال اتفاق على خلاف ذلك".

³ محمد تيورسي، فكرة النظام العام الاقتصادي كنقطة التقاء بين قواعد المنافسة والحرية التجارية، مجلة القانون الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص.175.

⁴ بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.16.

⁵ قانون 89-12 المؤرخ في 02 ذي الحجة 1409 الموافق ل 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار الملغى، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 26 المؤرخة في 16 ذي الحجة 1409.

التي تنتج من طرف أشخاص وتوزع في السوق الوطنية من طرف أشخاص طبيعيين ومعنويين يمارسون أعمالا تجارية، ولا يطبق على النشاطات المدنية التي تخضع أسعارها لقواعد متضمنة في تشريع خاص و ذلك طبقا لأحكام نص المادة 02 من القانون رقم 89-12 المشار إليه سابقا¹.

الملاحظ على هذا القانون هو تبنيه لنظام حرية الأسعار حيث حددت المادة 11 منه نظامان أساسيان للأسعار تخضع لهما السلع والخدمات وهما نظام الأسعار المقننة وهو الأصل ونظام الأسعار المصرح بها الذي هو استثناء على الأصل في حالة عدم وجود أسعار مقننة، وهذا ما أكدته المادة 18 منه بنصها على أنه: " تخضع جميع السلع والخدمات التي تكون أسعارها غير مقننة لنظام التصريح بالأسعار"².

ما يلاحظ بالنسبة للأحكام الخاصة وبالأخص قانون الأسعار الملغى وقانون المنافسة أن تحرير الأسعار يهدف إلى تقليص الدعم الذي تقدمه الدولة، حيث أعيد النظر في نظام الأسعار³، و امتد تطبيق حرية الأسعار إلى جميع المنتجات التي لم ينص أي قانون على تحديدها، وهي تطبق على المنتجات التي لا تتميز بالخصوصية الأساسية للاقتصاد كالمنتجات الضرورية أو واسعة الاستهلاك، بهدف تمكين ميكانزمات السوق من تنظيم أسعار السلع والخدمات التي من أجلها يقدم نظام العرض والطلب نتائج إيجابية لصالح الاستثمار والإنتاج⁴.

¹ رواب جمال، طحطاح علال، مبدأ تحرير الأسعار في التشريع الجزائري، مقالة منشورة في الموقع : <http://sciencesjuridiques.ahlamontada.net/t1436-topic> في 2016/12/17 على الساعة 14 سا 45.

² نفس المرجع.

³ بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.16.

⁴ قياس كثافة المنافسة تمثل مؤشرا ممتازا للوضعية الحقيقية للسوق، فبتعدد المتعاملين الاقتصاديين تزداد المنافسة، ولبرامج التعديل الهيكلي أيضا أهمية كبرى في نظام تحرير الأسعار وإبعاد الدولة عن التدخل في تقنيات السوق لأن تدخلها يؤدي

وما يجب التنويه به هنا إلى أن الأمر 95-06 (الملغى) أضفى مراقبة على الممارسات التجارية دون الأسعار بعدما ألغى القانون المتعلق بالأسعار بموجب المادة 97 منه، والذي جاء بأحكام جديدة في هذا المجال تضمنتها المادة 04 والتي نستنتج منها أن المشرع الجزائري انتقل من نظام الأسعار المقننة أو الإدارية إلى نظام حرية الأسعار بتحريرها من كافة القيود، ثم أكد عليها من جديد بمقتضى الأمر رقم 03-03 الذي ألغى الأمر رقم 95-06، لكن ذلك سوف لن يأتي إلا بفتح باب المنافسة. الملاحظ من نص المادة 04 في فقرتها الثانية من الأمر 03-03 المعدل والمتمم " تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية".¹

وتنص المادة 05 من الأمر 03-03 المذكور أعلاه على ما يلي: " تطبيقاً لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسويقها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم".

وعليه يمكننا القول أن المشرع الجزائري أصبح يتبنى مبدأ حرية الأسعار كأصل عام والذي يقصد به ترك مسألة تحديد الأسعار لمقتضيات اللعبة التنافسية في الحقل الاقتصادي مع احترام المبادئ الأساسية والجوهرية للمنافسة في إطار قانون العرض والطلب.²

ويرى الاقتصاديون أن الأسعار وفقاً لقانون العرض والطلب تبقى في حالة تغير مستمر، ذلك أن تكاليف الإنتاج تؤثر في العرض، أما المنفعة فتتحكم في الطلب، فكلما زاد

إلى تشويه الأسعار النسبية، أي الأسعار التي تعكس التكاليف الحقيقية للإنتاج، كما أن تدخل الدولة يكبح من الحوافز اللازمة لزيادة الكفاءة الإنتاجية والتخصيص الأمثل للموارد، والتوزيع العادل للدخل الوطني.

¹ الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بموجب الأمر 05-10 المؤرخ في 05 رمضان 1431 الموافق 15 غشت 2010 المنشور في الجريدة الرسمية الصادرة في 08 رمضان 1431 الموافق ل 18 غشت 2010 عدد 46، ص.ص.10-11

² رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

الطلب على السلعة ما ارتفع سعرها والعكس صحيح عند زيادة العرض، فللعرض والطلب مساران متعاكسان¹.

كما أن تحديد أسعار السلع والخدمات في السوق² من خلال التفاعل الديناميكي بين العرض والطلب يعد بمثابة النواة الأساسية للاقتصاد، فرغبة المستهلك في منتج ما، هي المحددة لمقدار ما يشتريه وفق سعر معين، وذلك نظرا لتوافر السلع والخدمات وتنوعها واختلاف أسعارها، سواء بالنظر لجودتها أو لتكاليف إنتاجها وتسويقها، كما أن زيادة الطلب على السلعة من قبل المستهلك تؤدي بالأسعار للارتفاع في مقابل بقاء العرض ثابتا ويعود ذلك لعد عوامل منها:

- زيادة الدخل،
 - انعدام وجود السلع البديلة أو المماثلة،
 - تغير رغبات وأذواق المستهلكين،
 - نقص المادة الأولية وبالتالي نقص المنتجين،
 - المواسم والعادات والتقاليد، أو في الحروب،
- وتكوين السعر عند الإنتاج يجب أن يتم على الخصوص بعد تحديد:
- شروط وتكاليف الإنتاج،

¹ بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.20.

² تم تعريف السوق بمقتضى الفقرة الثانية من المادة 03 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمنتم: "كل سوق للسلع أو للخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لا سيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية".

- الضرائب والرسوم والإتاوات المفروضة على المنتج،
- مستوى الهامش الذي يقابل نشاط المنتج¹.

كل هذا مع مراعاة :

- شروط العقد،
- جودة السلع والخدمات،
- شروط البيع ومتطلبات الزبون الخاصة².

فالسعر يحدد بعدة عوامل اهمها تكلفة المنتج، نسبة الطلب وهو رغبة المصحوبة بالمقدرة على الشراء لكميات مختلفة من السلع بأسعار مختلفة في فترة زمنية معينة، وكذا بعض العوامل التنافسية كالإشهار³ والترويج، وبالتالي فالمنافسة تلعب دورا فعالا في تحديد الأسعار، حيث ان تشكيلها من طرف المتعاملين الاقتصاديين لا يتم بإرادتهم الخاصة فقط وإنما طبقا لقانون العرض والطلب.

كما توجد عوامل اجتماعية تؤثر في السعر وهي الثقافة الاستهلاكية لمجتمع ما بصفة عامة والفرد بصفة خاصة، فمثلا نجد المستهلك الجزائري وعلى غرار المستهلكين في الدول الإسلامية تتغير طلباتهم أو يزداد استهلاكهم للمواد الاستهلاكية في شهر رمضان مما يؤدي بارتفاع أسعارها، ويتأثر أيضا بعوامل أخرى ككمية الاستهلاك، والظروف المناخية، إذ

¹ المادة 05 من قانون 89-12 المتعلق بالأسعار السلف الذكر.

² المادة 06 من نفس القانون.

³ الإشهار عرفة قانون 04-02 الحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية: " هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

تختلف أسعار بعض المنتجات من موسم لآخر، فحساسية الطلب أو العرض لها منحى مغير للسعر، خاصة بتوفر المنتجات البديلة.

وعليه يمكن القول أن حرية الأسعار هي حرية اقتصادية، ومع هذا يجب البحث عن توازن بين هذه الحرية الاقتصادية ووقاية مصالح المؤسسات وخاصة المستهلكين، من خلال الضمانات القانونية المؤطرة لها، والمتمثلة خصوصا في قانون المنافسة العامل على ضمان هذا التوازن من خلال المنافسة غير المشروعة والممارسات المنافية للمنافسة¹.

ب- احترام قواعد المنافسة

تعتبر المنافسة في الاصل هي أساس التجارة وعمادها، لأنه تحث على تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، وتؤدي إلى نمو التجارة وتوفير أكبر قسط من الرفاهية للمجتمع الإنساني كلما كانت مبنية على اسس وطيدة من التعامل الشريف والنزاهة وانحصرت في حدودها المشروعة ضمانا للمصلحة العامة ولعل من أبرز المبادئ التي تقوم عليها المنافسة هو حرية الأسعار، لذلك فإنه ينبغي أن تكون هذه الحرية دوما ضمن إطارها القانوني والمتمثل في احترام قواعد المنافسة وأسسها وعدم عرقلة حرية المنافسة بأي شكل من الأشكال سيما الاحتكار، وكل مخالفة لذلك تعتبر منافسة غير مشروعة لأنها تنطوي على أساليب ووسائل تتنافى تماما مع العادات و قواعد الأمانة و الشرف، فتحديد أسعار السلع والخدمات وإن كان حرا فلا بد أن يحترم قواعد المنافسة وأسسها وهذا يقتضي أولا ممارسة المنافسة بحرية وعدم عرقلتها، لأن احتكار عون اقتصادي واحد لسوق معين أو لقطاع نشاط معين يجعله يتحكم في أسعار هذه المادة أو المنتج أو الخدمة، فجاء قانون المنافسة² للقضاء على مثل هذه الوضعيات، وعليه جاء نص المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق

¹ رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

² نفس المرجع.

بالمنافسة بالتأكيد على حظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى مجموعة من الممارسات أهمها عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها¹.

يتم إثبات هذه الممارسات المذكورة أعلاه والتي تعتبر غير شرعية بعد التحقيق وفقا لأحكام الأمر 03-03 السالف الذكر.

وقد أكد المشرع الجزائري على هذه المسألة في القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004² واعتبر عدم احترام الأحكام المتعلقة بالأسعار، ممارسة لأسعار غير شرعية مخصصة لها الفصل الثاني بعنوان ممارسة لأسعار غير شرعية من الباب الثالث بعنوان نزاهة الممارسات التجارية من القانون 04-02 المشار إليه، كما حدد عقوبة على مخالفة تتعلق بممارسة أسعار غير شرعية بمقتضى نص المادة 36 من القانون 04-02 حيث نصت على ما يلي : " تعتبر ممارسات لأسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المادتين 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون، يعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار إلى عشرة ملايين د.ج".

نشير هنا إلى أن ممارسات أسعار غير شرعية كان منصوص عليها في الأمر 95-06 تحديدا في نص المادة 63 أين تم تحديد مضمون ممارسات أسعار غير شرعية وكذا تحديد العقوبة المقررة لها، فقط تم حذف عقوبة الحبس التي كانت تتراوح ما بين شهر واحد إلى سنة مع رفع مقدار الغرامة المالية التي كانت تتراوح ما بين 20.000 دج إلى

¹ رواب جمال وطحطاح علال، المرجع السابق.

² رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

200.000 دج¹.

كما حظرت المادة 07 من الأمر رقم 03-03 كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد تحقيق مجموعة من الأهداف منها عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها. كما حظرت المادة 11 من نفس الأمر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفقتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة، و من بين صور هذا التعسف الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، و كذلك كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق.

وقد نصت المادة 12 من الأمر 03-03 على حظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق، وهو ما أكدت عليه المادة 19 من القانون رقم 02-04 بنصها على الآتي : " يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي. ويقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء، أعباء النقل².

غير أنه لا يطبق هذا الحكم على :

- السلع السهلة التلف والمهددة بالفساد السريع

¹ المادة 36 من القانون 02-04 السالف الذكر: " تعتبر ممارسات لأسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المادتين 22 و23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج)".

² رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنقيذ حكم قضائي.

- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا.

- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد.

- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة¹.

كما منعت المادة 18 من نفس القانون على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر أو أن يحصل منه على أسعار أو أجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة².

نشير هنا إلى أن المشرع حدد عقوبة على الممارسات التجارية غير الشرعية و من بينها ممارسة عون اقتصادي لنفوذ على عون اقتصادي آخر وذلك تحديدا في نص المادة 35 من القانون 02-04 حيث عاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار إلى ثلاثة ملايين دينار³.

¹ نفس المرجع.

² رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

³ تنص المادة 35 من القانون 02-04 الساف الذكر على أن " تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية، مخالفة لأحكام المواد 15 و 16 و 17 و 18 و 19 و 20 من هذا القانون، وعاق عليها بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاث ملايين دينار (3.000.000 دج).

فرع ثاني : تطور مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري

إن سياسات التسعير تشكل محورا هاما في الخريطة الاقتصادية لأي دولة ومنها الجزائر، فمن خلاله يمكن أن نعرف ما هو النمط الاقتصادي الذي تتبعه الدولة.

إن الوضعية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجتمع الجزائري غداة الاستقلال في 1962/07/05 لا تختلف عن وضعية الشعوب التي نالت استقلالها بعد كفاح مرير. والشعب الجزائري هو الذي كافح فرنسا مئة وثلاثين سنة ودفع الثمن غاليا لاسترجاع سيادته وكرامته¹.

هذه الوضعية يمكن فهمها من الأفكار الرئيسة والتي وردت في المواثيق الدولية الجزائرية:

- تخلف لم يُحل: المقصود من هذه العبارة أن حالة المجتمع الجزائري كانت تعاني قضية التخلف من قبل. التخلف يقصد به التأخر عن ركب التقدم الملموس لدى شعوب أخرى التي استطاعت أن تحقق مستويات عالية نسبيا من الرفاهية. المجتمع الجزائري، بعد الاستقلال كان في حالة تخلف ولم توجد حلول آنية لهذا التخلف، كذلك المجتمع كان بعيدا عن مستويات الرفاهية المسجلة لدى الشعوب الأخرى².

- ثنائية اقتصادية: وجود قطاعين، قطاع حديث وقطاع تقليدي، في نفس الوقت وفي نفس المكان، فعرفت الزراعة الجزائرية هذه الظاهرة غداة الاستقلال بوجود قطاع عصري يستعمل الوسائل الحديثة كالجرارات والمكنات والأسمدة، وطرق إنتاج عصرية،

¹ خبايا عبد الله، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص.178.

² خبايا عبد الله، نفس المرجع، ص.178.

ويمتلك أراضي خصبة، وقطاع تقليدي، يستعمل أدوات بسيطة كالمحراث الخشبي والفأس والأسمدة الطبيعية، ويمتلك أراضي ذات خصوبة ضعيفة.

- اقتصاد ضعيف: يمكن تقدير ضعف الاقتصاد، غداة الاستقلال، من زاوية حجم الإنتاج في قطاعي الزراعة والصناعة الذي كان ضعيفا لا يلبي حاجيات المجتمع، كما يقاس هذا الضعف من زاوية حجم البطالة والهياكل القاعدية القليلة وغياب صناعة ثقيلة، حيث أن اقتصاد الجزائر في 1962 لم تكن لديه قاعدة متينة يركز عليها.

- اقتصاد مسيطر عليه: هذا أمر طبيعي لأن الاستقلال لا يعني القطيعة التامة مع المستعمر الذي جعل من اقتصاد الجزائر تابعا، حيث كان الإنتاج موجها بالدرجة الأولى إلى حاجيات وخصوصيات الفرنسيين كزراعة الكروم ونتاج الخمور. مسيطر عليه كذلك يعني أن ميزان التجارة في صالح فرنسا، ومسيطر عليه يعني أيضا أن القرار ليس بيد الجزائريين¹.

- تبعية مالية: هذه التبعية تظهر جليا في كون المجتمع الجزائري بقي يتعامل بالفرنك الفرنسي حتى سنة 1964، وبالإضافة إلى النظام المصرفي والمالي الموروث عن المستعمر والذي أنشئ ليخدم المصالح الفرنسية.

فالجزائر فيما يخص الأسعار لم تتبنى سياسة مستقرة تتعلق بها وهذا ما يترجمه التحول الذي عرفته البلاد من الاستقلال إلى يومنا هذا، حيث لم يأخذ شكلا ثابتا وذلك نتيجة التغير السياسي والاقتصادي، من نظام اشتراكي مقيد متميز بتدخل الدولة في الاسعار كأصل عام إلى نظام الليبرالي الرأسمالي الذي يمتاز بحرية تحديد الأسعار الخاضعة لقاعدة العرض والطلب وتدخل الدولة يكون بشكل استثنائي.

¹ المرجع والموضع نفسه.

فقد تحولت الجزائر إلى الاقتصاد الليبرالي الرأسمالي في 1989 أين تم بدأ التحرير الجزئي لتحديد الأسعار حيث لم يعرف الاقتصاد الجزائري عمليات المنافسة إلا في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت تعتمد النهج الاقتصادي الأحادي الذي كان قائما على الاحتكار الذي لا يمكن إقرار نقيضه وهو المنافسة¹.

منذ عام 1988 بادرت الجزائر إلى تغيير المحيط القانوني لاقتصادها جذريا وتبنت كما أشرنا أعلاه اقتصاد السوق القائم على المنافسة الحرة (تحويل المؤسسات العمومية الاقتصادية إلى هيئات اقتصادية تحت نظام مستقل تسييرها قواعد التجارة وفق قوانين 1988). وقد أدت هذه المتغيرات في حقل القانون إلى جعل العقد، أي الالتزامات الإرادية أهم قواعد اللعبة الاقتصادية مما يعني تراجع التشريع الأحادي المركزي في الحقل الاقتصادي و حلول العقد محله².

أمام هذا التوجه الجديد كان لزاما على المشرع الجزائري تبني وسائل قانوني نافعة تتماشى والنهج الجديد وتؤكد ذلك بصدور دستور 1989 الذي هجر بصفة رسمية تعاليم النظام القديم وكرس مبدأ حرية التملك، وفي نفس السنة صدر قانون الأسعار وهو أول قانون اهتم بحرية المنافسة بالإضافة إلى قانون الصفقات العمومية لعام 1991، لكن هذه القواعد لم تجد صداها في التطبيق الميداني نتيجة للمرحلة الانتقالية الصعبة التي مرت بها البلاد³.

أما النظام المستعمل الآن هو نظام حرية الأسعار والمنافسة كأصل عام وهذا نتيجة تبني الجزائر لمبدأ اقتصاد السوق. وقد عرفت تشريعات الأسعار مرحلتين حاسمتين هما:

¹ رواب جمال، طحطاح علال، المرجع السابق.

² نفس المرجع.

³ نفس المرجع.

- المرحلة الأولى: مرحلة تبني النظام الاقتصادي الاشتراكي.
- المرحلة الثانية: مرحلة تبني النظام الاقتصادي الليبرالي¹.

أولاً: مرحلة النظام الاقتصادي الاشتراكي

بعد أن استقلت الجزائر ورثت السلطة السياسة آنذاك وضعا اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا مزريا، وتخلف بمختلف أشكاله وأنواعه (فقر، أمية...الخ)، ضعف النمو الاقتصادي والهياكل الاقتصادية، فكان هدف السلطة السياسة إعادة بعث العجلة الاقتصادية الوطنية، فأرادت أن تغير من السياسة الاقتصادية التي تركتها فرنسا، فتم اعتماد واختيار النظام الاقتصادي الاشتراكي، التي يعرف بتدخل الدولة بمؤسساتها العامة في كل المجالات بشكل أساسي ورئيسي من خلال التخطيط و التسيير الموجه، وأكدت ذلك المادة 10 من دستور 1963²، عندما نصت على اتباع ديمقراطية اشتراكية ومقاومة استغلال الإنسان في جميع أشكاله، وضمان حق العمل، مجانية التعليم، وتصفية جميع بقايا الاستعمار³، وهذا

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.11.

² المادة 10 : تتمثل الأهداف الأساسية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في:

- صيانة الاستقلال الوطني و سلامة الأراضي الوطنية و الوحدة الوطنية.

- ممارسة السلطة من طرف الشعب الذي يؤلف طليعته فلاحون و عمال

و متقنون ثوريون.

- تشييد ديمقراطية اشتراكية، ومقاومة استغلال الإنسان في جميع أشكاله، وضمان حق العمل و مجانية التعليم، وتصفية جميع بقايا الاستعمار.

- الدفاع عن الحرية و احترام كرامة الإنسان.

- مقاومة كل نوع من التمييز و خاصة التمييز العنصري و الديني.

-السلام في العالم.

- استنكار التعذيب و كل مساس حسي أو معنوي بكيان الإنسان. من دستور 08 سبتمبر 1963 الجريدة الرسمية العدد

64 الصادرة بتاريخ 1963/09/10

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.ص.11، 12.

يعني استبعاد لأي مظاهر الاقتصاد الليبرالي الحر الذي كان يظهر في ذلك الوقت أنه عبارة عن استغلال للإنسان من أصحاب المال الخاص.

وأثناء تبني الجزائر النظام الاشتراكي أصدرت مجموعة من التشريعات التي تركز هذا النمط الاقتصادي، حيث كان تحديد الأسعار عن طريق الإدارة وهي الأصل العام.

أ- التشريعات الصادرة قبل 1989:

1-مباشرة بعد الاستقلال:

كما هو معروف بعد الاستقلال تم العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما يتعارض منها مع السيادة الوطنية¹، ومن بين القوانين التي استمر العمل بها فيما يخص الأسعار هناك:

- الأمر رقم 45-1483 الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بالأسعار².

- الأمر رقم 54-1484 الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بمتابعة وقمع الأفعال المخالفة للتشريع الاقتصادي³.

وقد صدر هذين القانونين بعد الحرب العالمية الثانية والأزمة الاقتصادية لسنة 1930 حيث شهدت تراجع الليبرالية الاقتصادية أمام تدخل الدولة وكان الهدف الأساسي من إصدار قانون 45-1483 هو إنشاء نظام خاص بالأسعار، فهذا القانون يمنح للدولة سلطة

¹ قانون 1962/12/31 المنشور في الجريدة الرسمية العدد 2 لسنة 1962.

² Ordonnance n°45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix. Créé par Ordonnance 45-1483 1945-06-30 JORF 8 juillet 1945 rectificatif JORF 21 juillet et 8 septembre 1945

³ Ordonnance n°45-1484 du 30 juin 1945 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique, Créé par Ordonnance 45-1484 1945-06-30 JORF 8 juillet 1945 rectificatif JORF 8 septembre 1945

التدخل في تحديد الأسعار عن طريق قرارات إجبارية في مجال الأسعار، للحد من الارتفاع الفاحش فيها.

ولقد أعطى هذا الأمر وزير الاقتصاد كل الصلاحيات من أجل تحديد الأسعار، والمؤسسات أو المتعاملين الاقتصاديين الذين لا يحترمون السعر المقنن ويبيعون بأسعار غير قانونية يتعرضون إلى عقوبات منصوص عليها في الأمر 45-1484.

كما أعطى الأمر صلاحيات واسعة يمكن تفويضها للرؤساء العمالات، وقد أنشأت لجنة وطنية وأخرى محلية لتمكين الإدارة من الاضطلاع بمهامها في مجال تنظيم ومراقبة الأسعار¹.

وبالإضافة إلى ذلك ينص الأمر 45-1483 على تدابير آمنة وأخرى مكملة، فالتدابير الأمرة متعددة كتحتيدي السعر الأدنى أو السعر الأقصى، هوامش الربح، إشتراطات التخفيض والزيادة... الخ، أما التدابير المكملة فهي تخص كل الاجراءات المرافقة للتدابير الأمرة التي تتمكن من تطبيقها وحسن تنفيذها وكيفية مراقبها، فالرقابة عنصر أساسي في ظل التنظيم المقيد للأسعار².

في الجزائر وابتداء من سنة 1966 توجه إلى تطبيق نظام أكثر تضيقا لحرية الأسعار، حيث شهدت الفترة من 1966-1967 صدور عدة مراسيم رئاسية تنظم المراقبة الشديدة والفعالة والصارمة للأسعار³ وهي:

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.13.

² تم إنشاء عدة لجان وطنية ومحلية لمراقبة حسن تنفيذ القواعد الأمرة لتنظيم الأسعار.

³ خباية عبد الله، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق،

- المرسوم رقم 66-112 بتاريخ 21 محرم 1386 الموافق ل 12/05/1966 المتضمن تقنين الشروط العامة لتحديد أسعار المنتجات من صنع المحلي¹.
- المرسوم رقم 66-113 بتاريخ 21 محرم 1386 الموافق ل 12-05-1966 يتعلق بتحديد أسعار المنتجات المستوردة والمعاد بيعها على حالها².
- المرسوم 66-114 المؤرخ في 21 محرم 1386 الموافق ل 12 ماي 1966 يتعلق بالمنتجات والخدمات الموضوعة تحت نظام التصديق على الأسعار³.
- مرسوم 66-124 المؤرخ في 06 صفر 1386 الموافق ل 28 ماي 1966 المتضمن تحديد السعر وكيفية تأدية ثمن "أرز البادي" وخزنه وإعادة بيعه في موسم سنة 1965-1966⁴.

ثم جاءت مرحلة 1968-1969 حيث تميزت هذه المرحلة بالعمل على التهيئة الموضوعية لتخطيط الأسعار، فالأسعار عند الإنتاج لجميع السلع سنة 1968 استقرت عند المستوى الذي وصلت إليه في 1 جانفي من نفس السنة، فالهدف من هذا الإجراء هو العمل على تثبيت مستوى الأسعار عند الإنتاج بصورة عامة، كما أن هذا الاستقرار لا يخص أسعار المنتجات الزراعية، بل حتى أسعار الصيد البحري التي تدرس بعيدة عن الاسعار الأخرى، وفي نفس الوقت لا تخص السلع المستوردة المرتبطة بالرسوم الجمركية، وسياسة الحماية للصناعة المحلية الناشئة⁵.

¹ المرسوم منشور في الجريدة الرسمية رقم 39 في 26 محرم سنة 1386 الموافق ل 18 ماي 1966 .

² المرسوم المنشور في الجريدة الرسمية رقم 42 بتاريخ 06 صفر 1386 الموافق ل 27 ماي 1966.

³ المرسوم المنشور في الجريدة الرسمية المذكورة أعلاه.

⁴ المرسوم منشور في الجريدة الرسمية رقم 43 المؤرخة في 10 صفر 1386 الموافق ل 31 ماي 1966.

⁵ خباياة عبد الله، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص.181.

إن هذه المرحلة عرفت عدة أنواع من الأسعار:

1-1: الأسعار عند الاستيراد:

وتشمل السلع المستوردة، إذ تحدد أسعارها بصورة مباشرة عن طريق وزير التجارة بدلالة سعر الشراء مع هامش الربح، كما يجب على المستورد دفع الفروقات المحتملة بين سعر الحصول عليها في الخارج والسعر المحلي للسلع المشابهة إلى الخزانة¹.

2-1: أسعار السلع الغير الزراعية:

إن هذه الأسعار خضعت لنظامين، فالأول يضم أسعار السلع التي حددت بمراسيم 1966 السالفة الذكر، محدد من طرف وزير التجارة، مرتكزة على حساب أسعار التكلفة المحاسبية يتضمن قائمة محدودة من المنتجات، والثاني يضم كل أسعار الإنتاج غير الزراعية عند المستوى الذي وصلت إليه في 1968/01/01².

3-1: الأسعار عند التوزيع:

إن أسعار الجملة والتفصيل "التجزئة" تحسب على قاعدة أسعار الاستيراد أو أسعار الإنتاج، بإضافة هامش الجملة أو التجزئة محددة مركزيا نسبيا أو مطلقا، فالهامش عند جميع المستويات غير مصرح بها.

¹ المرجع والموضع نفيسه.

² نفس المرجع، ص.182.

ما يمكن استنتاجه بالنسبة لهذه المرحلة هو التسيير الإداري للأسعار أدى إلى ارتفاع الطلب في السوق الرسمية، وانتشار بعض الظواهر السلبية كالندرة في السلع، وكثرة الطوابير عليها، مع وجود تضخم التكلفة نتيجة زيادة التكاليف كرد فعل عكسي على سعر البيع، وما يمكن ملاحظته في هذا الإطار ما يلي:

- عملية تصحيح الأسعار تسير ببطيء بينما تتطور الأسعار العالمية بوتيرة عالية.
- إن القطاع الانتاجي لا يبيع وفق مبدأ الفعالية والربحية، وبالتالي زيادة غير محدودة للقروض البنكية ولا يستطيع رفع سعر البيع حتى وإن كانت التكاليف في ارتفاع مستمر.
- إن تثبيت الأسعار أدى إلى تبذير مجموعة كبيرة من الموارد النادرة، ذلك أن سعرها ثابت وتستورد بالعملة الصعبة، إضافة إلى تثبيت هذه الأسعار استهدفت حتى الأسعار على مستوى التجزئة¹.

2- مرحلة الأسعار المخططة: من سنة 1970 إلى سنة 1989:

لقد تم تسمية هذه المرحلة بمرحلة الأسعار المخططة لأن الجزائر توجهت نحو الاقتصاد الاشتراكي، حيث يعتبر اقتصاد مركزي يتميز بالتخطيط لكل ما يتعلق بالاقتصاد من طرف السلطة المركزية، وقد عرفت هذه المرحلة عدة مخططات² وهي:

1-2 نظام الأسعار في السبعينات:

¹ خبايا عبد الله، نفس المرجع، ص.182.

² خبايا عبد الله، السياسية السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، سنة 2009، ص.393.

2-1-1: المخطط الرباعي الأول "1970-1973":

مع انطلاق تطبيق المخطط الرباعي الأول 1970-1973 أسند لنظام تحديد الاسعار دور هام في ميدان توجيه الأنشطة الاقتصادية، من خلال تحكم الإدارة المركزية في الأسعار، وذلك بتحديد مستوياتها وضبط هوامش الربح.

والهدف من ذلك هو مراقبة السلطات العمومية لشروط تكوين الأسعار ومستواها بالنسبة لجميع السلع والخدمات وبالتالي محافظة الدولة على مراقبة الأسعار، واستعمال مستوى الأسعار كوسيلة وأداة لسياسة الاقتصادية والاجتماعية، وتعتبر هذه المرحلة سابقة حيث اهتم بها المخطط الجزائري عن غيره من بلدان العالم الثالث التي أخذت بالتخطيط الاقتصادي، وقد شهدت هذه المرحلة أربعة أنواع من الأسعار: أسعار ثابتة، أسعار خاصة عند الإنتاج، أسعار مستقرة عند الإنتاج، أسعار مراقبة¹.

2-1-1-2: الأسعار الثابتة:

تخص المنتجات الزراعية وخاصة الحبوب والخضر والحليب، فأسعار هذه المنتجات تحدد من طرف الإدارة المركزية المتمثلة في وزارة التجارة لفترة زمنية معينة بصورة مماثلة على كل التراب الوطني². كما تقوم الدولة بإجراءات التعويض والتعديل³.

2-1-1-2: الأسعار الخاصة عند الإنتاج "تقييم المنتجات الزراعية":

وتشمل المنتجات التالية:

¹ Hamid BALI, inflation, et mal développement en Algérie, édition O.P.U. Algérie .p90.

² عبد الله خبايا، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه المرجع السابق، ص.183.

³ المرجع والموضع نفسه.

- المنتجات الزراعية التي تكاليف إنتاجها مرتفعة نسبيا بالمقارنة مع الأسعار المطبقة، وإنتاجها محل متابعة، فالسعر الخاص هو ثابت يسمح بزيادة الإنتاج¹، أهمها: القطن، التبغ والشمندر... الخ.

- المنتجات الزراعية التي تكاليف إنتاجها مرتفعة نسبيا مقارنة مع الأسعار المطبقة مثل: الطماطم الصناعية، فالسعر الخاص يثبت عند مستويات منخفضة عن مستوى تكاليف إنتاجها وذلك بهدف القضاء على المضاربة².

- المنتجات الصناعية الموجهة للزراعة: وذلك بهدف التمكن من استعمالها، وهي تخص أنواع معينة من الأسمدة لزيادة إنتاج الأعلاف، فالسعر الخاص يحدد عند مستوى تكلفة الإنتاج³، وللضرورة عند مستويات أقل⁴.

2-1-1-3 الأسعار المستقرة عند الإنتاج:

استعمل هذا النوع من الأسعار من أجل التحكم في تكاليف الاستثمار، وتحقيق أفضل تكامل قطاعي ممكن، تخص منتجات الصناعات الحديدية، مواد البناء، واستقرار هذه الأسعار إلا بقرار حكومي من طرف وزارة التجارة، والهدف من هذا الإجراء هو إيجاد وضع جديد يسمح باستيعاب التغيرات في السعر بالمقارنة مع أسعار المنتجات المستوردة⁵.

2-1-1-4 الأسعار المراقبة:

¹ المرجع والموضع نفسه.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.14.

³ Youcef DABOUB, le nouveau mécanisme économique en Algérie, Alger, OPU, 1995, p.

نقلا عن بوقطوف بهجت. 83.

⁴ خباياة عبد الله، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه المرجع السابق، ص. 183.

⁵ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.16.

تخص كل المنتجات الغير الخاضعة للأسعار الثلاثة السابقة الذكر، إذ تحدد الأسعار من السلطات العمومية، تأخذ شكل سعر معين مع تحديد هوامش الأرباح¹.

إن تطبيق الأسعار الخاصة لم يصل إلى هدفه المنشود، وخاصة بالنسبة للسلع الموجهة للزراعة، فعلى سبيل المثال: الأسمدة والعتاد الفلاحي لم تكن متبوعة باجراءات تكميلية، " إعنات للشركات الوطنية المتخصصة في هذا الإنتاج، مراجعة قنوات التوزيع... الخ"².

إن نتائج الواقع الاقتصادي بينت الاستعمال اللاعقلاني لهذه المنتجات، فالسلطات العمومية حددت أسعار البيع إلى المستعملين عند مستوى أقل من سعر التكلفة المرتفعة في الصناعة الوطنية "حديثة النشأة آنذاك"، وأسعار السوق العالمية بالنسبة للمنتجات المستوردة، مثل استعمال الأسمدة (مرسوم 74-88 المؤرخ في 25/04/1974³)، فرغم هذا الإجراء فإن استعمال الأسمدة تطور ببطء شديد (تطور الطلب كان أقل من 42 % بالرغم من تطور العرض مقارنة بتقديرات المخطط الرباعي الثاني)⁴.

إن هذه المرحلة عرفت صعوبات كبيرة واجهتها الدولة وهو ما أثر عن عدم نجاحها، وهذا للأسباب التالية:

- إن تطبيق الأسعار الخاصة مع عدم وجود بعض الشروط الضرورية كانت له نتائج وخيمة.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² عبد الله خبابة، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص. 184.

³ مرسوم 74-88 المؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1394 الموافق ل 25 أبريل سنة 1974، يتضمن تحديد سعر الأسمدة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 37 المؤرخة في 15 ربيع الثاني عام 1394 الموافق ل 7 مايو سنة 1974، ص. 505.

⁴ عبد الله خبابة، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص. 184.

- التبذير الناتج عن تطبيق الأسعار الخاصة، خاصة أسعار العتاد الفلاحي الذي سمح بالاستعمال اللاعقلاني لهذه الوسائل.
- الإفلاس الملاحظ للمؤسسات المحلية أو صناعية المخصصة لدعم القطاع الفلاحي، مما نتج عنها خسائر عند الوحدات الإنتاجية بسبب الفرق الشاسع للأسعار الخاصة سنة 1974 من طرف الدولة¹، إذن فسياسة الاسعار المطبقة في الرباعي الأول كانت ارتجالية وتطوعية أكثر مما هي مخططة².

2-1-2: المخطط الرباعي الثاني "1974-1977":

نتيجة الضغوطات التضخمية الداخلية والخارجية التي عرفته الجزائر في هذه الفترة، كان لا بد من تدعيم سياسة الأسعار بإطلاق المخطط الاقتصادي الثاني الذي يأخذ بعين الاعتبار عند تحديد الأسعار تكاليف الانتاج في الداخل والخارج، وكل هذا من أجل أن يكون للسعر دورا فعالا أكثر من الفترة السابقة، حيث ارتكزت التعديلات الجديدة على ما يلي:

- تقريب الأسعار العالمية بالنسبة للمنتجات المصدرة.
- عدم تجانس الأسعار في المستوى القصير (سنة عموما) بالنسبة للمنتجات الصناعية ذات الأولوية، وبالمقابل فأسعار المواد الاستهلاكية ذات الاستهلاك الواسع لا بد من بقائها ثابتة ومراجعتها بصورة دورية بالتناسب مع تطور المداخل ووجود المنتجات

¹ الخسائر المتراكمة عند تاريخ 1982/12/31 لدى شركة سوناكوم مثلا وصلت 850 مليون دج، الناتج عن تمويل القطاع الزراعي و450 مليون دج لشركة سوناطراك الناتج عن تمويل الأسمدة بتاريخ 1979/12/31.

² عبد الله خبابة، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، نفس المرجع، ص.185.

وإمكانية الدولة لتأمين تكاليف الاستهلاك الناتجة عن الفرق بين الأسعار الداخلية والأسعار الخارجية عند الأخذ بالأسعار الخاصة¹.

ومن مختلف الاجراءات التي اتخذت في مجال الأسعار هناك:

1-2-1-2 سنة 1974: تم تحديد هوامش الأرباح حسب طبيعة الأنشطة،

ويجب أن تكون محددة من طرف وزارة التجارة بمرسوم، مثلا:

- كانت الشركة الوطنية تستورد في إطار احتكارها للسوق، فالهامش المسموح به حدد ب10% من سعر الشراء.

- بالنسبة للمنتجات المصنوعة محليا والمحتكرة من طرف الشركة الوطنية، فالهامش حدد ب 8% من سعر التكلفة خارج الرسوم.

- إذا كانت الشركة الوطنية تشتري لحساب الغير، فالهامش المسموح به هو 3% من سعر الشراء².

- إذا كانت الشركات الوطنية تقوم بالبيع جملة تفصيلا فإنها تستفيد من هوامش التجزئة والجملة وهذه حالة استثنائية³.

- وكانت هوامش الربح بالنسبة لعمليات البيع بالجملة هي 20 % كحد أقصى و 30% كحد أقصى بالنسبة لعمليات البيع بالتجزئة⁴.

¹ المرجع والوضع نفسه.

² Hamid BALI, op.cit, p.93.

³ عبد الله خبايا، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص.186.

⁴ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.17.

2-2-1-2-1-2 صدور الأمر رقم 75 - 37 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار¹: يعتبر الأمر 37-75 بمثابة النص الأساسي في التشريع الجزائري في ما يخص تحديد وتنظيم الأسعار، فقد حدد الإطار والنصوص الأساسية لسياسة الأسعار، حيث بين مختلف أسس تحديد الأسعار لجميع السلع والخدمات وعالج جميع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار.

وتم إتباع أربعة أنظمة وهي:

2-2-1-2-1-2-1-2 النظام الأول : الأسعار الثابتة: تطبق على السلع والخدمات التي تستفيد من تعويضات خلال مدة معينة، ويتم تحديد قائمة هذه السلع والخدمات بموجب مرسوم من طرف وزارة التجارة والوزارة المعنية، وهي تشمل خاصة السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع² بهدف الحد من المضاربة واستغلال حاجة المستهلك لها، ودعم فئة الدخل الضعيف³.

2-2-2-1-2-1-2-2 النظام الثاني: الأسعار الخاصة: وهي موجهة للسلع والخدمات التي يستعملها ميسوري الحال وأيضا المواد الأولية، ومواد التجهيز الخاصة بالمؤسسات التي

¹ الأمر 37-75 مؤرخ في 17 ربيع الثاني 1395 الموافق ل 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات المتعلقة بتنظيم الأسعار المنشور في الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 01 جمادى الأولى 1395 الموافق ل 13 ماي 1975.

² وهي نفسها السلع والخدمات المدعمة من طرف الدولة حاليا.

³ المادة 01/05 من الأمر 37-75: "تعد أسعار ثابتة بمفهوم المادة أعلاه: اسعار المنتجات والخدمات المستفيدة من تدابير التوزيع بالتساوي أو التي تتحمل إتاوة تعويضية لمدة محدودة، وستوضع قائمتها بمرسوم يتخذ بناء على اقتراح وزير التجارة والوزير المعني".

يتعلق نشاطها بمصلحة اقتصادية واجتماعية، كما كان الشأن بالنسبة للأسمدة المباعة للقلّاحين بأسعار مدعمة¹.

2-1-2-3 النظام الثالث: الأسعار المستقرة: وهي تخص بعض المراد التي

حدد سعرها في مستوى مستقر وثابت وتمس خاصة مواد البناء².

2-1-2-4 النظام الرابع: الأسعار المراقبة: تخص كل السلع والخدمات التي

لا تدخل في أحد الأنظمة الثلاثة السابق ذكرها³، حيث تحدد الأسعار عند الإنتاج وكذلك إذا اقتضى الأمر عند التوزيع، بموجب قرارات لوزير التجارة أو مقررات الوالي وذلك بالطرق التالية:

- إما بتعيين السعر نفسه، أي تحديد السعر الواجب وضعه في السلع والخدمات المعنية.

- إما بتعيين هامش الربح، أي يختلف السعر حسب التكلفة ولكن بهامش ربح محدد.

- إما بتحديد التعرفة أو المصادقة على السعر أو تعيين الحد الأقصى له⁴.

¹ المادة 02/05 من الأمر 37-75: "كما تعد أسعار خاصة الأسعار المحددة لمدة معينة خارجا من قيمة تكلفتها وعن التوزيع، على مستوى يمكن التموين بمواد الاستهلاك العادي لبعض السكان الغير ميسورين أو التموين بالمواد الأولية ومواد التجهيز لمختلف المؤسسات الصناعية أو بعد الاستغالات الفلاحية الواجب ترقيةها"

² المادة 03/05 من الأمر 37-76 : "وتعد أسعار قارة أسعار المنتجات والخدمات التي ستوضع قائمتها بمرسوم يتخذ بناء على اقتراح من وزير التجارة والوزير المسؤول، وتحدد على مستوى قار يمكن من انجاز برامج الاستثمار طبقا للتقديرات المدرجة في المخطط".

³ المادة 06 من الأمر 37-75: "إن أسعار جميع المنتجات والخدمات الغير مذكورة في المادة 05 أعلاه ترتب تحت نظام أسعار المراقبة وتحدد وفقا لمآل المادة 04 أعلاه".

⁴ المادة 04 من الأمر 37-75.

إن الأمر رقم 37-75 أعطى مرونة نوعاً ما في مجال تحديد الأسعار كما ذكرنا سابقاً، فقد أصبحت نوعاً ما لامركزية، حيث أعطى الحق لوزير التجارة لتفويض اختصاصاته إلى الوالي من أجل إصدار مقررات لتحديد الأسعار ومراقبتها والمصادقة عليها¹ أو تحديد سقف أعلى لها.

يكون تحديد الأسعار على المستوى المحلي عن طريق لجنة تابعة لوزارة التجارة التي تتدخل في تحديد الأسعار ومراقبتها خاصة تلك الخاضعة للتنظيم والمحددة، وذلك باستشارة اللجنة الوطنية للأسعار التي تراقب جميع القرارات خاصة للجنة المحلية، بهدف توحيد الإجراءات على كل التراب الوطني²، وتقادي الاختلافات التي قد تحدث إذا تركت القرارات بصورة لامركزية بدون تأطير³.

من خلال أمر 37-75 نلاحظ أن الأسعار يتم تحديدها بوسائل متعددة هي تحديد السعر (التسعير الجبري)، تحديد هامش الربح والتصديق و تحديد السقف الأعلى لها.

لقد عرفت هذه الفترة افلات الأمور من الدولة فيما يخص مراقبة وتحديد الأسعار، حيث لم تقم المؤسسات واللجان المختصة بالمراقبة والتنظيم بعملها، وساهم في هذا الوضع كذلك ندرة السلع والخدمات في ذلك الوقت وبالتالي وجود فرق شاسع بين العرض والطلب مما أدى إلى ارتفاع فاحش للأسعار المقننة والغير المقننة، كما أن كثرة السلع المحددة السعر أدت إلى عدم قدرة المؤسسات المختصة في مراقبتها، ومن الأسباب الأخرى التي ساهمت كذلك هو التضخم الكبير أدى إلى مخالقات فاضحة في مجال الأسعار، كما أن

¹ يتم المصادقة على الأسعار، تلك التي يحدد هامش ربح محدد حيث يتم حساب التكلفة لكي يتم تحديد السعر بحساب سعر التكلفة زائد هامش الربح النظامي.

² المادة 7 الفقرة 2 من الأمر 37-75: "تصاغ آراء اللجنة الوطنية للأسعار على أساس تقارير تحدد فيها أثمان الإنتاج وتوزيع المنتجات والخدمات المتعلقة بها، والمعدة من طرف المعهد الوطني للأسعار أو المصالح الخارجية لوزارة التجارة"

³ آراء اللجنة الوطنية تستند إلى تقارير المبنية على تكاليف الإنتاج للسلع والخدمات المحددة من طرف المعهد الوطني للأسعار.

الأجهزة المكلفة بإعداد الدراسات الخاصة بالأسعار لم تكن تقوم بعملها، مما أدى إلى حل المعهد الوطني للأسعار سنة 1978، بينما لم تكن للجنة الوطنية للأسعار أي تأثير في الموضوع¹.

2-1-3 مرحلة التوقف عن التخطيط أو فترة التجاوزات 1978-1980:

منذ سنة 1978 شهدت الجزائر مرحلة التجاوزات للإطار المحدد لنظام الأسعار وهذا ناتج عن عدة أسباب هي:

- عدم الاحترام الدقيق لنظام تعديل الأسعار من طرف المؤسسات والدواوين الوطنية بمعنى أن الهياكل المكلفة بالتطبيق الصارم لنظام الأسعار لم تفي بتعهداتها.
- كبر حجم الانحرافات "الفروقات" بين هيكل الطلب و العرض من السلع والخدمات مما أدى إلى خلق جو من الندرة وبالتالي ارتفاع الأسعار المختلفة.
- عدم وجود رقابة صارمة مما سمح للقطاع الخاص (المحدود النشاط) بتطبيق أسعار غير مسموح بها وغير ملائمة².
- حل المعهد الوطني للأسعار سنة 1978 رغم أن هذه الهيئة كانت مزودة بوسائل حديثة معتبرة، وإطارات ذات كفاءات عالية، تسمح بالقيام بدورها على أحسن ما يرام. نفس الشيء ينطبق على اللجنة الوطنية للأسعار التي لم تحل بصورة رسمية لكنها واجهت عراقيل مختلفة من السلطات المعنية في أداء مهامها³.

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.18.

² عبد الله خبايا، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص.187.

³ المرجع والموضع نفسه.

2-1 نظام الأسعار في الثمانينات:

2-1-1 المخطط الخماسي الأول: 1980-1984:

بعد فشل النظام السابق الخاص بالأسعار كان ملزم على الدولة إعادة النظر في النظام الخاص بالأسعار من خلال المخطط الخماسي الأول 1980-1984 الذي جاء بجملة من التوجيهات والأهداف والتصويبات، أهمها إعادة تنظيم سياسة الأسعار وجعلها أكثر فعالية، وذلك بإعطاء للسعر دور فعالا وحقيقي كأداة للتعديل الاقتصادي، وتُطبق وتُحترم من طرف جميع المتعاملين الاقتصاديين¹.

وعرفت هذه المرحلة تنظيم أسعار المنتجات التالية:

2-1-1-1 الأسعار عند الإنتاج: إن هدف المخطط هو الأداء والمتابعة للتسيير

العقلاني للمؤسسات الاشتراكية، ويتم تحقيق هذه الأهداف على مرحلتين:

- إعادة التوازن المالي للمؤسسة وذلك بتغطية جميع النفقات.
- العمل على تحقيق نتائج إيجابية تسمح بإيجاد تراكم أكبر.

2-1-1-2 أسعار المنتجات الزراعية: تركز على تحليل التكاليف بهدف تحسين

خدمات المنتجين، فالهدف يتمثل في الوصول إلى وضع أنماط عملية لحساب سعر التكلفة.

2-1-1-3 أسعار السلع الاستهلاكية: يجب العمل على تأمين المحافظة على

القدرة الشرائية لمجموع شرائح المجتمع وخاصة ذوي الدخل الضعيف، وتأمين التوافق بين توفير السلع والخدمات، وجعل قنوات التوزيع أكثر مرونة مع مضاعفة هذه القنوات بالنسبة

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.18.

للقطاعين العام والخاص، فالدولة تسعى إلى تقديم إعانات تسمح بتعديل الأسعار عندما يتطلب تدعيم النشاط لقطاع معين و حماية القدرة الشرائية للمستهلكين¹.

2-1-1-4 نظام الأسعار الحقيقية²: تشخيصا للنظام السابق للأسعار وضرورة

تصحيح الاختلالات التي ظهرت في شكله ومحتواه، فإنه تم خلال شهر ديسمبر 1981 تشكيل لجنة بين الوزارات لدراسة ملف الأسعار، فبعد القيام بدراسة تحليلية خرجت هذه اللجنة بمشروع يعمل على تحقيق أهداف سياسة الأسعار وإعادة تنظيمها لجعلها أكثر ملائمة، ويستجيب لمعطيات ومتطلبات آخذة بعين الاعتبار مايلي:

- المستوى الحقيقي للإنتاج والتوزيع وأجور العمال.
- إعطاء السعر دوره الحقيقي كأداة للتعديل الاقتصادي.
- تنمية القواعد الاقتصادية بصورة دائمة مرتبطة مع تكوين الأسعار، وتكون محترمة من طرف جميع المتعاملين الاقتصاديين والاجتماعيين.
- التحكم في الأسعار وجعلها تتماشى والمداخيل الحقيقية.

في أكتوبر سنة 1983 سطر نظام جديد للأسعار يطبق بصورة تدريجية حسب مقتضيات كل مرحلة، ويتجلى هذا النظام فيما يلي:

- جعل الأسعار أكثر عقلانية لاختيارات الاستثمارات.
- رفع إنتاجية عوامل الإنتاج، خصوصا إنتاجية العمل.

¹ عبد الله خبايا، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص.188.

² Hamid BALI, op.cit, p.97.

- تقادي إعانات الإنتاج¹.

وعرف نوعين من الأسعار:

النوع الأول : الأسعار الثابتة:

هي المحددة من قبل السلطة المركزية، وتخص خاصة المنتجات ذات الطابع الصناعي و الزراعي والخدمات ذات الاستهلاك الواسع المصنوعة محليا والمستوردة².

النوع الثاني: الأسعار المراقبة:

ويخص المنتجات والخدمات الغير خاضعة للنظام الأول، أو المنتجات التي تتطور بدون التأثير على النواحي الاقتصادية والاجتماعية، ولكن تُحدث خلافا على الأهداف الكبرى للاقتصاد الوطني³.

إن هذه المقاييس ذات الخصائص المعدلة تمت بوضع نظام خاص بدراسة ومتابعة الأسعار، وذلك بخلق هياكل مختلفة كالمعهد الوطني للأسعار والمعهد الوطني للتكاليف والانتاجية، وأنه مهما كانت نوعية السلعة فإن وضع الأسعار إجباريا على المنتجات من جهة، وميكانيزمات حساب الأسعار عند الإنتاج يركز على خطط إنتاج المؤسسات العمومية من جهة أخرى.

¹ عبد الله خبابة، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، المرجع السابق، ص. 189.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.19.

³ عبد الله خبابة، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، نفس المرجع، ص.189.

لقد حدد قسم كبير من هياكل الأسعار في إطار الخطط السنوية للمؤسسات، مما يفسر مساهمة كل الهياكل المعنية في إعداد المخططات ومراجعة تكاليف الإنتاج في ظل النظام الجديد للأسعار، وخاصة أسعار التكلفة والتي تميز بين نوعين من السلع:

- منتجات التي لا يمكن اعتبارها من الدرجة الأولى فتطورها وتقوم بمراجعتها بصورة سنوية وسداسية.

- المنتجات ذات الاستهلاك الواسع والتي تعرف تطورا بصورة دورية وببطء¹.

ولهذا الغرض تم إنشاء أجهزة خاصة لدراسة ومتابعة الأسعار، حيث تم إعادة تنصيب المعهد الوطني للأسعار سنة 1982، وإنشاء المعهد الوطني للتكاليف والإنتاجية².

ولتأمين التطبيق الصحيح لنظام الأسعار، تم وضع ميكانيزمات التعويض والتدعيم للأسعار، فالتعويض يسعى لتصحيح التجاوزات والفوارق التي تنشأ نتيجة تسعير بعض السلع والخدمات الأساسية، فيتم اللجوء إلى ما يعرف بالمقاصة الداخلية la compensation interne³ من أجل دعم المنتجات الضرورية، بموجب المرسوم المؤرخ في 11/12/1982 المتعلق بالرسم التعويضي⁴ la taxe compensatoire، ثم تم انشاء ما يعرف بصندوق

¹ المرجع والموضع نفسه.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.18.

³ اقتطاع نسبة معينة تتراوح بين 4% إلى 300 % من سعر المنتجات سواء المصنوعة محليا أو المستوردة وذلك لتمويل ما يعرف بصندوق المقاصة fond de compensation.

⁴ مرسوم رقم 82-450 مؤرخ في 25 عام 1403 الموافق ل 11 ديسمبر 1982 المحدد لقائمة المواد الخاضعة للاقتطاع والنسب المطبقة بعنوان الرسم التعويضي وقائمة المواد الخاضعة لهذا الرسم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 52 المؤرخة في 28 صفر 1403 الموافق ل 14 ديسمبر 1982.

التعويض عن الأسعار بموجب المرسوم رقم 84-23 المؤرخ في 04/02/1984 الذي يحدد كيفية تحديد حساب التعيين الخاص رقم 302/041¹ المسمى صندوق التقاص².

2-1-2 المخطط الخماسي الثاني: 1985-1989:

في ظل هذا المخطط تم وضع نوعين من الأسعار، وذلك حسب طبيعة السلع والخدمات³.

2-1-2-1 النوع الأول: الأسعار المحددة على المستوى المركزي:

تخضع لها السلع والخدمات الاستراتيجية أو الضرورية جدا والتي تأثر على الاقتصاد الوطني وعلى القدرة الشرائية للمستهلك⁴.

2-2-1-2 النوع الثاني: الأسعار المراقبة: وهي تخص بعض المنتجات

الأخرى⁵.

عرف هذا المخطط الخماسي الثاني مشاكل جمة وصعوبات تمثلت في عدم قدرة الدولة على مراقبة أسعار السلع والخدمات الاستراتيجية، بالرغم من الوسائل والأدوات التي تم تسخيرها لهذا الغرض، حيث عرفت هذه الفترة تذبذب في الإنتاج الخاص بالمؤسسات الاقتصادية العمومية، فكانت تنتج أقل بكثير من قدرتها، مما سبب ندرة في السلع المطلوبة،

¹ المرسوم رقم 84-23 المؤرخ في 02 جمادى الأولى 1404 الموافق ل 04 فبراير 1984 يحدد كيفية تسيير حسب التعيين الخاص رقم 302-041 الذي عنوانه صندوق التقاص المنشور في الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 05 جمادى الأولى 1404 الموافق ل 07 فبراير 1984.

² ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 399/91 المؤرخ في 27/10/1991 المتعلق بكيفية تخصيص إعانات الصندوق التعويضي للأسعار، وذلك بالتكفل مستقبلا بعدم تجانس أسعار جميع السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع، وفرض احترام تكاليف الإنتاج وتكاليف التوزيع التي تتغير عبر مختلف مناطق الوطن.

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.21.

⁴ المرجع والموضع نفسه.

⁵ المرجع والموضع نفسه.

وبالتالي حدوث خلل بين العرض والطلب الذي أدى بدوره وجود سعر موازي للسعر الرسمي في السوق السوداء، وأصبح السعر مرتفع جدا وتم هناك تلاعب في الأسعار بين المتعاملين الاقتصاديين، وسعيهم للربح السريع على حساب الدولة التي كانت تقدم إعانات معتبرة للحفاظ على أسعار المواد الضرورية¹.

كذلك ساهمت عوامل خارجية خاصة تلك المتعلقة بانخفاض سعر البترول الذي عرف أدنى مستوياته مما أدى إلى التأثير على الحياة الاقتصادية والاجتماعية للجزائر، وانهيار المعسكر الشرقي وادخال الإصلاحات الاقتصادية في البلدان الاشتراكية، فكل هذه العوامل والمشاكل أدت إلى حدوث مشاكل عديدة في الجزائر أهمها أحداث 05 جويلية 1988، مما دفع بالدولة الجزائرية إلى تبني اصلاحات اقتصادية هامة تمس مختلف المجالات².

ب- مرحلة التحرير الجزئي للأسعار 'قانون 05 جويلية 1989

بعد الأزمات التي عاشتها الجزائر كان على الدولة آنذاك ملزمة بوضع تعديلات واصلاحات جذرية في النظام الاقتصادي، وذلك بوضع نظام اقتصادي حديث يتلاءم مع الأوضاع الراهنة في تلك الفترة، ووضع ميكانزمات جديدة للتحويل من اقتصاد مخطط إداريا إلى اقتصاد يركز على السوق وقوانينه، أي تحرير الاقتصاد الوطني من التسيير الإداري وتقريبه من قانون السوق³.

¹ نفس المرجع، ص.22.

² المرجع والموضع نفسه.

³ "في سنة 1989 أرسل وزير المالية الجزائري للمدير التنفيذي لصندوق النقد الدولي خطابا النوايا التي تعهدت فيها حكومة الجزائر على الالتزام في انخراط في اقتصاد السوق، فأكدت على المضي في عملية اللامركزية الاقتصادية تدريجيا، وخلق البيئة التي تمكن من اتخاذ القرار على أساس المسؤولية والربحية، والاعتماد على ميكانيزم الاسعار من خلال تحرير

فكانت بداية هذه الإصلاحات صدور دستور 1989¹ الذي ألغى النظام الاشتراكي، حيث قام بإسقاط عبارة الدولة الاشتراكية وكل كلمة تدل على هذا النظام، ونص لأول مرة على مبدأ حرية التملك²، الذي يعتبر تمهيدا لارساء النظام الاقتصادي الحر³

وفيما يتعلق بالأسعار فإن الإصلاحات فيها شملت إحداث نظام جديد للأسعار وهو قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989⁴.

إن هذا النظام الجديد لأسعار يعتبر انتقالي في هذه الفترة الراهنة، حيث عرفت الجزائر تحول من النظام الاشتراكي المسير إداريا إلى الاقتصاد الحر التنافسي، لكن مع الاحتفاظ ببعد مظاهر النظام القديم من خلال التشريعات السابقة فيما يخص الأسعار.

لقد جاء هذا القانون بنوعين من الأسعار هي أسعار مقننة أي محددة إدارية وأسعار حرة مصرح بها.

1- الأسعار المقننة: وهي خاضعة لإدارة الدولة (وزارة التجارة) وتهدف إلى تدعيم القدرة الشرائية للأفراد والنشاط الإنتاجي ويتم ضبطها عن طريق الاسعار المضمونة والأسعار القصوى وهامش الربح¹.

الأسعار وتقليص الدعم"، أنظر في ذلك، ناصر مراد، الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسة، العدد 02، سنة 2010، ص.ص. 140، 141، نقلا عن بوقطب بهجت، المرجع السابق.

¹ مرسوم رئاسي رقم 89-18 مؤرخ في 22 رجب 1409 الموافق ل 28 فبراير 1989، يتعلق بنشر نص تعديل الدستور الملغى الموفق عليه في 23 فبراير 1989، في الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 23 رجب 1409 الموافق ل 01 مارس 1989.

² المادة 49 من دستور 1989 ل 23 فبراير 1989.

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص. 23.

⁴ قانون رقم 89-12 المؤرخ في 02 ذي الحجة 1409 الموافق ل 05 جويلية يتعلق بالأسعار 1989 الملغى، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 16 ذي الحجة 1409 الموافق ل 19 جويلية 1989.

1-1 ضمان الأسعار عند الإنتاج "الأسعار المضمونة"²:

ويتمثل في الإعلان المسبق للحد الأدنى للأسعار عند الإنتاج قصد تنظيم وتشجيع وترقية الإنتاج الوطني، وبالتالي إحلال المنتوجات الوطنية مكان المستوردة، وهي تخص المواد الأساسية مثل الحبوب، البقول... الخ، فالدولة هنا تضمن سعر المنتج أو الخدمة أثناء الانتاج أو التقديم.

يتم تحديد هذه الأسعار بموجب مراسيم من طرف وزارة التجارة يبين قيمة والسعر المضمون لكل سلعة على حدة، وتتكون هذه الأسعار من تكاليف الإنتاج، الضرائب المفروضة، الرسوم وهامش الربح³.

أما أسعار السلع المستوردة فتحدد على أساس سعر الاستيراد وسعر الصرف الرسمي عند الجمارك، مضاف إليها الضرائب والرسوم، والنفقات الحقيقية الأخرى : عملية التفريغ، نفقات الجمارك، التخزين، النقل... الخ، وهامش ربح تجاري محدد من قبل وزارة التجارة⁴.

¹ بطاهر علي، سياسات التحرير والإصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول ، ص197.

² المادة 13 من قانون 89-12 "تستفيد من ضمان الأسعار عند إنتاج السلع والخدمات التي تتطلب إنتاجها بصفة خاصة التشجيع أو الحماية أو التحفيز.

إن سعر الإنتاج المضمون هو سعر أدنى يحدد قبل الإنتاج."

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.24.

⁴ المرجع والموضع نفسه.

1-2 وضع حد أقصى للأسعار والهوامش¹:

وهي تخص السلع والخدمات الاستراتيجية المدعمة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بهدف حماية القدرة الشرائية للمواطن، وحماية بعض النشاطات الاقتصادية من أجل تحفيزها، وكذلك تشجيع بعض المناطق الجغرافية².

2- الأسعار المصرح بها " الأسعار الحرة":

وهو ما يعرف بنظام التصريح بالأسعار، من خلاله يصرح الأعوان الاقتصاديين بالمنتجات والأسعار المرغوبة لدى المصالح التجارية ويتعين على الأعوان بالالتزام بتلك الأسعار، وهي موجهة لتحسين عرض السلع عن طريق ممارسة سياسة حقيقية للأسعار³.

وقد اكتفى المشرع بتعريف سلبي للأسعار الحرة حي أنها تطبق على جميع السلع والخدمات الغير مقننة أي التي لم يشمها التنظيم صراحة⁴.

تكون الأسعار الحرة محل تصريح مبسط للسعر لدى السلطة المختصة بذلك¹، ويكون شكل التصريح المبسط وفق نموذج إداري تعده السلطة المؤهلة، وملزمة لكافة المنتجين، ويحدد شكل التصريح بموجب تنظيم صادر عن وزارة التجارة.

¹ المادة 14 من قانون 89-12 " يطبق الحد الأعلى للأسعار و/أو الهوامش وفقا للمواد 3 إلى 5 من هذا القانون:
- على السلع والخدمات التي تخولها الدولة اسبقية اقتصادية واجتماعية خاصة من أجل حماية نشاطات اقتصادية أو فئات اجتماعية معينة و/أو تنمية مناطق جغرافية معينة.

- وكلما استدعت ذلك ظروف السوق".

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.24.

³ بظاهر علي، المرجع السابق، ص.197.

⁴ المادة 18 من قانون 89-12 : " في إطار القانون 88-02 المؤرخ في 12 يناير 1988 المشار إليه أعلاه وتماشيا مع الأحكام المنصوص عليها في المادتين 3 و4 من هذا القانون ، تخضع جميع السلع والخدمات التي تكون أسعارها غير مقننة انظام التصريح بالأسعار."

إن نظام التصريح بالأسعار هو نظام حر تحت المراقبة لأن المنتج هو الذي يحدد الأسعار بصفة حرة لكنه مراقب من طرف السلطة المختصة، فالقانون يفرض عليه التزامين هما: إلزام بتعريف وتحديد العناصر المكونة للسعر والتزام بالتصريح بسعر البيع لدى السلطة المؤهلة.

وهو النظام الذي يطبق على السلع والخدمات الأقل ضرورة للاقتصاد الوطني والأفراد والهدف من وراء هذا الإجراء هو وسيلة لتنشيط وتوجيه الاقتصاد الوطني للسلع والخدمات والوصول إلى سوق تنافسية، وقياس درجة المنافسة لكي تصبح مؤشرا خاصا حول الوضعية الحقيقية للسوق، وإبراز فعالية قانون العرض والطلب وبالتالي جعل السوق أكثر تنافسية².

إن اعتماد قانون 89-12 المتعلق بالأسعار على الأسعار المقننة والأسعار الحرة المصرح بها يهدف إلى مراقبة ومتابعة تطور الأسعار والتي تتم عن طريق إيداع الأسعار والتصريح بها، والتي تسمح بالمراقبة الإدارية قبل وضعها.

ولقد جاء هذا القانون بأحكام جديدة تتمثل في الفصل في المسؤوليات، أي بين السلطات التي تراقب الأسعار³ وبين السلطة التي تعاقب على مخالفة أحكام المنظمة للأسعار بعد معاينة المخالفات، حيث ترسل الهيئة المكلفة بمراقبة الأسعار إلى المحكمة

¹ المادة 1/20 من قانون 89-12: " تكون السلع والخدمات السلع والخدمات الخاضعة لنظام التصريح بالأسعار محل تصريح بسعر البيع عند الإنتاج لدى السلطة المختصة".

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.25.

³ المادة 37 من قانون 89-12: " يكلف بالبحث عن مخالفات لتنظيم الأسعار ومعاينتها:

- أعوان مصالح مراقبة الاسعار برتبة مفتشين رئيسيين للتجارة ومفتشي ومراقبي الأسعار والتحقيقات الاقتصادية.

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية.

- وأي عون آخر للدولة مؤهل عن طريق التنظيم."

مهما كانت طبيعة المخالفة ودرجة خطورتها¹، والضرر التي تلحقه بالاقتصاد الوطني والقدرة الشرائية للمواطن².

من خلال استقراء أحكام القانون 89-12 المتعلق بالأسعار فإن المشرع الجزائري آنذاك لم يرقم بتحرير الأسعار بصفة مطلقة بل كانت مرحلة انتقالية من الاسعار المحددة إداريا إلى الأسعار الحرة، فقد جعل الأسعار المقننة هي المبدأ العام والأسعار الحرة الاستثناء.

ثانيا: مرحلة تبني النظام الاقتصادي الليبرالي

إن اقتصاد السوق أو كما يسمى النظام الاقتصادي الليبرالي يقوم على مبدأ حرية التجارة والمنافسة وبالتالي حرية الأسعار التي هي عماد المنافسة الحرة، وبالتالي كان لزاما على الدولة الجزائرية أن تتبنى وسائل وآليات جديدة تتماشى مع الوضعية الجديدة، وهذا ما يؤدي بالضرورة هجر كل ما يتعلق بالاقتصاد الموجه الاشتراكي ومبدأ فرض و تحديد الأسعار، وتعويضها بنظم جديدة تتلاءم مع النظام الجديد.

أ- الإقرار والنص على مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري :

تماشيا مع تبني اقتصاد السوق والنظام الليبرالي تم إصدار أول قانون منافسة في الجزائر ينص على مبدأ حرية الأسعار وهو الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995¹ في المادة 04 منه " تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة"².

¹ المادة 56 من قانون 89-12: " إن المحاضر المحررة طبقا لأحكام هذا القانون عرض فور تحريرها وبعد تسجيلها في سجل مخصص لهذا الغرض ومرقم ومختوم حسب الأشكال القانونية، على السلطة المعنية بمراقبة ال 87 أعار على مستوى الولاية التي يجب أن ترسلها في ظرف خمسة عشر (15) يوما إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا."
² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.26.

يعتبر أمر 95-06³ أول قانون ينص على مبدأ حرية المنافسة وترقيتها وتحديد قواعد حمايتها⁴، فمن خلاله أراد المشرع الجزائري ترسيخ القواعد الآتية: مبدأ حرية الأسعار، مبدأ شفافية المعاملات التجارية، ومبدأ نزاهة المعاملات التجارية⁵.

إن الأمر 89-06⁶ أخضع تحرير الأسعار إلى قانون العرض والطلب أي إلى قواعد السوق، وذلك استنادا لمبدأ حرية المنافسة والتي تتبعها بالضرورة حرية التجارة والصناعة، حيث لا يمكن الحديث على حرية التجارة بدون حرية الأسعار، فالمتعامل الاقتصادي إذا كان حرا في الاستثمار والتجارة فهو حر في وضع الأسعار التي يراها مناسبة على سلعه والخدمات التي يقدمها مع مراعاة قواعد المنافسة، لكن هذا الأمر صدر في وقت لم تكن هناك أرضية مناسبة لتطبيقه، فالمشرع الجزائري آنذاك لم يكن ينص على حرة التجارة والصناعة باعتباره الأساس القانوني لمبدأ حرية المنافسة⁷، وبالتالي فحتى الأمر لم يدخل حيز التنفيذ مباشرة بل انتظر المشرع الجزائري ستة أشهر لتطبيقه، لكي يتم فهمه والتحضير لتطبيقه لأنه هناك تحول جذري في قانون المنافسة من المنافسة الموجهة إلى المنافسة

¹ الأمر 95-06 مؤرخ في 23 شعبان 1415 الموافق لـ 25 يناير 1995 يتعلق بالمنافسة الملغى، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في الأربعاء 22 رمضان 1415 الموافق لـ 22 فبراير 1995.

² مرسوم رئاسي رقم 96 - 438 مؤرخ في 26 رجب 1417 الموافق لـ 07 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعجيل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 76 المؤرخة في 27 رجب 1417 الموافق لـ 08 ديسمبر 1996.

³ لقد ألغى هذا الأمر 95-06 أحكام القانون 89-12 المتعلق بالأسعار بموجب المادة 97 منه.

⁴ لياس بروك، تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، مخبر حقوق الإنسان، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، العدد 5، جوان 2016، ص202.

⁵ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.27.

⁶ لقد جاءت نصوص الأمر 95-06 مطابقة لأمر الفرنسي 89-1243 المؤرخ في 01 ديسمبر 1989 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة الذي يعتبر ميثاقا لحرية المنافسة وهو مقسم إلى أربع كتب، الأول منه متعلق بحرية المنافسة. لمزيد من المعلومات <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000333548>

⁷ المادة 99 من الأمر 95-06 تنص على: " يدخل هذا الأمر حيز التنفيذ، بعد ستة أشهر، اعتبارا من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية."

الحرية، وقد تم بالفعل النص على حرية المنافسة والتجارة في دستور 1996 من خلال المادة 137¹، والذي يعتبر حقا جديدا لم تتضمنه مختلف الدساتير السابقة، كما يعتبر هذا النص اقرار صريحا بتبني النظام الاقتصادي الليبرالي.

إن الأمر 06-96 أول قانون جزائري أقر بمبدأ حرة الأسعار بمفهوم التحرير وليس الحرية، للدلالة على الانتقال من مبدأ النظام الاقتصادي الموجه القائم على تقنين الأسعار، إلى نظام حر يقوم على حرية الأسعار، ولذلك وجب تحرير الأسعار من القيود وإلغاء نظام الأسعار المقننة بصورة تدريجية²، ونعني بذلك رفع الدعم وجميع مظاهر تدخل الدولة في الأسعار، وتركها تتحدد بموجب قانون العرض والطلب وفقا لتوجيهات الصندوق النقد الدولي³.

¹ المادة 37 من دستور 1996 تنص على: " حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون." ² إن الانتقال من الأسعار المقننة إلى الأسعار الحرة يتطلب تحرير الأسعار المقننة، فالبدائية كانت من تحويل بعض المواد المقننة إلى مواد ذات هامش ربح محدد مقنن، ثم إلغاء هامش الربح المقنن لجميع الأسعار ماعدا خمس مواد (السكر، الحبوب، الزيت، اللوازم المدرسية والأدوية)، حيث تم تحرير السلع التي كانت تتمتع بحماية منخفضة ثم الانتقال إلى تحرير السلع التي كانت تتمتع بحماية عالية 1994-1995، كما تم تحرير أسعار بناء السكن الاجتماعي، وتحرير الأسعار الوسيطة في الفلاحة، إلغاء الإعانات المعممة على الاستهلاك والتي تشمل منتجات البترول والمنتجات الغذائية. وفي 1997 تم إلغاء تقنين أسعار السكر والحبوب (عدا الحبوب)، الزيت، الأدوات المدرسية، ورفع إيجار السكن العمومي ب 30 % .

وهاكذا فبين 1994 و 1997 تم تحرير جميع المواد المقننة والمدعمة منها أسعار المنتجات الغذائية والبيترولية التي كانت مدعمة، وارتفعت بما يقارب 200% في المتوسط لكي تتماشى مع الأسعار العالمية، وتم الإبقاء سوى على عدد محدود من المنتجات الغذائية الأساسية والطاقة وخدمات النقل العمومي بهدف حماية شرائح المجتمع الفقيرة، وهو يمثل استثناء على المبدأ. نقلا عن بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.26.

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.26.

لكن نصت المادة 05 فقرة أولى من الأمر 95-06 على استثناء فيما يخص حرية الأسعار وهو أن هناك بعض السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع والاستراتيجية تستثنى من هذا المبدأ¹.

كما جاء هذا الأمر بشيء جديد هو وضعه لهيئة عليا مهمتها مراقبة وترقية المنافسة وهي "مجلس المنافسة".

كما نصت الفقرة الثانية من المادة 05² من الأمر السالف الذكر بأنه يمكن أن تتخذ الدولة اجراءات وتدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط، بسبب أزمة أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل بالنسبة لقطاع معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية³.

إن الأمر 95-06 وإن جاء بأشياء جديدة ونقله نوعية في مجال حرية المنافسة والأسعار إلا أنه عرف عدة نقائص وثغرات جعلت النقاد والفقهاء يطالبون بتعديله أو تغييره، وهو ما كان بصور الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003⁴، ولقد جاء بنفس مبادئ سابقة من حيث حرية المنافسة والأسعار حيث كرس مبدأ حرية الأسعار كمبدأ أساسي لحرية

¹ تنص المادة 01/05 من الأمر 95-06 على ما يلي: "يمكن تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الخاصة التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة".

² تنص المادة 02/05 من الأمر 95-06 على ما يلي: "كما يمكن اتخاذ اجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب أزمة أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل بالنسبة إلى قطاع نشاط أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية".

³ الاحتكارات الطبيعية هو وجود متعامل اقتصادي واحد في السوق ولا وجود منافس له حيث يمكن أن يستغل الوضعية ويقوم بالمضاربة في الأسعار.

⁴ أمر 03-03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يونيو 2003 الموافق ل 19 يونيو 2003، يتعلق بالمنافسة المنشور في الجريدة الرسمية عدد 43 المؤرخة في 20 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 20 يونيو 2003.

المنافسة من خلال نص المادة 04¹ منه التي جاءت تحت عنوان مبادئ المنافسة، وكما قلنا سابقا فإن حرية الاسعار من حرية المنافسة فلا تقوم هذه الأخيرة بدون الأولى، حيث عرف الأستاذ عجة الجيلالي نظام المنافسة على أن: " حرية المتعاقدين الاقتصاديين في تحديد الأسعار والشروط المختلفة التي تعاملون بها مع غيرهم أو مع بقية المتعاملين الآخرين"².

كما جاءت تستثني المادة 05 من الأمر 03-03³ المبدأ العام حيث يمكن للدول أن تتدخل في تحديد الأسعار في حالات ذكرت على سبيل الحصر، وجاء الأمر كذلك بأحكام جديدة فيما يتعلق بالممارسات المنافية للمنافسة وتم الفصل بينها وبين الممارسات التجارية بموجب قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴، وتنظيم التجميعات الاقتصادية⁵.

كذلك نلاحظ أن الأمر 03-03 جاء بمبدأ حرية الأسعار عكس الأمر 95-06 الذي نص على تحرير الأسعار، هذا لأن كما قلنا سابقا من غير المنطق أن يتم تحرير الأسعار مرة واحدة بعدما كانت موجهة ومقننة، حيث أن عبارة تحرير الأسعار تعني أن

¹ المادة 04 من الأمر 03-03 قبل تعديلها بالأمر 05-10: " تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة"

² أشار إليه بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.26.

³ تنص المادة من الأمر 03-03: " تطبيقا للمادة 04 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم..."

كم يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة الارتفاع المفرط والغير مبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية أو في حالة الاحتكار الطبيعية."

⁴ قانون 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 03 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 27 يونيو 2004.

⁵ المادة 15 إلى المادة 22 من الأمر 03-03.

الأسعار لم تكن حرة وجاء القانون ليحررها، وكي يتم حماية القدرة الشرائية للمواطن كان لا بد من تحرير الأسعار على مراحل وبالتدرج إلى أن نصل إلى أسعار حرة على جميع السلع والخدمات¹.

لقد ورد على الأمر 03-03 عدة تعديلات، حيث تم تعديله بموجب الأمر 12-08 المؤرخ في 25 يونيو 2008²، وأبقى على نفس مبادئ الأمر 03-03.

ثم جاء آخر تعديل للأمر 03-03 بموجب قانون 05-10 المؤرخ في 05 أوت 2010³، حيث عدلت أحكام المادتين 04 و05 من الأمر 03-03، ففي تعديل المادة 04 تم إضافة عبارة حرة ونزبية حيث تنص الفقرة أولى على أنه: "تحدد أسعار السلع والخدمات وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزبية".

والهدف من هذا التعديل هو أن المنافسة لا تكون إلى في إطار تسوده الحرية والنزاهة⁴.

كما أضاف القانون 05-10 فقرة جديدة للمادة 04 من الأمر 03-03 المتعلقة بالمنافسة المعدل والمتمم حيث جاءت كما يلي: "تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية ولاسيما تلك المتعلقة بما يأتي:

¹ تحرير كلي لأسعار السلع والخدمات لم نصل إليه إلى يومنا هذا بالرغم من مرور أكثر من 20 سنة من صدور أول قانون ينص على حرية الأسعار، لأن الدولة مازالت تتبع سياسة الدعم الاجتماعي ولم تتخلى عنه حتى مع انهيار أسعار البترول.

² قانون 12-08 مؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق ل 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر 03-03 السابق ذكره، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 المؤرخة في 28 جمادى الثانية 1429 الموافق ل 02 يوليو 2008.

³ قانون 05-10 مؤرخ في 05 رمضان 1431 الموافق ل 05 غشت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 السابق ذكره، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 05 رمضان 1431 الموافق ل 18 غشت 2010.

⁴ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.31.

- تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.

- هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات.

- شفافية الممارسات التجارية.¹

نلاحظ أن المشرع الجزائري ركز على الشفافية في المعاملات التجارية والإنصاف فيما يخص حرية تحديد أسعار السلع والخدمات، فلم يتركها حرة بدون ضوابط بل يجب أن تكون الأسعار شفافة واحترام الإنصاف في هوامش الربح.²

ب- مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار:

إن مبدأ حرية الأسعار والمنافسة لا يمارس إلا في بيئة تسود فيها حرية التجارة، وهذا يعني أن مجال تطبيقه يمس جميع الممارسات والتعاملات التجارية والاقتصادية إلا ما يستثنى بنص صريح من خلال تدخل الدولة في تقنين وتحديد الأسعار.³

إن مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار يجد أساسه القانوني في المادة 02 من الأمر 03-03 " بغض النظر على الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

¹ المادة 04فقرة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

² وهذا ما تنص عليه كذلك المادة 04 من قانون 02-04 تحت عنوان شفافية الممارسات التجارية، الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تنص: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع"

³ المادة 01/05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " تطبيقا للمادة 04 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم."

- نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكون وضعها القانوني وشكلها وهدفه،

- الصفقات العمومية، بدءا بنشر الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

غير أنه، يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية."

ومن خلال المادة فإن أحكام هذا القانون تطبق على النشاطات وكذا الأشخاص وهم كالاتي:

1- من حيث الأشخاص:

يخضع لتطبيق هذا الأمر كل شخص طبيعي او معنوي مهما كان النشاط الاقتصادي الذي يقوم به ويسمى هذا الشخص في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بالمؤسسة¹، ويسمى بالعون الاقتصادي في قانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية².

¹ المادة 01/03 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " يقصد في مفهوم هذا الأمر: أ- المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

² المادة 01/03 من قانون 02-04: " يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي:

فقد يكون الشخص من اشخاص القانون الخاص كالتاجر والشركات التجارية والمدنية والحرفي والمؤسسات الحرفية، وقد يكون من أشخاص القانون العام والمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري التي تكون طرفا في السوق وتواجه منافسة من طرف المتعاملين الاقتصاديين الآخرين¹.

1-1-1- أشخاص القانون الخاص:

أشخاص القانون الخاص قد يكونوا أشخاص طبيعيين وقد يكونوا أشخاص معنويين، وكلاهما قد يكون تاجرا وقد يكون حرفيا كما سبق وأن أشرنا وقد يكون جمعية².

1-1-1-1 التاجر والشركات التجارية والمدنية:

التاجر هو من يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له³، والأعمال التجارية مختلفة هناك بحسب الموضوع⁴ وبحسب الشكل⁵ أو بالتبعية⁶، أما الشركات التجارية فقد

1- عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.33.

² موالك بختة، التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة (الجزء الأول)، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 41 عدد 01، سنة 2004، ص.29.

³ المادة الأولى من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون التجاري، المعدل المتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل 30 سبتمبر سنة 1975: " يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له، ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك".

⁴ المادة 02 من القانون التجاري.

⁵ المادة 03 من القانون التجاري.

⁶ المادة 04 من القانون التجاري.

نظمها المشرع الجزائري وهي نوعان هما شركات بحسب الموضوع وهي كل الشركات التي يكون موضوعها تجاريا مهما كان شكلها، والشركات التجارية بحسب الشكل والتي نص عليها في القانون التجاري وهي: شركة التضامن¹، شركة التوصية البسيطة²، والشركة ذات المسؤولية المحدودة سواء متعددة الأشخاص أو ذات الشخص الواحد³ وشركة المساهمة⁴ وشركة التوصية بالأسهم⁵.

أما الشركات المدنية والتي يشملها أيضا قانون المنافسة وبالتالي تدخل في مجال مبدأ حرية الأسعار، تم النص عليها في القانون المدني⁶.

1-1-2 الجمعيات:

إن المادة 2 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة لا تذكر الجمعيات بصريح العبارة عكس الأمر 95-06 الملغى، لكن هذا لا يعني إلغاؤها من مجال التطبيق بل تعتبر مؤسسة والتي نصت عليها المادة 03 من الأمر 03-03.

وتعرف المادة 02 من قانون 06-12 المتعلق بالجمعيات¹: " تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمّع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة.

¹ المادة 551 وما يليها من القانون التجاري.

² المادة 563 مكرر وما يليها من القانون التجاري.

³ المادة 564 وما يليها من القانون التجاري.

⁴ المادة 592 وما يليها من القانون التجاري.

⁵ المادة 715 ثالثا وما يليها من القانون التجاري.

⁶ المواد 416 إلى 449 من الأمر 75-58 المؤرخ في المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل المتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل30 سبتمبر سنة 1975.

ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في مجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني."

1-1-3 الحرفي:

تعرف المادة 10 من الأمر رقم 96-01² الحرفي كالآتي: "حرفين كل شخص طبيعي مسجل في الصناعة التقليدية والحرف، يمارس نشاطا تقليديا كما هو محدد في المادة 5 من هذا الأمر، يثبت تأهिला ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل، وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته".

1-2 أشخاص القانون العام:

أشخاص القانون العام لا يمكن أن تكون إلا أشخاصا معنوية، وأهم الأشخاص المعنوية العامة هي الدولة والولاية والبلدية، وهذه بحكم تقديمها لخدمات عامة وقيامها بنشاط إداري لا تواجه أية منافسة، ولذلك لا يمتد إليها تطبيق الأمر المتعلق بالمنافسة، وهو ما استنتجته بصريح العبارة في المادة 02 الفقرة 3³.

أما فيما يخص المرافق العامة فلا تخضع لتطبيق هذا الأمر إلا إذا زولت إلى جانب نشاطها الإداري الأصلي نشاطا اقتصاديا المتمثل في نشاطات الإنتاج والتوزيع

¹ قانون 06-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012، المتعلق بالجمعيات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 02 المؤرخة في 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012.

² الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق ل 10 يناير سنة 1996 المتضمن القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 23 شعبان عام 1416 الموافق ل 14 يناير سنة 1996، ص.ص. 03-11.

³ المادة 2 فقرة 3 من الأمر 03-03 : " غير أنه، يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية".

والخدمات والاستيراد وكل ما تم النص عليه في المادة 04/02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم¹.

2- مبدأ حرية الأسعار من حيث النشاطات:

وهي النشاطات المذكورة في المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة² وهي نشاطات الإنتاج، نشاطات التوزيع ونشاطات الخدمات ولكن يجب أن تمارس بصفة مستمرة ودائما وإلا لا تدخل في أحكام هذا القانون.

نلاحظ أن هذه المادة قد ربطت نشاط التوزيع بالسلع فقط وفصلتها عن الخدمات، كما أضافت المادة 02 من قانون 08-12 المعدل للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة³ نشاطات الاستيراد، حيث أنه الاستيراد في الأغلب الأحيان يكون للمواد الأولية وبالتالي هو الذي يحدد السعر المرجعي للسلعة⁴.

¹ المادة 04/02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: "غير أنه، يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية".

² المادة 02 من الأمر 03-03 المذكور أعلاه: "بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

-نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع زمنها تلك المتعلقة التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها".

³ قانون رقم 08-12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008 يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 المؤرخة في 28 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 02 يوليو 2008.ص.ص.11-12

⁴ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.33.

وفي التعديل الأخير 10-05¹ للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تم إعادة تعديل المادة 02 ووسع من دائرة حرية الأسعار (حرية المنافسة)، حيث أضاف النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ووكلاء ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة والصناعات التقليدية والصيد البحري. وكان الهدف من هذا التعديل هو تدعيم حيز حماية المستهلك وضبط السوق والمنتج الجزائري، وذلك بحماية الفلاح ومربي المواشي من بعض الممارسات التي قد تعيق عمله وتعيق السوق الفلاحية بصفة عامة².

إذا من خلال ما درسنا يتبين لنا أن مجال تطبيق حرية الأسعار يكون من خلال نشاطات الإنتاج والتوزيع.

2-1 الإنتاج:

تقوم عمليات الإنتاج على تجميع العوامل الطبيعية أو الأدوات الفنية مع العمل من أجل الحصول على سلع وخدمات تُخصص للاستهلاك، فالإنتاج يتضمن عمليات تحويل وعمليات نقل الموارد الاقتصادية.

إن الإنتاج عرفته المادة الثالثة الفقرة التاسعة من قانون 09-03 المتعلقة بحماية المستهلك³ : " العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد بحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه".

¹ قانون 10-05 مؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 05 غشت عام 2010، يعدل ويتم الأمر 03-03 السالف ذكره، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 08 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010، ص.ص 10-11.

² بوقطوف بهجت، نفس المرجع، ص.31.

³ قانون 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق ل 08 مارس سنة 2009. ص.ص 12-23.

بمعنى أن الإنتاج غالبا ما يكون في صورة نشاط صناعي متمثل في صنع المنتج وتوضييه وتحويله، كما يمتد إلى عمليات أخرى تتمثل في تقديم المنتج في شكله الطبيعي كجني المحصول الزراعي أو صيد الاسماك، كما أن الإنتاج يشمل أيضا النشاطات الفلاحية بشقيها الزراعي والرعوي أي تربية المواشي، والصناعة التقليدية والصيد البحري¹.

والملاحظ أن هذا التعريف هو نفسه التعريف المدرج في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش².

أما المنتج فهو كل شيء مادي قابل لأن يكون موضوع معاملات تجارية حسب نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، فالمادة عرف المنتج على أساس أنه منقول فقط، وبالتالي تقصي العقارات من مجال المنتجات ولكن هذا لا يقصدها من المعاملات التجارية والتي تخضع لحرية الاسعار إذا كان الممارس هو مؤسسة حسب مفهوم المادة 03 الفقرة أولى من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم³ مثل الوكالات العقارية التي تؤدي خدمات بتوليها البيع أو الشراء أو الإيجار في المجال العقاري⁴.

¹ بخاري لطيفة، المرجع السابق ، ص.24.

² مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المنشور في الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 04 رجب عام 1410 الموافق ل 31 يناير سنة 1990 ن ص.ص.202-207 الملغى ضمنا بقانون الاستهلاك.

³³ المادة 1/03 من الأمر 03-03 : " يقصد في مفهوم هذا الأمر ما يأتي:

أ- المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الإستيراد"

⁴ بخاري لطيفة ، المرجع السابق، ص.25.

وعلى عكس تعريف المنتج الوارد في المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش¹ والذي يمكن أن يكون محل تنازل سواء بعوض أو بدونه.

2-2 التوزيع:

إن المرحلة الموالية للإنتاج تسمى التسويق والمعرفة في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09-39: "مجموع العمليات التي تتمثل في خزن المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجاناً".

فالتسويق هو مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي توجه من خلالها موارد مؤسسة ما، أما التوزيع فهو عملية اقتصادية تجارية تمثل المرحلة التي تتوسط الإنتاج والبيع النهائي أو الاستهلاك، فهو مجموع العمليات المادية والقانونية التي تسمح بتسويق السلع والخدمات بين موزع ومستهلك مهني أو غير مهني²، ويشمل التوزيع حسب المادة 02 من الأمر 03-03 المعدلة في 2010 النشاطات التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعوا اللحوم بالجملة.

فالموزع يقوم إما بنشاط وكيل أو موزع معتمد، لكن غالباً ما قد يكون معيد بيع مع إلزامية توافر شروط تختلف باختلاف القطاع الذي يتم فيه التوزيع.

فالتوزيع عملية قد يقوم بها المنتج بنفسه من خلال اتصاله المباشر بالمستهلك النهائي أو المشتري المهني لتوزيع منتجاته على مؤسسات أخرى تتولى عملية إيصالها إلى

¹ المادة 03 / 11 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "المنتج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".

² D. FERRIER, Droit de distribution, LETEC, 4 ème Edition 2006, p.05.

نقلا عن بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص.26.

المستهلك أو معيد البيع، وبذلك يكون التوزيع غير مباشر من خلال ما يعرف بالوسطاء¹ لا علاقة لهم بالإنتاج، قد يكون مصدرين أو مستوردين، بائعي جملة أو تجزئة، كما أن عقود التوزيع تبرم عموماً بين مؤسستين تنتميان إلى طبقتين مختلفتين، أي أن العقود تخص العلاقات العمودية والأفقية.

كما أن المنتج أو المورد يستطيع وضع عدة نماذج لشروط التوزيع خاصة ما يتعلق بالسعر، حسب الفئة الموجهة إليها: إذا كانت موجهة إلى بائعين بالجملة، أو موزعين صغار، أو تتعلق بموزعين يقعون في مناطق مختلفة لا يمارس النشاط فيها... الخ.

وعليه للموزع كامل الحرية في تحديد سعر إعادة البيع بحيث يشمل الهوامش التجارية، بالمقابل يمنع على الممون أن يشترط في عقد البيع التزام الموزع باحترام أسعار دنيا لإعادة البيع والمحددة من قبل الممون أو يفرض عليه تعريفات أو جداول أسعار وفقاً للمادة 1/04² و المادة 4/11 من قانون المنافسة والتي تعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة³.

وحكم الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى هو نفس حكم البيع المشروط بكمية دنيا لأنه يؤثر على إرادة المشتري حينما يلزم بتحديد سعر أدنى لإعادة البيع، وتعتبر هنا مخالفة

¹ الوسيط: هو المتدخل في عملية التوزيع دون أن يكون مالكا للمنتوج، وهناك عدة أنواع من الوسطاء لأن أعمالهم ليست واحدة، فبعضهم يقوم بطالبات لإعادة البيع ومنهم من يقوم بالبيع والشراء لحساب معيد البيع الذي يعملون لصالحه والذي يتحمل المخاطر باعتباره المالك.

² المادة 01/04 من الأمر 03-03 : " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة" المادة 11 من نفس الأمر: " يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعيتها التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبوناً أو مموناً إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة.

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- ... الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى."

³ بخاري لطيفة، المرجع السابق ص. 28.

صريحة لمبدأ حرية الأسعار، والمنع هنا يشمل كل شخص يفرض بطريق مباشر أو غير مباشر سعر إعادة بيع منتج أو تآدية خدمة أو هامش ربح تجاري ذا طابع منخفض¹.

فإذا رأينا على سبيل المثال عقد إطار للتوزيع فإن السعر لا يحدد فيه بالرغم أم هذا النهج لا يستجيب والبعد الاقتصادي الذي تحكمه طبيعة المنتجات وتوزيعها وكذا العلاقة التعاقدية التي تقوم بشأنها².

وفي سياق متصل بالمجالات الممارس فيها لحرية الأسعار، فإن التعريفات المتعلقة باستخدام شبكات التوزيع تحددها لجنة ضبط الكهرباء والغاز³، والتي اوجب القانون⁴ تحديدها بطريقة شفافة وغير تمييزية على اساس منهجية ومقاييس محددة عن طريق التنظيم والتي تكون في شكل موحد عبر التراب الوطني إذ تمنح الدولة الضامنة للمرفق العام، الإمتياز في ميدان توزيع الكهرباء والغاز عن طريق طلب عروض تقوم به لجنة الضبط وتدرسه⁵، كما هو الشأن في مجال النقل، البريد والمواصلات المياه...الخ.

¹ بالمقابل فرض سعر مرتفع لإعادة البيع في القانون الفرنسي ليس محظورا عكس القوانين الجزائرية المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية التي خلت من اي نص حول هذا الموضوع.

² إن القضاء الفرنسي عكس نظيره الجزائري لم يشاطر هذا التصور ونظر إليه من زاوية الأحكام العامة المنصوص عليها في القانون المدني خاصة تلك التي تنص على وجوب تحديد ثمن البيع وتعيينه بواسطة الأطراف، فوسع في تطبيق هذا الشرط ليسري كذلك على عقد الإطار للتوزيع، فهو عقد لا ينشئ في نهاية المطاف سوى الالتزام بعمل أو الامتناع عن عمل.

³ هيئة مستقلة مهمتها السهر على السير التنافسي والشفاف لسوق الكهرباء والغاز لفائدة المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين.

⁴ قانون 01-02 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1422 الموافق ل 5 فبراير سنة 2002، يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 08 المؤرخة في 23 ذي القعدة عام 1422 الموافق ل 6 فبراير سنة 2002، ص.ص. 04-26.

⁵ المادة 72 من قانون 01-02: "تمنح الدولة الضامنة للمرفق العام، الإمتياز في ميدان الكهرباء والغاز، ويتم ذلك بموجب مرسوم تنفيذي بناء على اقتراح من وزير المكلف بالطاقة، بعد أخذ رأي لجنة الضبط"

والمرافق العامة تعد احتكارات طبيعية¹ تمارس نشاطا للمرفق العام الاقتصادي، وفي هذه الحالة الاستثنائية تعد تقييدا للمنافسة الحرة وفقا لاعتبارات معينة فهي تزاوّل نشاطا اقتصاديا بهدف إشباع حاجات عامة اقتصادية، صناعية، زراعية، أو تجارية.

ومنه نلاحظ أنه بالرغم من أن الدولة تخلت عن عديد أو معظم الأنشطة التنافسية لصالح الخواص إلا أن القطاع العام في المجال الاقتصادي لا يزال هاما خاصة في مجال الخدمات العامة، وتأتي أهمية ذلك في خصوصية نموذج التنمية الاقتصادية الجزائرية المعتمدة والهادفة إلى تأمين استقرار الموازنة بين القطاعين الاجتماعي والاقتصادي على حد سواء².

يتضح إذن، أن تقييد مبدأ تحرير الأسعار يعتبر أمرا إلزاميا، وأنه ليس في ذلك انتقاص من مبدأ التحرير بذاته، بل إن الحفاظ على النشاط التجاري في السوق وحماية السير العادي للمنافسة الحرة ذاتها، يستدعيان مسك اللجام كلما حدث ما من شأنه أن يؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني³.

من خلال هذا الأمر نلاحظ أن حرة المنافسة وبالتالي تحديد الأسعار هي القاعدة العامة تمس مختلف النشاطات الاقتصادية إلا ما استثنى منها بنص قانوني صريح⁴، وعليه فأسعار جميع السلع حرة ومن بين هذه للسلع نجد المواد الغذائية والألبسة، المياه المعدنية أين نجد الكثير من المتنافسين في هذا المجال.

¹ المادة 29 من قانون 02-01: "تعد شبكة نقل الكهرباء احتكارا طبيعيا ويتم تسييره من طرف مسير واحد" المادة 45 من قانون 02-01: "تعد شبكة نقل الغاز الموجه للسوق الوطنية احتكارا طبيعيا ويتم تسييره من طرف مسير وحيد".

² بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص. 31.

³ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص. 192.

⁴ المادة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم المذكورة أعلاه.

2-3 الخدمات:

أما في مجال الخدمات ورد تعريف الخدمة في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹ التي تعتبرها كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقاً بالمجهود المقدم أو دعماً لها².

ويلتزم مؤدي الخدمات بما يلتزم به المنتج من إعلام بمضمون الخدمة، فإذا تعلق الأمر بتصليح مثلا وجب إعلام طالب الخدمة بالأجزاء الواجب إبدالها وأصل هذه الأجزاء وسعرها وما إلى ذلك، ويلتزم مؤدي الخدمة أيضا بضمانها طبقا لما نص عليه المرسوم التنفيذي 90-266³ وهو يخص ضمان المنتوجات والخدمات على حد سواء، وإذا كان لفظ خدمة لفظا اقتصاديا ولفظ ينتمي إلى قانون الاستهلاك وقانون المنافسة مثله في ذلك مثل لفظ المنتج، فإنه في القانون المدني يجد مكانه في العقود الواردة على العمل وهي عقد المقاوله وعقد الوكالة وعقد الوديعة وعقد الحراسة وعقد التسيير، فالخدمة تعتبر محلا لعقد المقاوله الذي يلزم المقاول بإنجاز عمل لصالح رب العمل كبناء منشآت أو ترميم بناء أو إصلاح... الخ. وتكون محلا لعقد الوكالة مثلما هو الأمر بالنسبة إلى الخدمات التي تؤديها الوكالات العقارية، أو محلا لعقد الوديعة عندما تكون الوديعة بمقابل مثل إيداع سيارة لدى صاحب مرآب يلتزم بتخصيص مكان آمن وبالمحافظة عليها.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 03 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5 المؤرخة في 04 رجب عام 1410 الموافق ل 31 يناير سنة 1990، ص.ص. 202-207.

² مولك بختة، المرجع السابق، ص. 43.

³ مرسوم تنفيذي 90-266 مؤرخ في 25 صفر عام 1411 الموافق ل 15 سبتمبر سنة 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 40 المؤرخة في 29 صفر عام 1990 الموافق ل 19 سبتمبر 1990، ص.ص. 1246-1248.

وقد تكون الخدمة محلاً لعقد غير مسمى كعقد الفندقة، وقد تقترن بعقد بيع كالخدمات المتمثلة في تركيب الأجهزة¹.

كما نجد أمثلة عديدة منها الخدمات البنكية، حيث أن الأمر 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالقرض والنقد²، فتح المجال للمنافسة الحرة³، مما يؤدي إلى تكاليف منخفضة بالنسبة للخدمات المصرفية وزيادة جودتها، ف جاء هذا الأمر على تحرير أسعار الفائدة التي تتحصل عليها البنوك والمؤسسات المصرفية من خلال العمليات المصرفية التي تقوم بها وقد عرفتها المادة 66 من الأمر المذكور أعلاه: "تتضمن العمليات المصرفية تلقي الأموال من الجمهور وعمليات القرض، وكذا وسائل الدفع تحت تصرف الزبائن وإدارة هذه الوسائل"، ومعنى هذه المادة أن البنوك والمؤسسات المالية لها مطلق الحرية في القيام بالعمليات المصرفية، وبالتالي لها حرية تحديد سعر الفائدة⁴، ولتأكيد ذلك فإن نظام 03/09 المؤرخ في 26 ماي 2009⁵ الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية، تنص المادة 1/5 منه "تحدد البنوك والمؤسسات المالية بكل حرية معدلات الفائدة الدائنة والمدينة ومعدلات ومستوى العمولات المطبقة على

¹ موالك بختة، المرجع السابق، ص. 44.

² الأمر 03-11 مؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق ل 26 غشت سنة 2003 المتعلق بالقرض والنقد المنشور في الجريدة الرسمية عدد 52 المؤرخة في 28 جمادى الثانية عام 1424 الموافق ل 27 غشت سنة 2003، ص.ص. 03-22.

³ المادة 2/75 من الأمر 03-11 المذكور أعلاه: "يجب أن تكون النشاطات المذكورة في الفقرة السابقة، مهما يكن من امر، محدودة الأهمية بالمقارنة بمجموع نشاطات البنك أو المؤسسة المالية. ويجب أن لا تمنع ممارسة هذه الأنشطة المنافسة أو تحد منها أو تحرفها".

⁴ وهذا ما يؤدي بالمؤسسات المالية بالمنافسة في سعر الفائدة من أجل جلب العملاء وهذا ما تقوم به خاصة البنوك الخاصة مثل ما قامت به بنك الخليفة قبل افلاسها، حيث وصل سعر الفائدة إلى حدود 12% .

⁵ نظام رقم 02-09 مؤرخ في 01 جمادى الثانية عام 1430 الموافق ل 26 مايو 2009، يتعلق بعمليات السياسة النقدية وأدواتها وإجراءاتها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 53 المؤرخة في 23 رمضان عام 1430 الموافق ل 13 سبتمبر سنة 2009، ص.ص. 17-23.

العمليات المصرفية". نلاحظ أن هذه المادة تنص بصفة صريحة على حرية أسعار الفائدة وحرية أسعار العمولات الموجهة للزبائن، وبالتالي تأكيد على حرية الأسعار بالنسبة للخدمات المصرفية¹.

كذلك بالنسبة لخدمات الاتصالات، نجد أنه فتح المجال أما المتعاملين الاقتصاديين للدخول بكل حرية إلى سوق الاتصالات وأكدته صدور قانون 2000-03 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية²، الذي نص على أن فتح المجال للاتصالات للمنافسة الحرة يعني تطبيق مبادئ المنافسة وأهمها مبدأ حرية الأسعار، إن أسعار خدمات الاتصالات تكون حرة تخضع للعرض والطلب، وتكون أسعار تنافسية، وهذا وجاء في نص المادة 26 من القانون المذكور أعلاه 2000-03 أن تحدد تعريفات وأسعار الخدمات المقدمة للجمهور عن طريق تنظيم فوجد المرسوم التنفيذي 141/02 المؤرخ في 16 أبريل 2002 والذي يحدد القواعد التي يطبقها متعاملو الشبكات العمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية من أجل تحديد تعريفات الخدمات المقدمة للجمهور³، حيث يترك الحرية لمتعاملي المواصلات السلكية واللاسلكية في تحديد أسعار الخدمات التي يقدموها إلى الجمهور بدون قيود، ولكن تحت رقابة سلطة ضبط البريد والمواصلات ARPT.

¹ بوقطوف بهجت، نفس المرجع، ص.35.

² قانون 2000-03 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل 05 غشت سنة 2000، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 48 المؤرخة في 06 جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل 06 غشت سنة 2000، ص.ص.03-27.

³ مرسوم تنفيذي رقم 02-141 المؤرخ في 03 صفر عام 1423 الموافق ل 16 أبريل سنة 2002، يحدد القواعد التي يطبقها متعاملو الشبكات العمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية من أجل تحديد تعرفات الخدمات المقدمة للجمهور، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 28 المؤرخة في 08 صفر عام 1423 الموافق ل 21 أبريل سنة 2002، ص.ص.14،19.

مبحث ثاني: الأساليب الأساسية لتحديد السعر

هناك العديد من الأساليب والسياسات المستخدمة من طرف المتعاملين الاقتصاديين

كأساس لتحديد السعر على سلعهم ومنها الآتي:

- أساليب تعتمد على التكلفة مضاف إليها هامش ربح مناسب.
- أساليب تعتمد على قياس حجم الطلب على السلعة في السوق.
- أساليب تعتمد على شدة المنافسة في السوق.

مطلب أول: تحديد السعر على أساس التكلفة

تعتبر هذه الطريقة من أبسط أساليب وضع السعر وأكثرها شيوعاً، ووفقاً لهذا

الطريقة يتحدد السعر كالتالي:

$$\text{السعر} = \text{التكاليف الكلية} + \text{هامش الربح}$$

وقد يتحدد هامش الربح كنسبة مئوية من التكاليف أو كنسبة تحقق عائد معين على

الاستثمار. وتعتبر هذه الطريقة من الأساليب المناسبة لكثير من المؤسسات الصناعية

والخدمائية، وتجار الجملة والتجزئة على أساس أنها تقوم بتغطية تكاليفها وتضمن بقائها في

السوق.

وهناك أساليب مختلفة مستعملة لتحديد السعر على أساس التكلفة¹.

فرع أول: التسعير على أساس التكلفة الكلية

ويتم التسعير على أساس نسبة إضافية معينة على تكلفة السلعة أو متوسط التكلفة¹،

وهذه الطريقة تضمن أن تقوم المؤسسة بتغطية تكاليفها وتحقق في نفس الوقت الربح

المرغوب فيه، ومع ذلك فإن لهذه الطريقة لها عيوب منها:

¹ دحمان ليندة، المرجع السابق، ص. 236.

- 1- أنها تعتمد بالتنبؤ بسلوك معين للتكاليف قد لا يتحقق في الواقع العملي وبصفة خاصة مع عدم استقرار المواد الأولية الداخلة في تكوين المنتج وكافة عناصر التكاليف الأخرى.²
- 2- لا تأخذ هذه الطريقة جانب الطلب بعين الاعتبار، أي أنها تفرض أن جميع السلع سيتم بيعها وهذا أيضا افتراض غير منطقي في كثير من الحالات.³
- 3- لا تأخذ هذه الطريقة كذلك جانب المنافسة وحدتها، فقد تكون المنافسة شديدة وبالتالي قد لا تتمكن المؤسسة من تحقيق الربح المرجو.
- وبالرغم من العيوب المصاحبة لهذه الطريقة فإنها تعتبر مناسبة من طرف معظم المؤسسات وبصفة خاصة في الحالات الآتية:
- 1- إذا تمكنت المؤسسة من معرفة مستوى وطبيعة الطلب في السوق.⁴
- 2- إذا كان مستوى الاستهلاك مستقر في بيع السلع وليس له حساسية اتجاه المتغيرات السعرية مثل: الخبز، الحليب،... الخ.⁵
- 3- تعتبر هذه الطريقة مناسبة للمؤسسات التي تعرف حجم الطلب مقدما، فالمناقصات التي تدخل فيها بعض المؤسسات يناسبها استخدام هذه الطريقة لأن الكمية المطروحة في المناقصة⁶ تكون معروفة مقدما.

¹ يمكن أن تختلف السلع من نفس النوع من حيث التكلفة سواء من حيث عدم استقرار المواد الأولية إذا كان هذا عند المنتج، أو إذا كان هذا عند بائع الجملة أو التجزئة فقد تختلف التكلفة باختلاف ثمن الشراء بصفة دورية، فهنا يحسب المتعامل الاقتصادي متوسط التكلفة لزيادة هامش الربح.

² يعني بالتكاليف الأخرى خاصة اليد العاملة والضرائب التي قد تتميز بعدم الاستقرار وقد تؤثر في حجم التكلفة.

³ دحمان ليندة، نفس المرجع، ص.237.

⁴ يجب على المؤسسة أن تعرف المواسم التي تكثر فيها الطلب ومواسم الكساد.

⁵ خاصة السلع المسعرة من طرف الدولة.

⁶ تعتبر المناقصة هنا هي حجم الطلب، وبالتالي فيكون الطلب معروف مسبقا في دفتر الشروط.

4- تعتبر هذه الطريقة مناسبة للمؤسسات التي تستخدم المعدل الفائدة¹ على الاستثمار أو المبيعات الصافية كهدف سعري، فالمؤسسات بعد حسابها للتكاليف المرتبطة بالإنتاج وتسويق المنتجات يمكن أن تضيف هامش الربح الذي سيحقق لها المعدل المطلوب.

5- تتناسب هذه الطريقة العديد من المؤسسات وخاصة في ظل حالات التضخم² وارتفاع الأسعار الذي يعاني منه اقتصاد معظم الدول ومنها الجزائر، ويؤدي ذلك إلى ارتفاع التكلفة وتقلص الربح مما يؤدي إلى المؤسسات بنقل عبء التضخم إلى المستهلك وذلك بحساب التكاليف وإضافة هامش الربح المرغوب تحقيقه.

وتعتبر هذه السياسة السعرية من السياسات الرائجة والشائعة عند الوسطاء عند حساب السعر الذي يبيع فيه للطرف الثاني في الحلقة حتى تصل إلى المستهلك النهائي³.

فرع ثاني: التسعير على أساس العائد على الاستثمار⁴

باستخدام هذا الأسلوب يحاول المتعامل الاقتصادي أن يحصل على نسبة عائد محدد مقدما على كمية الأموال المستثمرة في إنتاج وتسويق المنتج أو كمبلغ إجمالي محدد وهي مشابهة إلى حد ما لأسلوب التسعير على أساس التكلفة.

¹ يعتبر معدل الفائدة في النظرية الاقتصادية الحديثة أنها جزء التخلي عن السيولة، فالفائدة هي الثمن الذي يجب أن تدفعه المؤسسات لإغراء أولئك الذين يحوزون أرصدة نقدية عاطلة للتخلي عن السيولة الكامنة في هذه الأرصدة . فلكي تغري الذي يحتفظ بنقوده على التنازل عنها يجب أن تدفع له مكافأة في صورة فائدة لتعويضه عن المزايا التي كان يحصل عليها من احتفاظه بأمواله في صورة نقود سائلة.

² التضخم يمكن تعريفه على أنه عبارة عن نسبة التغير في أسعار المستهلكين.

³ دحمان ليندة، نفس المرجع، ص.238.

⁴ في عالم التداول والتمويل، العائد على الاستثمار ويعرف أيضاً باسم "معدل الربح"، "العائد" هو عبارة عن النسبة بين الأموال المكتسبة أو الخاسرة في إحدى الاستثمارات إلى مقدار الأموال المستثمرة.

نفرض مثلا أن المؤسسة تقوم باستثمار 2000 دج في منتج معين ويتوقع الحصول على 10% من عائد على الاستثمار أي 200 دج، فيتم إضافة الربح المطلوب إلى التكاليف الثابتة، حيث يتم حساب العائد (10%) من الاستثمار كنوع من التكاليف الثابتة، ويتم احتساب التكلفة مرة أخرى (بعد إضافة العائد من الاستثمار)، ويتميز هذا الأسلوب بالبساطة والوصول إلى العائد المطلوب، ولكن في الوقت نفسه يهمل جانب الطلب وخاصة أسعار المنافسين الآخرين في السوق، وبالتالي عائد الاستثمار في هذه الحالة لا يُضمن تحققه.¹

فرع ثالث: التسعير على أساس التكلفة الحدية

وفقا لهذا الأسلوب تقوم المؤسسة بمحاولة بيع وحدة إضافية من المنتج في مقابل التكلفة الإضافية التي تحملتها لإنتاج هذه الوحدة. وفي ظل هذا الأسلوب فإن المنتج لا يغطي كافة التكاليف وإنما فقط التكاليف التي تدخل في إنتاج المنتج، وتستخدم هذه الطريقة في أوقات معينة حيث تسعى المؤسسة للبقاء في السوق أو مواجهة فترة زمنية معينة، فنقوم بتسعير منتجاتها بالشكل الذي يغطي المواد الأولية وأجور العمال وكافة التكاليف المرتبطة بإنتاج المنتج على أمل أن تتحسن الأمور مستقبلا وتستطيع أن تحدد السعر الذي يغطي كل أنواع التكاليف وزيادة هامش الربح.²

يعتمد هذا الأسلوب على كل من التكاليف الكلية للسلعة والإيرادات المحققة من بيعها فيجب أن تكون متعادلة، أي أن المؤسسة لا تحقق أرباح ولا تتحمل أي خسائر.

أما عيوب هذا الأسلوب فتتمثل في افتراضه بيع كل الوحدات المنتجة، فلهذا فلنجاح هذا الأسلوب يجب أن يكون الطلب على هذه السلعة مستقر ودائم.

¹ نفس المرجع، ص. 239.

² نفس المرجع والموضع نفسه.

مطلب ثاني: التسعير على أساس الطلب

إن تحديد الأسعار على أساس الطلب هي أسلوب آخر من أجل تحديد السعر وتمثل في تحليل سلوك المستهلكين المحتملين لهذا المنتج والذين يُكوّنون السوق الذي يريد المتعامل الاقتصادي الدخول فيه.

إذا كانت التكاليف تضع الحدود الدنيا للسعر الذي يمكن للمنتج أن يتسم به فإن مستوى الطلب يضع الحدود القصوى للسعر الذي يمكن أن يدفعه المستهلك، فيجب أن يكون المنتج يفسر قدر الطلب عليه، فكلما زاد الطلب كلما كان السعر أكثر مرونة ويمكن للمؤسسة ان تتلاعب به، أما إذا كان ضعيف فهنا هي مجبرة على التحكم في السعر أكثر¹.

وبناء على هذا، فتحديد السعر وفقا لهذا الأسلوب لا يعتمد على تكلفة إنتاج المنتج² بقدر ما يعتمد على مدى استعداد المستهلك لدفع سعر معين واستجابته لقيمة المنتج مقارنة بالسعر، وقد تصبح التكلفة العنصر الأساسي عند تحديد السعر عندما تكون استجابة المستهلك لقيمة السلعة، عند إذن يجب أخذها بعين الاعتبار من أجل تخفيض السعر³.

فرع أول: تحليل الطلب على السلعة

يلاحظ بصفة عامة أنه هناك علاقة عكسية بين الطلب والسعر، فكلما انخفض السعر على سلعة معين كلما زاد الطلب عليها، والعكس صحيح أي كلما زاد السعر كلما

¹ نفس المرجع، ص 240.

² هذا لا يعني أنها لا تأخذ بعين الاعتبار التكلفة، لأنها أساسية لتحديد السعر وإنما الطلب يحدد السعر الذي يمكن أن تحققه المؤسسة.

³ هذا كي لا تقع المؤسسة غي مخالفة قواعد المنافسة بقيامها ببيع السلعة بالخسارة الممنوعة في مختلف القوانين المقارنة ومنها قانون المنافسة الجزائري الساف الذكر في مادته 12 السالفة الذكر كذلك.

نقص الطلب عليها، ولكن تبقى هذه القاعدة العامة إذا لا يمكن إدخال كل المنتجات داخل هذه العلاقة، فهناك بعض السلع تقدم أسعار عالية وتحقق مبيعات عالية وعندما تخفض أسعارها لا تحقق مبيعات أكثر¹، و بالاعتماد على دراسات سلوك المستهلك نجد أن كثير من المستهلكين يفضلون السعر الأعلى لأنه يعطي أمانا أكبر ومؤشر للجودة العالية.

حيث أن المستهلك على استعداد أن يدفع سعرا إضافيا مقابل شعوره بالاطمئنان من ناحية الجودة، وخاصة بعض السلع مثل منتجات الأطفال، المنظفات الخاصة بالجلد والشعر، الأدوية، الألبسة... الخ².

فرع ثاني: الطرق المختلفة لتحليل وتقدير الطلب

هناك العديد من الطرق المختلفة من أجل تحديد وتحليل الطلب والتنبؤ به، ويساعد هذا التحليل عند دراسة الأسعار المختلفة والبديلة والتي يمكن أن يقدمها المنتج، ومن أهم هذه الطرق³:

أولاً: الحكم الشخصي وأخذ رأي الخبراء الآخرين

تعتبر هذه الطريقة من أبسط الطرق المستعملة في تقدير الطلب وأكثرها شيوعاً، فكثيراً من المؤسسات تستعمل هذه الطريقة بالاعتماد على خبراتهم وخبرات الآخرين من أجل تكوين نظرة عن مقدار الطلب على مشروع السلعة التي سوف يتم إدخالها في السوق، وبالإضافة إلى ذلك يتم القيام باستطلاع الآراء المختلفة التي تُكون السوق وتكون على دراية

¹ في هذه الحالة ربما يقع العكس، حيث إذا انخفضت الأسعار على نفس السلعة يتبادر إلى أذهان المستهلكين أن جودة هذه السلعة هي اقل من الأولى وبالتالي ينقص الطلب عليها، لأنه كما ذكرنا في السابق فالدراسات التي قامت بها جمعيات المستهلكين أثبتت أن السعر هو المعيار الأساسي لقياس الجودة لدى معظم المستهلكين.

² نفس المرجع، ص. 241.

³ محمد فريد صحن، المرجع السابق، ص. 297.

بمتغيراته¹، من ضمن هذه المجموعات المستهلكين أنفسهم، رجال البيع، رجال الإدارة العليا وآراء العديد من الخبراء².

فمعرفة احتياجات المشترين ومقاصدهم يعتبر من أفضل المصادر التي يمكن الاعتماد عليها من أجل تحديد السعر، فعن طريق هذه البحوث يمكن تحديد المشترين المحتملين³ ومقابلتهم وسؤالهم عن احتياجاتهم من المنتج ومعرفة السعر المناسب لهم من خلال معرفة السعر الذي يدفعونه في المنتجات المماثلة... الخ، ويتوقف نجاح هذا الأسلوب على درجة استعداد المشترين للتعبير عن مقاصدهم، وذلك للأسباب التالية:

- أن هناك العديد من المشترين الذين لا يعرفون مقاصدهم.
- كما أن هناك البعض الآخر الذين لا يريدون التعبير عن مقاصدهم.
- وهناك البعض الآخر الذين لا يقومون بتنفيذ مقاصدهم التي عبروا عنها سابقا لأسباب متعددة⁴.

ويعتبر آراء رجل البيع المصدر الثاني من أساليب التنبؤ حيث أن أفراد المتصلين بالسوق هم أكثر وأقدر بالتنبؤ بالطلب خلال الفترة الزمنية المقبلة، وتتميز هذه الطريقة بمشاركة في التنبؤ بالمبيعات واضعين في الاعتبار الظروف المحلية والمنافسة والظروف والفرص المتاحة. ويعاب على رجال البيع التقليل من المبيعات التقديرية لهدف إبعاده عن السوق، يضاف إليها نقص خبرتهم في معرفة الظروف الاقتصادية التي تؤثر على الطلب⁵.

¹ تتم هذه العملية خاصة بالنسبة للمؤسسات الأجنبية التي تريد الدخول في السوق الوطنية، فنقوم باستطلاع آراء المستهلكين والخبراء ورجال الميدان من أجل معرفة مقدار الطلب على السلعة التي تريد المؤسسة إدخالها.

² دحمان ليندة، المرجع السابق، ص. 241.

³ يمكن أن يكونوا مستهلكين أو بائعين وسطاء.

⁴ من بين هذه الأسباب تغير الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية ... أو تغيير أذواق المشترين.

⁵ محمد فريد صحن، المرجع السابق، ص. 299.

وبنفس المنطق يتم اللجوء إلى رجال الإدارة المتخصصين في هذا المجال من أجل معرفة تقديراتهم عن اتجاهات الطلب في المستقبل.

وعادة ما تقوم المؤسسة بتعديل الآراء و التنبؤات المأخوذة من رجال البيع و رجال الإدارة ودمجها مع آراء المستهلكين وإضافة خبرة وتجربة المؤسسة لتكوين الاتجاهات العامة للطلب وتحديد السعر المناسب لمستوى الطلب¹.

ثانيا: الطرق الاقتصادية

عند دراسة الطلب يجب التعرض لبعض المفاهيم الاقتصادية المرتبطة بالطلب والمحددة بالتغيرات في النشاط الاقتصادي، وأحد هذه المفاهيم هي مرنة الطلب وهي تعني مدى تغير الطلب بتغير محدداته أي مدى تأثر او رد فعل الطلب للتغير في الأسعار والدخل والإعلان وغيرهما من المحددات².

ثالثا: الطرق الإحصائية

هناك العديد من الطرق الإحصائيات المتقدمة التي تبحث في العلاقة بين المتغيرات المختلفة التي تؤثر في الطلب مما يمكن من التنبؤ باتجاهات الطلب المستقبلية³.

مطلب ثالث: التسعير على أساس أسعار المنافسين

يشكل المستهلكون تصوراتهم عن قيمة السلعة على أساس سعر الذي يحدده المنافسون على السلع المشابهة، حيث يقوم المستهلك بالمقارنة بين الأسعار الموضوعة على نفس السلعة.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² دحمان ليندة، المرجع السابق، ص.242.

³ المرجع والموضع نفسه.

يمثل المنافسون عاملا خارجيا هاما كما ذكرناه في السابق ومؤثرا على قدرة المؤسسة في تحديد أسعارها، فأسعار المنافسين تعتبر الحدود التي يمكن أن تشكل مجال المؤسسة في تحديد أسعارها إذا أرادت البقاء في السوق، ويستعمل هذا الأسلوب في تحديد أسعار المنتجات عند إدراك المؤسسة قوة المنافسة في مجال السلع التي يبيعها، فإثناء تحديد السعر المبدئي لابد لها دراسة أسعار المنافسين، وخاصة عندما تكون المنتجات المعروضة في السوق جديدة¹.

إن المؤسسة لها ثلاث طرق من أجل تحديد أسعارها لمواجهة المنافسة في السوق وهي:

فرع أول: التسعير في مستوى المنافسين

تقوم المؤسسة بوضع سعر لمنتجاتها يقارب الأسعار المعلنة في السوق من قبل المنافسين، وعادة تطبق هذه الطريقة إذا كانت المنافسة حادة في الأسواق وهناك اختلافات بين المنتجات المعروضة، وبالتالي فالمؤسسة هنا تصبح مقيدة باتباع أسعار المنافسين إذا أرادت المحافظة على مكانتها في السوق.

تعتبر هذه الطريقة مناسبة للسوق الذي يتميز بالمنافسة الكاملة² حيث يعلم المشتري والبائع الكثير من المعطيات عن السوق وجميع المنتجات المعروضة متشابهة إلى حد كبير، ومثال ذلك المنتجات الزراعية وصناعات الغزل والنسيج... الخ.

¹ محمد فريد صحن، المرجع السابق، ص، ص. 272، 273.

² المنافسة الكاملة هي عدم قدره المنتج الواحد او البائع الواحد التأثير في الثمن ويتقبله كحقيقة ولا يمكن أن يؤثر فيها وعليه ان يكيف ظروفه طبقا للسعر الموجود في السوق. ومن خصائصها: وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين، تجاني السلع موضوع البيع، حريد دخول وخروج المنظمين من ميدان الإنتاج، حرية انتقال عناصر الإنتاج، توافر علنية السوق، عدم وجود نفقات النقل.

وتستخدم هذه الطريقة في حالة وجود ما يطلق عليها "الأسعار السائدة"¹، فالمنتجات التقليدية مثل المياه الطبيعية والحلوى... الخ، يتبعون هذه الطريقة وإذا حدث ارتفاع في التكلفة يحاول المنتج أن يختار بدائل أخرى غير رفع السعر مثل تخفيض الكمية أو الجودة. وبالرغم من ذلك ففي بعض الأحيان ارتفاع التكلفة يؤدي إلى ارتفاع الأسعار الرائدة، حيث لا يجد المنتج أي بديل على رفع السعر ولكن تكون عامة على المنافسين الآخرين، وبالتالي يصبح السعر الجديد هو السعر الرائد².

وتطبق هذه الطريقة أيضا في حالة منافسة القلة³، حيث تتفادى المؤسسات الدخول في حرب الأسعار وبالتالي تكون أسعار سلعهم متشابهة ومتقاربة إلى حد كبير.

فرع ثاني: التسعير بأقل من مستوى المنافسين

وتستخدم هذه الطريقة بصورة كبيرة في متاجر الخصم في الأسعار أو متاجر الخدمات التي تقدم خدمات قليلة للمستهلك وتقوم فلسفة أعمالهم على الحصول على هامش من الربح قليل يعوضه الحجم الكبير من المبيعات⁴، وتلجأ بعض المتاجر الأخرى مثل متاجر التجزئة إلى هذا الأسلوب عن طريق تخفيض بعض الخدمات أو الدفع الفوري بدلا من التقسيط وبطاقة الائتمان⁵.

¹ الاسعار السائدة وهي الأسعار المتداولة في السوق والمعروفة بين الناس والتي لا تتغير إلا نادرا، مثلا سعر الحلوى في الجزائر هي 1 دج سائدة بين الجميع.

² دحمان ليندة، المرجع السابق، ص، ص. 243، 244.

³ في هذه الحالة تكون المنافسة قليلة أي عدد قليل من المنافسين وبالتالي لا تكون هناك تنافس حاد بينهم فتصبح أسعارهم مستقرة.

⁴ تستعمل هذه الطريقة خاصة في موسم التخفيضات Solde، حيث يكون حجم المبيعات كبير مع هامش ربح صغير، ولكن يجب أن يكون استعمال هذه الطريقة في إطار القانون كما سوف نراه لاحقا.

⁵ نفس المرجع، ص. 244.

فرع ثالث: التسعير أعلى من أسعار المنافسين

تقوم بعض المؤسسات ومتاجر التجزئة بتحديد أسعار أعلى من أسعار المنافسين في حالة تميز منتجاتهم ببعض الخصائص التي لا توجد في المنتجات المشابهة لها والمعروضة في السوق أو استنادا على شهرة المنتج أو الموزع أو الاسم التجاري، وتستخدم هذه الطريقة بنجاح في حالة المؤسسات التي تتبع استراتيجية تمايز المنتجات، وفي بعض الأحيان تزيد في أسعار منتجاتها عن أسعار المنافسين لإيهام المستهلك بأن هذه المنتجات متميزة عن منتجات المنافسين حتى ولو لم تكن كذلك¹.

فصل ثاني: ضوابط مبدأ حرية تحديد الأسعار

إن تطبيق مبدأ حرية الاستثمار والتجارة المنصوص عليه في الدستور² يعني بصفة مباشرة تطبيق مبدأ حرية المنافسة والتي دعامتها حرية تحديد الأسعار، ولكن عندما نعود إلى المادة 43 من دستور 2016 المذكورة أسفله، نلاحظ أنها ركزت على أن تمارس في إطار القانون، وهذا يعني أن الدولة لم تتخلى عن النشاط الاقتصادي بمجرد أنها تبنت اقتصاد السوق، بل مازالت تلعب دورا هاما في هذا المجال فهي تلعب دور الموجه والمنسق لتلك النشاطات من أجل الصالح العام للمجتمع.

تعتبر جميع الممارسات التجارية والتي تكون بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم أو مع المستهلك لا تقوم بدون مبدأ حرية الأسعار، وهذا ما نصت عليه وكرسته المادة 04 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة

¹ كما رأينا سابقا اتجاه سلوك المستهلك للسلعة ذات السعر العالي على أساس أنها أكثر جودة.

² المادة 43 من دستور 2016: " حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون"

حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة¹، والمقصود بالشفافية هو إعلام الزبون² بكل ما يتعلق بأسعار السلع والخدمات إعلاماً كافياً ووافياً ومفصلاً، حتى لا يقع الزبون في لبس أو عدم الثقة في المتعامل معه، وهذا ما يكرس المبادئ التي تقوم عليها التجارة بصفة عامة وهي السرعة والائتمان، وشفافية الأسعار تعطي نوعاً من الطمأنينة لدى الزبون وتكون هناك منافسة حرة تقوم على الثقة من عدم تلاعب المتعاملين الاقتصاديين في الأسعار.

ويعد تدخل الدولة من أهم القيود الواردة على حرية الاستثمار والتجارة وبالتالي تقييد من حرية المنافسة عن طريق تحديده أو كما يسمى بالتسعير الجبري لبعض السلع والخدمات التي تعتبر ضرورية للمجتمع سواء بتدعيمها أو تحديد هامش ربحها أو تحديد سعرها مباشرة، ولكن ليس بصفة مطلقة بل لتحقيق أهداف اجتماعية مثل تشجيع بعض النشاطات الاقتصادية أو حماية المستهلك من خلال ضبط السوق كالحد من التغيرات العشوائية للأسعار من قبل الأعوان الاقتصاديين، أو من أجل الحد من الارتفاع الفاحش لبعض المواد ذات الاستهلاك الواسع... الخ.

ولم تكن الشريعة الإسلامية غافلة عن تشجيع مبدأ حرية المنافسة وبالتالي ترك الأسعار تخضع لمبدأ العرض والطلب، ولكنها مع ذلك شرعت التسعير الجبري في حالات معينة وحرمتها في حالات أخرى، فالإسلام في نظامه المالي يقر الملكية الفردية مادامت وسائل التملك مشروعة، ويقر حرية التصرف في الأموال مادام ذلك التصرف متمشياً مع روح الشريعة الإسلامية، ومادامت مصلحة الفرد لا تطغى على مصلحة الجماعة .

¹ المادة 04 معدلة بالمادة 03 من القانون 10-05 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010، الذي يعدل ويتم الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 08 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت 2010، ص. 10 .

² نقصد بالزبون سواء المتعامل الاقتصادي أو المستهلك.

فإن حصل طغيان من الفرد أو الجماعة، أو بدأت مؤشرات تلوح في الأفق فإن في النظام الإسلامي من التدابير ما يكفل إيقاف الناس عند حدودهم ومنع أي واحد منهم من تعدى تلك الحدود .

ولحفظ قاعدة التوازن في كل شيء بين الفرد والمجتمع، بين الحاكم والمحكوم كانت النصوص القرآنية والأحاديث النبوية التي تنهى عن الظلم والفساد والغش والاحتكار وتنهى عن التميع والتنتع والإفراط والتفريط .

ولدراسة كل هذا أبيننا أن ندرس شفافية الأسعار كأساس لمبدأ حرية الأسعار (مبحث أول) ثم نتطرق بتدخل الدولة أجل ضبط الأسعار في القانون الوضعي والشريعة الإسلامية (مبحث ثاني).

مبحث أول: شفافية الأسعار كأساس لمبدأ حرية الأسعار

ولتحقيق مبدأ شفافية الأسعار لا بد من وجود وسائل لتحقيق ذلك وهو ما قام به المشرع في القانون 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ والمعدل والمتمم بالقانون 10-06 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010² والذي خصص المطلب الأول للإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والمطلب الثاني نتناول فيه الفوترة.

¹ قانون 04-02 منشور في الجريدة الرسمية عدد 41 لسنة 2004 المذكورة سابقا، ص.ص. 04-11
² المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 08 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010، ص.ص. 11-13

مطلب أول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع

نظمت قوانين المنافسة الالتزام بالإعلام، في شقها الخاص بشفافية الممارسات التجارية، رغم أن هذا الالتزام يغلب عليه طابع الحماية الخاصة لمصالح المستهلك أكثر من حماية السوق بشكل عام.

ويهدف الإعلام بالأسعار وبشروط البيع، تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف الأسعار وشروط البيع المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه، فهو يحمي رضا المستهلك ويجعله يعبر عن إرادة واعية وسليمة¹.

وبالتالي سوف نركز في الأول على التزام بإعلام بالأسعار والتعريفات (فرع 1)، ثم نتطرق إلى الاعلام بشروط البيع (فرع 2).

فرع أول: الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات

إن الإعلام بالأسعار يعمل على تعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار وذلك بهدف تحقيق منافسة حرة من خلال تحقيق الشفافية في الأسعار.

وعليه نجد أن المادة 04 من قانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تلزم البائع وجوبا بإعلام الزبون بأسعار السلع والخدمات، حيث تنص: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات والخدمات وبشروط البيع"، فهي مادة أمر.

إن الزام العون الاقتصادي بإعلام الزبون بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع هو التزام يرمي إلى تنوير الزبون.

¹ شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان حماية المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية: 2011/2012، ص.84.

وعليه فإن هذا الالتزام هو التزام مستقل عن العقد وسابق له، فهو ليس بالالتزام عقدي ولا تابع للعقد، هو التزام مصدره القانون مثله مثل الالتزامات الأخرى التي تنشأ بنص قانوني، ويكون القانون مصدرها المباشر¹، والهدف من جعل هذا الالتزام مصدره القانون هو تحقيق الشفافية في إنجاز المعاملات التجارية وضمان منافسة حقيقية وشفافة، وبالتالي استقرار السوق.

إذن كما سبق الذكر فإن الإعلام بالأسعار هو التزام يقع على عاتق العون الاقتصادي وحده²، فهو الذي يرجع إليه أمر الإعلام بأسعار السلع والخدمات التي يقدمها. من خلال نصوص المواد 05 إلى 09 من القانون 04-02 نلاحظ أن طرق وكيفيات الإعلام بالأسعار تختلف حسب اختلاف أطراف العلاقة التجارية، فطرق الإعلام بالأسعار المقررة في الممارسات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك، ليست نفسها في العلاقات والممارسات بين الأعوان الاقتصاديين، لذا فلزاما علينا أولاً تحديد مضمون الإعلام، وطرق الإعلام بها.

أولاً: المقصود بالإعلام:

يعرف الإعلام بأنه "تحصيل حقيقة الشيء والتيقن منه"¹.

¹ موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك بالتشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، الجزء 37، سنة 1999، ص.38.

² في فرنسا الإعلام بالأسعار لا يقتصر على العون الاقتصادي وحده، بل هناك جهات معينة تكلف بمهام إعلام المستهلكين حوال الأسعار مثل: المعهد الوطني للإستهلاك وبعض جمعيات حماية المستهلك وكذا تكلف مجالات المستهلكين الشهيرة بنشر أسعار مختلف المنتجات بعد تجربتها وترتيبها وفقاً لمعادلة الجودة والسعر. ومن أجل تطوير الإعلام المقارن بادرت السيدة la lumière وهي وزيرة سابقة للإستهلاك في فرنسا إلى إقامة مراكز محلية للإعلام بالأسعار المسماة CLIP وذلك في سنة 1980، وكان أولها بليل، ليتم بعد ذلك نشرها في مناطق سكنية أخرى وتمثل مهمتها الرئيسية في نشر مختلف أسعار المنتجات الواسعة الإستهلاك وكذا سعرها الاقتصادي. أنظر في ذلك: بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.38.

كما يقصد به، كل بيان أو تعليمات، يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية ما².

كما يعرفه جانب من الفقه بأنه: " التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل، متطور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد، وصفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يتم ببيانات معينة، أو يحث عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذي يلتزم بناء على جميع الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات"³.

وبالرجوع إلى مختلف النصوص التشريعية التي تعنى بحماية المستهلك في الجزائر نجد أنها تحاشت الخوض في مسألة تعريف بالإعلام أو حق المستهلك بالإعلام واكتفت بالإشارة إليه، ونذكر تحديدا المواد 04، 05، 06، 07، 08، والمواد 31 و 32 من القانون 04-02، والفصل الخامس من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴ الذي عنونه بالزامية اعلام المستهلك في المواد 17 و 18.

¹ خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية "دراسة مقارنة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص.84.

² جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2001/2002، ص.35.

³ أشار إليه إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، سنة 2014، ص.260.

⁴ قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ب 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 ل 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق ل 08 مارس سنة 2009.

لكن عرفه القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام¹، وعرف في المادة 3 منه على أن " أنشطة الإعلام بأنها كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه".

أما عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، فإنه التزم بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها لإيصال المعلومات للمستهلك، والتي يجب أن تحقق الشفافية في الممارسات التجارية، أما من حيث استيعاب المستهلك لهذه المعلومات، فلا يسأل العون الاقتصادي في حال لم يستوعب ورغم ذلك أقدم على التعاقد، وإن الغرض من الإعلام هو إبراز محل الممارسة التجارية، اظهر عنصر المعرفة، ادراك حقيقة المبيع أو الخدمة، الإدلاء بالبيانات الكافية حول المنتج.

وعليه يمكن أن يكون التعريف كالاتي: "الالتزام بالإعلام هو واجب قانوني، يقع على عاتق العون الاقتصادي، ويتمتع بموجبه الزبون (المستهلك أو العون الاقتصادي) بحق التعرف على السلع والخدمات وأسعارها وشروط التعاقد، وذلك باستخدام الوسائل القانونية الكفيلة بحدوث الرضا الصحيح لإتمام الممارسة التجارية وفقا لمقتضيات القانون"².

ثانيا: طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات

إن المشرع الجزائري في ظل القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ألزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام الأسعار والتعريفات سواء في علاقتهم

¹ القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 02 ل 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012، ص.ص. 21-33.

² لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص. 162.

فيما بينهم أو في علاقتهم مع المستهلكين، وهذا ما سوف نتعرض إليه من خلال نطاق الإعلام بالأسعار والوسائل المستعملة في ذلك.

أ- نطاق الإعلام:

يتضح لنا باستقراء النصوص القانونية المنظمة للالتزام بإعلام بالأسعار، أن المشرع قد ألزم الأعوان الاقتصاديين بهذا الالتزام سواء في علاقاتهم فيما بينهم، أو بينهم وبين المستهلكين، لكن فرق الفقه بين المنتجات المعروضة على الزبائن والمنتجات غير المعروضة عليهم.

1- النطاق الشخصي للإعلام

ونعني به طرق الإعلام بالأسعار في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك، ثم طرق الإعلام بالأسعار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين أنفسهم (بين عون اقتصادي وعون اقتصادي آخر).

1-1 الإعلام بالأسعار في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك:

بما أن العلاقة هنا تكون بين العون الاقتصادي والمستهلك، فلا بد منا تعريف ماذا نقصد بالمستهلك، والذي عرفته المادة 03 من القانون 04-02 على أنه "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

كما عرفته المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة

موجهة للاستعمال النهائي، من أجل تلبية الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به¹.

إن إعلام المستهلك، يسمح له بالاختيار بين المنتجات والخدمات التي تستجيب لحاجاته ورغباته، والاطلاع على الخصائص الأساسية للمنتجات، والأسعار، وشروط البيع، وبفضل إعلام البائع للمستهلك، يتخذ هذا الأخير قرارته، عن علم ودراية ويرشد استهلاكه، مما يعود بالمنفعة عليه، وعلى السوق، وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة².

كذلك الإعلام بالأسعار اتجاه المستهلك يكون هدفة حمايته من تعسف العون الاقتصادي سواء كان الموزع أو المنتج أو مقدم خدمة، وحمايته من الغش أو التدليس الذي يمكن أن يصدر من العون الاقتصادي، وكذا حمايته من التغيير الاصطناعي للأسعار ارتفاعاً أو انخفاضاً، فالإعلام بالأسعار المقرر لصالح المستهلك يسمح له بمعرفة الأسعار بدون اللجوء إلى التحدث مع العون الاقتصادي، ويمنحه حرية التعامل مع العون الاقتصادي، فيكون اقتناؤه للمنتج أو الخدمة نابع عن إرادة حرة وسليمة، كما أن الإعلام بالأسعار يحمي المستهلك من الممارسات التمييزية التي يمارسها الأعوان الاقتصاديين. إن عدم إعلام وإشهار السعر يجعل العون الاقتصادي يعرض أسعار تختلف باختلاف فئات المستهلكين³.

وتجدر الإشارة إلى أن نص المادة 04 من القانون 04-02، يضيف إلى الإعلام بالأسعار، الإعلام عن تعريفات السلع والخدمات، يعني أن تحدد الأسعار وتنتشر في صورة

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.39.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.81.

³ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.39.

تبين سعر كل منتج وكل خدمة، من أجل اقتناء المستهلك لهذه السلع أو الخدمات بالسعر الحقيقي¹، كما أن إعلام المستهلك بالأسعار الحقيقية يهدف أصلاً إلى حمايته ضد كل غموض، فيما يتعلق بالقيمة الحقيقية للسلع والخدمات المعروضة عليه والتي يلتزم بدفعها².

1-2- الالتزام بالإعلام في مواجهة الأعوان الاقتصاديين

تنص المادة 07 فقرة 01 من القانون 04-02 السالف الذكر على أنه: " يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها".
وعليه، فإذا كان الإعلام بالأسعار واجب عند التعامل مع المستهلك، فإنها تكون كذلك بين المتعاملين الاقتصاديين متى طُلبت من البائع.

أما عن الطريقة التي يمارس بها إعلان هذه الأسعار، فقد نصت الفقرة 02 من نفس المادة على أنه: " ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في مهمته".

تعود أهم أسباب إدراج المشرع لحالة إعلام العون الاقتصادي في الحالة التي يكون فيها زبونا إلى:

- حماية من التلاعب بالأسعار التي قد يقوم بها هذا الزبون، حتى لا يلجأ هذا الأخير (العون الاقتصادي) بدوره إلى رفع الأسعار عند تعامله مع المستهلك، نظراً لارتفاع أسعار تكلفة الإنتاج أو التوزيع¹.

¹ حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2008-2009، ص.248.

² ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية: 2008-2009، ص.176.

- الأمر الثاني يكمن في أنه في بعض الأحيان التعامل الذي يبرمه عون اقتصادي مع غيره من الأعوان الاقتصاديين خارج نشاطه الاعتيادي، أو يتصرف لغايات شخصية يجعله مستهلكا في مواجهة البائع، وأنه يتمتع بالحماية المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش خاصة مع الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري للمفهوم الضيق للمستهلك.

2- النطاق الموضوعي للإعلام بالأسعار:

وهي لا تختلف باختلاف العلاقة بين الطرفين، أي بين العون الاقتصادي والمستهلك، والعلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم.

2-1- المنتجات المعروضة على الزبائن:

تنص المادة أولى من القرار الوزاري المتعلق بإشهار الأسعار²، أن كل تاجر ملزم بإشهار أسعار السلع والخدمات المعروضة للبيع، ثم تحدد نفس المادة في فقرتها الثانية البضائع الخاضعة لهذا الإلتزام وهي: " كل البضائع المعروضة بالواجهة، وعلى بسطة البضائع، وبداخل المخازن، وفي الأسواق، وفي كل مكان مخصص للبيع بوجه عام، كما تنطبق على تقديم الخدمات الملصقة على مرأى من الجمهور "

¹ أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص.59.

² قرار مؤرخ في 23 شعبان 1410 الموافق ل 20 مارس 1990، يتعلق بإشهار الأسعار، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 21 الصادرة في 28 شوال عام 1410 الموافق ل 23 ماي 1990، ص.ص.723-726.

فالأصل أن كل منتج معروض للبيع بالتجزئة على العامة يجب إعلان سعره، بشكل يمكن للزبون من معرفة السعر دون حاجة لأن يسأل صاحب المحل عن ثمنه، ودون الحاجة إلى الدخول إلى المحل إذا كان معروضا خارجه، وتطبق هذه القواعد على كل السلع والخدمات ما عدا المنظمة بنص خاص، وهو ما نصت عليه المادة 05 في فقرتها الأخيرة¹.

إن هذه القاعدة تعرف بعض الاستثناءات نذكر منها:

- لا يكون التاجر مجبرا على إعلام أسعار السلع المعروضة في الواجهات الاستعراضية البعيدة عن المحل، كالمنتجات التي توضع في المحطات والأماكن العامة.
- كذلك فإن السلع الذي يجوز الامتناع عن بيعها، فإنه لا داعي لإعلام بأسعارها، مثل أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات².

2-2- المنتجات الغير المعروضة أمام الجمهور

الأصل أن السلع غير المرئية للزبائن، لا فائدة من إعلام أسعارها، فالسلع غير المؤهلة للبيع الفوري، كالسلع التي لم تستخرج من التعليب الأصلي والتي لا تباع فيه عادة، أو المنتج الذي يستوجب تركيبه قبل عرضه على الزبون، أو السلع المتواجدة في حالة مستقلة تماما عن المحل لا يستوجب إعلام أسعارها، مادامت بعيدة عن مرأى الزبون³.

¹ تنص المادة 05 فقرة أخيرة من القانون 02-04 على أنه: " تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة عن طريق التنظيم"

² تنص المادة 15 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: " تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع... لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات"

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.176.

ب- الوسائل المستعملة في الإعلام

ميز المشرع الجزائري الوسائل المستعملة في الإعلام بالأسعار والتعريفات بالنظر إلى الطرف الثاني في التعاقد، إذ حدد طرقا ووسائل يتم بها الإعلام في البيوع التي يكون فيها أحد الطرفين مستهلكا، والبيوع التي يكون فيها كلا الطرفين عونا اقتصاديا، الأمر الذي لم يكن موجودا في ظل القانون 95-06 المتعلق بالمنافسة، حيث أن المشرع ألزم العون الاقتصادي بإعلام الأسعار سواء كان مشتري عونا اقتصاديا أم مستهلكا، وسواء طلبوا منه الإعلام أم لا¹.

1- وسائل إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات:

إن إعلام المستهلكين يعتبر من الحقوق الأساسية له، ويعتبر عامل تنمية وتشجيع للمنافسة النزيهة والشريفة².

تنص المادة 05 من القانون 04-02 على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة..."

إن طرق إعلام المستهلك بالأسعار هي العلامات والوسم والمعلقات³، أما عبارة "أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، تعني أن طرق الإعلام بالأسعار جاءت على سبيل المثال وليس الحصر، وبالتالي فالمشرع فتح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين لحرية اختيار الوسيلة المناسبة والملائمة على حسب طبيعة كل سلعة أو خدمة مقدمة.

¹ المواد 53 ، 54 ، 55 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، السابق ذكره.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.81.

³ العلامات le marquage، الوسم l'étiquetage، المعلقات l'affichage.

1-1 العلامات:

يخص وضع العلامات على السلع المعروضة على نظر الجمهور، ويكون إعلام المستهلك بأسعارها عن طريق وضع علامات على جميع المنتجات والسلع الموجهة للبيع بالتفصيل، ويخص السلع المعروضة لنظر الجمهور مهما كان مكان تواجدها، في واجهة المحل أو على منضدة البضائع أو الرفوف أو داخل المؤسسة، ويجب وضع العلامة الحاملة للسعر، على السلعة نفسها أو بالقرب منها، ويجب أن تكون سهلة القراءة، سواء كانت السلعة المعروضة خارج أو داخل المؤسسة، وذلك حسب مكان عرض السلع¹.

تستعمل العلامات في الغالب للإعلام بأسعار السلع صغيرة الحجم، كما قد يتم وضع العلامات على شكل حروف مشفرة، فقد اعتبره الفقه إعلاما صحيحا، إذا كانت الطريقة تمكن المستهلك من معرفة الأسعار المقابلة لكل حرف بسهولة وبوضوح بمجرد الرجوع إلى اللائحة².

وبالرجوع إلى أحكام القانون 04-02 السابق ذكره، نجده يشترط إرفاق كتابة السعر بمقياس الوزن أو الكيل أو العدد وهذا ما نصت عليه المادة 05 فقرة 3 : " يجب أن تعدّ أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري...".

بالإضافة إلى ذلك، فقد اشترط المشرع الجزائري على البيوع المشكّلة من منتجات *vente par lots* وضع سعر المنتج بكامله، ثم ثمن كل منتج مكون له على حدى، والحكمة من ذلك هي عدم إلزام المستهلك على شراء منتج غير راغب فيه فنكون أمام بيع

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص 81.

² أشار إليه قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص 178.

تلازمي، أو إلزامه على شراء كمية معينة فيكون البيع بكمية مشروطة¹، وهذا ما أشار إليه المشرع في المادة 05 فقرة 03 بنصها على ما يلي: "... وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن".

1-2- الوسم:

إن الاهتمام المتتالي من المشرع الجزائري بمسألة الوسم تؤكد بما لا يدع مجال للشك على رأي بعض الفقه الفرنسي، أن الوسم أصبح بائعا صامتا خفيا يخضع لقواعد وضوابط هدفها اعلام المستهلك.

وعرفه المشرع الجزائري بأنه كل البيانات أو الكتابات أو الاشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو لافتة أو سمة أو ملصقة او بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها².

يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام، ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج واي معلومات أخرى باللغة العربية اساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ويتعذر محوها³ وفقا

¹ زواري عبد القادر، الحماية الجزائرية للمستهلك في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن احمد، وهران2، السنة الجامعية : 2015-2016، ص.211.

² المادة 03 من القانون 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 ل 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق ل 08 مارس سنة 2009.

³ المادة 18 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق ذكره.

للمادة 44 من المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بإعلام المستهلك¹، وأن يكون كذلك محدد بالعملة الوطنية وهي الدينار الجزائري².

والظاهر أن المشرع الجزائري لم يقيد العون الاقتصادي بالشكل الذي يظهر عليه الوسم مادام أنه تحرى فيه الصدق والاخلاص وبذل العناية المطلوبة من أمثاله المهنيين³.

كما نلاحظ أنه من خلال نص المادة 05 من قانون 04-02 فقرة 02" يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة"، أن المشرع استبعد صراحة الإعلام الشفهي، من أجل إعلام المستهلك، وذلك لسبب بسيط وواضح والذي يتجلى في منع البائع من التلاعب في إعلام المستهلك وعدم المساواة بين الزبائن، إذ اشترط الكتابة يضمن المساواة مع تعامل البائع مع مختلف المستهلكين على الأقل في مجال الإعلام بالأسعار والتعريفات⁴.

كذلك تعتبر من الوسائل الملائمة، استعمال وسائل التكنولوجيا الحديثة من أجل إعلام المستهلكين⁵.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق ل 09 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 58 ل 14 محرم عام 1435 الموافق ل 18 نوفمبر سنة 2013.

² مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق ل 07 فبراير سنة 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 10 ل 15 صفر عام 1430 الموافق ل 11 فبراير سنة 2009.

³ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.167.

⁴ مهري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2016-2017، ص. 25.

⁵ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.180.

1-3- المعلقات:

تستعمل هذه الوسيلة للإعلام عن أسعار الخدمات المقدمة للجمهور، وهو تنظيم كشف، يعلق في مدخل المكان الذي يقدم فيه الخدمة للمستهلك، يضم أسعار الخدمة المقدمة وطبيعتها، بالإضافة لذلك الرسوم والتكاليف الإضافية إذا كانت الخدمة تصحب بعمليات إضافية أو خاصة وكذا تكاليف النقل¹.

في جميع الوسائل المستعملة للإعلام بالأسعار سواء العلامات أو الوسم أو المعلقات أو أي وسيلة أخرى ملائمة، لا بد أن يكون السعر المكتوب مطابقاً للمنتج أو الخدمة المعروضة، فإذا كان المنتج من الأشياء المعينة بالنوع أي من السلع التي تخضع للتقدير، يجب أن يوزن أو يعاد أو يقاس أمام أعين المستهلك، أو في حالة ما إذا كانت هذه السلع موزونة مسبقاً يجب ذكر وزن أو كيل هذه السلعة².

2- وسائل إعلام الأعوان الاقتصاديين بالأسعار والتعريفات

وتتمثل كيفية إعلام في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين حسب نص المادة 07 من القانون 02-04 فيما يلي:

1-2- جداول الأسعار أو نشرات البيانات:

جدول الأسعار وثيقة ينظمها العون الاقتصادي تتضمن جدولاً بقائمة السلع والخدمات المقدمة والأسعار التي تقابلها، بما فيها الضرائب والرسوم المفروضة عليها، حيث

¹ مثلاً في المقاهي نجد أن الإعلام بالأسعار فيها، يكون من الخارج عن طريق قائمة للمشروبات والمرطبات وغيرها والسعر المقابل لها، أما من الداخل فيجب عرض وثيقة على الزبون تمكنه من الاطلاع على كل ما هو معروض للاستهلاك وكذا سعر كل ذلك بصورة مقابلة .

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.44.

توضع هذه الجداول في المكان الذي يتم فيه استقبال الزبون بشكل لا يدع للشك، أو ريب حول طبيعة الخدمة أو سعرها.

يجب أن تكون هذه الجداول مكتوبة بوضوح، حيث يسهل قراءتها وتوضع على مرأى الجمهور، ومن أمثلة ذلك الجداول التي تضع فيها المؤسسات الاقتصادية أسعار منتوجاتها وتدون فيها طرق التخفيض وكيفيات الدفع إلى غير ذلك¹.

هناك بعض الخدمات ذات طبيعة متعددة تختلف باختلاف الطلب الذي يتقدم به الزبون أو متطلباته الخاصة، مثال ذلك التركيب أو الصيانة، حيث لا يمكن وضع سعر موحد لكل الزبائن، ولكن تختلف من زبون إلى آخر، وذلك أن السعر هنا يحدد على أساس معيار معين مثل ساعات العمل أو سعر الخدمة بالمتر المربع، ثم يتم إضافة باقي التكاليف كتكاليف النقل مثلا².

وتوجد خدمات كذلك التي يتم تقديمها مقابل نسبة معينة من ثمن الشيء المباع أو الخدمة المقدمة، وفي هذه الحالة يجب إشهار هذا النوع من التخالص وذلك عن طريق تحديد الخدمة وكيفية حساب النسبة المطلوبة³.

أما النشرات البيانية فهي وثيقة تتضمن قائمة بالسلع والخدمات المقدمة وما يقابلها من أسعار، ويجب هنا أن يبين معها تركيبة تلك الأسعار.

¹ لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2004/2003، ص. 27.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 181.

³ لطاش نجية، المرجع السابق، ص. 27.

2-2- دليل الأسعار:

هي وثيقة تتضمن جداول الأسعار تسلم للزبون في مكان البيع أو المكان المخصص لاستقبال طلبات تقديم الخدمة، وهي كثيرة الاعتماد عندما يكون المنتج معقد الاستعمال، أو في حالة الخدمات المتعددة والمتشابهة والتي يستوجب تشغيلها أو تقديمها شروط معقدة، لا يمكن أن تكون محل اشهار مثل الدليل الخاص بوكالات الأسفار¹.

بالإضافة إلى كل هذا فالمشرع لم يحدد على سبيل الحصر الوسائل المستعمل بل فتح المجال لكل الوسائل الملائمة المقبولة مهنيا، أي بعبارة أخرى يجوز لمقدم الخدمة أو بائع الشيء عندما يكون الطرف التالي في العلاقة التعاقدية عوناً اقتصادياً، أن يستعين بأية وسيلة يراها تفي بغرض إعلام العون الاقتصادي، بشرط قبولها وعدم خروجها عما هو سائد في الوسط التجاري.

فرع ثاني: الإعلام بشروط البيع

تعتبر شروط البيع أساساً جوهرياً لانطلاق المفاوضات بين البائع والمشتري بقصد إبرام العقد، ولهذا يلزم العون الاقتصادي بإعلام المشتري بالشروط، حيث نصت المادة 04 من القانون 02-04 على أن " يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"، وقد تضمنت هذه المادة إضافة إلى وجوب إعلام الزبائن بأسعار السلع والخدمات، إعلام الزبائن بشروط البيع، وينصرف التزام البائع بالإعلام بشروط البيع إلى المشتري المهني أو المحترف، كما ينصرف كذلك إلى المشتري غير المهني أي المستهلك².

¹ قارة سليمان محمد خليل، نفس المرجع، ص.182.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.83.

أولاً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة الأعوان الاقتصاديين

يجب أن تتضمن شروط البيع كفيات الدفع التي يقترحها المنتج أو الخدمة للزبائن مثل آجال الدفع، ضمانات الدفع، ومبلغ الحسومات والتخفيضات، وهذا ما نصت عليه المادة 09 من القانون 02-04 : " يجب أن تتضمن شروط البيع إجبارياً في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كفيات الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات".

وليس لتنفيذ الالتزام بالإعلام بشروط البيع شكل خاص، حيث يمكن لأن يتم بأية وسيلة تتفق مع العادات المعمول بها في المهنة.

أ- مدى إلزامية البائع بإعداد وثيقة شروط البيع:

إن المادة الرابعة السالفة الذكر، تضمنت وجوب إعلام الزبائن بالأسعار وشروط البيع، ولم تنص صراحة على إعداد جداول الأسعار ووثائق شروط البيع، ولذا فهي تلزم البائع أو مقدم الخدمات بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بها، دون ضرورة إعدادها وتحضيرها مسبقاً، وقد انقسم الفقه في فرنسا بشأن هذه المسألة.

فهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام بشروط البيع الذي هو التزام ناتج عن نص جنائي يجب أن لا يتوسع في تفسيره، بمعنى أن الالتزام لا يمكن أن يفرض إلا بالنسبة للعون الاقتصادي الذي أعد هذه الشروط وحضرها¹.

ولكن يُرد على هذا الرأي، أنه إذا كان الالتزام بالإعلام بشروط البيع لا يكون ملزماً إلا بالنسبة للعون الاقتصادي الذي أعدها مسبقاً، فالنص يفرغ من محتواه ولا يبقى له أي معنى¹.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.84.

والواقع أنه لو طلبت مؤسسة تسليمها وثيقة شروط البيع، فإن المؤسسة البائعة لا يمكنها تبرير عدم إعلام المؤسسة المشتريّة بهذه الشروط، على أساس عدم امتلاكها للوثيقة التي تتضمنها أو عدم إعدادها وتحضيرها لها².

ولهذا فإن شروط البيع يجب أن تحضر وان تعد، وبمجرد طلبها تقدم إلى المؤسسة الطالبة لها³.

ويطرح تساؤل هنا يتمثل في معرفة ما إذا كان يتوقف إعلام الزبون بشروط البيع على طلب المشتري لها أولاً؟

يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يربط تنفيذ هذا الالتزام بطلب المشتري لهذه الشروط، وإنما أغفل هذه المسألة، خلافاً لالتزام البائع بالإعلام بجدول الأسعار الذي يلزم البائع بإعلام الزبون المهني، بالأسعار والتعريفات عند طلبها⁴، ونرى أنه يكون الالتزام بالإعلام بشروط البيع غير متوقف على طلب المشتري لها، قياساً على الالتزام بالأسعار والتعريفات، غير أنه يطرح تساؤل حول مدى جواز مثل هذا القياس، علماً بأن الأمر يتعلق بنصوص جزائية، يجب عدم التوسع في تفسيرها أو القياس عليها.

¹ RIEM Fabrice, la notion de transparence dans le droit de la concurrence, l'Harmattan, paris; p.65

أشار إليه محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.84.

² ريبير، ر. رويولو، ترجمة منصور القاضي، المطول في القانون التجاري، "مجد" المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، الجزء الأول، المجلد 1، سنة 2007، ص.783.

³ حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء قانون 04-02 المؤرخ في 23 يوليو 2004، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، العدد 11، السنة 2011، ص.79.

⁴ أنظر المواد 04، 07 و 09 من القانون 04-02، السابق ذكره.

ب- الشروط الواجب الإعلام بها للعون الاقتصادي:

انطلاقاً من نص المادة التاسعة من القانون 04-02 السالفة الذكر، نلاحظ أن المشرع الجزائري أجبر العون الاقتصادي على تحديد كفاءات الدفع وكذا الحسوم والتخفيضات والمسترجعات في شروط البيع، وتكون هذه الشروط إجبارية إذا كان المشتري عوناً اقتصادياً، وعليه سنحاول باختصار تبيان المقصود بكفاءات الدفع ومفهوم الحسوم والتخفيضات والمسترجعات¹.

1- كفاءات الدفع:

تعتبر كفاءات الدفع آخر إجراء يتفاوض عليه الطرفان في إبرام عقد البيع، رغم أن كفاءات الدفع تشكل عنصراً مهماً في عرض البيع، حيث يمكن لهذا الأخير أن يمنح خدمة مالية لزيائنه، إذ يمنح دفع متأخر للمشتري إمكانية الانتفاع بالشيء المبوع دون أن يدفع ثمنه، وهذا ما يظهر جلياً في إطار شبكات التوزيع الكبرى، إذا غالباً ما يقوم الموزع بدفع ثمن السلع للممون محل عقد التوزيع، بعد إعادة بيعها، ما يؤدي بنا للقول بأن صاحب السلع في هذه الحالة يقوم بتمويل الشبكة الكبرى للتوزيع.

يجب أن يحدد في إطار الشروط المتعلقة بطرق الدفع، الجزاءات المطبقة في حالة التأخر عن الدفع وكذا طرق حسابها، إضافة إلى وجوب تحديد طرق الدفع والوسائل المتاحة لذلك².

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.191.

² Julien CARMINATI, la loyauté dans les relations commerciales au sens de code commerce, Thèse de doctorat, université de Toulouse, France, Année universitaire: 2013/2014, p.43.

2- شروط البيع العامة المميزة:

يستطيع المورد وضع عدة نماذج من شروط البيع العامة، إذ كان كل واحد منها معداً لفئات مختلفة من المشترين المحتملين، حيث يبدو من الملائم السماح بوضع شروط بيع تتغير حسب ما إذا كانت موجهة إلى بائعين بالجملة، أو موزعين صغار، أو تتعلق بموزعين يقعون في مناطق زبائن مختلفة لا يمارس النشاط نفسه، وبالتالي لا يطال منع الممارسات المخلة بالشفافية، اللجوء إلى معاملة متميزة لمؤسسات كائنة في أسواق متميزة¹.

3- شروط الشراء العامة:

رغم أن القانون لم ينص على الشروط العامة للمشتري، إلا أنه جرى العمل بها في بعض الدول كفرنسا، بعد أن تطور التوزيع الكبير وأصبح في وسع المشتري أن يضع شروطه العامة مثل ما يفعل البائع.

وتحدد الشروط العامة التي يعتمدها المشتري في التعاقد مع مورده مثلاً في شروط التسليم، وكيفية الدفع وزمانه، والاحتفاظ بحق الملكية، ويلاحظ أن هذه الشروط يمكن أن تتعارض مع الشروط العامة للبائع، ويتم حل هذا التعارض بموجب قانون العقود.

ويمكن ذكر مجال للتعارض بين الشروط العامة للبائع والشروط العامة للمشتري الموزع خصوصاً في مجال الاحتفاظ بحق الملكية، حيث أن الغالب أن يشترط المشتري الموزع في شروطه العامة، إزالة بند الاحتفاظ بالملكية الوارد في الشروط العامة للبائع².

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.86.

² ريبير، ر. رويو، المرجع السابق، ص.785.

3- اتفاقات التعاون التجاري:

قد تستدعي بعض الأسباب، عرض المنتجات، وبكيفية وطريقة معينة، يكون موزع معين، أفضل من يوفر هذه الكيفية أو هذه الطريقة، مما يجعله يطلب لنفسه مكافأة من مورديه.

وقد وصفت هذه الممارسات بأنها تعاون تجاري، وتوضع اتفاقات التعاون التجاري تحت شعار الحرية التجارية، وهي تختلف عن شروط البيع العامة، حيث يجب نشرها أو اطلاع أي مشتر مهني عليها، إذا طلب ذلك، وهي مغطاة بسر الأعمال¹.

والملاحظ هنا، أن الشروط المتعلقة بالخصوم والتخفيضات والمسترجعات تقترب أكثر من شروط المتعلقة بالأسعار منها المتعلقة بشروط البيع، إذ كان افضل أن يضمنها المشرع في المادة 05، 06 و 07 والمتعلقة بالإعلام والأسعار والتعريفات. وعلى خلاف المشرع الفرنسي قد ضمنها في المادة المتعلقة بالإعلام بشروط البيع لكنه فصلها عن هذه الأخيرة، إذ أنه نص في المادة L 441-6 من القانون التجارية الفرنسي على ما يلي: " كل منتج أو مؤدي خدمة أو بائع بالجملة أو مستورد ملزم بإعلام بالشروط العامة للبيع لكل مشتري سلع أو طالب خدمة، والذين يطلبون ذلك بغرض إشباع حاجات نشاطهم المهني، وتتضمن:

- الشروط العامة للبيع،
- جدول أسعار الوحدة،
- تخفيضات الأسعار،

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.86.

- كفيات الدفع...¹.

الأمر الذي كان على المشرع الجزائري أن يقوم به، وهو عزل تخفيضات الأسعار عن الشروط العامة للبيع وإدخالها ضمن الشروط العامة المتعلقة بالسعر، والمقصود بالتخفيضات هي كل تنزيل في السعر يمنحه البائع لاسيما لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة و/ أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمة، أما الاقتطاع فيعرف على أنه كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخير في التسليم و/ أو عيب في نوعية السلعة، أو عدم مطابقة تأدية الخدمة، أما الانتقاص فهو كل تنزيل تجاري يمنحه البائع مكافئة لوفاء المشتري، ويحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم المنجزة مع هذا الأخير خلال مدة معينة².

ثانيا: الالتزام في مواجهة المستهلكين

فرض القانون على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك ببعض المعلومات الزهية المتعلقة بميزات المنتج أو الخدمة، كما فرض عليه اطلاع المستهلك على شروط البيع أو تقديم الخدمة.

¹ Article L441-6 du code de commerce français dispose :

" Tout producteur, prestataire de services, grossiste ou importateur est tenu de communiquer ses conditions générales de vente à tout acheteur de produits ou tout demandeur de prestations de services qui en fait la demande pour une activité professionnelle. Elles comprennent :

- les conditions de vente ;
- le barème des prix unitaires ;
- les réductions de prix ;
- les conditions de règlement".

² أنظر تعريفات التخفيض، الاقتطاع والانتقاص، المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفيات ذلك، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 80 ل 09 ذي القعدة عام 1424 الموافق ل 11 ديسمبر سنة 2005. ص.ص. 18-21.

أ- تقديم معلومات نزيهة تتعلق بمميزات المنتج أو الخدمة للمستهلك:

نصت المادة الثامنة من القانون 02-04 على أنه: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأيّة طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة...".

وقد كرس قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك في المادة 17 منه التي تنص على أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأيّة وسيلة أخرى مناسبة".

ب- إخبار المستهلك بشروط البيع:

أضافت المادة الثامنة السالفة الذكر أن البائع ملزم بإخبار المستهلك ب " ...شروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

يرمي هذا الإعلام إلى تنوير المستهلكين بالكيفيات الخاصة لتنفيذ العقد، عندما لا تتفق هذه الكيفيات مع القانون العام، ويمكن أن تخص مثلا التسليم وشروط الدفع، شروط إلغاء العقد أو شروط تجديده¹.

بالنسبة إلى العقوبات المقررة لمخالفة الأحكام المتعلقة بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع يمكن تقسيمها إلى قسمين:

• عقوبات أصلية:

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.ص. 86-87.

لقد فرق المشرع الجزائري بين الإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات من جهة والإعلام بشروط البيع من جهة أخرى، إذ قرر في المادة 31 من القانون 04-02 السابق ذكره عقوبة مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات والمتمثلة في غرامة ما بين خمسة آلاف (5000 د.ج.) إلى مئة ألف دينار (100000 د.ج.)، أما المادة 32 فقد أقرت بعقوبة الإخلال بالالتزام بالإعلام بشروط البيع والمتمثلة في غرامة ما بين عشرة آلاف دينار (10000 د.ج.) إلى مائة ألف دينار (100000 د.ج.).

• العقوبات التكميلية:

تتمثل هذه العقوبات في المصادرة والمنع من ممارسة نشاط أو الشطب من السجل التجاري، وكذا نشر الحكم.

المصادرة هي نزع ملكية المال جبرا عن صاحبه بغير مقابل وإضافته إلى ملك الدولة، والمصادرة كجزاء عيني يختلف عن الغرامة التي يتم تسديدها نقدا¹.

كما عرفت المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري المصادرة على أنها: " الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال... " والمصادرة كعقوبة تكميلية تعد من الحلول الناجعة والوقائية تلجأ إليها الدولة.

ولقد نصت المادة 44 من القانون 04-02² على ما يلي: " زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة...".

¹ لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.514.

² المعدل بالمادة 9 من القانون 10-06 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010 المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 ل 8 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010.

وبالرجوع إلى المادة 39 من القانون 04-02¹ نلاحظ أن المشرع يدخل ضم نطاق السلع القابلة للحجز عليها، السلع التي تكون محل مخالفة أحكام المواد 4، 5، 6، 7، 8، 9 والمتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار التعريفات والإعلام بشروط البيع.

وتقضي المادة 44 في فقراتها 2، 3 و 4 بأنه إذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما، أما في حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وعند حكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخرينة العمومية.

إضافة إلى المصادرة يمكن الحكم بالمنع من ممارسة النشاط أو الشطب من السجل التجاري، ويكون هذا الحكم في حالة العود، إذ تضاعف العقوبة إضافة إلى إمكانية إصدار القاضي لحكم بمنع العون المخالف من ممارسة أي نشاط تجاري بصفة مؤقتة، لمدة لا تزيد عن 10 سنوات².

يحدد المشرع حالة العود في المادة 47 في فقرتها الثانية بنصها: "تعد حالة العود في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط"

إضافة إلى ذلك يمكن الحكم وفقا للمادة 48 من القانون 04-02 السابق ذكره بنشر الحكم حيث جاء نص المادة كما يلي: "يمكن للوالي المختص إقليميا، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها".

¹ المعدلة بموجب المادة 08 من قانون 10-06 السابق ذكره.

² المادة 47 من قانون 04-02 المعدلة بموجب المادة 11 من قانون 10-06 الساف الذكر.

مطلب ثاني: الالتزام بتسليم الفاتورة كوسيلة لتحقيق شفافية الأسعار

تلعب الفاتورة دورا هاما في تحقيق شفافية الأسعار، وبالتالي تعمل على تعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار في سوق تكون فيه المنافسة حرة.

ونظرا لأهمية الفاتورة جعلها المشرع إجراء إلزاميا يقع على عاتق العون الاقتصادي، فالمادة 10 من القانون 02-04 المعدلة بالقانون 10-10¹، تنص بصفة صريحة سواء تعلق الأمر بالبيع أو بتأدية خدمة على الزامية التعامل بالفاتورة فيما بين الأعوان الاقتصاديين، وحتى لفائدة المستهلك إن هو طلبها صراحة.

كما تضمنت هذه المادة في تعديلها المشار إليها أدناه عبارة " الوثيقة التي تقوم مقامها"، فما المقصود بهذه الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة؟ .

هناك بعض النشاطات والمهن يكون التعامل فيها من بيع أو تأدية خدمة بين الأعوان الاقتصاديين، بوثائق عرفية متداولة ومعروفة في وسطهم المهني، هذه الوثائق لا تخضع لأي تنظيم قانوني بل تنظمها الأعراف المهنية، من بين أهم النشاطات التي تتعامل

¹ المادة 10 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 120 من قانون رقم 17-11 مؤرخ في 08 ربيع الثاني عام 1439 الموافق ل 27 ديسمبر سنة 2017 يتضمن قانون المالية لسنة 2018 المنشور في ج.ر. عدد 76 ل 09 ربيع الثاني عام 1439 الموافق ل 28 ديسمبر سنة 2017، تنص على ما يلي: " يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمة لـن الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها. =يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة.

استثناء مما ورد أعلاه، فيما يخص تجار التجزئة، يسمح أن يتم بيع المنتجات التبغية من قبل المصنعين أو الموزعين المعتمدين من قبل وزارة المالية، إلى تجار التجزئة، ويشار إليهم ب "المشتري النقدي" من خلال إصدار فاتورة بيع للمشتري تحت مسمى "فاتورة نقدي" وإصدار وصل صندوق يحتفظ به البائع " المصنعون أو الموزعون المعتمدون من قبل وزارة المالية، على أن يتكفل البائع بتسديد الضرائب المستحقة على تاجر التجزئة في هذه الحالة، وهي الضريبة على القيمة المضافة والضريبة على النشاط المهني.

يسود هذا النص على أي نص آخر في هذا الشأن ورد في قانون أو مرسوم أو قرار أو تعليمية.

يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، ويجب أن تسلّم الفاتورة إذا طلبها الزبون".

بهذه الوثائق نشاط الفلاحة، تربية المواشي وبهدف حماية هذه النشاطات من المضاربة التي تؤدي إلى الارتفاع الفاحش للأسعار ومنه حماية المنتج الوطني بصفة عامة، وحماية الفلاح بصفة خاصة، تم اعتبار هذه الوثائق كفاتير، ذلك نظرا لصعوبة فرض التعامل بالفاتورة في هذا النوع من المعاملات¹، أو قد يقصد بها الوثيقة الالكترونية تماشيا مع التجارة الالكترونية. وعليه نتناول في هذا الموضوع ما يلي:

- مفهوم الفاتورة

- نطاق الفاتورة

- الممارسات المخالفة لشرعية الفاتورة.

فرع أول: مفهوم الفاتورة

الفاتورة هي وثيقة مهمة وفعالة لتكريس الممارسات التجارية، وقد فصل فيها المشرع في عدة مواد مقسمة بين الفصل الثاني من القانون 04-02 المعنون بالفوترة، والمرسوم التنفيذي 05-468 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة²، وكذا المرسوم التنفيذي 16-66 الذي يحدد الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الاعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها³، وحتى تتماشى والغرض المنوط بها، تدخل المشرع الجزائري وعدل المادة 10 من القانون 04-02 بموجب القانون 10-06 كما سبق الذكر.

¹ الجريدة الرسمية للمناقشات، الفترة التشريعية السادسة، الجلسة العلنية المنعقدة يوم الاثنين 12 يوليو سنة 2010 ص.ص. 4،5.

² المرسوم 05-468 السابق ذكره.

³ مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1434، الموافق ل 16 فبراير سنة 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الاعوان الاقتصاديين الملزمون بالتعامل بها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 13 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 22 فبراير سنة 2016. ص.ص. 3-9.

من هذه الأسس التشريعية سوف نحاول تحديد مفهوم الفاتورة وأهميتها والشرط القانونية للتعامل بها.

أولاً: تعريف الفاتورة

هناك عدة تعريفات نذكر منها:

" بأنها كتابة تنشأ بمناسبة بيع أو أداء خدمات التي تثبت وجود هذه العملية التجارية وتوضح شروطها"¹.

كما تعرف كذلك: "وثيقة مكتوبة، حسابية تحرر وقت انعقاد البيع، أو عند تقديم الخدمة لإثبات وجود هذا العقد، متضمنة شروط انعقاده وشروط تنفيذه"².

كما تم تعريفها بأنها: " وثيقة حسابية يدون فيها بيان البضائع المباعة أو الأعمال المنجزة ومفصل ثمن كل قيد من قيودها إلى جانبه، وتقوم الفاتورة في الأمور التجارية دليلاً على العقد، أما الفاتورة المشار إليها بالإلغاء أو التسديد فإنها تبرئ ذمة المدين"³.

ما يمكن ملاحظته من هذه التعريفات، أنها تركز كثيراً على أهمية الفاتورة، من أجل تعريفها، حيث تلعب هذه الأخيرة دوراً مهماً سواء من حيث ضمان شفافية الممارسات التجارية، أو استقرار هذه المعاملات، إذ تعتبر وسيلة إثبات أو كوسيلة محاسبة تعتمد عليها مصالح الضرائب من أجل تحديد الوعاء الضريبي.

¹ أشارت إليه علاوي الزهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012/2013، ص.7.

² أشارت إليه لطاش نحية، المرجع السابق، ص.44.

³ أشار إليه قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.197.

وبالرجوع إلى التشريعات السارية المفعول والتي تمت بصلة مباشرة لموضوع الفاتورة، نجد أن موضوع الفاتورة يتقاسمه كل من قانون الجمارك¹ والقانون التجاري الجزائري²، والتشريع الجبائي، فضلا عن القانون 02-04 والمرسوم التنفيذي 468-05 وكذا المرسوم التنفيذي 66-16، إلا أننا لم نجد أي تعريف قانوني للفاتورة خاص بالمشرع الجزائري.

في الوقت الذي خصها فيه بمرسوم تنفيذي 468-05 يحمل 21 مادة، لم يتدارك المشرع الجزائري هذا النقص ليسعف الباحثين بتعريف قانوني.

¹ قانون رقم 79-09 المؤرخ في 29 شعبان عام 1399 الموافق ل 21 يوليو سنة 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 30 المؤرخة في 29 شعبان عام 1399 الموافق ل 24 يوليو سنة 1979، ولقد نص على عقد تحويل الفاتورة في المواد من 543 مكرر 14 إلى المادة 543 مكرر 18 والتي جاءت فيها على ما يلي:

المادة 543 مكرر 14 " عقد تحويل الفاتورة هو عقد يحل بمقتضاه شركة متخصصة تسمى وسيط محل زبونها المسمى المنتمي، عندما تسدد فوراً لهذا الأخير المبلغ التام لفاتورة لأجل محدد ناتج عن عقد، وتتكفل بتبعية عدم التسديد وذلك مقابل أجر "

المادة 543 مكرر 15' يجب أن يبلغ المدين فوراً بنقل حقوق الديون التجارية إلى الوسيط بواسطة رسالة وصى عليها بوصول الاستلام "

المادة 543 مكرر 16" يترتب على تحويل الديون التجارية، نقل كل الضمانات التي كانت تضمن تنفيذ الالتزامات لفائدة الوسيط "

المادة 543 مكرر 17 " ينظم الوسيط المنتمي بكل حرية وعن طريق الاتفاق، كل الكيفيات العملية لتحويل الدفعات المطابقة لحواصل التنازل "

المادة 543 مكرر 18" يحدد محتوى إصدار الفاتورات لأجل محدد وشروطه وكذا شروط تأهيل الشركات التي تمارس تحويل الفاتورات عن طريق التنظيم. "

² الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل 30 سبتمبر سنة 1975. حيث تنص المادة 226 على أن يشترط تقديم فواتير الشراء أو سندات التسليم أو أية وثيقة أخرى لإثبات حيازة البضائع بصفة مشروعة، حيث يشترط قانون الجمارك تبريرها بمستندات عبر كامل الإقليم الجمركي، وفي قرارها رقم 2878333 المؤرخ في 06/04/2004 المنشور في المجلة القضائية عدد 02 لسنة 2006 ص. 481، اعتبرت المحكمة العليا عدم الفوترة جريمة تدرج ضمن جرائم التهريب في حالة حيازة البضاعة.

وفي قراءة لهذا المرسوم الذي جاء تطبيقاً لأحكام المادة 12 من القانون 04-02 التي تنص على أنه يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم، وبناء على ذلك تم إعداد المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة، سن التحويل، وصل التسليم، والفاتورة الإجمالية.

وتتلخص الأهداف الرئيسية المحددة في هذا الإطار التنظيمي في ما يلي:

- تكريس نزاهة وشفافية العمليات التجارية والممارسة من طرف الأعوان الاقتصاديين اتجاه المستهلكين والإدارات التجارية والضريبية كما سبق القول أعلاه.
- تحديد بصفة دقيقة وبسيطة أهم البيانات الضرورية اللازم إدراجها في الوثائق المذكورة آنفاً، وهذا استجابة للمتطلبات المتعلقة بضمان نزاهة العمليات التجارية وسهولة قواعد السوق¹.
- توحيد قواعد واجراءات إنشاء هذه الوثائق الجديدة استجابة لمتطلبات السوق.

واستثناء لهذه الأهداف فإن النص يقترح:

- التعريف لبعض المفاهيم ذات الطابع التجاري والمالي والتقني (اقتطاعات، تخفيضات، انتقصات، نقل الكتروني...)²، في الوقت الذي أغفل التعريف بالفاتورة، وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية، والتي تعد جميعها أولى بالتعريف والتحديد القانوني، واكتفى بتحديد البيانات الضرورية الواجب احتوائها فيها.

¹ علاوي زهرة، المرجع السابق، ص.9.

² المادة 04 و 06 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

- إحصاء البيانات الإضافية التي يجب إبداءها على الفاتورة عند الاقتضاء والمتعلقة لا سيما بالتخفيضات التجارية (تخفيضات، انتقصات، اقتطاعات)¹.
- مصاريف النقل، فوائد القروض، بالإضافة إلى الوساطة وإيداع الرسم².
- تحديد الحالات والشروط التي يتم الترخيص من خلالها باستعمال وصل التسليم، سند التسليم والفاتورة الاجمالية³.
- تكريس مبدأ الفاتورة عن طريق النقل الالكتروني، وهذا بغرض الاستجابة لمقتضيات عصرنة أدوات التسليم وانفتاح الاقتصاد الوطني على التكنولوجيا الحديثة للإعلام⁴.

ثانيا: ضبط المصطلحات القريبة من مصطلح الفاتورة

استخدم المشرع الجزائري في القانون 04-02 مصطلحين هما: الفوترة والفاتورة، كما اخدم مصطلح عقد تحويل الفاتورة في القانون التجاري الجزائري وهو ما يجبرنا على توضيح الفوارق الجوهرية فيما بينهما:

أ- **الفاتورة:** كما سبق تعريفها هي وثيقة تجارية إلزامية تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين، تسلم بمجرد إبرام عقد البيع أو تأدية

¹ المادة 05 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

² المادة 07 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

³ المادة 14 وما يليها من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

⁴ المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

الخدمة¹، وتخضع لشروط شكلية تتضمن بيانات محددة قانونا وفقا للمرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره².

ب- الفوترة: فهي العملية التي يتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات³.

ج- عقد تحويل الفاتورة: بالرجوع إلى القانون التجاري الجزائري، هو عقد ثلاثي الأطراف، وهم الشركة (الوسيط)، الزبون (المنتمي)، دائن الزبون المرتبط معه بعقد، يتم من خلال هذا العقد قيام الشركة بتسديد فاتورة زبونها إلى دائنه بدلا منه، بحيث تنقل كل تبعات من الزبون إلى الشركة الوسيط، فتتحمل هذه الأخيرة تبعية عدم التسديد بمقابل أجر يتم الاتفاق عليه مسبقا في العقد، لذلك فإن الفاتورة تعد محل الالتزام في عقد تحويل الفاتورة، ولا تعد في هذه الحالة ورقة تجارية، إنما جزء من عقد تحويل الفاتورة وركن لقيام العقد بد ذاته⁴.

فرع ثاني: نطاق الفاتورة

لتحديد نطاق الفاتورة، يجب علينا الإحاطة بهذا النطاق من حيث النطاق الشخصي، مفرقين بين نوعين من العلاقة، علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، والعلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك، أي هل العون الاقتصادي هو ملزم بتسليم الفاتورة إلا في علاقته مع عون اقتصادي آخر أو حتى في علاقته مع المستهلك؟

¹ المادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

² المواد 03 و 04 و 05 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

³ لعور بدره، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.172.

⁴ المرجع والموضع نفسهما.

كذلك يجب علينا التطرق إلى النطاق الموضوعي للفاتورة من حيث محل الفاتورة وأخيرا النطاق الزمني، أي متى يلتزم العون الاقتصادي بتحرير الفاتورة وماهي المدة القانونية التي يجب عليه المحافظة عليها؟

أولاً: النطاق الشخصي للفاتورة:

إن المادة 10 من القانون 02-04 و المادة 23 المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك السابق ذكره، تفرق بين حالتين، حالة إلزامية تقديم الفاتورة، عندما يكون المشتري عونا اقتصاديا، وحالة عدم إلزامية تقديمها، إلا إذا طلبها المشتري، في حالة كون هذا الأخير مستهلكا¹.

أ- الالتزام بتسليم الفاتورة للعون الاقتصادي

نصت المادة 10 من القانون 02-04 المعدل والمتمم على أنه: " يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة".

يلاحظ من المادة أن المشرع أوجب أن يكون كل تعامل بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها، تفرغ في محرر مكتوب، يتكون من أصل وصورة أو عدة صور، وحدد لها البيانات التي يجب أن تحتوي عليها².

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص 201.

² المادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

ويمكن أن تحل محل الفاتورة بدائل حددها القانون¹، ويجب على العون الاقتصادي تسليمها للمشتري المهني، كما يجب على هذا الأخير أن يطلبها من البائع، فالمشتري مسؤول مثل البائع على طلب الفاتورة، ومسؤول أيضا على ما ورد فيها وبمراقبتها²، ويجب أن تسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة³.

1- البيانات الواجب توافرها في الفاتورة:

يمكن تقسيم البيانات التي أوردها المشرع الجزائري في المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 إلى ثلاثة أنواع: بيانات خاصة بالأطراف، بيانات متعلقة بالسعر، وأخرى متعلقة بالفاتورة نفسها.

1-1 بيانات خاصة بالأطراف:

تنص المادة 12 من القانون 04-02 على أنه: " يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية و سند التحويل، وكذا وصل الصندوق فيما يتعلق ببيع المنتجات التبغية، وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم"⁴.

وبالتالي أحال المشرع الشروط الشكلية للفاتورة إلى التنظيم والذي هو المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف ذكره، حيث تنص المادة 03 منه على البيانات المتعلقة بأطراف الفاتورة.

¹ المرسوم التنفيذي 16-66 الذي يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمون بالتعامل بها. السابق ذكره.

² المحكما العليا، غرفة الحنح والمخالفات، قرار رقم 267580 مؤرخ في 2004/07/07، المجلة القضائية، العدد 02، 2004. أنظر محمد الشريف كتو، قانون المنافسة الممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.89.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

⁴ عدلت بموجب المادة 121 من قانون المالية لسنة 2018، السابق ذكره.

يجب أن تذكر بيانات العون الاقتصادي في الفاتورة سواء كان بائعا أو مشتري، كما

يلي¹:

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الالكتروني عند الاقتضاء.
- الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة نشاطه.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.
- رأسمال الشركة، لا يشترط إذا كان العون الاقتصادي مشتريا، يذكر فقط إذا كان العون الاقتصادي بائعا.

هذه البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي اجبارية، بحيث استعمل المشرع مصطلح "يجب" وهذا يدل على أن القاعدة آمرة أي الالتزام اجباري، كما أن البيانات جاءت على سبيل الحصول لا المثال، إذ تكمن أهمية الطابع الإلزامي لهذه البيانات، في التحديد الدقيق والوافي للفاتورة النافي للجهالة والشك، وحتى يكون للفاتورة حجة على محررها².

1-2- بيانات متعلقة بالسعر وطرق الدفع:

يجب أن تتضمن الفاتورة سعر السلعة أو الخدمة المحدد أثناء انعقاد العقد، ويجب تحديد السعر الصافي قبل حساب التخفيضات وقبل إضافة الرسوم.

¹ المادة 03 من المرسوم التنفيذي 05-468 السابق ذكره.

² قارة سليمان محمد خليل ، المرجع السابق، ص.208.

والفائدة من كتابة السعر دون التخفيضات والرسوم، هي لتعرف المشتري أنه ليس موضوع عمل تمييزي، وكذا مراقبة أي محالة للبيع بالخسارة، وبالتالي ضمان شفافية المعاملات التجارية¹.

إضافة إلى سعر المنتج أو الخدمة يجب أن تحتوي الفاتورة على كافة الرسوم ومنها رسم على القيمة المضافة T.V.A ما لم يكن المشتري معفى منها بموجب القانون الجبائي.

إضافة إلى هذه البيانات المتعلقة بالسعر اضف المشرع بيانات أخرى متعلقة بتكاليف النقل²، إن لم تكن مفوترة كل على حدى ولن تدخل في تكوين سعر الوحدة، إضافة إلى كل زيادة في السعر، كالفوائد المستحقة عند البيع بأجال والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين، عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على حساب المشتري³.

يجب أن يذكر كذلك في الفاتورة كفيات الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة⁴.

1-3- البيانات المتعلقة بالفاتورة بحد ذاتها:

يجب أولاً أن تتضمن الفاتورة تاريخ تحريرها ورقم تسلسلها في دفتر الفواتير، ولتحديد تاريخ الفاتورة أهمية بالغة تتمثل في:

- تاريخ التحرير يعبر عن تاريخ انعقاد العقد الذي له أهمية من حيث الاثبات، من حيث بداية حساب مواعيد الدفع، التقادم...

¹ لطاش نجية، المرجع السابق، ص.65.

² المادة 07 من المرسوم التنفيذي 05-486 السابق ذكره.

³ المادتين 07 و08 من المرسوم التنفيذي 05-486 السابق ذكره.

⁴ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة الممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.89.

- تاريخ الفاتورة يساعد في مكافحة الغش في تحرير الفواتير، وذلك بالرجوع إلى دفتر الفواتير.

نلاحظ أن المشرع لم يشترط تحديد تاريخ البيع أو أداء الخدمة على الفاتورة، وهذا عكس المشرع الفرنسي الذي اشترط ذلك.

أوجب المشرع كذلك الختم الندي و توقيع البائع، إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني، والتوقيع هو شرط أساسي وضروري لأنه هو أساس نسبة الكتابة إلى الموقع، ذلك أن التوقيع يتضمن قبول ما هو مكتوب بالورقة، لكن حسب رأينا كان على المشرع أن يلزم حتى المشتري بالتوقيع لأنه حتى هو مسؤول عن ما كتب عليها، وبالتالي من الأجدر حتى هو يؤشر على مضمونها.

2- بدائل الفاتورة:

أحيانا يمكن أن تحل بعض الوثائق التجارية محل الفاتورة إذا توافرت بعض الشروط التي حدده القانون¹.

وهذه الوثائق هي: وصل التسليم والفاتورة الإجمالية وسند التحويل².

¹ قانون 02-04 المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² المادة 11 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم: يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتوجات لنفس الزبون، ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصلات التسليم المعنية. لا يسمح باستعمال وصل التسليم إلا للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة. يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها".

1-2 وصل التسليم:

ويقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون، ويجب الحصول على ترخيص من الإدارة المكلفة بالتجارة لاستعمال وصولات التسليم.

2-2 الفاتورة الاجمالية:

وهي الفاتورة التي تلخص كل العمليات التجارية التي تمت في شهر معين، أي تكون شهرية، وتكون مراجعتها مستمدة من وصولات التسليم المعنية.

3-2 سند التحويل:

أما سند التحويل فيستعمل عندما ينقل العون الاقتصادي سلعته باتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة و/ أو التسويق بدون أن تتم عملية تجارية، وفي تلك الحالة يجب أن تبرر حركة هذه السلع والمنتجات بواسطة سند التحويل¹.

ب- تسليم وصل الصندوق أو الفاتورة للمستهلك

نصت الفقرة الثالثة من المادة 10 من القانون 04-02 على أنه: " يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمة لبن الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة.

استثناءا مما ورد أعلاه، فيما يخص تجار التجزئة، يسمح أن يتم بيع المنتجات التبغية من قبل المصنعين أو الموزعين المعتمدين من قبل وزارة المالية، إلى تجار التجزئة،

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.90.

ويشار إليهم بـ "المشتري النقدي" من خلال إصدار فاتورة بيع للمشتري تحت مسمى "فاتورة نقدي" وإصدار وصل صندوق يحتفظ به البائع "المصنعون أو الموزعون المعتمدون من قبل وزارة المالية، على أن يتكفل البائع بتسديد الضرائب المستحقة على تاجر التجزئة في هذه الحالة، وهي الضريبة على القيمة المضافة والضريبة على النشاط المهني.

يسود هذا النص على أي نص آخر في هذا الشأن ورد في قانون أو مرسوم أو قرار أو تعليمة.

يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طالها الزبون".

وتوفر الفاتورة أو ما يقوم مقامها للمستهلك إعلام ما بعد التعاقد، يسمح له بإثبات حقوقه تجاه البائع أو مقدم الخدمة، لا سيما، فيما يتعلق بالحق في ضمان السلعة وأداء الخدمة¹.

ثانيا: النطاق الموضوعي للفاتورة

جاء في المادة 10 فقرة 1 بعد تعديلها في القانون 10-06 " يجب أن يكون كل بيع لسلع أو تادية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها".

وقد جاءت المادة كقاعدة دون استثناء، وهي المادة التي جاءت على خلفية تعديل المادة 02 بموجب القانون 10-06 والتي تضمنت توسيع نطاق الممارسات التجارية، فكل ما تم إدراجه ضمن المادة 02 من نشاطات تجارية تخضع للفوترة سواء كان العقد بيعا أو تادية خدمات، وتتمثل هذه النشاطات وفقا لما جاء في المادة 02 المعدلة كما يلي:

1- نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.91.

2- نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردوا السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعوا اللحوم بالجملة.

3- نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري¹.

ثالثا: النطاق الزمني للفاتورة

إن مجال الفاتورة واسع جدا إذا كان بين الأعوان الاقتصاديين، حيث تعتبر الفوترة إلزامية في كل أنواع البيوع سواء كانت سلع أو تقديم خدمات، ويجب على البائع تحرير الفاتورة وتسليمها للمشتري في لحظة انعقاد البيع أو تقديم الخدمة.

وبالمقابل يجب على المشتري أن يطالب الحصل عليها، وبالتالي يجب أن تحرر الفاتورة على نسختين واحدة للبائع وأخرى للمشتري، وإن كان هذا غير منصوص عليه في القانون الجزائري عكس القانون الفرنسي².

لكن المشرع الجزائري أشار إلى ذلك ضمنا (تحرير الفاتورة في نسختين) من خلال المواد 10 و 13 من القانون 04-02، حيث تشير المادة العاشرة منه المعدلة بالقانون 10-06، على الزامية تقديم البائع لفاتورة للمشتري من خلال لفظ " ... وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة..." وكذا المادة 13 التي تنص على ضرورة تقديم الأعوان الاقتصاديين للفاتورة للأعوان المكلفين بالمراقبة عند طلبهم لذلك، سواء كان العون بائعا أو مشتريا، وهذا ما يعبر بطريقة مباشرة على ضرورة تحريرها في نسختين واحدة للبائع والأخرى للمشتري.

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.173.

² Jean François RUNUCCI, droit pénal économique, masson Armand colin, Paris, 1995, p.31.

وقد شدد المشرع على هذا الشرط بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة والسالف الذكر، إذ تنص على ما يلي: " ويتعين على البائع تسليمها ويتعين على المشتري طلبها منه، ويجب أن تسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة"، حيث ألزم المشرع البائع بتسليم الفاتورة فوراً ودون تأخر إذ استعمل مصطلح "بمجرد" للدلالة على ذلك¹.

توجد استثناءات على التسليم الفوري للفاتورة، إذ تسمح بتسليم الفاتورة بعد تحقق البيع أو تأدية الخدمة، وتتمثل في:

- تأجيل تسليم الفاتورة بسبب عدم إمكانية تحديد أحد عناصر البيع كالسعر أو الوزن... الخ، وفي هذه الحالة يتم التعامل بسند التسليم².

- الفاتورة الإجمالية: وهو ما نص عليه المشرع في المادة 11 من القانون 04-02، والذي يكون في المعاملات المتكررة والمنتظمة كما سبق دراسته من قبل.

أما فيما يتعلق بمدة الاحتفاظ بالفاتورة، فالقانون 04-02 والمراسيم التنفيذية اللاحقة له يخلوا من هذا الحكم، وبالتالي نرجع للقانون التجاري الذي يعتبر الشريعة العامة لمثل هذه الأمور، وبالتالي تنص في المادة 12 من القانون التجاري الجزائري على أنه: " يجب أن تحتفظ الدفاتر والمستندات المشار إليها في المادتين 5 و 10 لمدة 10 سنوات"³.

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.205.

² ريبير وروبلو، المرجع السابق، ص.791.

³ القانون الفرنسي في المرسوم الصادر في 29 ديسمبر سنة 1986 أن مدة الاحتفاظ بالفاتورة هي ثلاث سنوات من تاريخ تحقق البيع أو تأدية الخدمة.

فرع ثالث: الممارسات المخالفة لشرعية الفاتورة

نلاحظ أن المشرع الجزائري عند تنظيمه للفاتورة اعتمد أسلوب الجزاء ليضمن احترام تلك القواعد القانونية، مما يكرس فعالة الفاتورة في تحقيق شفافية الممارسات التجارية كآلية لمكافحة جرائم الممارسات التجارية، وهناك نوعين من المخالفات وهما جريمة عدم الفوترة وجريمة الفوترة غير المطابقة، كما استحدثت فعل الفواتير المزورة أو الفواتير المجاملة¹.

أولاً: جريمة عدم الفوترة

في البداية لا بد من الإشارة أن المشرع الجزائري لا يفرق بين المشتري والبائع في مجال الإخلال بالالتزام، بعبارة أخرى فإن تقديم الفاتورة متى طلبت من أعوان المراقبة واجبة من كليهما².

لقد نصت المادة 33 ممن القانون 04-02 على ما يلي: "دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته".

من خلال استقراء المادة نلاحظ أن عدم الفوترة جريمة كلما وقعت أفعال مخالفة لمضمون المواد 10، 11، 13 من القانون 04-02، وبالتالي فصورة هذه الجريمة هي كالاتي:

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص. 180.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 210.

أ- عقد بيع سلعة أو عقد أداء خدمات بين الأعوان الاقتصاديين (الممارسين للنشاطات الواردة في المادة 02 من القانون 04-02) الذي يتم بدون فاتورة أو وصل استلام أو فاتورة اجمالية.

ب- امتناع العون الاقتصادي عن تقديم الفاتورة رغم طلبها من المستهلك في عقد البيع أو عقد أداء الخدمات أو عدم تقديمها للموظفين المؤهلين عند أول طلب في الآجال المحددة من الإدارة المعنية¹.

ج- عدم حيازة العون الاقتصادي على سند التحويل الخاص بالسلع التي لا تكون محل معاملات تجارية والتي ينقلها إلى وحداته (للتخزين أو التحويل أو التعبئة أو التسويق)، أو عدم تقديمه للأعوان المؤهلين عند طلبه.

د- عدم تحرير أو تسليم وصل للتسليم في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون أو عدم تقديمه للأعوان المؤهلين عند طلبه.

هـ- عدم حيازة أو تحرير أو تسليم الفاتورة الإجمالية أو عدم تقديمها للأعوان المؤهلين عند طلبها².

إذا وقعت صورة من هذه الممارسات تشكل الركن المادي لجريمة عدم الفوترة ويكفي وقوع صورة واحدة لقيام الجنحة، حيث أن كل حالة مستقلة بذاتها عن الصور الأخرى³.

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.181.

² لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، نفس المرجع، ص.181.

³ اعتبرت المحكمة العليا في اجتهاج لها بتاريخ 2004/04/06 تحت رقم 287833 أن عدم الفوترة جريمة من جرائم التهريب في حالة حيازة البضاعة، حيث يشترط قانون الجمارك تبريرها عبر كامل الإقليم الجمركي، كما قضت نفس المحكمة في قرارها رقم 260414 المؤرخ في 2001/06/25 ببراءة المتهم الذي أثبت شرعية حيازته للبضائع المستوردة بموجب فاتورة شرعية وصحيحة. قرار غير منشور أشارت إليه : لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، نفس المرجع، ص.181.

حيث يعاقب على كل هذه الصور لجريمة عدم الفوترة ب 80 % من المبلغ الذي كان يجب فوتورته ومهما بلغت قيمته، وهنا تضارب في الآراء الفقهية حول مدى فعالية هذه العقوبة، حيث هناك من يراها مبالغة فيها، أين يمكنها ان تؤدي إلى إفلاس العون الاقتصادي، وهناك من يؤيدها لأن لها آثار وخيمة على الاقتصاد الوطني من خلال تهريب رؤوس الأموال إلى الخارج والتهرب الضريبي، ونحن نرى أن المشرع قد شدد كثيرا من العقوبة حيث أن هناك عقوبات جبائية تضاف على هذه العقوبة، فالأصل أن هذه العقوبة هي الحفاظ على شفافية الممارسات التجارية وليس القضاء عليها كليا.

ثانيا: جريمة عدم مطابقة الفاتورة للقوانين والأنظمة:

نكون أمام جريمة الفوترة غير المطابقة بمجرد تخلف البيانات الإلزامية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة السابق ذكره¹، حيث جاء في المادة 34 من قانون 04-02 على ما يلي: " تعتبر فاتورة غير مطابقة، كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 د.ج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 د.ج.)، بشرط أن لا تمس عدم المطابقة الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة ويعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 33 أعلاه".

إضافة إلى العقوبات الأصلية، يمكن للقاضي أن يحكم بعقوبات تكميلية والمتمثلة في مصادرة السلع محل المخالفة، وكذا نشر الحكم أو ملخص من الحكم على عاتق العون الاقتصادي المخالف لأحكام المتعلقة بالفوترة، كما يمكن وفي حالة العود بالحكم بمضاعفة

¹ قارة سليمان محمد خليل المرجع السابق ، ص.211.

العقوبة وكذا المنع من ممارسة النشاطات التجارية لمدة مؤقتة لا يمكن أن تزيد عن 10 سنوات¹.

ثالثا: جنح أخرى متعلقة بالالتزام بالفوترة

حرص المشرع الجزائري على تغطية موضوع الفاتورة بما يكفل الحماية الجنائية المتكاملة، حيث صدر القرار المؤرخ في 2013/08/01 المحدد لمفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة وكذا كليات تطبيق العقوبات المقررة عليها². وهو القرار الذي جاء تطبيقا لأحكام المادة 65 من قانون المالية لسنة 2003³، وكذا المادة 219 مكرر⁴ من قانون الضراب المباشرة والرسوم المماثلة. وبالتالي فهذه الجنح هي كالاتي:

¹ المواد 44 وما يليها من قانون 04-02 السابق ذكره.

² قرار مؤرخ في 23 رمضان عام 1434 الموافق ل 1 غشت سنة 2013، يحدد مفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة والفواتير المجاملة وكذا كليات تطبيق العقوبات المقررة عليها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 30 ل 21 رجب عام 1434 الموافق ل 21 ماي سنة 2014 ص.ص. 9، 10.

³ تنص المادة 65 من قانون المالية رقم 02-11 لسنة 2003 المؤرخ في 20 شوال عام 1423 الموافق ل 24 ديسمبر سنة 2002 الجريدة الرسمية عدد 86 ل 21 شوال عام 1423 الموافق ل 25 ديسمبر سنة 2002، " دون الإخلال بالعقوبات المنصوص عليها من جهة أخرى، يؤدي عدم الفوترة أو عدم تقديمها، إلى تطبيق غرامة تحدد مبالغها كما يأتي:

50000 دج بالنسبة لتجار التجزئة،

500000 دج بالنسبة لتجار التجزئة،

1000000 دج بالنسبة للمنتجين والمستوردين،

في حالة العود يتم تطبيق ضعف هذه المبالغ تصدر البضاعة المنقولة بدون فاترة وكذا وسيلة نقلها إذا كانت ملك لصاحب البضاعة.

يمكن أيضا لأعوان إدارة الضرائب المؤهلين قانونا، والذي لهم على الأقل رتبة مفتش، معاينة عدم الفوترة.

تحدد كليات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم".

⁴ تنص المادة 219 مكرر من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة: " لا يمنح التخفيضات المشار إليها في المادة 219 أعلاه إلا بالنسبة لرقم الأعمال غير المحقق نقدا.

وبغض النظر عن كل الأحكام المخالفة يترتب على إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة إعادة تسديد مبالغ الرسم المستحقة الدفع والتي توافق التخفيض الممنوح.

أ- الفاتورة المزورة:

هي الفاتورة التي تم إعدادها دون الشروع في أي عملية تسليم أو أداء خدمة، بغرض القيام بما يأتي:

تخفيض قواعد فرض الضريبة بالنسبة لمختلف الضرائب والرسوم.

إخفاء عمليات.

نقل تبييض رؤوس أموال.

اختلاس أموال من الأصول وتمويل عمليات غير قانونية أو قانونية.

الاستفادة من بعض الامتيازات كالحق في الحسم في مجال الرسم على القيمة المضافة والحصول على قروض لدى المؤسسات المصرفية بغية تمويل المشاريع الاستثمارية¹.

ب- فاتورة المجاملة:

هي الفاتورة التي يتم من خلالها إما التلاعب أو إخفاء على الفاتورة لهوية وعنوان الممولين أو الزبائن، أو القبول الطوعي باستعمال هوية مزورة أو اسم مستعار، وذلك بهدف خفض مبلغ الضرائب الواجب دفعها، وكذا اختلاس أموال مؤسسة أو أموال شخص ما واستعمالها لأغراض مختلفة.

تتمثل فاتورة المجاملة عملية شراء أو بيع أو أداء خدمة حقيقية².

يحدد تعريف إجراء إعداد الفواتير المزورة وفواتير المجاملة وكذا كفاءات تطبيق العقوبات المقررة عليها بموجب قررا من الوزير المكلف بالمالية".

¹ المادة 2 من القرار المؤرخ في 2013/08/01، السابق ذكره.

² المادة 3 من القرار المؤرخ في 2013/08/01، السابق ذكره.

وقد نصت المادة 37 من القانون 04-02 على عقوبة إصدار فواتير وهمية أو مزيفة بغرامة من 300000 دج إلى 1000000 دج ودون الإخلال بالعقوبات الجبائية¹.

مبحث ثاني: تدخل الدولة في تحديد الأسعار

كما ذكرنا سابقا فإن حرية الأسعار من المبادئ التي يركز عليها أي نظام اقتصادي ليبرالي، بحث لا يمكن القول باقتصاد السوق بدون حرية المنافسة وبالتالي حرية تحديد الأسعار، لكن هذا المبدأ ليس مطلقا، بل ترد عليه استثناءات حماية للنظام العام الاقتصادي والاجتماعي كذلك، وتتمثل في تدخل الدولة في تحديد أسعار بعض السلع والخدمات التي تراها ضرورية، وقبل أن يهتم بها القانون الوضعي الجزائري اهتمت به الشريعة الإسلامية الغراء، من خلال تحديد ضوابطه وطرقه وزمانه.

فلهذا كله وجب علينا التطرق أولا لموقف الشريعة الإسلامية من تحديد الأسعار (مطلب أول) ثم إلى تدخل الدول في تحديد الأسعار في القانون الجزائري (مطلب ثاني).

مطلب أول: موقف الشريعة الإسلامية من تدخل الدولة في تحديد الأسعار

جاءت أحكام الشريعة الإسلامية الغراء بما يحقق الخير للبشرية ويقضي حاجات الناس في إطار ما أحله الله، وفي البعد الذي حرمه.

ومن أهم الجوانب التي عالجتها الشريعة الإسلامية ما يتصل بمعاملات الناس، ولهذا سما الفقه الإسلامي في هذا الجانب، كما سما في غيره، ليرتقي بالبشرية في جميع نواحيها.

¹ المواد 3 و 4 من القرار المؤرخ في 01/08/2013، السابق ذكره.

ومن هنا نهى الله عز وجل المؤمنين أن يأكلوا أموال بعضهم بعضا بالبطل كالربا الغش والقمار والاحتكار، وأباح سبحانه وتعالى أكلها بالحلال كالتجارة عن تراضي.

وفي هذا يقول الله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا" ¹، حيث شرع الإسلام التجارة ورغب فيها لما لها من آثار طيبة تعود على الفرد والمجتمع، وأمر التاجر أن يخاف الله عز وجل في بيعه وشرائه، لأن التاجر ما هو إلا فرد من أفراد المجتمع وعضو من أعضائه، وعليه أن يخلص الله عز وجل في عمله، لأنه يؤدي خدمة جليلة للمجتمع الذي يعيش فيه عن طريق توفير السلع لمن يرغب فيها ².

ولما كان تيسير السلع من الأمور الهامة لأفراد المجتمع، فإن الواجب على التجار أن يوفرُوا السلع التي يحتاج إليها الناس بالسعر الذي يكون في متناولهم، ويحقق مطالبهم من غير أن يضر بهم أو إيقاع الظلم عليهم أو استغلال حاجاتهم ³.

ولما كان تدخل ولي الأمر (الدولة) ضروري لضبط السوق والمنافسة الشريفة، فهو ملزم في بعض الأحيان تسعير بعض المواد ذات الأهمية بالنسبة للمستهلك من أجل الصالح العام.

فما هو التسعير؟ وما حكمه في الشريعة الإسلامية؟

¹ سورة النساء، آية 29. رواية ورش.

² حسن حسين البشايرة، سياسة تدخل الدولة في الاقتصاد الإسلامي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2015، ص.19.

³ ماهر حامد محمد الحولي، التسعير شررطه حكمه دراسة فقهية مقارنة، بحث مقدم لليوم الدراسي المنعقد في كلية الشريعة الإسلامية والقانون بالجامعة الإسلامية بغزة، يوم 2006/08/08 بعنوان تحديد السعر والأرباح في الفقه التحديد السعر والأرباح في الفقه الإسلامي، ص.01.

فرع أول: ماهية التسعير

سوف نقوم بتعريف التسعير لغة واصطلاحاً.

أولاً: تعريف التسعير لغة:

ويقال له : سعر إذا وادت قيمته، وليس له سعر إذا أفرط رخصه، والجمع أسعار، مثل حمل وأحمال¹.

كذلك يعرف التسعير : تقدير السَّعْر و السَّعْر بكسر العين الذي يقوم عليه الثمن².

والسَّعْرُ والسُّعْرَةُ: لون يضرب إلى السود فُوبِق الأدمة، يقال: رجل أسعر وامرأة سعراء، قال العجاج:

"أَسْعَرَ ضرباً أو طُوالاً هَجْرَعاً"³

وَأَسْنَعَرَتِ وَتَسَعَرَتِ: استوقدت، والنار سعير: مسعورة، والسعير هي النار قال تعالى: "وإذا الجحيم سعرت"⁴، ويقال سعر السلعة بتشديد العين، أي جعل لها ثمناً، وحدد لها سعراً ومنه التسعير الجبري: وهو أن تحدد الدولة بما لها من سلطة عامة ثمناً رسمياً للسلع، بحيث لا يجوز للبائع أن يتجاوزه⁵.

جاء في لسان العرب كما عرفنا سابقاً السعر : الذي يقوم عليه السعر، وجمعه أسعار، وقد أسعروا وسعروا بمعنى واحد: انفقوا على سعر والتسعير : تقدير السعر.

¹ المرجع، ص. 52.

² الثمن لغة ما تستحق به الشيء واصطلاحاً: الذي يستحق في مقابلة البيع

³ محمد أبو هدى اليعقوبي الحني، المرجع السابق، ص. 11.

⁴ التكوير، أية 12، رواية ورش عن نافع.

⁵ ماهر حامد محمد الحولي، المرجع السابق، ص. 4.

ويقال : سعرت الشيء تسعيرا: أي جعلت له سعرا معلوما ينتهي إليه، والسعر مأخوذ من سعر الناس إذا رفعها، لأن السعر يوصف بالإرتفاع.

كما جاء شرح المهذب، التسعير : " جعل سعر معلوم ينتهي إليه ثمن الشيء، وأسعرته بالألف لغة¹.

ثانيا: التسعير اصطلاحا

التسعير في الاصطلاح كما عرفه الإمام النووي هو : "تقدير سعر الطعام بسعر لا يتجاوز"، إلا أنه ينقص قيده من قيوده، فيمكن أن يعترض عليه لذلك فإنه غير مانع، هذا القيد يكون هذا التقدير من الحاكم، أو من نائبه.

وقد أوضح الشوكاني بقوله: " هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين أمرا لأهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا، فيمنع من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة". وقد أدى معنى التسعير كاملا إلا أنه لم يدخل فيه مثل تحديد أجر العامل، فهو تسعير لعمل لا سلعة².

وقال الخطيب الشربيني صاحب " معنى المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج في المعنى " بأن يأمر الوالي السوق ألا يبيعوا أمتعتهم إلا بكذا، للتضييق على الناس في أموالهم"³.

وقال ابن عرفة: " حد التسعير : تحديد حاكم السوق لبائع المأكول فيه قدرا للمبيع بدرهم معلوم"¹.

¹ يسري محمد أبو العلى، المرجع السابق، ص.52.

² محمد أبو هدى اليعقوبي الحني، المرجع السابق، ص.12.

³ يسري محمد أبو العلى، المرجع السابق، ص.53.

وفي الموسوعة الفقهية: "تقدير السلطان أو نائبه للناس سعرا، وإجبارهم على التبايع بما قدره"².

ويقول الدكتور نزيه حماد في لغة الفقهاء: التسعير في الاصطلاح الفقهي المراد به: أن يقوم ولي الأمر بتحديد أسعار الحاجيات، سواء أكانت أعيانا، أو منافع، وإجبار أربابها على بيعها بالسعر المحدد.

وعرفها ابن تيمية أيضا: "إلزام أرباب السلع بقيمة المثل".

وإذا أردنا أن نعرف التسعير بأحواله وصوره،: التسعير : تحديد الحاكم الأسعار للسلع والخدمات، وإلزام الناس بها³.

وخلاصة القول يحمل التسعير في جوهره الإلزام والأمر إذا كان من السعر أولى الأمر أما التسعير في الأنظمة الرأسمالية فيخضع لقوى العرض والطلب وهو ما يطلق عليه جهاز الثمن أو آلية السوق.

والغاية من التسعير حماية الأفراد من جشع التجار أو المحافظة على أسعار المواد الضرورية مما يترتب على عدم توفيرها اضطراب في أحوال الدولة.

والتسعير جائز لتنفيذ التكاليف العامة في المجتمع، فالمجتمع أناط بأولي الأمر جلب المصالح ودرء المفساد فيجب أن تتدخل لتحقيق العدالة ومن ناحية أخرى كل ما

¹ نفس المرجع، ص.54.

² المرجع والموضع نفسه.

³ نفس المرجع، ص.14.

تقتضيه الفضل والإحسان لا يقهر الرعية على أدائه إلا إذا واجه المجتمع ضرورة لدفع
المفاسد وجلب مصالح وتنفيذ العدل والإحسان¹.

ثالثاً: تعريف التسعير في المذاهب الفقهية

لقد عرف الفقهاء التسعير بتعاريف عدة:

أ- عند المالكية:

هو "تحديد الحاكم السوق لبائع المأكول فيه قدراً للمبيع المعلوم بدرهم معلوم"².

ب- عند الحنابلة:

هو "أن يسعر الإمام أو نائبه على الناس سعراً ويجبرهم على التبايع به"³.

ج- عند الشافعية:

هو "أن يأمر الوالي السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بكذا"⁴.

د- عند الحنفية:

قال الحنفية: "إذا تعدى أرباب السلع عن القيمة تعدياً فاحشاً، فيسعر عليهم الإمام،

إذا عجز عن صيانة حقوق المسلمين إلا بالتسعير"⁵.

¹ محمد أبو هدى اليعقوبي الحنفي، المرجع السابق، ص.13.

² نورالدين بوكريدي، أحكام الربح بين الفقه الإسلامي والاقتصاد الوضعي، أطروحة دكتوراه في العلوم الإسلامية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية، ص.106.

³ المرجع والموضع نفسه.

⁴ المرجع والموضع نفسه.

⁵ أحمد حسن، التسعير في الفقه الإسلامي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 22، العدد الأول، 2006، ص.485.

وقد حددوا معيار التعدي الفاحش، بأن يتفق أهل السوق على رفع أسعار السلع لتباع بضعف القيمة، أي بنسبة 100% زيادة على سعر السوق¹.

و- عند الزيادة:

"أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من وُلي من أمور المسلمين أمرا أهل السوق ألا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحته"².

ه- تعريف المعاصرين:

عرفه الدكتور الدريني بقوله: "أن يصدر موظف عام مختص بالوجه الشرعي امرا، بان تباع السلع أو تبذل الأعمال أو المنافع التي تفيض عن حاجة أربابها وهي محتسبة أو مغالى في ثمنها أو اجرها، على غير الوجه المعتاد، والناس أو الحيوان أو الدولة في حاجة ماسة إليها بثمن أو أجر معين بمشورة أهل الخبرة"³.

يلاحظ على التعاريف السابقة ما يلي:

1- بين كل من التعريف الخاص بالمالكية والشافعية والزيدية المسعّر عليهم وقصره على أهل السوق، فخرج بذلك غير أهل السوق، فلا يسعّر عليهم، وهذا القصر يجعل التعاريف غير جامعة، في حين أن كل من تعاريف الحنابلة والدريني من المعاصرين لم يقصره على أهل السوق بل أطلق ليشمل كل من يحتبس أمرا تتعلق به حاجة الأمة مما يجعله مطابقا لمفهوم الاحتكار من حيث الشمول إذ هو علاج للاحتكار⁴.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² نورالدين بوكريدي، المرجع السابق، ص.107.

³ المرجع والموضع نفسه.

⁴ نفس المرجع، ص.108.

2- بينت هذه التعاريف نطاق تطبيق التسعير إلا تعريف الحنابلة وتعريف الدريني، وقصره المالكية على المأكولات فقط، وتعريف الشافعية والزيدية على الأمتعة، الأمر الذي جعل هذه التعاريف غير جامعة، مع أن نطاق التسعير أوسع شمولاً لتعلقه بكل ما يضر الناس احتباسه أو المغلاة في ثمنه أو أجره¹.

3- يؤخذ على تعريف الحنابلة بأن عرف التسعير بالتسعير إذ يقول "التسعير هو أن يسعّر..."، فادخل في التعريف المعرّف، فتوقف فهم التعريف على سابق معرفة بالمعرّف².

4- بينت هذه التعاريف مصدر التسعير وهو السلطان أو الحكومة ليسبغ عليه صفة المشروعية فخرج بذلك التسعير الصادر عن غيرهم، وهذا يشير إلى عنصر الإجماع لأن صفة الحاكمية تقضي هذا³.

رابعاً: تعريف التسعير في الاقتصاد الوضعي⁴:

للتسعير عند الاقتصاديين عدة تعاريف منها:

1- عرفه أحد المختصين في الاقتصاد الجزائري بأنه: "قيام السلطات العامة (الحكومة) بتحديد أثمان السلع، بحيث لا يجوز تجاوزها بأي حال"⁵.

2- وعرفه آخر: "التسعير هو عبارة عن القيمة النقدية التي تفرضها الدولة مقابل الحصول على وحدة واحدة من سلعة أو خدمة معينة"¹.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² بن عصمان محفوظ، مدخل في الاقتصاد الحديث، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص.43.

³ نفس المرجع، ص.44.

⁴ القنون لم يعرف التسعير، وإنما توجد القوانين والمراسيم التنفيذية التي تحدد مجال تطبيق التسعير وماهي شروطه.

⁵ بن عصمان محفوظ، نفس المرجع، ص.44.

يلاحظ على هذين التعريفين ما يلي:

- بينت هذه التعاريف نطاق التسعير فقصره الأول على السلع وقصره الثاني على السلع والخدمات، الأمر الذي يجعل هذه التعاريف غير جامعة.
- إن الحكم الواضح من خلال هذه التعاريف هو منع صاحب المتاع من الزيادة على السعر المحدد إذ أن الزيادة نوع من الظلم الذي ينبغي معه أن يوقف صاحبه عند حده².

خامسا: التعريف المختار:

التعريف الذي يظهر راجحا هو تعريف الدريني غير أنه طويل، ويكفي في تعريف التسعير: "أن يصدر ولي الأمر أو نائبه أمرا بأن تباع السلع أو تبذل الأعمال أو المنافع التي تمس حاجة الناس إليها بسعر أو أجر معين".

سادسا: تقييم سياسة التسعير الجبري وتحديد الأرباح

توجد مزايا للتسعير الجبري وتحديد الأرباح كما توجد بعض العيوب نوجزها فيما

يلي:

أ- مزايا التسعير الجبري وتحديد الأرباح

- 1- إن التسعير الجبري وتحديد الأرباح يحد من جشع التجار واستغلالهم لاحتياجات المستهلكين للسلع وتحقيق أقصى ربح على حساب المستهلكين.

¹ أحمد حسن، المرجع السابق، ص.486.

² نورالدين بوكريدي، المرجع السابق، ص.122.

- 2- تتميز أسعار السلع والخدمات المسعرة جبريا وكذا المحددة ربحها بقدر من الثبات بما يمكن المستهلك من تخطيط إنفاقه في حدود دخله.
- 3- إن تسعير السلعة يجعل سعرها معلوما لدى الكافة بداية من إنتاجها وتوزيعها حتى استهلاكها، وبالتالي يمكن المستهلك من مواجهة التاجر ولو بطريقة الشكوى للجهات المختصة، أما السلع محدودة الربح فلا يمكنه ذلك إلا بالرجوع للفواتير الخاصة بالسلع.
- 4- يتميز تسعير السلعة جبريا بسهولة الرقابة لأن سعر السلعة معروف مسبقا وعند إجراء محاولة شراء، ويتضح وجود مخالفة من البائع من عدمه بخلاف تحديد الأرباح فلا بد من الرجوع إلى فواتير السلعة بداية من تاجر التجزئة ثم تاجر الجملة ثم المنتج أو المستورد.
- 5- إن التسعير الجبري وتحديد الأرباح عن طريقة أجهزة الدول يمكنها من ترشيد الاستهلاك عن طريق التحكم في أسعار السلع المختلفة وتحديد نسب أرباحها¹.

ب- عيوب التسعير الجبري

- 1- إن التسعير الجبري وتحديد الأرباح يخالف نظرية العرض والطلب وبالتالي فتحديد سعر جبري يؤدي إلى التأثير على الكميات المعروضة للبيع².
- 2- إن التسعير الجبري وتحديد الأرباح في بعد أوقات التي يقل فيها العرض يؤدي إلى ظهور السوق السوداء واختفاء بعض السلع وبالتالي يصعب على بعض المستهلكين الحصول عليها ولو بأكثر من ثمنها.

¹ أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر ، سنة 2005، ص. 114.

² نفس المرجع، ص. 115.

3- إن تحديد الأرباح والأسعار يعطي فرصا للمنتجين والمستوردين للتلاعب في تكاليف الإنتاج والاستيراد.

4- إن السعر الجبري يعتمد على التكلفة الفعلية مضاف إليها عناصر تقديرية للزيادات المتوقعة لهذه التكلفة، كما يؤدي تحديد الأرباح إلى صعوبة المراقبة في السلع المحددة الأرباح إذا تطلب الرجوع إلى فواتير السلعة في مراحل نقلها المختلفة¹.

سابعاً: حكم التسعير في الشريعة الإسلامية

اتفق الفقهاء على حرمة التسعير وأجازه البعض بشروط معينة وهو ما سنراه أدناه:

أ- تحريم التسعير

اتفق فقهاء المذاهب الأربعة على أن الأصل في التسعير هي الحرمة.

أما جواز التسعير عندهم فمقيد بشروط معينة، وهو ما سنتطرق إليه من أقوال فقهاء المذاهب وأدلتهم.

1- الحنفية:

قال صاحب "بدائع الصنائع" : " وكذا لا يسعر، لقوله عز وجل: " يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا "2. وقوله عليه الصلاة والسلام: " لا يحل مال امرئ مسلم إلا بطيب من نفسه".

¹ المرجع والموضع نفسه.

² سورة النساء، آية 29، رواية حفص.

وروي أن السعر غلا في المدينة، وطلبوا التسعير من رسول صلى الله عليه وسلم فلم يسعر، وقال: "إن الله تبارك وتعالى هو المسعر الباسط".

فالحنفية في المعتمد عندهم: التسعير يكون في القوتين، أي قوة البشر وقوة البهائم. ويبدو أنهم قاسوا على مسألة الاحتكار، فلا يجري الاحتكار عندهم إلا في قوت الناس وعلف الدواب، فكذا لا يجري التسعير إلا فيهما¹.

2- المالكية:

قال ابن البر في "الكافي" "ألا يسعر على أحد ماله ويكره على بيع سلعته ممن لا يريد، ولا بما لا يريد، إلا أن يتبين في ذلك ضررا داخل على العامة وصاحبه في غنى عنه، فيجتهد ولي الأمر في ذلك، ولا يحل له ظلم أحد، ولم يرى مالك رحمة الله عليه أن يخرج أحد من السوق إن لم ينقص من السعر، قال: وحسبه إن كره الشراء منه اشترى من غيره، وقد روي عنه أن من حط سعرا، أمر بإحاقه بسعر السوق، فإن أباي، أخرج منها"².

3- الشافعية:

قال صاحب "المهذب": ولا يحل للسلطان التسعير، لما روى أنس رضي الله عنه قال: "غلا السعر في عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم" وقال الناس: يا رسول الله، سعر لنا، فقال عليه السلام: "إن الله هو القابض والباسط والرازق والمسعر، وإنني لأرجو أن ألقى الله وليس أحد يطالبني بمظلمة في نفس ولا مال"³.

¹ أحمد حسن، المرجع السابق، ص.465.

² أبي عمر يوسف بن عبد الله بن محمد بن عبد البر النمري القرطبي، كتاب الكافي في فقه أهل المدينة المالكي، مكتبة الرياض الحديثة، الرياض، ص.360.

³ يسري محمد أبو العلا، نفس المرجع، ص.60.

وقال صاحب "معنى المحتاج": "ويحرم التسعير، ولو في وقت الغلاء"¹.

وقال العثماني في "رحمة الأمة في اختلاف الأئمة": ويحرم التسعير عند أبي حنيفة

والشافعي².

4- الحنابلة:

نقل ابن قدامة المقدسي عن ابن حامد- من الحنابلة- قال: "ليس للإمام أن يسعر على الناس، بل يبسط أموالهم على ما يختارون، وهذا مذهب الشافعي.

وقال : ولأن في ذلك إضرار بالناس:" إذا زاد تبعه أصحاب المتاع، وإذا نقص أضر بأصحاب المتاع، واستدل بالحديث المتقدم حين غلا السعر بالمدين، ثم قال: ووجه الدلالة على وجهين: أحدهما : أم لم يسعر وقد سأله ذلك، ولو جاز لأجابهم إليه، والثاني : أنه علل بكونه مظلمة، والظلم حرام، ولأنه مال، فلم يجيز منعه من بيعه بما تراضى عليه المتبايعان كما اتفق الجماعة عليه³.

5- آراء بعض العلماء:

قال القفال في "حلية العلماء": ولا يحل التسعير"، وقال الشوكاني: وقد استدل بالحديث، وما ورد في معناه على تحريم التسعير، وأنه مظلمة.

ووجهه: أن الناس مسيطرون على أموالهم، والتسعير حرج عليهم، والإمام مأمور برعاية مصلحة المسلمين، وليس نظره في مصلحة المشتري برخص الثمن أولى من نظره في

¹ الشيخ شمس الدين محمد بن الخطيب الشربيني، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، اعتنى به محمد خليل العيتاني، دار المعرفة، بيروت، لبنان، ص.396.

² بن عبد الرحمان دمشقي العثماني الشافعي، رحمة الأمة في اختلاف الأئمة، المكتبة التوفيقية، ص 283.

³ يسري محمد أبو العلا، المرجع السابق، ص.61.

مصلحة البائع بتوفير الثمن، وإذا تقابل الأمران وجب تمكين الفريقين من الإجتهد لأنفسهم، وإلزام صاحب السلعة بما لا يرضى به مناف الله تعالى: "يا أيها الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا"¹، وإلى هذا ذهب جمهور العلماء².

ب- جواز التسعير

على الرغم من إجماع الفقهاء على حرمة التسعير إلا أنهم اختلفوا في ذلك إذا كان من الحاكم تحقيقاً للمصلحة أو دفع الضرر قائمين وهو ما يتضح أكثر من ما يأتي:

1- يجوز التسعير ويجب على البائع الالتزام به إذا أبحف في الثمن لما فيه إضرار، هذا قول من قسم من الإمامية³، وقول آخر لبعض الإمامية أنه يجوز بما يراه الحاكم⁴.

2- القول الآخر أكثر أهمية هو للمالكية، أن التسعير يجوز إذا كان الحاكم عدلاً وفيه مصلحة بعد جمع أهل السوق ذلك الشيء المراد تسعيره، على أن يكون التسعير لغير الجالب⁵ أما التسعير للجالب فلا يجوز، وهذه طائفة من أقوال أئمة المذهب.

¹ سورة النساء، آية 29، رواية ورش عن نافع.

² وإذا سعر السلطان على الناس فباعوا وهم لا يردون البيع، فإنهم يكونون مكرهين عليه، فلا يصح البيع وهو مذهب الجمهور.

³ محمد جواد بن محمد الحسيني العاملي، مفتاح الكرامة في شرح قواعد العلامة، مصر، 1916، ص.109.

⁴ المرجع والموضع نفسه.

⁵ الجالب هو الذي يخرج ما لديه من السلع ويعرضها للبيع بسعر يومها، سواء من الدواب، أو من الأطعمة، أو من الأقمشة، أو من الأواني، أو العقار، أو غير ذلك، فيحصل بعرضه ويبيعه توسعة على الناس، وتسهيل الأرزاق، وتوفير الحاجات المطلوبة، فانه تعالى يرزقه ويرزقه ويرزقه ويرزقه.

وإذا تضمن التسعير العدل بين الناس فهو جائز بل هو واجب إعمالاً لحكمة التشريع، لأنه دفع الظلم على عامة المسلمين إذا كان واقعا أو متوقعا واجب بل أولى إذا كان الضرر أعظم¹.

فرع ثاني: حاجة المجتمع إلى التسعير وحالات التسعير

وهي كالاتي:

أولاً: حاجة المجتمع إلى التسعير

الأصل في التسعير أنه لا يتعلق بالتشريع وإنما بعوامل اقتصادية ينظمها العرض والطلب والعلاقة القائمة بينهما، كما أن ذلك يختلف باختلاف الأنظمة والمجتمعات، فما ينطبق على مجتمع قد لا ينطبق على آخر، ذلك أن تشكيل الأسعار في ظل الأنظمة الرأسمالية المسمى "اقتصاد السوق" يسير ضمن قانون العرض والطلب في ظل المنافسة الكاملة التي يتشكل فيها ثمن السوق، وفي ظل المنافسة الاحتكارية، والاحتكار الكامل.

خلافاً للأنظمة الاشتراكية ذات "الاقتصاد المخطط" الذي يؤثر فيه التدخل وتنظيم وتخطيط كل أمر بقانون مدروس يحمي طرفاً معيناً، فلا تترك الأسعار خاضعة لقانون العرض والطلب، وإنما تتدخل الدولة في تحديد الأسعار حسب أهميتها، التي تعبر في المفاهيم الاشتراكية إلا عن "كمية العمل اللازمة لإنتاج سلعة معينة"².

ولا شك أن الفرق بين النظامين شاسع، فهما على طرفي نقيض³.

¹ يسري محمد أبو العلا، المرجع السابق، ص.67.

² محمد أبو هدى يعقوبي الحني، المرجع السابق، ص.15.

³ نفس المرجع، ص.16.

والإسلام هو التشريع الوحيد الذي أقام توازنا كاملا دقيقا بين مصلحة الفرد- التي تحميه النظم الرأسمالية بالدرجة الاولى على حساب المجتمع- ومصلحة المجتمع التي أسرف في اعتبارها النظام الاشتراكي مما أدى إلى المس والإجحاف في حقوق الأفراد.

فالإسلام حمى هذا الفرد من ظلم الدولة، وحمى المجتمع من تعسف الفرد في استعماله لحقه، فاعتبر التسعير ابتداءا تقييد للحرية الاقتصادية وبالتالي تقييد للمنافسة الحرة الشريفة، فترك أمره مطلقا، تاركا كامل الحرية للأفراد، وتاركا تحديد الأسعار للظروف الاقتصادية وأحوال المعاش وكمية العرض ومقدار الطلب، فللبائعين أن يتعاملوا كما يشاؤون، طالما كانوا ملتزمين بقواعد الشريعة الاسلامية وأسسها ولا يمسون مصلحة المجتمع¹.

ومتى كان المجتمع متمسكا بالمبادئ والأصول الاخلاقية الفاضلة التي حث الإسلام على التمسك بها، أخذنا بنواصيها، مع الخوف من الله تعالى والاعتصام بالسنة النبوية، فلن يشتري بين أفرادها داء الطمع والجشع والأنانية، وسيبقى أساس المعاملة فيما بينهم النصح والبر والمسامحة والإيثار. وقال الله تعالى: "وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ"²، وقال تعالى "وَلَوْ أَنَّهُمْ أَقَامُوا التَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْهِمْ مِّن رَّبِّهِمْ لَأَكَلُوا مِن فَوْقِهِمْ وَمِن تَحْتِ أَرْجُلِهِمْ ۗ مِّنْهُمْ أُمَّةٌ مُّقْنَصِدَةٌ ۗ وَكَثِيرٌ مِّنْهُمْ سَاءَ مَا يَعْمَلُونَ"³.

وقد نقلت إلينا كتب الحديث أن أسعار الأغذية غلت في المدينة المنورة في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم، ولعل ذلك حدث أكثر من مرة لكثرة من رواه الصحابة، فجاؤوا إليه عليه الصلاة والسلام يشكون ما حل بهم، ويطلبون منه بأن يسعر لهم الطعام بسعر

¹ نفس المرجع، ص.16.

² سورة الأعراف، الآية 96، رواية ورش عن نافع.

³ سورة المائدة، الآية 66، رواية ورش عن نافع.

عادل، ولكن عليه الصلاة والسلام لم يرى حاجة-وهم قوم قوي إيمانهم، راسخة عقيدتهم، ثابت يقينهم-، لم يرى حاجة لعلاج الغلاء بالتسعير فقال: " لألقين الله من قبل أن أعطي أحدا من مال أحد من غير طيب نفس، إنما البيع عن تراض". وأتبع ذلك بالدواء الناجع فكان أن قال لهم: " ولكن في بيوعكم خصالا أذكرها لكم: لا تضاغنوا، لا تتاجشوا، ولا تحاسدوا، ولا يسوم الرجل عن سوم أخيه، ولا يبيعن حاضر لباد، والبيع عن تراض، وكونوا عباد الله إخوانا". فعمل عليه الصلاة والسلام بذلك عن اجتناب أصل الداء من النفوس، فلا حاجة إلى التسعير في مجتمع كذلك المجتمع.

أما قوم تكبوا عن الحق، وعدلوا إلى البغين واستشرت بينهم الضغائن، واستولى عليهم الحسد والطمع، وصار الغش أساس تعاملهم، إلا من عصم الله، وقصدوا أكل أموال الناس والتضييق عليهم، فباب الله أوسع وحكمه أمضى، فالتسعير عليهم ليس ظلم عليهم، وإنما إعادة إلى منهج الحق الذي عدلوا عنه، إعادة بقوة الحاكم والزامه، بعد أن كان بإمكانهم الدخول والبقاء فيهم باختيارهم¹.

ثانيا: حالات التسعير

كما تم الذكر في السابق الأصل هو منع التسعير، ومنع تدخل ولي الأمر في أسعار السلع، إلا أن هناك حالات يكون للحاكم بمقتضاه حق التدخل بالتسعير، أو يجب عليه التدخل على اختلاف الأقوال، ولا يتناقض هذا مع حديث رسول الله عليه وسلم المتقدم أعلاه، لأن عدم التدخل شرطه السير الحسن والطبيعي للسوق، ومن هذه الحالات ما يلي:

¹ محمد أبو هدى اليعقوبي الحني، نفس المرجع، ص.17.

أ- تواطئ الباعين ضد المشترين

وهذا معناه أن الباعين إذا اتفقوا فيما بينهم على تحديد سعر معين يحقق لم ربحاً فاحشاً، أو اتفق المشترين فيما بينهم على تحديد سعر معين للكيد بالتجار، وإرغامهم على البيع بسعر معين فيه فائدة للمشتري وفيه ضرر للباعين كما يحدث في المزايدات، فإنه يحق للحاكم أو من يقوم مقامه في مثل هذه الحالة أن يتدخل لجبر الناس بالبيع بسعر محدد، ولهذا قال الإمام ابن تيمية رحمه الله عليه: "ولهذا منع غير واحد من العلماء كأبي حنيفة وأصحابه، القسام الذين يقسمون بالأجر أن يشتركو، فإن اشتركوا والناس محتاجون إليه أغلوا عليهم الأجر"¹.

فمنع الباعين الذين تواطئوا على أن لا يبيعوا إلا بثمن قدره سابقاً، وكذلك منع المشترين إذا تواطئوا على أن لا يشتروا فيما يشتريه أحدهم حتى ييخصوا سلع الناس، فالسماح لهم بذلك معاونة لهم على الظلم والعدوان المنهى عليهما بنص القرآن الكريم، قال الله تعالى: "وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ"².

ب- حاجة الناس إلى السلعة

بمعنى إذا كان الناس في حاجة إلى هذه السلعة بحيث لا يستطيعون الاستغناء عنها فتكون سلعة ضرورية، وعلى الحاكم في مثل هذه الأحوال أن يفرض لها سعراً إذا قام التجار برفع أسعارها³.

وقد اشترط الفقهاء للتسعير دفع الضرر عن العامة فقالوا:

¹ ناجي بين حسن بن صالح الحضري، الحسية النظرية والعملية عند شيخ الإسلام ابن تيمية، دار الفضيلة، الرياض، السعودية، الطبعة الأولى، 2005، ص. 18.

² سورة المائدة، أية 02.

³ ماهر حامد محمد الحولي، المرجع السابق، ص. 06.

لا ينبغي للسلطان أن يسعر على الناس، إلا إذا تعلق به دفع ضرر العامة، واشترط الملكية، وجود مصلحة في التسعير، ومثلهم اشترط الشافعية.

ج- احتياج الناس إلى صناعة طائفة معينة

فإذا وجدت طائفة من الناس تعمل في صناعة معينة وكان الناس في حاجة إليها وامتنعت هذه الطائفة عن صناعتها، كان للحاكم أن يلزم الصناع بأجرة المثل، حتى لا يمكنهم من ظلم الناس¹.

د- احتكار المنتجين أو التجار

وذلك لأن الاحتكار² ضرر للناس، وسبب كبير في ارتفاع الأسعار، وقد ورد النهي عن الاحتكار في حديثه صلى الله عليه وسلم: " لا يحتكر إلا خاطئ".

وقوله عليه الصلاة والسلام: "من احتكر طعاماً أربعين ليلة فقد برئ من الله تعالى وبرئ الله تعالى منه".

وهذه الشروط ليست على سبيل الحصر وإنما على سبيل المثال فقط، بل كلما وجد الحاكم أو من يقوم مقامه حاجة إلى تسعير السلع لرفع الغبن عنهم، وأن المصلحة العامة لا

¹ المرجع والموضع نفسه.

² الاحتكاري الاقتصاد (monopoly) هي الحالة التي يكون السوق فيها عبارة عن شركة واحدة فقط تؤمن منتوج و/أو خدمة (منتوجات و/أو خدمات) إلى جميع المستهلكين وهي ركيزة من ركائز النظام الرأسمالي الحديث، وسمة من سمات التعامل الاقتصادي في معظم الشركات إن لم يكن في كلها، رغم أنه يحمل في طياته بذور الهلاك والدمار لما يسببه في ظلم وعنت وغلاء وبلاء، ولما فيه من إهدار لحرية التجارة والصناعة، وسد لمنافذ العمل وأبواب الرزق أمام غير المحتكرين.

تتحقق إلا عن طريق تحديد الأسعار فإن الواجب على الحاكم أن يتدخل لرفع الظلم على الناس¹.

هـ - تعدي أرباب الطعام عن القيمة تعديا فحشا

وفي هذه الحالة يجوز للحاكم أن يسعر على الناس إن تعدى أرباب الطعام عن القيمة تعديا فحشا، وعجز الحاكم عن صيانة حقوق المسلمين إلا بالتسعير، وذلك بعد مشورة أهل العلم والبصيرة وهو المختار عند الحنفية، وبه يفتي، لأن فيه صيانة حقوق المسلمين عن الضياع ودفع الضرر عن العامة².

مطلب ثاني: تدخل الدولة في تحديد الأسعار في التشريع الجزائري

في ظل اقتصاد السوق، تساهم قوى العرض والطلب كأصل عام في تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات، فكل بائع مثلا، يسعى إلى بيع سلعته أو خدمته بأعلى الأسعار في سبيل تحقيق أقصى ربح ممكن، وفي المقابل يسعى كل مشتر قدر الإمكان إلى الحصول على تلك السلعة أو الخدمة بأقل الأسعار الممكنة، وهكذا تتغير الأسعار صعودا وهبوطا إلى أن يتم التوازن بين المعروض من تلك السلعة أو الخدمة والمطلوب منها³، وذلك عند سعر معين يرتضيه الجميع⁴.

وعليه فإن معظم قواعد ذات الطابع الموضوعي في قانون المنافسة تجسد التوجه الليبرالي كخيار اقتصادي أخذت به الجزائر، خاصة جاءت على أنقاض التشريع القديم

¹ ماهر حامد محمد الحولي، المرجع السابق، ص.08.

² نفس المرجع، ص.09.

³ تيورسي محمد، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، السنة الجامعية 2010-2011، ص.179.

⁴ وهو ما تجسده المادة 04 من في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم المذكور سابقا: "تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة".

المتعلق بالأسعار¹، ولكن بالرغم من ذلك لم تترك الحرية مطلقة وذلك حماية للمستهلك بالدرجة الأولى، وضبط السوق واستقراره، خاصة بالنسبة للسلع والخدمات الضرورية ذات الاستهلاك الواسع.

إذن فعملية تحديد الأسعار والحد من ارتفاعها لا تعدو أن تكون ظاهرة استثنائية في ظل اقتصاد السوق القائم على حرية الأسعار²، وتبرز من خلال سلطة الدولة في فرض تواجدها، نظرا لاعتبارات مختلفة يقع على رأسها رعاية المصلحة العامة للبلد³.

لذلك اعتمدت الدولة عدة آليات لتحديد الأسعار وضبطها مثل التصديق والتسقيف كما يمكن ان تتدخل الدولة لاتخاذ تدابير مؤقتة في حال ارتفاع الاسعار بصورة مفاجأة.

فرع أول: آليات تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية

لقد نصت المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: "تطبيقا لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

¹ قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 والمتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية رقم 29 الصادرة في 19 يوليو 1989. السالفة الذكر

² يلاحظ في هذا النطاق، في فرنسا مثلا وبعد مرور عشر سنوات على تطبيق أمر 31 ديسمبر 1986 والذي جعل أسعار السلع والخدمات تحدد كأصل عام بكل حرية عن طريق المنافسة بحيث أصبح مبدأ حرية الأسعار من ضمن القيم والأخلاقيات القانونية وأن تطبيقه كانت له نتائج واضحة لما أدى إليه من تخفيض ملحوظ في الأسعار وصل إلى حد أن بعض المقاولات أصبحت ترتبط ب إطار اتفاقيات تستهدف إيقاف حرب تحرير الأسعار المهلكة، وهو ماتمخض عنه في الأخير ميلاد تغيير جديد في قانون المنافسة الفرنسي سنة 1996 استهدفت بالأساس منع التخفيض التعسفي للأسعار. أنظر في هذا الخصوص:

La loi n 96-588 du 1^{er} juillet 1996, cité par Véronique selinsky, السابق، ص.188.

³ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.180.

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك الأسباب الرئيسية التالية:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق.

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها حسب الأشكال نفسها، وفي حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمدة في التمويل داخل قطاع نشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية¹.

من خلال نص هذه المادة المذكورة أعلاه يتضح لنا أن الدولة لها ثلاث آليات قانونية لتحديد أسعار السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع وهي: التحديد، التسقيف والتصديق.

ومن خلال المذكرتين الإيضاحيتين التقديميتين لمشروع القانونين المتعلقين بالمنافسة والممارسات التجارية، حيث جاء فيهما فيما يتعلق بالأهداف ما يلي:

- تدعيم تدخلات الدولة وجعلها أكثر فاعلية في مجال تحديد ومراقبة أسعار هوامش السلع والخدمات، لاسيما فيما يخص المواد والخدمات الضرورية.

¹ مع العلم أنه بإمكان الدولة اتخاذ إجراءات استثنائية في احوال معينة بمقتضى مرسوم ولمدة محدد (06 أشهر كما كان واردا في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة قبل التعديل في المادة 03/05) وذلك بعد استشارة مجلس المنافسة بغية الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها الفاحش أو المفرط... الخ، وهو ما تعجز الحكومة عنه أحيانا - كما حصل في سنة 2010- و بالضبط في شهر جوان ومع قرب شهر رمضان حيث صرح وزير التجارة آنذاك: "بأن ضيق الوقت لا يسمح للحكومة بإصدار مرسوم المتعلق بهوامش الربح التي تعرف آليات تسقيف الأسعار لبعض المواد الاستهلاكية الأساسية". أنظر جريدة الخبر لتاريخ 13 جوان 2010، نقلا عن تيورسي محمد، المرجع السابق. ص. 184.

- تزويد الدولة بجهاز قانوني منسجم وآليات تدخل فعالة لضبط ومراقبة السوق.
- تثبيت استقرار السوق من خلال تأطير هوامش واسعار السلع والخدمات الضرورية وذات الاستهلاك الواسع.
- ضمان أكثر شفافية ونزاهة في إنجاز المعاملات التجارية بهدف استقرار السوق، ولاسيما تلك التي تتعلق باحترام الأسعار المقننة.
- الحد من الاختلالات المسجلة في السوق لاسيما تلك الناتجة عن المضاربة في الأسعار التي يمكن أن تمس بالقدرة الشرائية للمستهلك.
- القضاء على كل الأشكال التي تسبب الارتفاع المفرط وغير المبرر لأسعار السلع والخدمات¹.

أولاً: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات

يمكن القول أن مبدأ حرية الأسعار يجد مجاله أساساً في قطاعات التجارة عموماً، الصناعة، الفلاحة والاستيراد، وبالتالي يمكن القول أن حرية الأسعار وحرية المنافسة ينشطان في مجال واحد.

إن مبدأ التحرير إذا كانت من مزاياه تخفيض الأسعار، باعتبار ذلك أمراً إيجابياً بالنسبة للمستهلك، فيجب عدم تجاهل ما قد ينجر عن ذلك من إزاحة لبعض المقاولات أو بعض المتعاملين الاقتصاديين من عالمي المال والأعمال²، لعدم قدرتهم على المنافسة،

¹ راجع المذكرتين الإيضاحيتين التقديميتين لمشروع القانونين المتعلقين بالمنافسة والممارسات التجارية، النقطة المتعلقة بأهداف الإطار التشريعي.

² وهو ما نلاحظه خاصة بالنسبة للمحلات الكبرى أو كما تسمى بالأسواق الممتازة، حيث يصعب على المحلات الصغيرة لمنافستها في الأسعار لمل تملكه هذه الأسواق من امكانيات كبيرة تحدد الأسعار إلى مستوى لا يمكن أن تجارها المحلات الصغيرة.

ولذلك نجد أن المشرع الجزائري، واستئناسا بالتجربة الفرنسية¹، وأخذ بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد الوطني²، قد قيد حرية الأسعار بجملة من الحالات يؤدي تحقيقها إلى جعل تنظيم الأسعار من طرف الدولة مشروعاً³.

ونص المشرع الجزائري على المبدأ في كل من قانون المنافسة والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فقانون المنافسة يهدف لتحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق بتنظيم المنافسة الحرة وترقيتها، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين مستوى معيشة المستهلكين⁴.

فقد نصت الفقرة الأولى من المادة الخامسة المذكورة أعلاه من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر قبل التعديل على ما يلي: " يمكن تقنين أسعار السلع

¹ في الواقع باعتبار أن فرنسا شريكا اقتصاديا بامتياز للجزائر، فغن نفس المسار الذي مر به تطور المنظومة القانونية حديثا في ميدان تحرير الأسعار في فرنسا يمر به الجزائر كذلك- المذكور آنفا-، فتحديد الأسعار كان يخضع لتنظيم ومراقبة الدولة ثم أتى قانون المنافسة والاسعار لينص في مادته 04 على أن أسعار السلع والخدمات تحدد عن طريق المنافسة الحرة، غير أن تطبيق مبدأ تحرير الأسعار قد يصاحبه دائما تخوف واضح من المشرع مما قد يترتب عنه من نتائج، من بينها اهدار المؤسسات الصغيرة نظرا لعجزها لخوض غمار حرب تحرير الأسعار بما قد ينجر عنه من تخفيض الأسعار وما تستلزمه منها من جودة عالية حتى تستطيع منتجاتها أو خدماتها الصمود في وجه منتجات وخدمات بقية المؤسسات الأخرى التي يتكون منها السوق التنافسي الجزائري، لذلك نجد أن الحكومة قد توخت ذلك من خلال التطبيق التدريجي لمبدأ التحرير، بحيث استطاعت إلى حد كبير القيام بمهمة التدريب لمقاولاتها قصد انتقاء ما يستطيع منها أن يقوى على المنافسة الأجنبية والسير قدما واقصاء غيرها، في انتظار دخول البلاد غمار منطقة التبادل الحر أو المنظمة العالمية للتجارة الدولية OMC مستقبلا.

² خاصة مع تهاوي أسعار البترول وانخفاض قيمة الدينار الجزائري، وزيادة نسبة التضخم.

³ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.188.

⁴ المادة 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات مقيدة للمنافسة مراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة لفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين"

والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة¹.

نلاحظ من خلال هذه المادة أن الدولة لها الحق في تقنين الأسعار في السلع التي تعتبرها استراتيجية، أي أن المشرع الجزائري حدد مجال تدخل الدولة في أسعار السلع والخدمات الاستراتيجية، لكن السؤال الذي يطرح، ما هي هذه السلع والخدمات الاستراتيجية؟.

إن مصطلح الاستراتيجية مفهوم صعب التحديد، ويمكن لدولة أن تعتبر أي سلعة أو خدمة استراتيجية وبالتالي تقوم بتقنين أسعارها، حيث أن مجلس المنافسة في هذه الحالة له دور استشاري فقط، ولا يمكن انكار صفة الاستراتيجية لأي سلعة أو خدمة تعتبرها الدولة كذلك².

لهذا تم تعديل هذه المادة بموجب القانون رقم 10-05³ السالف الذكر وتم حذف كلمة استراتيجية من أجل توسيع مجال تدخل الدولة في تحديد الأسعار والخدمات بكل حرية بدون أن تثبت بانها استراتيجية والأكثر من ذلك الرجوع إلى مجلس المنافسة وإن كان هذا لا يعني عدم اللجوء إليه، وذلك من خلال قوائم السلع والخدمات المحددة مسبقا عن طريق التنظيم وقد تضاف إليها مواد أخرى في حالة رأت الدولة ضرورة لذلك حماية للمستهلك بالدرجة الأولى⁴.

¹ الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.72.

³ المادة 05 فقرة 1 بعد التعديل: " تطبيقا لأحكام المادة 04 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش واسعار السلع والخدمات والأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم"

⁴ المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: "... تتخذ تدابير تحديد هوامش الريح واسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على اساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسة الآتية:

- تثبيت استقرار مستويات الأسعار والسلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع، في حالة اضطراب محسوس للسوق.

كما نلاحظ في المادة المذكورة أدناه ان المشرع أعطى الحالات التي تستلزم تدخل الدولة في التسعير لكن على سبيل المثال لا الحصر، وقد يتعلق الأمر بما يلي:

1- قد تتدخل الدولة لتقييد وتقنين أسعار السلع وخدمات ذات طابع استراتيجي - كما تم نص عليها في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة قبل التعديل-، كما هي الحال بالنسبة لمشتقات البترول أو الخبز، الحليب، الأدوية، نقل المسافرين... الخ.

2- نظرا لاستحالة استقاء شروط المنافسة التامة، قد تتدخل الدولة في حالات تبرره ظروف استثنائية خاصة، يكون من شأنها أن تؤدي إلى ارتفاع أو انخفاض فاحشين في الأسعار، وبالتالي تخول الإدارة حق اتخاذ اجراءات مؤقتة لمواجهة هذه الظروف ككارثة طبيعية عامة (زلزال، فيضانات... الخ)، أو أزمة اقتصادية (نقص التمويل في مادة معينة، كالسكر أو الحبوب... الخ)، أو في حالة ارتفاع الأسعار لأسباب مشروعة كالتضخم وانخفاض الدينار... الخ¹.

3- القطاعات والمناطق الجغرافية التي لا تتوفر أو لم تعد تتوفر على شروط ممارسة المنافسة، إما لوجود احتكار قانوني أو فعلي²، أو لعدم امكانية تمويل طبيعي، أو لأن نصا قانونيا أو تنظيميا خص بيع المواد أو تقديم خدمات لفئة محددة اعتبارا لطبيعة المنتج أو الخدمة، وقد قدمت الحكومة أمثلة عن هذه المواد أو الخدمات: كالمواد المدعمة

- مكافحة المضاربة بجميع اشكالها والفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

- كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسما بسبب اضراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية"

¹ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص. 189.

² الاحتكار القانوني مشروع أما الاحتكار الفعلي غير مشروع.

والمواد الصيدلانية وتوزيع المياه والكهرباء والقطاعات الخاضعة لترخيص خاص مثل سيارات الأجرة... الخ¹.

وما ينبغي ملاحظته، أن تطبيق هذه الاستثناءات جميعها من طرف الإدارة رهين بجملة من الشروط والاجراءات، تتمحور حول:

1- أن مثل هذه التدابير الاستثنائية، وضمانا لاستقرار المقاولات عن طريق تجنيبها اتخاذ قرارات تقنين الأسعار وتنظيم التموين في حقها، يجب أن تتخذ عن طريق التنظيم لأي بموجب مرسوم ولمدة محددة²، مع الأخذ بعين الاعتبار مبدأ تركيب السعر، بمعنى تحديد أهم العناصر التي تدخل ضمن تركيبته وهي العوامل القابلة للتغيير بتغير عامل الزمن³.

¹ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.ص 189.

² لقد كانت مدة تحديد هذه الأسعار قبل التعديل الاخير أي قانون 10-05 الساف الذكر، هي ستة أشهر كحد أقصى ، كما جاء في نص المادة 03/5 من الامر 03-03 أنه: " تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة 06 أشهر بعد أخذ رأي مجلي المنافسة". علما أن هذه المدة تكون قابلة للتجديد مرة واحدة في أحوال معينة وفي حدود ما هو لازم حل المشكل المطروح فقط... الخ.

³ وفي هذا الإطار تنص المادة 22 مكرر من القانون 10-06 المؤر في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 05 غشت سنة 2010، يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 46 الصادرة في 08 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010، في مادته 05 التي تضيف المادة 22 مكرر للقانون 04-02 وهي كالآتي: " يجب أن تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لدى السلطات المعنية قبل البيع أو تأدية الخدمة. يطبق أيضا الالتزام بإيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات ضمن نفس الشروط، عندما تكون هذه السلع والخدمات محل تدابير تصديق على الهوامش والأسعار.

تحدد شروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئة الأعوان الاقتصاديين المعنيين به ، كذا نموذج بطاقة تركيبة الأسعار والسلطات المؤهلة التي يجب أن تودع لديها، عن طريق التنظيم".

2- إن تطبيق هذا الاستثناء من طرف الإدارة منوط بالحصول على رأي مجلس المنافسة واستشارته للقيام بالتحقيقات في هذا المضمار، وذلك للحيلولة دون تعسف من الإدارة وتقييد حرية الأسعار دون وجود مبرر مقبول لذلك¹.

3- أنه، وكما هو جار في كثير من الدول، أنه إذا استمرت حالة الظروف الموجبة لتحديد الأسعار لفترة طويلة، فإنه آنذاك، يمكن اتخاذ تدابير أخرى بعد استشارة مجلس المنافسة دائما، مفادها إخضاع القطاع والمنتج لتنظيم مستمر إلى أن تعود المياه إلى مجاريها الطبيعية.

4- لأنه بالنسبة للمنظمات المهنية الأكثر تمثيلا لأحد القطاعات، يمكن للإدارة أن تبرم اتفاقا معها قصد تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات التي تقوم بها، إلا أنه، وفي حالة عدم احترام هذا الاتفاق من طرف مهنيي هذا القطاع، فيمكن للإدارة تحدد الأسعار انفراديا وفقا لشروط المنصوص عليها في القانون، أي اتخاذ نص تنظيمي لهذا الغرض وسلوك نفس الخطوات المشار عليها آنفا².

ثانيا: آليات تقنين أسعار السلع والخدمات الضرورية

من خلال المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والمذكورة أعلاه، يتبين لنا أن تقنين أسعار السلع والخدمات يتم وفقا لثلاث آليات هي التحديد، التسقيف والتصديق³.

¹ أنظر نصوص المواد 36 و37 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

² تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.191.

³ التحديد: la fixation

التسقيف: le plafonnement

التصديق: l'homologation

إن تأطير هوامش وأسعار السلع والخدمات عن طريق هذه الآليات هو تكريس مهام وصلاحيات الدولة في مجال الأسعار، وبالتالي عمل الدولة على ضبط السوق واستقراره، وحماية المتنافسين والمستهلك بالدرجة الأولى.

فتكون حماية المستهلك من خلال هذه الآليات، حيث تضمن حماية القدرة الشرائية للمستهلك بتقويت الفرصة على المضاربين والمحتكرين من التلاعب بالأسعار وضمان وصول السلعة للمستهلك بسعر مناسب، وبالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة والاحتكار.

كما تهدف إلى ضبط السوق واستقراره بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية وثبتت استقرار مستوياتها.

وتعتبر هذه الآليات قانونية منحها القانون للسلطات العمومية حتى يسمح لها بالتدخل لحماية الاقتصاد الوطني من كل التلاعبات في الأسعار قصد إضفاء مصداقية أكثر في التوجه والتنظيم والمراقبة¹.

أ- آلية التحديد

التحديد هو أن تحدد الدولة سعرا معيناً وتجب البائعين والمشتريين على احترامه وتفرض جزاء على كل من يتجاوز (تحديد سعر معين بحد ذاته)، ويتم عن طريق التنظيم².

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.73.

² المادة 410-2 من القانون التجاري الفرنسي من الأمر 01 ديسمبر 1986 السلف الذكر، يسمح للحكومة أن تتدخل في مجال الأسعار بإصدار مرسوم، وقد حددت المادة L 140 من القانون التجاري مجال التدخل، فهو مجموع النشاط الاقتصادي بما في ذلك القطاع العمومي، حيث نجد من بين الأسعار المحددة: أسعار الغاز، الكهرباء، النقل العمومي، المطاعم المدرسية، أسعار الخدمات العمومية (الحظيرة العمومية للسيارات).

Article L410-2 Modifié par Ordonnance n°2008-1161 du 13 novembre 2008 - art. 4:

والهدف من اعتماد الدولة لآلية التحديد، هو تحديد أسعار بعض المواد أو خدمات قطاعات يكون إنتاجها استجابة لحاجيات اجتماعية، بحيث يصعب على المصالح الخاصة أن تسيروها بصورة مباشرة، لأن هذه الأخيرة تميل إلى زيادة أرباحها عند أسعار إنتاجها، في حين أن المستهلك يرفض ذلك، نظرا للدور الذي تلعبه هذه السلع والخدمات بالنسبة له¹.

والسلع والخدمات التي تم تحديد أسعارها هي كالاتي:

1- بالنسبة للمواد الغذائية:

1- الحليب المبستر والموضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع: حدد المرسوم التنفيذي رقم 50/01 المؤرخ في 12 فيفري 2001 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 16-65² سعر الحليب المبستر الموضب في أكياس ب 25 دج للتر الواحد.

"Sauf dans les cas où la loi en dispose autrement, les prix des biens, produits et services relevant antérieurement au 1er janvier 1987 de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 sont librement déterminés par le jeu de la concurrence.

Toutefois, dans les secteurs ou les zones où la concurrence par les prix est limitée en raison soit de situations de monopole ou de difficultés durables d'approvisionnement, soit de dispositions législatives ou réglementaires, un décret en Conseil d'Etat peut réglementer les prix après consultation de l'Autorité de la concurrence.

Les dispositions des deux premiers alinéas ne font pas obstacle à ce que le Gouvernement arrête, par décret en Conseil d'Etat, contre des hausses ou des baisses excessives de prix, des mesures temporaires motivées par une situation de crise, des circonstances exceptionnelles, une calamité publique ou une situation manifestement anormale du marché dans un secteur déterminé. Le décret est pris après consultation du Conseil national de la consommation. Il précise sa durée de validité qui ne peut excéder six mois".

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.74.

² مرسوم تنفيذي رقم 16-65 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 16 فبراير سنة 2016، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1421 الموافق ل 12 فبراير سنة 2001، والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 9 المؤرخة في 08 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 17 فبراير سنة 2016، ص.18.

وهذا ما تنص عليه المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 50/01 السالف الذكر: "تحدد أسعار بيع الحليب المبستر والموضب في أكياس، عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، وفق الجدول الملحق بهذا المرسوم.

العناوين	حليب مبستر وموضب في أكياس
- سعر البيع في رصيف المصنع	23.35 دج
- حد ربح التوزيع بالجملة	0.75 دج
- سعر بيع المنتج المسلم للبائع بالتجزئة	24.10 دج
- حد ربح التوزيع بالتجزئة	0.90 دج
- السعر للمستهلكين	25.00 دج

المصدر الملحق الخاص بالمرسوم التنفيذي رقم 01-50¹

ويعد الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، هيئة ضبط أساسية في مجال سوق الحليب، يعمل هذه الصفة في إطار سياسة وطنية اقتصادية واجتماعية وذلك باتخاذ كل التدابير لدعم انتاج الحليب ومشتقاته وتطويره، والسعي لضمان استقرار أسعار الحليب على المستوى الوطني²، إذ تنص المادة 05 من المرسوم رقم 247/97، المتضمن إنشاء الديوان

¹ المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1421 الموافق ل 12 فبراير سنة 2001، والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 11 المؤرخة في 18 ذي الحجة عام 1421 الموافق ل 12 فبراير سنة 2001 ص.ص.23.24.

² مروان فوزية، وظائف الضبط - دراسة حالة الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، ص.95.

الوطني المهني للحليب ومشتقاته¹: " يتولى الديوان باعتباره أداة الدولة الأساسية ويعمل لحسابها مهام تنظيم السوق الوطنية للحليب ومشتقاته وتموينها وضبطها واستقرارها... "

2- الفرينة والخبز: تم تحديد أسعار الفرينة والخبز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المؤرخ في 13 ابريل 1996²، حيث حددت المادة أولى منه بالنسبة لأسعار الفرينة العادية عند الخبازين ب 2000 دج للقنطار، وعند تجار التجزئة ب 2080 دج للقنطار، وعند المستهلك ب 2180 دج للقنطار، هذا بالنسبة للدقيق العادي السائب.

أما بالنسبة للدقيق العادي الموضب فسعره كالاتي:

التعيين	سعر البيع للتجار بالجملة	سعر البيع للتجار بالتجزئة	سعر البيع للمستهلكين
- كيس 1 كغ	- 23.70	- 25.70	- 27.50
- كيس 2 كغ	- 45.40	- 48.40	- 51.50
- كيس 5 كغ	- 113.50	- 123.50	- 133.50
- كيس 25 كغ	- 550.00	- 565.00	- 592.50

المصدر: المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 96-132، ص.13.

أما بالنسبة للخبز فتتص المادة 2 من المرسوم التنفيذي 96-132 على ما يلي:

¹ مرسوم تنفيذي رقم 81-247 مؤرخ في 03 ربيع الأول عام 1418 الموافق ل 08 يوليو سنة 1997، يتضمن انشاء الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 04 ربيع الأول عام 1418 الموافق ل 09 يوليو سنة 1997، ص.ص.6-11.

² مرسوم تنفيذي 96-132 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1416 الموافق ل 13 أبريل 1996، يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 23 المؤرخة في 26 ذي القعدة عام 1416 الموافق ل 14 أبريل سنة 1996، ص.12.

" تحدد أسعار بيع الخبز العادي للمستهلكين، ابتداءً من 03 يناير سنة 1996،

كما يأتي:

- خبز 250 غ (شكله طويل أو مستدير) 7.50 دج للوحدة.

- خبز 500 غ (شكله طويل أو مستدير) 15.00 دج للوحدة...¹.

وتتص المادة 03 من نفس المرسوم على ما يلي: " تحدد أسعار بيع الخبز المسمى

المحسن للمستهلكين، ابتداءً من 03 يناير سنة 1996، كما يأتي:

- خبز 250 غ (شكله طويل أو مستدير) 8.50 دج للوحدة.

- خبز 500 غ (شكله طويل أو مستدير) 17.00 دج للوحدة...².

3- سميد القمح الصلب: تم تحديد اسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي

مختلف مراحل توزيعه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 07-402 المؤرخ في 25 ديسمبر

2007³، حيث تنص المادة 06 منه على ما يلي: " يحدد الحد الأعلى لأسعار سميد القمح

الصلب المذكور أعلاه، عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه، كما يأتي:

السميد الرفيع	السميد العادي	السميد السعر (دج/قنطار)
3500	3250	سعر الخروج من

¹ الجريدة الرسمية عدد 23 لسنة 1996، ص14.

² الجريدة الرسمية عدد 23 لسنة 1996، نفس الصفحة.

³ مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1428 الموافق ل 25 ديسمبر سنة 2007، يحدد أسعار

سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 80 المؤرخة في 17 ذي

الحجة عام 1428 الموافق ل 26 ديسمبر سنة 2007. ص.ص.10. 11.

		المصنع
200	150	هامش الربح بالجملة
3700	3400	سعر البيع لتجار بالتجزئة
300	200	هامش الربح بالتجزئة
4000	3600	سعر للمستهلكين
1000	900	أي كيس 25 كيلوغرام

4- الماء الصالح للشرب والتطهير: تم تحديد تعريفاته بموجب المرسوم التنفيذي رقم

05-13 المؤرخ في 09 جانفي 2005¹.

5- الماء المستعمل في الفلاحة: تم تحديد تعريفاته بموجب المرسوم التنفيذي رقم

05-14 المؤرخ في 09 جانفي 2005².

¹ مرسوم تنفيذي رقم 05-13 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق ل 09 يناير سنة 2005، يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، المنشور في الجريدة الرسمية رقم

05 المؤرخة في 02 ذي الحجة عام 1425 الموافق ل 12 يناير سنة 2005 ص.ص.4. 9

² مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق ل 09 يناير سنة 2005، يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، المنشور في الجريدة الرسمية رقم

05 المؤرخة في 02 ذي الحجة عام 1425 الموافق ل 12 يناير سنة 2005، ص.ص.9. 10.

2 - بالنسبة للخدمات:

1- نقل المسافرين عبر السكك الحديدية: تم تحديد تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-269 المؤرخ في 29 أوت 1998¹.

2- نقل البضائع عبر السكك الحديدية: تم تحديد تعريفات نقل البضائع الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-329 المؤرخ في 13 أكتوبر 1998².

3- نقل الركاب بسيارة الأجرة، حددت التعرفة نقل الركاب بسيارات الأجرة طاكسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002³.

4- نقل الركاب برا (خدمة الركاب): حدد سعر نقل الركاب برا (خدمة الركاب) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-39 المؤرخ في 15 جانفي 1996⁴، حيث تحدد كما يلي:

¹ مرسوم تنفيذي رقم 98-269 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 29 غشت سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 65 المؤرخة في 11 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 02 سبتمبر 1998، ص.ص.7. 9.

² مرسوم تنفيذي رقم 98-329 المؤرخ في 22 جمادى الثانية عام 1419 الموافق ل 13 أكتوبر سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل البضائع الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 77 المؤرخة في 23 جمادى الثانية سنة 1419 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 1998، ص.ص.13. 14.

³ مرسوم تنفيذي رقم 02-488 مؤرخ في 13 شوال عام 1423 الموافق ل 17 ديسمبر سنة 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاقسي" ، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 18 شوال عام 1423 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2002، ص.ص.5.7.

⁴ مرسوم تنفيذي رقم 96-39 المؤرخ في 24 شعبان عام 1416 الموافق ل 15 يناير سنة 1996 ، يتضمن تعريفات نقل الركاب برا (خدمة الركاب)، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 4 المؤرخة في 26 شعبان عام 1416 الموافق ل 17 يناير 1996، ص.ص. 23. 24.

- التعرفة القصوى في الكيلومتر: 10 دج.
 - التكلفة حسب الرحلة: 15 دج.
 - التكلفة للانتظار (15 دقيقة) : 20 دج.
 - نقل الأمتعة (يفوق وزنها 15 كيلوغرام): 06 دج¹.
- 5- الإيجار المطبق على السكن الاجتماعي: حددت أسعار الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والتي تملكها الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-237 المؤرخ في 28 جويلية 1998².

3- المنتجات الصناعية:

- 1- المنتجات البترولية المكررة: البترول، غاز البترول المميع وقود، غاز البترول المميع سائبا، غاز أويل، البوتان، البوتان: تم حديد البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، اسعار البيع عند الخروج من المصفاة وحدود الربح عند التوزيع وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 07-60 المؤرخ في 11 فيفري 2007³.

¹ <https://www.commerce.gov.dz/ar/reglementation-des-prix-des-biens-et-services> في

2017/02/21 على السلعة 15: 47

² المرسوم التنفيذي رقم 98-237 المؤرخ في 4 ربيع الثاني عام 1416 الموافق ل 28 يوليو سنة 1998، يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والذي تملكه الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 55 المؤرخة في 5 ربيع الثاني عام 1419 الموافق ل 29 يوليو 1998، ص.ص. 7. 8.

³ المرسوم التنفيذي رقم 07-60 المؤرخ في 23 محرم 1428 الموافق ل 11 فبراير سنة 2007، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة وحدود الربح عند التوزيع وأسعار بيع=

حيث نصت المادة 02 من المرسوم : " يحدد سعر بيع النفط الخام عند دخوله المصافي، باستثناء مصفاة أدرار، والموجه للسوق الوطنية بمبلغ 12.043,39 دج/ للطن الواحد".

ونصت المادة 03 كما يلي: " يحدد سعر بيع النفط الخام عند دخوله مصفاة أدرار والموجه للسوق الوطنية بمبلغ 11.000,06 / للطن الواحد".

2- الغاز الطبيعي: تم تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-128 المؤرخ في 24 أبريل 2005¹.

3- الغاز الطبيعي المضغوط كوقود: حددت أسعار الغاز الطبيعي المطغوط كوقود بالمرسوم التنفيذي رقم 05-313 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005²، حيث نصت في المادة 3 : "يحدد سعر الغاز الطبيعي المضغوط كوقود عند نقطة البيع مع احتساب جميع الرسوم بمبلغ 15,72 دج/Nm3".

=المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 11 المؤرخة في 27 محرم عام 1428 الموافق ل 15 فبراير سنة 2007، ص.ص.5. 6.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 05-128 مؤرخ في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق ل 24 أبريل سنة 2005، يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29، مؤرخة في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق ل 24 أبريل سنة 2005، المادة 02 و 03، ص.17.

² المرسوم التنفيذي رقم 05-313 مؤرخ في 6 شعبان عام 1426 الموافق 10 سبتمبر سنة 2005 ، يحدد حد الريح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي المضغوط كوقود، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 62 المؤرخة في 07 شعبان عام 1426 الموافق ل 11 سبتمبر سنة 2005. ص.4.

ب- آلية التسقيف

التسقيف هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعنية به¹.

يكون للأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة تحت السقف المحدد، لكن لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف، وحتى في حالة إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبية السعر مرتفعة وربما تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، فالعون الاقتصادي ملزم بعدم تجاوز السقف المحدد، فتقوم الدولة بتعويضه في الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف وذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبية الأسعار، تبين طبيعة وحقيقة السعر المكون، يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعنية².

يصدر تسقيف الأسعار عن طريق التنظيم، ومن بين السلع والخدمات التي تم تسقيف أسعارها :

- الأدوية المستعملة في الطب البشري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-44 المؤرخ في 01 فيفري 1998³، حيث تنص المادة 4 : "تضبط حدود الربح عند التوزيع بالجملة وبالتجزئة التي تطبق على الأدوية بنسب متناقصة حسب تفاوت الأسعار طبقاً للجدول الآتي:

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.77.

² المرجع والموضع نفسه.

³ المرسوم التنفيذي رقم 98-44 مؤرخ في 4 شوال عام 1418 الموافق ل 01 فيفري سنة 1998، يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتوضيب والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5 المؤرخة في 7 شوال عام 1418 الموافق ل 4 فيفري سنة 1998، ص.ص.17-22.

حدود الربح بالجملة	حدود الربح بالتجزئة	تفاوت الاسعار
20%	50%	حتى 70,00 دج
15%	33%	من 70,01 دج إلى 110,00 دج
12%	25%	من 110.01 دج إلى 150.00 دج
10%	20%	أكثر من 150.00 دج

المصدر المادة 04 من المرسوم رقم 98-44

- الاسمنت البورتلاندي المركب الموضب بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-243 المؤرخ في 22 جويلية 2009¹، حيث تنص المادة 2 منه: " تحدد هوامش الربح القصوى الخام المطبقة عند تسويق الاسمنت المذكور في المادة الأولى أعلاه، في مراحل الجملة والتجزئة، كما يأتي:

هوامش	هوامش	الهوامش
التجزئة (دج)	الجملة (دج)	التوضيب
120	80	القنطار
60	40	أو كيس 50 كلغ

- السكر والزيت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11/108 المؤرخ في 06 مارس 2011²، حيث تنص المادة الثانية منه على ما يلي: " تحدد الأسعار القصوى مع

¹ المرسوم التنفيذي رقم 09-234 مؤرخ في 29 رجب عام 1430 الموافق ل 22 يوليو سنة 2009، يحدد هوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة على الاسمنت البورتلاندي المركب الموضب، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 04 شعبان عام 1430 الموافق ل 26 يوليو سنة 2009، ص.ص.27. 28.

² المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في أول ربيع الثاني عام 1432 الموافق ل 06 مارس سنة 2011، يحدد اليعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت

احتساب كل الرسوم، عند الاستهلاك للزيت الغذائي المكرر العادي والزيت الأبيض، كما يأتي:

المنتج	السعر الأقصى عند الاستهلاك مع احتساب جميع الرسوم
الزيت الغذائي المكرر العادي	- صفيحة 5 لتر: 600 دج - قارورة 2 لتر: 250 دج - قارورة 1 لتر: 125 دج
السكر الأبيض	- الكيلوغرام الغير موضب: 90 دج - الكيلوغرام الموضب: 95 دج

كما تنص المادة 4 من نفس المرسوم على ما يلي: "يحدد هامش الربح الأقصى عند الانتاج للزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض بنسبة ثمانية بالمئة (8%)، تحسب على أساس سعر التكلفة خارج الرسوم".¹

وتنص المادة الخمسة منه كذلك: " يحدد هامش الربح عند الاستيراد للزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، بنسبة خمسة بالمئة (5%)، تحسب على أساس القيمة المتضمنة للتكلفة والتأمين والشحن "CAF".²

ج- آلية التصديق

التصديق هو الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو المتعاملين الاقتصاديين أو ذوي الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين مثل الديوان الوطني الجزائري

الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 04 ربيع الثاني عام 1432 الموافق ل 06 مارس 2001، ص.ص.27-32.

¹ المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 108/11

² المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 108/11

المهني للحليب ومشتقاته السالف الذكر أعلاه¹، على الجهة المعنية أو الوزارة المعنية بالأمر².

إن تطبيق هذه الآليات الثلاث المذكورة أعلاه، وهي التحديد والتسقيف والتصديق من طرف العون الاقتصادي مرهون بإيداع تركيبة الأسعار هذه السلع والخدمات المهنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية، وقد نصت على هذا الالتزام المادة 22 مكرر من القانون 06-10 المعدل والمتمم لقانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³.

إن تركيبة الأسعار هي مجموعة من العناصر المكونة لسعر السلعة أو الخدمة منها: سعر الاستيراد، سعر التكلفة والتأمين والشحن، تكاليف أخرى مثل اليد العاملة، الاهتلاكات، تجهيزات، ويتم تحديد شروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئات الأعوان الاقتصاديين المعنيين بها، وكذا نماذج بطاقة تركيبة الأسعار والسلطات المعنية والمؤهلة التي يجب ان تودع لديها عن طريق التنظيم.

¹ إن الديوان الوطني للحليب ومشتقاتهن له الحرية في تحديد أسعار الحليب ومشتقاته، ولكن في ظل الأطر القانونية المنظمة لسعر هذه المادة، من هذا المنطق وبعد أزمة الحليب سنة 2007 وسنة 2011 والـ207 بوع الأخير من سنة 2013 و في ماي 2013، تم تشكيل لجنة من طرف المجلس الشعبي البلدي، للتحقيق في أسباب ارتفاع أسعار المفاجئ لهذه المادة وتم التحقيق مع وزير التجارة آنذاك، ووزير الفلاحة والتنمية الريفية، مدير الديوان الوطني للحليب ومشتقاته، حيث قامت اللجنة بالتحقق في ندرة وارتفاع المفاجئ لبعض المواد الغذائية، ذات الاستهلاك الواسع في السوق الوطنية في إطار هذا التحقيق، قام أعضاء اللجنة بزيارات ميدانية للملبنات على مستوى الغرب والشرق الجزائري، وتم نشر التقرير في أكتوبر 2011، الذي حدد الأسباب ومنها ندرة المادة في السوق الوطنية.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.78.

³ المادة 22 مكرر من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم: "يجب ان تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لا سيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوماس الريح أو الأسعار، طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لدى السلطات المعنية قبل البيع أو تأدية الخدمة."

ومثال ذلك هو المرسوم التنفيذي رقم 11-108 السالف الذكر الذي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض كما هو مبين أعلاه، وبين تركيبة الأسعار وذلك وفق نموذج مرفق في الملحق بهذا المرسوم¹، كما بين الجهة المؤهلة التي يقدم لها طلب التعويض وهي اللجنة الوزارية المشتركة².

¹ راجع الملحق في المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس 2011، ج.ر عدد 15، ص.ص. 30.31.
² تنص المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 11-108 على ما يلي: " تنشأ لجنة وزارية مشتركة تكلف بدراسة وتقييم طلبات التعويض تتشكل من ممثلين عن الوزارات الآتية:

- التجارة) المديرية العامة لضبط الأنشطة والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش والمديرية العامة للتجارة الخارجية مديرية المالية والوسائل العامة)،
 - المالية (المديرية العام للضرائب والمديرية العامة للميزانية والمديرية العامة للجمارك)،
 - النقل (المديرية البحرية التجارية والموانئ)،
- يرأس اللجنة الوزارية المشتركة وزير التجارة أو ممثله.
تتولى مصالح وزارة التجارة أمانة اللجنة الوزارية المشتركة.
يجب أن يكون لأعضاء اللجنة الوزارية المشتركة صفة مدير بالإدارة المركزية على الأقل.
تحدد كفاءات تنظيم اللجنة الوزارية المشتركة بموجب قرار من وزير التجارة.
تحدد القائمة الإسمية لأعضاء اللجنة الوزارية المشتركة بقرار من وزير التجارة بناء على اقتراح الوزراء المعنيين.
تحدد اللجنة الوزارية المشتركة نظامها الداخلي بمقرر من رئيسها".

د- دعم الدولة لأسعار السلع الموجهة للمناطق الجنوبية¹

هناك شكل آخر من تدخل الدولة في تحديد ودعم الأسعار لم يتم النص عليها في قانون المنافسة، ولكنه هام وضروري يتمثل في نظام تعويضي لمصاريف النقل البري للبضائع المتعلقة بتمويل ودعم بعض النواحي والمناطق الجنوبية، ذلك أن تكاليف النقل

¹الإطار القانوني:

- 1- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 4 صفر عام 1429 الموافق 11 فبراير سنة 2008، يتم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1420 الموافق 6 أكتوبر سنة 1999 الذي يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات وداخلها المتعلقة بتمويل مناطق الجنوب.
- 2- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1428 الموافق ل 3 ديسمبر سنة 2007، يحدد قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف النقل.
- 3- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 08 أكتوبر سنة 2007، يتم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 06 أكتوبر سنة 1999، يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات وداخلها المتعلقة بتمويل مناطق الجنوب.
- 4-مرسوم تنفيذي رقم 07-216 مؤرخ في 25 جمادى الثانية عام 1428 الموافق 10 يوليو سنة 2007 الذي يحدد كيفية تسيير حساب التخصيص عنوانه "صندوق تعويض تكاليف النقل".
- 5 -مرسوم تنفيذي رقم 95-301 مؤرخ في 09 جمادى الأولى 1416 الموافق ل 04 أكتوبر سنة 1995، يحدد كيفية تسيير حساب التخصيص الخاص بالخرينة رقم 302-041 و المعنون ب "صندوق تعويض تكاليف النقل".
- 6-مرسوم تنفيذي رقم 97-53 مؤرخ في 5 شوال عام 1417 الموافق 12 فبراير سنة 1997، يحدد كيفية تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 041-302 الذي عنوانه "صندوق تعويض تكاليف النقل".
- 7-قرار وزاري مشترك مؤرخ في 25 محرم عام 1418 الموافق ل 1 جوان 1997، يحدد قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف النقل المرتبطة بالتمويل بين الولايات وداخلها في مناطق الجنوب.
- 8- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1420 الموافق 6 أكتوبر سنة 1999، يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات وداخلها، المرتبطة بتمويل مناطق الجنوب.
- 9- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 24 جويلية سنة 2003، يضيف مواد البناء (الإسمنت، الخرسانة و الخشب) ضمن قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف نقلها، تنفيذًا لتعليمات المجلس الوزاري المشترك المؤرخ في 19 ماي 2003 المكرسة السوق الوطنية للإسمنت.

الناجمة عن تموين المناطق الجنوبية بالمواد والسلع الضرورية كانت عالية جدا، مما شكل عائقا كبيرا أمام الأعوان الاقتصاديين للاستثمار في التوزيع بهذه المناطق.

وتم وضع هذا النظام سنة 1995 المسمى النظام التعويضي لمصاريف النقل البري للبضائع المتعلقة بتموين بعض النواحي الجنوبية، وذلك بهدف التصدي لنتائج عدم تقنين الأسعار ولمعالجة هذا الوضع، قررت الدولة التكفل بتعويض التكاليف العالية لضمان وفرة هذه المواد واستقرار أسعارها¹.

لذلك وفي إطار تعزيز أنظمة التحفيز لتشجيع تموين المناطق الجنوبية بالمواد ذات الاستهلاك الواسع، وبمواد البناء الأساسية إضافة إلى الأدوية وغاز البوتان والغاز الموجه للتدخين، صدر مرسوم تنفيذي رقم 95-301 المؤرخ في 4 أكتوبر 1995 الذي يحدد كفاءات وضع نظام تسديد أعباء النقل البري للبضائع المرتبط بتموين مقار الولايات وبالتوزيع داخل الولاية في مناطق جنوب البلاد².

إن تسديد أعباء النقل البري للبضائع، قصد تموين مناطق الجنوب³ يمثل دعما من طرف الدولة، ويتم من خلال إنشاء حساب التخصيص الخاص للخزينة تحت رقم

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.80.

² مرسوم تنفيذي 95-301 المؤرخ في 9 جمادى الأولى عام 1416 الموافق ل 4 أكتوبر سنة 1995، يحدد كفاءات وضع نظام تسديد أعباء النقل البري للبضائع المرتبطة بتموين مقار الولايات وبالتوزيع داخل الولاية في مناطق جنوب البلاد، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 58 المؤرخة في 13 جمادى الأولى عام 1416 الموافق ل 8 أكتوبر سنة 1995، ص.ص.12-26.

³ الولايات المعنية:

1- نظام ما بين الولايات: أدرار، تمنراست، بشار، إليزي، ورقلة، الوادي، غرداية، النعامة، البيض و تندوف..=

=2- نظام داخل الولايات: أدرار، تمنراست، إليزي و تندوف، ورقلة و بشار

المواد المعنية:

1- المواد المستفيدة من تعويض أعباء تكاليف النقل البري لتموين ما بين الولايات: السميد، الفرينة، مسحوق الحليب) للصغار و الكبار)، الحليب المبستر، فرينة الأطفال، القهوة، الشاي، السكر، الطماطم المركزة، الخميرة،=

302/041 عنوانه صندوق التعويض، بهدف تحسين التموينات في مناطق الجنوب وتنظيمها¹.

حيث أنه من خلال هذا الصندوق يمنح وزير التجارة المدراء الولائيين للتجارة للولايات المعنية بهذا الإجراء، القروض الضرورية لتسديد أعباء النقل البري للبضائع².
أما فيما يتعلق بقائمة البضائع التي تستفيد من تسديد أعباء النقل البري الخاص بتموين مناطق الجنوب فيتم تحديدها بموجب قرار وزاري يصدره وزير التجارة³.

الخضر الجافة، الأرز، العجائن الغذائية، الزيوت الغذائية، صابون و الغبرة التنظيف البطاطا، الأدوات المدرسية، مواد تغذية الأنعام مواد البناء (الإسمنت، الخرسانة، الخشب) و الصحافة المكتوبة.

2- المواد المستفيدة من تعويض أعباء تكاليف النقل البري لتموين داخل الولايات :تضم كل المواد المذكورة أعلاه، ما عدى الحليب المبستر و مواد تغذية الأنعام.

3- المواد المستفيدة من تعويض أعباء تكاليف النقل الجوي لتموين مزارع الولايات :الجرائد المكتوبة.
التعريفات السارية:

-تسعيرة ما بين الولايات 1,5 دج للطن الكيلومتر.

-تسعيرة داخل الولايات :تتراوح ما بين 2 دج و 9 دج للطن الكيلومتر حسب المسافات المقطوعة في كل ولاية.
النفقات:

بلغت نفقات صندوق تعويض تكاليف النقل في العشرة سنوات الأخيرة (1996-2005) 3,379 مليار دج في إطار تدعيم تكاليف النقل المتعلقة بالتموين بين الولايات و التوزيع داخل الولايات في مناطق الجنوب.

-النفقات المرتبطة بالنشاط في 2005 بلغت 1,2 مليون دج.

-المبلغ المقرر في نهاية نوفمبر 2005 بلغ 1,185 مليون دج. مأخوذ من الموقع الرسمي لوزارة التجارة:
<https://www.commerce.gov.dz/ar/wilayas-amp-produits-concernees> في 2017/02/25 على

الساعة 16:24

¹ المادة 2 من المرسوم التنفيذي 95-301: " يشكل تسديد أعباء النقل البري للبضائع، قصد تموين مناطق الجنوب، دعم الدولة من خلال حساب التخصيص الخاص للخزينة رقم 302/041 الذي عنوانه "صندوق التعويض" بغية تحسين التموينات في مناطق الجنوب وتنظيمها"

² المادة 6 من المرسوم التنفيذي 95-301: "يمنح الوزير المكلف بالتجارة مديري المنافسة والأسعار في الولايات المذكورة في الملحق الأول بهذا المرسوم، القروض الضرورية لتسديد أعباء النقل البري للبضائع"

³ قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1428 الموافق ل 3 ديسمبر سنة 2007، يحدد قائمة المواد الفابلة لتعويض تكاليف النقل.

فرع ثاني: التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار وأسبابها

إن المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم التي جاءت باستثناء خاص بحرية الأسعار، وذلك بتدخل الدولة في تحديدها عن طريق الآليات المذكورة اعلاه وهي التحديد والتسقيف والتصديق، جاءت باستثناء آخر وهي تدابير أخرى يمكن أن تلجأ إليها الدولة من أجل التدخل للحد من ارتفاع الأسعار في حالات معينة¹، ويمكن أن تمس أي قطاع اقتصادي، وهي الحالات الاستثنائية في اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالة الاحتكار الطبيعية التي هي مبينة في المادة 5 الفقرة 5 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم المذكورة أدناه دون أن يعطينا المشرع مفهومها، وهذا على خلاف المادة 5 من الأمر 06-95 الملغى التي عرفت الاحتكار الطبيعي ب: "حالات السوق أو نشاط التي تتميز بعون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو هذا نشاط"، ومن الطبيعي انه إذا احتكر شخص طبيعياً كان أو معنوياً نشاطاً معيناً من النشاطات الاقتصادية، تحكم في الأسعار، ولذلك لا تتدخل الدولة بمجرد وجود احتكار طبيعي لقطاع معين بل يشترط أن ينتج عنه ارتفاع مفرط في الأسعار.

إن المادة 05 قبل التعديل كانت تنص على أن هذه الاجراءات أو التدابير المؤقتة تتخذ بموجب مرسوم لمدة أقصاها 06 أشهر، قابلة للتجديد²، بعد استشارة مجلس المنافسة، أما بعد التعديل فقد تم إلغاء مدة 06 أشهر والغاء استشارة مجلس المنافسة وذلك لكونهما

¹ المادة 5 فقرة 5 من الأمر 03-03: "كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح واسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأفكار نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لا سيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية".

² المادة 05 فقرة 03 من الأمر 03-03 قبل التعديل: "تتخذ هذه التدابير الاستثنائية عن طريق التنظيم لمدة أقصاها ستة (06) أشهر قابلة للتجديد، بعد أخذ رأي مجلس المنافسة".

يضيقان من تدخل الدولة في هذا الميدان ويعرقل دورها خاصة في الظروف الاستثنائية¹، وأعطى للدولة سلطة انفرادية في اتخاذ هذه القرارات.

لقد نص المشرع الفرنسي في هذا المجال بموجب المادة L410/2 الفقرة 6 من القانون التجاري²، على منح الدولة الفرنسية الإطار القانوني والضروري لاستخدام سياسات تفعيل المنافسة في ميدان الأسعار، وذلك بمنحها حق التدخل في تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط أو انخفاضها المفرط وغير الطبيعي بموجب اجراءات وتدابير مؤقتة وذلك لمدة 6 أشهر، بموجب مرسوم صادر عن مجلس الدولة، وذلك باستشارة مجلس الوطني للاستهلاك³، وليس سلطة المنافسة، الأمر الذي لا يقدم نفس الضمانات بالنظر إلى احترام قواعد المنافسة⁴.

نلاحظ أنه رغم نص المشرع الفرنسي والجزائري على نفس حالات تدخل الدولة بموجب تدابير مؤقتة إلا هناك بعض الاختلافات، خاصة بصور الأمر 10-05 المعدل

¹ الجريدة الرسمية للمناقشات، الفترة التشريعية السادسة، الدورة العادية السادسة، الجلسة العلنية المنعقدة في 12 جويلية 2010، ص 06.

² Article L410/2 du code commerce français dispose que: " Les dispositions des deux premiers alinéas ne font pas obstacle à ce que le Gouvernement arrête, par décret en Conseil d'Etat, contre des hausses ou des baisses excessives de prix, des mesures temporaires motivées par une situation de crise, des circonstances exceptionnelles, une calamité publique ou une situation manifestement anormale du marché dans un secteur déterminé. Le décret est pris après consultation du Conseil national de la consommation. Il précise sa durée de validité qui ne peut excéder six mois".

³ Jean jacque BIOLAY: transparence tarifaire et pratiques relatives au prix: juris-classeur: concurrence – consommation: fasc 285 année 2009, p.8.

منقول عن : بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.81.

⁴ تنظيم بعض الأسعار في قودلوب QUADLOUPE بعد اعصار 8 أوت 1990، ما تدخلت الحكومة الفرنسية قبل حصول ارتفاع مفرط للأسعار بهدف الوقاية من حصولها بالنسبة للوقود أثناء حرب الخليج 1990. نقلا عن بوقطوف بهجت، نفس المرجع، ص.81.

والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، فالقانون الفرنسي نص على اتخاذ هذه التدابير المؤقتة في حالة ارتفاع مفرط للأسعار وفي حالة انخفاضها المفرط وغير المبرر كذلك، وهذا لا نجده في القانون الجزائري الذي ينص على حالة الارتفاع المفرط فقط.

وكذلك تتخذ هذه التدابير في القانون الفرنسي بموجب مرسوم صادر عن مجلس الدولة بعد استشارة المجلس الوطني للاستهلاك، أما القانون الجزائري فتتخذ هذه التدابير عن طريق التنظيم دون استشارة أي جهة¹.

وبصفة عامة فإن النص على هذه التدابير المؤقتة هو تأكيد على السلطة الممنوحة للدولة في تدخلها في مجال الأسعار وتأطير الهوامش في حالة الارتفاع المفرط وغير المبرر للأسعار من أجل إصلاح النقائص الخاصة بالسوق، حماية المتعاملين الاقتصاديين المتنافسين ضد قصور القنوات المألوفة للتمويل التي تعتمد عليها أنشطتهم، وكذا حماية المستهلكين بالدرجة الأولى، حيث يجد نفسه أمام سوق مضطربة بفعل العوامل المذكورة، والتي يستغلها الممارسون في ذلك القطاع أو تلك المنطقة للرفع التعسفي للأسعار بعيدا عن الضوابط المشروعة².

وعليه فإن تدخل الدولة باتخاذ تدابير مؤقتة مرهون ومشروط بشرط أساسي وهو الارتفاع المفرط وغير المبرر للأسعار نتيجة الأسباب السالفة الذكر.

فرع ثالث: أسباب ضبط الدولة للأسعار

لقد أجاز المشرع الجزائري بموجب المادة 5 فقرة 1 من الأمر المتعلق بالمنافسة قبل التعديل، تقنين أسعار السلع والخدمات الاستراتيجية، مع امكانية اتخاذ إجراءات استثنائية

¹ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.82.

² المرجع والموضع نفسه.

للحد من ارتفاع الأسعار، أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط إما بسبب اضطرابات في السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين لقطاع نشاط ما أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالة الاحتكار الطبيعية.

غير أنه بعد التعديل في 2010 فإن المشرع الجزائري أبقى على تحديد هوامش الربح واسعار السلع والخدمات أو تسقيفها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية للأسباب التالية:

- خلق استقرار لأسعار المواد الضرورية في حالة الاضطراب المحسوس في السوق،
- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

غير أن المشرع لم يُشر إلى اتخاذ مثل هذه الاجراءات في حالة انخفاض المحسوس في الأسعار بعكس المشرع الفرنسي، ذلك أن الارتفاع يؤثر على المستهلك لتبقى خياراته محدودة أما الانخفاض فيؤثر على المتعاملين الاقتصاديين، ولكن الغالب هو ارتفاع الأسعار، وهو ما يمكن وصفه بحالة تضخم الأسعار، حيث أنها ترتفع تصاعديا فيؤدي ذلك إلى نقص القدرة الشرائية، كما أن ارتفاع الأسعار غالبا ما يكون سببه الاحتكار أو المضاربة، إلى جانب أهم سبب لتدخل الدولة وهو النظام العام الاقتصادي¹.

أ- مكافحة الاحتكار التعسفي

إن المشرع الجزائري لم يعرف الاحتكار، إنما اكتفى بالإشارة إليه في المادة السابعة من قانون المنافسة، واعتبره ممارسة مقيدة للمنافسة، ولعل الهدف من ذلك رغبة في تحقيق

¹ المرجع نفسه، ص.83.

توازن في العقود المبرمة بين أطراف غير متكافئة في القوة، ولمنع استعمال القوة الاقتصادية من قبل الطرف المحتكر لجميع حصص السوق أو جزء منه¹.

ولقد تم تعريف الاحتكار من طرف علماء الاقتصاد الوضعي على أنه: " الحالة التي يوجد فيها منتج واحد لسلعة ليس لها بدائل قريبة حالية أو محتملة، أو وجود منتج أو بائع واحد لسلعة أو خدمة ليس لها بديل ويستحوذ على سوق السلعة بالكامل".

إن من بين مساوئ الاحتكار هو إهدار حرية التجارة والصناعة والزراعة ومن ثم التحكم في الأسواق، وبالتالي عدم المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين في الدخول إلى السوق، بحكم سيطرة المحتكر على السوق مما يمكنه من فرض أسعار مرتفعة بالرغم من تساوي تكاليف الإنتاج، نتيجة لذلك تدخلت الدولة عن طريق التشريع لمحاربة المنافسة غير مشروعة، ومنع التجاوزات التي تؤدي إلى الاحتكار بهدف حماية الاقتصاد القومي، وكذا توفير السلع والمنتجات للمستهلكين، فقانون العرض والطلب يفترض المنافسة الحرة والكاملة بين عناصر السوق، والمؤدية أكثر جودة وقل سعرا.

كما أن النظام الرأسمالي يؤدي للاحتكارات المتزايدة وهو ما اثبتته التجربة العملية له، ما اضطر الدول المتبنية لهذا النظام على غرار الجزائر التدخل في عمل السوق من خلال تحديد الأسعار، وتقييد الحرية الاقتصادية ببعض القيود، معالجة بذلك بعض العيوب والمساوئ في هذا النظام².

¹ محمد عبد الكريم بودالي، حماية المستهلك في القانون الجزائري والمقارن، دار الكتاب الحديث، طبعة 2006، ص.535.

² نفس المرجع، 536.

ب- القضاء على المضاربة

تعد المضاربة ممارسة تجارية تدليسية، تهدف لإحداث تقلبات غير طبيعية في السوق بغية الاستفادة من الأوضاع المستجدة وتحقيق أرباح ذاتية، وتكون نتيجة ندرة السلع المعروضة في السوق أي قلة المعاملات وليس الإنتاج، خصوصا بالنسبة للسلع الواسعة الاستهلاك وبالتالي ترتفع أسعارها.

وسعيًا من المشرع لحماية المستهلك والاقتصاد الوطني على حد سواء، جرم هذه الممارسة الغير مشروعة نتيجة لضرر اللاحق عنها.

فالمضاربة تكون سواء بين المنتجين أو المستوردين أو أي متعامل اقتصادي ناشط في السوق التنافسية، وهي ظاهرة تؤدي إلى ارتفاع الأسعار، و تتخذ عدة أشكال، إما في صورة اتفاقات غير مشروعة أو ممارسات تدليسية حسب ما نصت عليه المادة 25 من 02-04.

كما جرم المشرع الجزائري المضاربة الغير مشروعة بموجب المادة 172 من قانون العقوبات حيث يعاقب كل مرتكب لجريمة المضاربة غير المشروعة بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من 5.000 دج إلى 100.000 دج، كطرح عروض في السوق بغرض احداث اضطراب في الأسعار¹.

ج- مقتضيات النظام العام الاقتصادي

إن النظام العام الاقتصادي يتعلق اساسا بدور الدولة في الحياة الاقتصادية، هذا التدخل الذي تختلف شروطه وبواعثه وفقا للنظام الاقتصادي المتبع، ويرتبط ارتباطا وثيقا

¹ أحمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص.70.

بمبدأ حرية الصناعة والتجارية حيث يعتبر مفيدا له، فتحديد الأسعار من قبل الدولة يعد وسيلة لضبط السوق بفرض ميكانيزمات وسياسات اقتصادية تراها ضرورية لذلك إلى جانب تلاؤمها والاقتصاد الحر.

خاتمة الباب الأول:

في ختام هذا الباب لاحظنا أنه لا غنى عن حرية الأسعار بدون حرية المنافسة والتي تعتبر من دعائمه، ولا وجود لنظام رأسمالي ليبرالي بدون حرية في تحديد الأسعار، والتي تعتبر في صالح المستهلك بالدرجة الأولى لأنه كلما اشتدت المنافسة كلما كانت الأسعار في صالح المستهلك، لكن هذا لا يعني أنه الدولة لا تلعب دور في كل هذا، فهي تتدخل في حالات معينة من أجل حماية المستهلك دائماً.

وما يمكن استخلاصه من هذا الباب ما يلي:

- زيادة نسبة التحرير وترك السوق حر أمام المتعاملين الاقتصاديين.
- المراقبة المستمرة خاصة في الاسعار المقننة لأنه الواقع يبين العكس، خاصة تلك السلع التي تستفيد من التدعيم.
- الرجوع إلى الشريعة الإسلامية فيما يخص التسعير، خاصة بالنسبة للأسعار المقننة.
- تنظيم أكثر للفاتورة الالكترونية لكثرة المعاملات الالكترونية.
- مراقبة الإعلان عن الأسعار وتثقيف العقوبة على مخالفه.

الباب الثاني: البعد القانوني للجرائم المتعلقة بالأسعار

إن قرارات المتعلقة بالسعر والسياسات الخاصة به تلعب دوراً هاماً في السياسة الاقتصادية لأي دولة سواء الداخلية أو حتى الخارجية، ففي الدول التي تتبع النظام الرأسمالي تطلق حرية الأفراد في تحديد الأسعار (حرية الأسعار) كما ذكرنا سابقاً، وفقاً لقانون العرض والطلب، فكلما زاد عرض السلعة مع قلة الطلب انخفض السعر والعكس صحيح، كلما نقص العرض وازداد الطلب زاد السعر، أما الدول ذات النظام الاشتراكي فتلعب الدولة دوراً رئيسياً في تحديد الأسعار لمعظم السلع والخدمات التي تراها ضرورية لتحقيق المصلحة العامة¹.

كما أن السعر يلعب دوراً هاماً في القدرة الشرائية للمستهلك، وذلك أنه كلما كانت الأسعار منخفضة كان دخله له قيمة، والعكس صحيح، ولهذا فالدولة حتى ولو كانت تتبنى مبدأ حرية الأسعار كأصل عام كالجزائر مثلاً، لكنها لا تتركها مطلقة، فنجدها دائماً تتدخل بتحديد الأسعار خاصة بالنسبة للسلع والخدمات ذات الاستهلاك المرتفع، كالسكر والدقيق والحليب ... الخ، والأكثر من ذلك فإنها تحمي المستهلك من التلاعب في الأسعار، حيث يلجأ كثير من الأعوان الاقتصاديين إلى ارتكاب ممارسات غير مشروعة تؤثر على المنافسة والأسعار في السوق، ويهربون من الالتزامات المفروضة عليهم²، فالإشكال دائماً ما يتعلق بالمتعاملين الاقتصاديين بمخالفاتهم للقيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار.

¹ قني سعدية، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك - دراسة مقارنة-، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2008-2009، ص.ص. 53،54.

² الالتزامات خاصة بالأسعار المقننة، فالتعاملين الاقتصاديين دائماً ما يتهربون من الأسعار المفروضة عليهم من أجل كسب ربح أكبر.

وهناك نوعين من الجرائم المتعلقة بالأسعار، هي تلك التي نص عليها المشرع الجزائري في قانون المنافسة 03-03 وتلك المنصوص عليها في قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹.

ولردع هذه الممارسات تدخل المشرع الجزائري بتطبيق عقوبات إدارية، مدنية وحتى جزائية، عن طريق سلطات متخصصة لم يترك المتابعة إلا للقضاء، فهناك المتابعة الإدارية المتمثلة في مجلس المنافسة والتي تنتظر في الجرائم المنصوص عليها في قانون المنافسة 03-03، و هناك مديرية التجارة و الوزير و الوالي الذي منحهم المشرع الجزائري حق المتابعة الإدارية لجرائم الأسعار المنصوص عليها في قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وأخيرا هناك المتابعة القضائية الذي يختص القضاء وحده بالنظر فيها.

إذا ماهي هذه الممارسات الخاصة بالأسعار التي جرمها المشرع الجزائري؟ وكيف يحمي القانون المنافسة وبالتالي المستهلك من هذه الجرائم؟

ولدراسة هذا الاشكاليات ارتأينا أن نقسمه إلى قسمين: القسم الأول نتكلم عن جرائم المتعلقة بالأسعار في القانون الجزائري والقسم الثاني نخصه لمتابعة جرائم الأسعار.

¹ بوقطوف بهجة، المرجع السابق. ص.94.

فصل أول: الجرائم المتعلقة بالأسعار

كما أسلفنا سابقا فيعد السعر جوهر العملية التجارية أو الممارسة التجارية، فقد يكون حافظا لإتمامها أو حائلا دون ذلك، لذلك قام المشرع الجزائري بتقنين كل ما يتعلق بالأسعار، سواء تنظيمها أو كل ما يتعلق بالجرائم المتعلقة بها، وهذه الأعمال غالبا من الأعمال المختلطة نظرا لصفاتها المختلطة بالنسبة إلى أطرافها، حيث معظم المستهلكين من الأشخاص المدنيين ويتعاملون مع التجار¹.

لكن هذا لا يعني عدم حماية المتنافسين أنفسهم في جرائم المضاربة بالأسعار والمنافسة الغير المشروعة والاتفاقات المحظورة، الاحتكار والتبعية الاقتصادية والبيع بسعر مخفف تعسفا، وهي المنصوص عليها في قانون المنافسة 03-03، كما نص قانون 04-02 من قانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهي البيع بالمكافأة، إعادة البيع بالخسارة، الأسعار الغير الشرعية والتدليسية.

فما مضمون هذه الجرائم ؟ وكيف قام المشرع بتنظيمها؟

مبحث أول: جرائم المتعلقة بالأسعار في ظل قانون المنافسة

إن تقييد المنافسة وتزييفها، يؤدي إلى النيل من الفعالية الاقتصادية، وبعبارة الإبداع والتجديد، والمساس بمصالح المستهلك وبحقه في الحصول على منتجات عالية الجودة وبأسعار تنافسية.

¹ محمد علي سويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرائية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، الطبعة الأولى، سنة، 2015، ص.702.

ولضمان حرية المنافسة لكل عون اقتصادي له رغبة في الدخول في السوق سواء كعارض أو بائع للمنتجات ومقدم للخدمات، فقد حدد الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، القواعد الأساسية للعبة المنافسة في السوق، وقواعد التنافس الصحيح والمشروع، وحظر مجموعة من الممارسات والتي بإمكانها إن لم تمنع المنافسة، تؤدي إلى تقييدها بين المتعاملين الاقتصاديين العاملين في السوق وبالتالي تقييد حرية الأسعار التي تعتبر من دعائم المنافسة كما أسلفنا من قبل، وتؤدي بذلك إلى الهيمنة أو الاحتكار وبالتالي القضاء على المنافسة.

إذا سنحل وندرس أهم الممارسات المقيدة بالمنافسة والمتعلقة بالأسعار سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بتحديد مضمون كل ممارسة على حدى، وتبيان كل العناصر الذي استجوبها القانون لقيامها، وكيف تقوم بتقييد حرية الأسعار¹.

مطلب أول: الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار بطريقة غير مباشرة

إن الصور والأساليب الغير المشروعة التي يستعملها عادة الأعوان الاقتصاديون لتقييد التجارة والمنافسة الحرة كثيرة ومتعددة، وهي ترمي كلها في نهاية المطاف إلى احتكار السوق وامتصاص مجمل الطلب على السلع والخدمات، ولو أدى ذلك إلى تحطيم المنافسة والتأثير سلبياً في حرية تحديد الأسعار².

ولهذا فقد منع قانون المنافسة، اساليب التحالف والتواطؤ، التي قد تلجأ إليها قلة من المؤسسات لمنع منافس من الدخول في السوق أو استبعاده منه، كما حظر أيضاً استغلال

¹ محمد الشريف كتر، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغدادية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2010 ص.33.

² المرجع والموضع نفسه.

القوة الاقتصادية التي تمتلكها مؤسسة، لارتكاب الممارسات والأفعال التي تحول دخول منافسين محتملين في السوق، أو تعمل على استبعادهم منها بمختلف الحيل والممارسات.

وقد منع المشرع الجزائري هذه الممارسات المقيدة للمنافسة في المواد 6 و 7 و 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وقد نصت في المادة 06 منه على منع الاتفاقات المقيدة للمنافسة والمادة 07 على حظر التعسف الناتج عن وضعية هيمنة على السوق، والمادة 11 نصت على حظر تعسف المؤسسة في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية¹.

وسنحاول أن نقدم كل هذه الممارسات وكيف ستأثر على حرية المنافسة وبالتالي حرية الأسعار.

فرع أول: الاتفاقات² المقيدة للمنافسة

يعتبر حظر المنافسة جزء من القواعد المتعلقة بحماية المنافسة في السوق من الممارسات المقيدة لها، وذلك إلى جانب الأحكام التي تمنع التعسف في استعمال وضعية الهيمنة، والتعسف في استغلال وضعية التبعية. تؤدي المنافسة بالأعوان الاقتصاديين إلى استعمال عناصر الإنتاج بالطريقة الأمثل، والأقل تكلفة، كما ينتج عنها انخفاض الأسعار إلى حده الأقصى، وهي أيضا وسيلة لموازنة العرض والطلب ومحفز الابتكار.

¹ نفس المرجع، ص. 34.

² يعتبر مصطلح الاتفاقات تسمية منتقدة، حيث ان المصطلح جاء لترجمة مصطلح entente ويستعمل هذا الأخير من قبل الفقه الفرنسي للدلالة على الأشكال المختلفة للتفاهم بين المؤسسات بغض النظر عن القالب الذي تفرغ فيه، وإن ترجمة المشرع خطأ لمصطلح entente بالاتفاق انجر عنه اعتماد الاتفاق لدلالة على الأشكال المختلفة للتفاهم بين المؤسسات، حيث أن الاتفاق l'accord يختلف عن التوافق l'entente، فيعتبر الأول مجرد شكل من أشكال التفاهم بين المؤسسات، لذلك نرى أن التسمية الصحيحة والتي تشمل كل الأشكال السابق ذكرها للتفاهم بين المؤسسات أي الاتفاق l'accord والتواطئ concertation، هي مصطلح التوافقات.

غير أن هذه الآلية التي تعمل عن طريقها المنافسة يجب أن لا تتعرض للإخلال بها نتيجة الاتفاقات بين مؤسسات متنافسة غالباً، تلجأ من خلالها لتقليص العرض وبالتالي ارتفاع الأسعار، أو عرقلة انخفاض الأسعار¹.

إن المشرع بحظه للاتفاقات² فهو يحظر كل أشكال التواطؤ والتحالف والتوافق والتفاهم بين المؤسسات، لأن من شأن هذه الأفعال أن تؤثر على العنصر الأساسي لعمل السوق الخاضع للمنافسة، والمتمثل في استقلالية المؤسسات المتنافسة في اتخاذ القرار³.

نصت المادة 6 من الأمر 03-03 المتضمن قانون المنافسة على ما يلي: " تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه، لا سيما عندما ترمي إلى:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيه،
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطوير التقني،
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل،
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها،
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يجرمهم من منافع المنافسة،

¹ عياد كرافة أبو بكر، الاتفاقات المحظورة في قانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، نوقشت في 2013/06/24، ص. 3.

² المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 35.

- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

- السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة اصحاب هذه الممارسات المقيدة¹.

يظهر جليا من نص المادة أن المشرع الجزائري تأثر بالمشرع الفرنسي، الذي نص بموجب المادة L 420-1 من القانون التجاري الفرنسي² على الشروط الواجب توافرها في الاتفاق لكي يكون مقيدا للمنافسة، مع إبراز أخطر الأشكال التي يمكن أن تتخذها هذه الاتفاقيات، كما انتهج المشرع الأوروبي نفس المسار بموجب المادة 1/81 من اتفاق المجموعة الأوروبية سابقا والمادة TFUE 101³، إذ تنص على حظر كل الاتفاقات التي يمكن أن تؤثر على التجارة بين الدول الأعضاء في المجموعة الأوروبية، والتي يكون لها غرض أو منع المنافسة أو تضيقها أو عرقلتها⁴، مع إبراز بعض أخطر الأشكال التي تتخذها هذه الأخيرة⁵.

¹ أنظر المادة 5 من قانون 08-12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008، الذي يعدل ويتمم المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 المؤرخة في 28 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 02 يوليو 2008، ص.11.

²Article L420-1 du code de commerce français Modifié par Loi n°2001-420 du 15 mai 2001 - art. 52 JORF 16 mai 2001, dispose:=

"Sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France, lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions, notamment lorsqu'elles tendent à :

1° Limiter l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;
2° Faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ;
3° Limiter ou contrôler la production, les débouchés, les investissements ou le progrès technique ;

4° Répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement".

3 TFUE: Traité de fonctionnement de l'Union Européenne

⁴ مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة على عقود التوزيع، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، نوقشت في 24 جانفي 2015، ص.15.

5 L' article 101-1 du TFUE dispose:

"Sont incompatibles avec le marché intérieur et interdits tous accords entre entreprises=",

حسب المادة 06 من قانون المنافسة فإن المشرع لا يمنع التعاون وتنسيق الجهود بين المتعاملين الاقتصاديين بغرض القيام بدراسات مشتركة، وتبادل المعلومات والخبرات لتحسين الإنتاج والمردودية، والحد من التكاليف وغيرها من أشكال وأصناف التعاون الذي يجري عادة بين المؤسسات، إنما الذي يحظره القانون، هو الاتفاق أو التفاهم الصريح أو الضمني بين المتعاملين الاقتصاديين الذين ينشطون في سوق معينة على تنسيق جهودهم بغرض تنظيم المنافسة بينهم والذي سوف يؤدي إلى عرقلة السير العادي لقانون العرض والطلب في السوق، وأحسن مثال على التفاهم بين المؤسسات هي الاتفاق على تحديد سعر معين لسلعة أو خدمة معينة، أو تحديد هامش ربح معين، أو تقسيم الأسواق أو مصادر

=toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées, qui sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres et qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché intérieur, et notamment ceux qui consistent à:

- a) fixer de façon directe ou indirecte les prix d'achat ou de vente ou d'autres conditions de transaction,
- b) limiter ou contrôler la production, les débouchés, le développement technique ou les investissements,
- c) répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement,
- d) appliquer, à l'égard de partenaires commerciaux, des conditions inégales à des prestations équivalentes en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence,
- e) subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.

2. Les accords ou décisions interdits en vertu du présent article sont nuls de plein droit.

3. Toutefois, les dispositions du paragraphe 1 peuvent être déclarées inapplicables:

— à tout accord ou catégorie d'accords entre entreprises,

— à toute décision ou catégorie de décisions d'associations d'entreprises et

== à toute pratique concertée ou catégorie de pratiques concertées qui contribuent à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, et sans:

a) imposer aux entreprises intéressées des restrictions qui ne sont pas indispensables pour atteindre ces objectifs,

b) donner à des entreprises la possibilité, pour une partie substantielle des produits en cause, d'éliminer la concurrence". file:///C:/Users/Dell/Desktop/prix/Article-101-et-102-du-TFUE%20(1).pdf le 07/04/2017 à 16:57.

التموين أو مقاطعة تاجر أو عون اقتصادي من أجله إقصائه من السوق أو من أجل الحد من العرض وتزايد الطلب وبالتالي ارتفاع الأسعار، وما يلاحظ على المادة 06 المذكورة أعلاه أنها أتت على سبيل المثال لا الحصر، لأن محل الاتفاقات التي تقوم بها المؤسسات كثيرة ومتنوعة لا يسع المشرع لذكرها كلها¹.

كذلك نلاحظ أن المشرع حظر الاتفاقات التي تهدف أو من شأنها أن ترتب أثرا يعرقل حرية المنافسة أو يحد منها، سواء كانت طبيعة هذه الاتفاقات تعاقدية أو في صورة تقاهم أو ترتيبات ودية بين الأطراف المتواطئة يجري مراعاتها للقوانين الداخلية للمؤسسات المعنية أو للمواثيق المهنية أو النقابية، ومن حيث الشكل يستوي أن تكون الاتفاقات صريحة أو ضمنية، ظاهرة أو مستترة كتابية أو شفوية، ومن حيث الموضوع فقد تكون منصبة على تقييد المنافسة في مجال الإنتاج أو التوزيع أو أداء الخدمات بما فيها الاستيراد وتلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون أو الجمعيات والاتحادات المهنية²، وسواء تم تقييد المنافسة على الصعيد الرأسي أو الأفقي.

فنتقيد المنافسة على الصعيد الأفقي، يعني أن يتفق أعوان اقتصاديون يعملون في نفس السوق وفي نفس المستوى على تقييدها مثلا بين الموزعين أو بين بائعي الجملة

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.35.

² نصت المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالمادة 02 من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 08 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010، ص.10. ما يلي: "يغظ النظر عن الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

- نشاطات الإنتاج، بما فيها نشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها،

- الصفقات العمومية، بدءا بنشر الإعلان عن المنافسة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

غير انه، يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية."

...الخ، مع العلم بأن حرية المنافسة في السوق تقتضي الحفاظ على استقلالية قرار كل المتعاملين الاقتصاديين، سواء من حيث تحديد الأسعار (كما رأينا سابقاً)، أو الدخول في السوق أو الشروط العامة للبيع والتوزيع...¹ الخ.

إذا في هذه الحالة يتم تمرين السوق من طرف مؤسسات عديدة متواجدة على مستوى واحد، كتلك التي تباع السيارات من طراز واحد مثلاً، فبدل منافسة بعضها البعض، بإمكان صناع السيارات أو الموزعين لها تحديد الأسعار التي تضمن لهم الأرباح القصوى، فيتعلق الأمر هنا باتفاق أفقي بحيث يتفق أعضاء المجموعة على توزيع السوق فيما بينهم واقصاء المؤسسات التي ليست طرفاً فيه، وذلك بعرض سلعهم بأسعار محددة بهدف إبعاد منافسيهم من المنافسة.²

أما على الصعيد الرأسي، فتتم بين أعوان اقتصاديين يعملون في مستويات مختلفة من النشاط الاقتصادي كالموزع مع بائع بالجملة، أو تلك التي تتم بين المنتج يتواجد في مستوى عالي نسبياً وموزعين يعملون في مستويات منخفضة نسبياً، مقارنة بمستواه، على مجرى السلعة مثلاً الموجهة للمستهلك تشملها شروط عقدية معقدة، وتستمد هذه الممارسات مرجعيتها من سلسلة الإنتاج والتوزيع، بمعنى من الحركة العمودية للبضائع، انطلاقاً من منتج المواد الأولية إلى المستهلكين مروراً بالصانع والموزع وبائع الجملة والتجزئة، حيث تقتضي مثلاً فرض سعر بيع معين على الموزع، مما لا يسمح له بتحديد هامش ربحه، وهو ما يعد تعدي واضح على حرية تحديد الأسعار في السوق.³

¹ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص. 139.

² محمد علي السويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الاجرائية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، سنة 2015، ص. 875.

³ محمد التيورسي، نفس المرجع، ص. 140.

وتعد اتفاقيات الشراء الاستثنائي المنصوص عليها في المادة 10 من الأمر 03-03-03 مثلا لتلك الاتفاقيات، وقد نصت هذه المادة على: " أنه يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو إخلال بها كل عقد شراء استثنائي يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق"، وتتمثل هذه الممارسة في التزام تاجر بشراء السلعة من تاجر معين، وعلى هذا يعمل عقد قصر الشراء على تقييد المنافسة بين التجار البائعين من خلال إلزام المشتري أو الموزع بالشراء عند بائع معين دون غيره من البائعين، ولا يسمح بهذا التعامل إلا بشروط وقيود كثيرة¹.

أولا: شروط الاتفاق المحظور

وأما الاتفاق المحظور والذي نص عليه المشرع الجزائري، فإنه لكي يعتبر مقيدا أو معرقلا للمنافسة، فمن البديهي أن يشترط القانون بعض الشروط لذلك، فلا بد ان يكون هذا الاتفاق أولا وقبل كل شيء موجودا وقائما، فهذا الشرط ضروري ومفترض لقيام المخالفة فيجب اثبات وجود اتفاق فيما بين المتعاملين الاقتصاديين المذكورين في المادة 02 من قانون المنافسة²، ويجب كذلك أن يكون هذا الاتفاق مقيد للمنافسة أو يعرقلها³.

أ- وجود الاتفاق

إن حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة بين المؤسسات أو الأعوان الاقتصاديين يتطلب قيام هذه الاتفاقيات واستتفاء شروط وجودها، وهذا ما جاء به المشرع الجزائري صراحة في المادة 06 من قانون المنافسة المذكورة سالفا، والملاحظ في صياغة المادة وإعطاء أمثلة عن الاتفاقات المحظورة أن هناك عدة صور لها، فيعتبر الاتفاق قائما بمجرد تبادل الإيجاب والقبول ولا يهيم بعد ذلك الشكل الذي يكتسيه هذا الاتفاق فقد يكون صريحا أو ضمنيا،

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.36.

² راجع المادة 02 من الأمر 03-03-03 المتعلق بالمنافسة والمعدل والمتمم ب القانون 10-05 السالف الذكر.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.36.

مكتوبا¹ شفويا، اتفاق حقيقي أو مجرد عمل مدبر² أو ترتيبات أو تفاهات حول عرقلة المنافسة ولا يهم في نظر القانون، إن كان الاتفاق أفقيا أم عموديا، من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة المنافسة الحرة أو تقييدها، سواء بتحديد الأسعار (موضوع دراستنا) أو تقليص الإنتاج أو الحد من دخول في السوق للمنافسين، أو تقسيم الأسواق أو مصادر التموين³.

المشرع الجزائري لم يعرف الاتفاق المحظور حيث اكتفى بذكر أمثلة عنه، ولكن كانت هناك محاولات فقهية لتعريفه منها: " توافق صريح أو ضمني لإرادة مؤسستين أو أكثر تتمتعان بالاستقلالية⁴ في اتخاذ القرار على اتباع سلوك معين أو تحقيق غرض مشترك في السوق يتسم بالطابع المقيد للمنافسة"⁵.

كما تم تعريف الاتفاق كذلك على أنه: " كل تنسيق في السلوك بين مشروعين⁶ أو أكثر، أو شخصية - من الأشخاص المعنوية أو الطبيعية- أو أكثر، أو أي عقد أو اتفاق- ضمني أو صريح- يرتبط بالنشاط الاقتصادي، أيا كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق، إذا كان محله أو كانت الآثار المترتبة عليه من شأنها أن تمنع أو تقيد أو تحد من المنافسة،

¹ هذا النوع من الاتفاقيات تعتمد على الدليل المادي المبني على وجود وثائق كافية وعلى معاينات محققى إدارة مديرية التجارة ومقرري مجلس المنافسة، بالإضافة إلى تصريحات الأطراف المعنية أو الغير والتي تدون في محاضر.

² العمل المدبر هو مجرد التفاهم والتعاون الضمني بين عدة أطراف لتحديد الأسعار أو التقليل حجم الإنتاج دون أن يتجسد هذا التعاون في وثائق مادية مثل ما يحدث من سلوكيات وأعمال في إطار المنظمات المهنية التي تتصرف نيابة عن المؤسسات المشكلة لها. راجع محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص.37.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية نفس المرجع، ص.37.

⁴ يجب أن تكون المؤسستان مستقلتين اقتصاديا لكي يعتبر الاتفاق محظورا، لأنه إذا لم تكن مستقلتين فهي في الأصل تتوافقان من أجل المصلحة المشتركة ولا يعتبر اتفاقهما محظورا.

⁵ أشار إليه محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.37.

⁶ يقصد بالمشروعات الشركات التضامن والمؤسسات وغيرها من الهيئات الاعتبارية، التي تمارس أنشطة تجارية، بصرف النظر عما إذا كان قد أنشأها أو يسيطر عليها اشخاص عاديون أو الدولة، وهو ما يشمل فروعها أو شركاتها التابعة أو شركاتها المنتسبة أو الكيانات الأخرى التي تسيطر عليها مباشرة أو غير مباشرة. راجع ياسر السيد الحديدي، عقد الفرانشايز التجاري في ضوء التشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية-دراسة مقارنة-، درا النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص.216.

سواء من خلال تحديد حجم الإنتاج في السوق، أو التقسيم الجغرافي لذلك السوق، أو تحديد الأثمان بشكل مفتعل لا يرجع إلى آليات العرض والطلب الحقيقيين، أو تمييز بعض العملاء على البعض الآخر¹.

وبذلك فإن وجود الاتفاق المقيد للمنافسة يفترض تلقائياً بين الأطراف لإقامة نظام موحد للسلوك في سوق معين، أياً كان محل التعامل فيه مادام أدى هذا الاتفاق إلى تشويه المنافسة في السوق.

ولكي يتم تكييف اتفاق معين بأنه مخالف لقانون المنافسة فلا بد أن تكون لأطرافه ممن يمارس النشاط الاقتصادي، وممن يتمتع بالاستقلالية في اتخاذ قراراته الاقتصادية في السوق.

1- أطراف الاتفاق:

إن تحديد أطراف الاتفاق يقتضي الحديث على شرط ممارسة النشاط الاقتصادي لإدانة أطراف الاتفاق المقيد للمنافسة، حيث نوضح مفهوم المؤسسة في قانون المنافسة من جهة، وما مدى تطبيق المفهوم على الشخص العام²:

1-1 المؤسسة:

المؤسسة في مفهوم قانون المنافسة، والتي هي طرف في الاتفاق المحظور، حددها المشرع الجزائري في المادة 3 فقرة 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: " المؤسسة :

¹ ياسر السيد الحديدي، المرجع السابق، ص.216.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 38.

كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد¹.

ينطبق هذا التعريف على كل عون اقتصادي يمارس نشاطا تجاريا طبيعيا أو معنويا، عاما أو خاصا، تاجر أو غير تاجر، المهم هو أن يكون أي شخص يمارس نشاطا اقتصاديا بصورة دائمة، ويتدخل ليقوم بعرض منتجاته وخدماته في السوق².

ونص القانون على أن تطبيق أحكام هذا الأمر على " نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها،

الصفقات العمومية، بدءا بنشر هذا الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

غير أنه، يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الاحكام، أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية.³

1-2- الشخص العام:

لا شك أن تطبيق المنافسة على الشخص العام الذي يمارس نشاطا اقتصاديا، كالمؤسسات العمومية الاقتصادية التي تخضع للقانون الخاص لا يطرح إشكال، لكون

¹ تم تعديلها بموجب المادة 3 من قانون رقم 08-12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 المؤرخة في 28 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 3 يوليو سنة 2008، ص.11.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 38.

³ المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 10-05 السالف الذكر.

المشرع الجزائري أدخلها بصريح العبارة في مجال قانون المنافسة، لكن الإشكال بالنسبة إلى الشخص العام الإداري الذي يمارس نشاطا اقتصاديا، يتطلب التمييز بين ما إذا كان هذا الشخص يقوم بذلك النشاط في إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة وأداء مهام المرفق العام، وبين ما إذا يقوم به خارج هذا الإطار¹.

من الواضح أن الشخص العام الذي يتدخل في السوق كمنتج أو موزع أو مقدم خدمات، خارج إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة وأداء مهام المرفق العام، يطبق عليه قانون المنافسة، لأنه في تلك الحالة يعتبر من المؤسسات، ومن الأعوان الاقتصاديين، ويخضع في تلك الحالة للقانون الخاص (القانون التجاري)².

أما إذا باشر الشخص العام نشاطا اقتصاديا، وتصرف في ذلك باعتباره سلطة عامة ومكلف بإدارة المرفق العام، فقانون المنافسة لا يطبق عليه، لأنه قانون يتعلق بنشاط الاقتصادي الخاص، والفقرة الأخيرة من نص المادة 2 من الأمر 03-03 نصت على ذلك صراحة بقولها: "... يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام أداء المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية" والقانون المختص الذي يحكم نشاط الإدارة العامة هو القانون الإداري.

2- استقلالية الأطراف:

إن الاتفاق المحظور يفترض التعددية في أطرافه، واستقلالية بعضها عن بعض، ولذا فإن الاتفاق الذي يبرم بين الشركة الأم وفرع لها، لا يعتبر اتفاقا مقيدا للمنافسة، وذلك لوجود وحدة تجارية واقتصادية بين الشخصين، وبالتالي فلا يعتبر من الاتفاقات المحظورة

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.39.

² موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 37، العدد2، الجزائر، 1999، ص.ص. 32-33.

إصدار مؤسسة لبروتكول يقيد من المنافسة بمفردها، ما لم يحظى بموافقة الأطراف الآخرين¹.

3- عدم اشتراط شكل معين للاتفاق:

لا يشترط للاتفاق المقيد للمنافسة شكل ما، فقد يأخذ شكل أعمال تنسيقية بين المتعاملين الاقتصاديين التي يجمعها الاتفاق، وقد يتمثل في اتفاقات صريحة أو ضمنية، وقد يتخذ شكل الاتحادات أو أي شكل قانوني آخر كالشركات التجارية، أو عقد مبرم بين النقابات أو التنظيمات المهنية، وقد يتخذ التنسيق بين المؤسسات اتخاذ سلوك معين موحد يربط بين هذه المشروعات ويهدف إلى تقييد المنافسة في سوق السلعة أو الخدمة².

ب- تقييد اتفاق للمنافسة

ينص المشرع الجزائري على حظر الاتفاقات "...عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه..."³.

وبالتالي فهو يجعل من شرط تقييد المنافسة شرطا جوهريا ومستقلا عن الاتفاق، وبمفهوم المخالفة فلتنجيم الاتفاقيات يجب أن تقييد من المنافسة أو تهدف إلى ذلك⁴، فالملاحظ على المشرع أنه لم يعتد بالنتيجة بل مجرد نية الإضرار بالمنافسة يعتبر الاتفاق محظورا.

¹ نفس المرجع، ص.40.

² عرفت محكمة الدول الأوروبية في حكمها الصادر في 16 ديسمبر سنة 1980 التنسيق بأنه: " هو شكل من أشكال التطابق في السلوك بين المشروعات الأطراف في ذلك التنسيق، يؤدي إلى حدوث تعاون عملي بين تلك المشروعات، ويمثل تهديدا للمنافسة دون أن يصل هذا التوافق إلى حد إبرام اتفاقية أو عقد بالمعنى القانوني لها". Cass. Arrêt du 16-12-1970. راجع ياسر السيد الحديدي، المرجع السابق، ص.221.

³ المادة 6 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم ب الأمر 12-08 السالف الذكر.

⁴ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.35.

وتكون الاتفاقيات ماسة بالمنافسة عندما: " ...لاسيما عندما ترمي إلى:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها.
 - تقليص أو مراقبة الانتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
 - اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل.
 - عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.
 - تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة.
 - إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.
 - السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة¹.
- ولدراسة هذه المادة لا بد من فهم كيف يكون هذا التقييد أو العرقلة للمنافسة ثم نتعرض إلى حالة الاتفاقات التي تقيد مبدأ حرية الأسعار والذي هو موضوع دارستنا، أما الحالات الأخرى نذكرها على سبيل التوضيح فقط.
- كما قلنا سابقا فالمشعر اعتبر الاتفاق محظور إذا كان يهدف أو يمكن أن يهدف عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه².

¹ المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم ب الأمر 08-12 السالف الذكر.

² المادة 06 السالفة الذكر.

1- معايير ربط الاتفاق بتقييد حرية المنافسة:

ونقصد بها العلاقة السببية بين الاتفاق وحرية المنافسة، وقد حددها المشرع الجزائري في المادة 06 من قانون المنافسة، عندما نص على حظر الاتفاقات التي "...تهدف أو يمكن أن تهدف..." إلى تقييد المنافسة.

أما في ترجمة المادة باللغة الفرنسية نجد أن المشرع الجزائري ينص على:

"... sont prohibées lorsque "elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet..."

نجد أن النص لا يتوافق مع النص باللغة العربية، لأن عبارة يمكن أن تهدف ليست هي *peuvent avoir pour effet* لأن الترجمة الصحيحة هو يمكن أن يكون أثرها وهذا يختلف تماما عن يمكن أن تهدف، فالهدف يختلف عن الأثر، فيمكن أن يكون الاتفاق لا يهدف إلى تقييد المنافسة ولكن لأثره أن يحقق ذلك، والعكس صحيح¹، فيمكن أن تكون مثلا: تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية، عندما يكون هدفها، أو من شأن الأثر المترتب عنها، عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه².

يرى البعض أن الحالة التي تتم فيها عرقلة المنافسة أو الحد منها، أو الإخلال بها عن قصد، ولهذا يعبر عنها أيضا بالقصد المنافي للمنافسة، ويفترض توافر هذا الركن العمدي لدى الأطراف وهم بصدد إبرامه، والذي يتمثل في اتجاه إرادتهم إلى إحداث تقييد

¹ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.36.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 41.

للمنافسة في السوق ولا يهيم إذا كانت النتيجة التي ارادوها قد تحققت أم لا، كذلك قد يكون تقييد المنافسة ناتجا عن آثار الاتفاق وليس محله¹.

2- الأثر المنافي للمنافسة:

إن المادة 06 من قانون المنافسة، تمنع الاتفاقات في حالة: "...عرقلة حرية المنافسة، أو الحد منها، أو الإخلال بها...."

ويقصد بعرقلة حرية المنافسة، إعاقتها بصفة كلية، أو الحد منها، فهو تقييد حرية اتخاذ بعض القرارات أو الخيارات الاقتصادية، كما أن الإخلال بها هو تشويه صورة المبادلات التي تكون بين المتعاملين الاقتصاديين².

وهنا يخضع الاتفاق للحظر ويتوافر هذا الفرض إذا كان من شأن الاتفاق التأثير المحسوس على الاقتصاد الوطني، وهو يكون كذلك إذا كان يؤدي إلى تقييد المنافسة أو منعها بين أطراف الاتفاق أنفسهم أو بينهم وبين الغير، أو إذا كان يحد من قدرة هذا الغير على الدخول في المنافسة الطبيعية مع أطراف الاتفاق³.

يرى بعض الفقه أن هذه الاختلافات اللفظية لها فائدة عملية، لأن المصطلحات الثلاث لها مفهوم متقارب، في كل الحالات يتعلق الأمر بالإضرار بالمنافسة، وهو ما يطلق عليه المشرع الجزائري بعبارة "تقييدها"، حيث وصف الممارسات الواردة في الفصل الثاني من الباب الثاني من قانون المنافسة، والتي من بينها الاتفاقات بالممارسات المقيدة للمنافسة، كما أكد على هذه التسمية في المادة 14 من نفس القانون التي تنص: "... تعتبر الممارسات المنصوص عليها في المواد 06، 07 ... ممارسات مقيدة للمنافسة".

¹ ياسر السيد الحديدي، المرجع السابق، ص. 221.

² عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص. 38.

³ ياسر السيد الحديدي، المرجع السابق، ص. 221.

فلتقييد المنافسة ثلاث خصائص هي:

- أن تقديره يتم بالنظر إلى المنافسة التامة والغير التامة.
- أنه قد يبلغ حدا محسوسا وقد لا يبلغه "نظرية الحد المحسوس".
- أن تقديره يتم في إطار سياقه الاقتصادي "نظرية التأثير المتراكم"¹.

2-1- تقدير العرقلة بالنظر إلى المنافسة التامة والغير تامة:

إن المشرع الجزائري على غرار كل التشريعات المقارنة لم يحدد ما هو المقصود بالمنافسة التي تنقيد بهذه الاتفاقيات، فهل تتعلق بالمنافسة تامة ومثالية أو منافسة عملية؟.

تقوم المنافسة التامة على النموذج النظري الذي وضعه رجال الاقتصاد للمنافسة، في بداية القرن 19، ويفترض لتحقيقها، وجود عدد كبير من المتدخلين في السوق، والذين لا يتمتعون إلا بقوة اقتصادية محدودة، مع استقلالية تامة في قراراتهم، كما يكون لهم المعرفة التامة حول سعر السلعة أو الخدمة التي يقدمونها، والكميات المطلوبة منها².

ويترتب على ذلك، أن أي سياسة اقتصادية تسعى إلى تحقيق منافسة تامة، يجب أن تجعل من المنافسة هدفا في حد ذاته، على حساب أهداف أخرى، ولا يمكن تخيل أي مشروع يسعى إلى تحقيقها نظرا لعدم واقعيتها، فمن الناحية العملية المنافسة غير تامة، وليست مثالية، لأن عدد المتدخلين في السوق قد يكون محدودا، وقد توجد مؤسسة واحدة تهيمن على المؤسسات الأخرى، بالإضافة إلى أنه لا يتمتع المتعاملون الاقتصاديون إلا بمعلومات محدودة حول أسعار السلع والخدمات، والكميات المطلوبة منها، كما أنه يمكن أن

¹ عياد كرافة أبو بكر، نفس المرجع، ص.39.

² نفس المرجع، ص.40.

يكون هناك عراقيل¹ تمنع المتنافسين الآخرين من الدخول في السوق، والاستفادة من الخيارات التي يقدمها السوق².

أما المنافسة العملية، لا يمكن سوى السعي وراء مستوى معين من المنافسة المرغوبة والتي يمكن تحقق.

إن كل سياسة لتنظيم المنافسة تركز على نموذج المنافسة العملية، لا يمكن أن يكون هدفها الحفاظ على القدر الممكن من المؤسسات التي تتمتع بالاستقلالية في التصرف، ولكن يكون ذلك الهدف، السعي لضمان منافسة تسمح بتحقيق بعض النتائج للأعوان الاقتصاديين والمستهلكين³، التي حدده المشرع في المادة الأولى من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين".

2-2 نظرية الحد المحسوس:

يقصد بنظرية الحد المحسوس، أن الاتفاقات التي يترتب عنها تقييد غير محسوس لحرية المنافسة، تكون مشروعة، إن هذه النظرية من وضع القضاء الأوروبي، ويعتبر قرار محكمة العدل الأوروبية الصادر بتاريخ 1969/07/09⁴، القرار المبدئي في هذا المجال، والذي قررت فيه المحكمة أن المادة 81 من الاتفاقية الأوروبية التي تقابلها المادة 06 من

¹ هذه العراقيل قد تكون إدارية، مثل محاولة مؤسسة اجنبية الدخول إلى سوق الوطنية، فيمكن مطالبتها بإجراءات تعسفية والتي ربما تكون تهدف إلى حماية المنتج الوطني، وبالتالي تمنع هذا المتعامل الاقتصادي من الولوج إلى السوق.

² عياد كرافة أبو بكر، المرجع والموضع السابقين.

³ عياد كرافة أبو بكر، نفس المرجع، ص.41.

⁴ CJCE, 09/07/1969, Volk cl Veraeke, aff.5/69, rec.1969, p.295. www.eur-lex.europa.eu le 14/04/2017 à 17h15

قانون المنافسة الجزائري، لا تطبق على الاتفاقات التي تمس المنافسة بشكل غير محسوس، نظرا إلى المركز غير المهم للأطراف المعنية في سوق المنتجات موضوع الاتفاق¹.

بالرجوع إلى المشرع الجزائري في المادة 06 منه حيث ذكر " ...جزء جوهرية منه ... نجد أنه يقصد بأن الاتفاقات التي لا تمس السوق بشكل محسوس لا يعتبر مقيدة للمنافسة، ولكن يبقى للسلطات المختصة والفاصلة في النزاع تقدير الحد المحسوس من المنافسة.

2-3 نظرية التأثير المتراكم:

تعني هذه النظرية، أنه إذا تمت معاينة الاتفاق لوحده، يلاحظ أنه لا يترتب عليه لأي مساس بالمنافسة أو قد يكون له مثل هذا التأثير دون أن يصل إلى حد محسوس - وبالتالي لا يُحظر-، غير أن معاينة نفس الاتفاق في سياقه القانوني والاقتصادي، قد يتبين أن تأثيره بالإضافة إلى تأثير الاتفاقات الأخرى يؤدي إلى حصول تأثير تراكم يمس بالمنافسة، وبالتالي يجب حظر جميع الاتفاقات التي أدى تراكم تأثيرها بحرية المنافسة، أو ساهم في بلوغ حد محسوس منها².

بالنسبة للمشرع الجزائري لم يحدد موقفه من هذه النظرية لكن من خلال عبارة " نفس السوق" توحي بأن هناك وجود لعدة اتفاقات تؤدي تراكم تأثيرها إلى تقييد المنافسة في السوق.

¹ عياد كرافة أبو بكر، نفس المرجع، ص.42.

² Marie MALAURIE-VIGNAL, droit de la concurrence, Armand COLIN, 2^{ème} édition, 2003, p.170

3- السوق:

تنص المادة 06 من قانون المنافسة على حظر الاتفاقات التي تقييد المنافسة "... في نفس السوق أو في جزء جوهري منه..." ويعتبر السوق الفضاء الذي تتنافس بداخله المؤسسات، الأمر الذي يجعله مسرحا ونطاقا لأي تقييد محتمل للمنافسة.

إن الأسواق التي تخضع للمنافسة هي التي تتدخل فيها المؤسسات¹، وبالتالي إذا غابت المؤسسة عن السوق فلا وجود للسوق حسب قانون المنافسة، والمؤسسة هي مجموعة مشخصة تمارس نشاطات اقتصادية².

ولتقدير إن كان الاتفاق يقيد المنافسة أو لا، لا بد من الأخذ بعين الاعتبار السوق المعنية به، ويطلق عليه في الفقه تسمية "السوق المعنية"، أي المعنية بالممارسات المقيدة للمنافسة، وأحيانا أخرى تسمية "السوق المرجعية" لأنه يرجع لها لتقدير إن كانت الممارسة تقييد المنافسة أو لا³.

وقد عرف المشرع الجزائري السوق في المادة 03 فقرة 02 من الأمر 03-03 كما يلي: "السوق: كل سوق للسلع والخدمات المهنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية"⁴.

¹ المادة 3 فقرة 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بموجب قانون 08-12 الصادر في 25 يونيو 2008 تعرف المؤسسة كما يلي: " المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الانتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد"

² جلال مسعد، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق، نوقشت في 2012/12/06، ص.15.

³ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.45.

⁴ تم تعديل هذه المادة بموجب القانون 08-12 المعدل لقانون المنافسة السالف الذكر.

يستفاد من النص أن السوق ليست فقط السوق التي تمارس فيه المؤسسات المشاركة في الاتفاق نشاطها الاقتصادي، إذ لا يشترط أن يكون كل أطراف الاتفاق ينتمون إلى نفس السوق، وهذا من أجل محاصرة كل الاتفاقيات حتى العمودية منها، والتي تكون بين متعاملين لا ينتمون إلى نفس السوق لاختلاف المستويات بينها، فالاتفاق بين منتج سلعة معينة وموزع هذه السلعة بالرغم من أنهما لا يمارسان نشاطهما في نفس السوق ولكن حسب قانون المنافسة يعتبر مخالفا ومقيدا للمنافسة الحرة.

فيحدد السوق سواء بالنظر إلى السلع والخدمات التي يشتمل عليها، حيث استعمل المشرع عبارة السلع والخدمات التي يعتبرها المستهلك "...مماثلة أو تعويضية..."، أو من حيث الحيز الجغرافي للسوق من خلال عبارة "... المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية..."، وبالتالي يمكن تحديد الحيز المكاني للسوق التنافسية إما على القطر الوطني أو جزء منه، حيث حصرها المشرع الجزائري¹ بالمساحة التي تعرض فيه هذه السلع أو الخدمات²، وعرفه الفقه ب " النطاق الذي يتمتع المشروع في حدوده بسلطة السيطرة على الأسعار أو تقادي المنافسة"³.

ثانيا: اثار الاتفاقات المحظورة على الأسعار

لقد أورد المشرع الجزائري في المادة 06 من قانون المنافسة عدة صور للاتفاقات المحظورة التي تقبيد المنافسة، ولكن لم يعددها على سبيل الحصر وإنما اعطى أمثلة عليها، باستعمال مصطلح "...لاسيما..."، وهو محق في ذلك لأنه لا يمكن حصر كل الاتفاقات، نظرا لتنوعها وتنوع المؤسسات المبرمة لها، واختلاف الأنشطة الواقعة عليها.

¹ المادة 03فقرة 1 من قانون المنافسة: "... المنطقة الجغرافية التي تعرض فيها السلع أو الخدمات المعنية."

² يضيف قضاء المجموعة الأوروبية عنصر آخر وهو تجانس ظروف المنافسة في المساحة الجغرافية المأخوذة بعين الإعتبار، ويسمح بتقدير هذا التجانس عدة عوامل منها: مناطق تجمع الموردين والعملاء، سهولة أو صعوبة تنقل الأعوان لاقتصاديين والمنتجات، كلفة النقل بالمقارنة مع ثمن السلعة، طبيعة المنتج (مدة الصلاحية مثلا).

³ ياسر السيد الحديدي، المرجع السابق، ص.238.

فالمشرع عند جرد هذه الصور، فهو ذكر أكثر أنواع الاتفاقات استعمالاً وأكثرها انتشاراً بين المتعاملين الاقتصاديين¹، وبما أن دراستنا تركز على تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، فإننا سوف نكتفي بتقييد الاتفاق المحظور الذي يقيد حرية تحديد الأسعار، وهو المنصوص عليه في الفقرة 05 من المادة 06 من قانون المنافسة، وربما يكون أثر صور الاتفاقات المحظورة استعمالاً.

إذا يمكن أن يكون محل الاتفاقات وضع عوائق في طريق تحديد الأسعار وفقاً لقاعدة العرض والطلب وذلك بالزيادة أو الانخفاض المصطنع للأسعار أو التشجيع عليه، أو عوائق في سبيل انخفاض الأسعار نتيجة لانخفاض ثمن التكلفة، بحيث يظهر السعر أعلى مما هو عليه في الأصل لو ترك لقوى العرض والطلب².

هذا وتكثر المنافسة عن طريق الأسعار في قطاعات المنتجات ذات الاستهلاك الواسع، لأنه يكثر الطلب وبالتالي يصبح التلاعب في الأسعار مسألة منتشرة بين المؤسسات، وبالتالي تحاول هذه الأخيرة قتل المنافسة فيها باستعمال هذه الاتفاقات التي تهدف إلى الحد من حرية تحديد الأسعار، والعكس صحيح ففي سوق المنتجات ذات الطلب

¹ المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: الحد من دخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل،
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها،
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة،
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.
- السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص. 114.

المنخفض يقل هذا النوع من الاتفاقات الخاص بالأسعار، حيث تركز المؤسسات جهودها لجعل سلعتها متميزة بخصائصها ليس بأسعارها¹.

وكما سبق القول في الباب الأول أنه يمكن للدولة بالتدخل في تحديد الأسعار بصورة استثنائية وهو ما نصت عليه صراحة المادة 05 من قانون المنافسة: " تطبيقاً لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها ع طريق التنظيم"²، وهو استثناء لمبدأ حرية الأسعار المعترف به في قانون المنافسة³.

لكن كيف نعرف بأن الاتفاق بتحديد الأسعار يقيد المنافسة ام لا، لأنه كما سبق القول بأن الاتفاق لا يعتبر محظوراً إلا إذا قيد المنافسة في السوق، هنا نجد أن مجلس المنافسة الفرنسي يرى أن العبرة من ذلك تحليل الظروف الذي تم فيه الاتفاق، واستخلاص ما إذا كان له أثر في حرية تحديد الأسعار بصفة مستقلة من قبل المتعامل الاقتصاديين، وليس العبرة بمستوى الأسعار إذا كانت مرتفعة أو منخفضة، مثلاً: لا يهم إذا كانت الأسعار المطبقة في المخازن في دائرة إقليمية معينة أقل من تلك المعمول بها في دائرة أخرى مجاورة، ما دمت هذه الأسعار ليس ناتجا عن التقدير الفردي والمستقل لكل مخبزة، بل من توجهات، طبقها العارضون بصفة مشتركة⁴.

ومن أهم الطرق المستعملة من أجل التأثير على الأسعار هي كالاتي:

¹ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.61.

² المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تم تعديلها بموجب الأمر 10-05 السالف الذكر.

³ المادة 1/4 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة".

⁴ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.62.

أ- الممارسات الرامية إلى تثبيت الأسعار أو استقرارها:

وهي الممارسات ترمي إلى تثبيت إلى كما هي عليه، وذلك لتجنب انخفاضها، كاتفاق الأطراف على تحديد سعر أدنى، أو على عدم تطبيق الحسوم التي قد يطبقها المورد، أو على تحديد الحد الأقصى من الخصومات¹، أو تحديد جداول زمنية لتغيير الأسعار صعودا وهبوطا²، أو تحديد هوامش الربح.

إن بعض هذه الممارسات قد يترتب عليها عرض السلع بأسعار مختلفة، من متعامل لآخر، ومع ذلك تعتبر محظورة، لأنها تؤدي إلى الحد من المنافسة عن طريق الأسعار³.

ب- جداول الأسعار

إن جداول الزمنية لتغيير الأسعار صعودا وهبوطا أو ما تسمى بجدول الأسعار *barèmes des prix* ، والتي تسمى كذلك بالجدول المهنية او النقابية *barèmes syndicaux ou professionnelles* ولا يقصد بها تلك الجداول الفردية التي يعدها التاجر على حدى والتي تتضمن أسعار السلع التي يعرضها للبيع، حيث إن تلك القوائم الفردية - على عكس القوائم الجماعية التي نقصدها هنا- تمنع قيام سياسات تمييزية لأنها تمكن عملاء التاجر من الاطلاع على الأسعار التي يعرضها على بقية العملاء وهي مفروضة بموجب قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية "الإعلام بالأسعار"⁴.

أما القوائم الجماعية، والتي تتضمن تحريفا للمنافسة، فهي تتمثل في قيام التنظيمات المهنية أو النقابية التي تضم مجموعة من التجار أو رجال الأعمال بإعداد جداول أسعار

¹ نفس المرجع، ص.62.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص. 114.

³³ Lamy droit économique, concurrence, distribution et consommation, LAMY, 1998, p.213.

⁴ لينا حسن زكي، المرجع والموضع نفسه.

كل السلع التي ينتجها أعضاؤها، ويلتزم أعضاء تلك التنظيمات باحترام تلك الأسعار، سواء نتيجة لإجبار التنظيمات لهم على احترامها، أو لأن الأعضاء يقدمون على احترامها بشكل تلقائي وذن التعرض لأي شكل من أشكال الضغط من التنظيم المهني الذي يضمهم.

وقد أدانت المفوضية الفرنسية منذ سنة 1923 الجداول أو قوائم الأسعار الجماعية في حد ذاتها، ودون انتظار الآثار الناجمة عنها في السوق، وذلك باعتبارها تمثل ممارسات تهدف إلى تقييد المنافسة عن طريق التحديد المسبق لأسعار بيع المنتوجات أو تقديم الخدمات دون ترك ذلك التحديد لقوى العرض والطلب، حيث إنها تمثل أسعارا مفروضة متضمنة حدا أدنى لا يجوز للتاجر النزول عنه أو حدا أقصى لا يجوز للمتعامل الاقتصادي تجاوزه¹.

وقد بررت المفوضية الفرنسية للاتفاقات حظر الجداول الجماعية بما يلي:

- إنها -أي الجداول الجماعية- تمكن المشروعات الكبيرة من البيع بأسعار تسمح لها بتحقيق أرباح فاحشة، كما تمكن في الوقت نفسه المشروعات الضعيفة من البقاء في السوق.

- أن الأسعار التي تتضمنها الجداول الجماعية هي أسعار مصطنعة، ذلك لأنها لا تعبر عن نفقات الإنتاج ونفقات التوزيع الحقيقية الخاصة بكل مؤسسة من المؤسسات المشاركة في الجداول.

¹ Avis du 24 sept 1976, ententes entre négociants en gros des boissons sans alcool et de la biere, B.O.S.P. , 1977, p.151. .115. راجع لنا حسن زكي، نفس المرجع، ص. 115. .151. , 1977, p.151. .115.

وقد اعتبرت المفوضية الفنية للمنافسة والمراكز المسيطرة في فرنسا أن الجداول الجماعية التي تتضمن أسعار موسى بها، غير مشروعة شأنها في ذلك شأن القوائم الجماعية التي تتضمن أسعارا مفروضة¹.

وقد حذت المفوضية الفرنسية للمنافسة- ومن بعدها مجلس المنافسة-، والتي حلت محل المفوضية الفنية للمنافسة حذو تلك الأخيرة، وبشكل أكثر صرامة وذلك في الآراء الصادرة عنها والمنشورة في التقارير السنوية التي كانت تصدرها المفوضية وأصبح يصدرها المجلس فيما بعدها².

والاتفاق على تحديد سعر البيع بشكل جماعي لا يؤدي في غالب الأحوال إلى تقييد المنافسة بين عدة منتجين لنفس السلعة أو عدة مقدمي لنفس الخدمة، ذلك لأن تحديد سعر أساسي للسلعة يصبح عديم الجدوى عندما تكون نفقات نقل المنتج مرتفعة بالمقارنة بثمن المنتج نفسه عند الخروج من المصنع أو عندما تكون منافذ البيع والتوزيع التي يستخدمها أحد المنتجين مختلفة عن تلك التي يستخدمها منتج آخر.

وذلك بالإضافة إلى وجود سلسلة من الوسطاء بين المنتج والمستهلك يجعل تأثير تحديد سعر بيع المنتج من قبل المتعاملين الاقتصاديين غير مجدي ويصبح السعر الذي يتم به البيع متغيرا وفقا لموقع المنتجين³.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فهو صريح في هذه الحالة كما ذكرنا سابقا، حيث إذا كانت هذه الجداول تقييد المنافسة في السوق فهي محظورة، أما إذا كانت موجودة ولا تؤثر في السوق فتبقى مباحة¹.

¹ لينا حسن زكي، نفس المرجع، ص.116.

² Lamy droit économique, op.cit,p.209.

³ لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص.118.

ج- التخفيض المصطنع للأسعار:

يمثل التخفيض المصطنع للأسعار في اللجوء المؤسسات إلى الاتفاق على خفض أسعارها، وذلك بهدف إقصاء مؤسسة معينة من السوق أو منعها من الدخول إليه، وعليه يعتبر مثل هذا الاتفاق محظور².

د- الممارسات الرامية إلى مماثلة الأسعار:

لا يكفي وجود تماثل في الأسعار بين المتعاملين الاقتصاديين للقول بأنه هناك اتفاق محظور، فالتوازي في التصرفات لا يكفي لإقامة الدليل على هذه الأخيرة، فقد يكون مجرد نتيجة عادية للسير السوق أو لاتباع عرف مهين، غير أنه إذا تبين لأجهزة الرقابة أن اتفاق بين المؤسسات هو التفسير الوحيد للتماثل في الأسعار، وعلى المؤسسات المتهممة إثبات العكس.

ومن أمثلة الممارسات التي تؤدي إلى التماثل في الأسعار، قيام المورد بالاتفاق مع الموزعين من أجل تماثل أسعارهم فيما بينهم، وكل موزع يخرج عن الاتفاق قد لا يستفيد من التموين مستقبلا، فمثل هذا الاتفاق يعتبر مساسا حقيقيا بحرية التعامل الاقتصادي في تحديد السعر³.

هـ- طرق حساب التكاليف:

لا يعتبر محظورا قيام المنظمات المهنية، بمساعدة اعضائها على تحسين معرفتهم بتكاليفهم الحقيقية، عن طريق منعهم دروس تتعلق بالتسيير، غير ان مثل هذه الدروس لا تعفي المؤسسات من حرية تحديد أسعارها بصفة مستقلة، بالنظر لظروف كل مؤسسة أو

¹ المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

² MARIE Malaurie- Vignal, op.cit. p. 172.

³ عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.63.

حسب احتياجات كل واحدة منها، خاصة إذا كانت هناك عبارة عن منحهم هوامش ربح معينة أي جداول أسعار بطريقة غير مباشرة¹.

و- تبادل المعلومات حول الأسعار:

إذا تم هذا التبادل بصفة قبلية بين المؤسسات المتنافسة، وكذا التبادلات المحتملة لمستويات الأسعار المستقبلية، فإن هذه الممارسات تعتبر محظورة باعتبارها اتفاقات بين المؤسسات حول الأسعار، وبالتالي تمس المنافسة عن طريق الأسعار²، ولكن من وجهة نظرنا إذا كان هناك مجرد معلومات بدون الأخذ بها فلا تعتبر ممارسة محظورة فهنا لا وجود لاتفاق الذي تحتاج إلى تطابق الإيرادتين، فمثلا يدخل للسوق متعامل اقتصادي جديد لا يعرف عن أسعار المنتج الذي يبيعه أي شيء، فربما يستطلع عن الأسعار من أجل معرفة مستوياتها.

ثالثا: الاستثناءات الواردة على مبدأ حظر الاتفاقات المنافية للمنافسة

إن دراسة مختلف القوانين الخاصة بالمنافسة، تبين أن منع الاتفاقات المنافية للمنافسة، ليس مطلقا، بل يتضمن استثناءات عديدة، وهذا يبين أن المنافسة رغم مساهمتها في التطور الاقتصادي إلا أنها ليست غاية في حد ذاتها، ومن هنا لأمكن ترخيص بعض الاتفاقيات رغم منافاتها للمنافسة، وذلك إذا توفرت فيها شروط معينة، لا سيما خدمتها للتطور الاقتصادي والتقني، وقد أراد المشرع بهذا الترخيص أن يأخذ بعين الاعتبار حركية

¹ Lamy droit économique, op.cit,p.215.

² عياد كرافة أبو بكر، المرجع السابق، ص.64.

وتعقد الواقع الاقتصادي، التي لا تتماشى دائما مع المبادئ والنصوص القانونية التي قد تتصف بالجمود والثبات¹.

وفي هذا الإطار نصت المادة 9 من قانون المنافسة على أنه: " لا تخضع لأحكام المادتين 6 و 7 أعلاه، الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له.

يرخص بالاتفاقات و الممارسات التي يمكن أن يثبت اصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق. لا تستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات والممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة".

يظهر بوضوح من خلال استقراء هذه المادة وجود طائفتين من أسباب الإباحة، الأولى متعلقة بوجود نص تشريعي أو تنظيمي يقر بشرعية الاتفاقات، أما الثانية فمتعلقة بظروف اقتصادية يرخص بسببها مجلس المنافسة التواطؤات غير المشروعة.

أ- الاستثناء الناتج عن نص تشريعي أو تنظيمي:

لا يمكن إدانة اتفاق مناف للمنافسة، ولا تعسف في وضعية الهيمنة، إذا كان ناتجاً عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي²، وبناءاً عليه، يمكن لمرتكبي الممارسات المنافسة للمنافسة - الاتفاقات والتعسف في وضعية الهيمنة- تبرير مخالفتهم على أساس وجود نص تشريعي أو مرسوم أو قرار، يعفي الممارسات من المتابعة، بشرط أن تكون تلك النصوص، قد اتخذت تطبيقاً لقانون.

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.141.

² MENOUEUR Mustapha, droit de la concurrence, Berti édition, Alger, 2013, p.133.

ولتطبيق هذا الترخيص، وضع القضاء الفرنسي قاعدتين أساسيتين وهما: أن تتوافر بعض الشروط في النص المقرر للاستثناء من المنع، وأن تكون الممارسات المحظورة نتيجة مباشرة وضرورية للنصوص المتمسك بها للتبرير.

1- شروط النص التشريعي:

المقصود بالنص التشريعي هو النص الصادر عن السلطة التشريعية¹ وبمفهوم آخر صادر عن السلطة البرلمان في مجال اختصاصه، بالإضافة إلى الحالات الاستثنائية والمتمثلة في رئيس الجمهورية الذي بإمكانه التشريع وفقا لما منحه الدستور من صلاحيات²، ويكون ذلك في حالات استثنائية على سبيل الحصر، وهي شغور البرلمان أو بين دورتيه أو في بعض الظروف الغير العادية، إذا فالنص التشريعي هي النصوص الصادرة عن البرلمان أو رئيس الجمهورية.

أما النص التنظيمي فهو قرار إداري يتضمن قواعد عامة وموضوعية ومجردة، تطبق على عدد من الحالات غير محددة بذاتها، أو على عدد من الأفراد غير معينين بذواتهم، وتمتاز هذه الطائفة من القرارات الإدارية بخاصية العمومية والتجريد والثبات النسبي، وتهدف النصوص التنظيمية كما تدل تسميتها إلى التنظيم و التسيير الداخلي للإدارة ومصالحها، أو تفسير بعض النصوص القانونية العامة³.

والنصوص التنظيمية المعنية بنص المادة 9 فقرة 1 من الأمر 03-03 المتعلق

بالمنافسة تتعلق ب:

- المراسيم والقرارات المتخذة تطبيقا لنص تشريعي

¹ المادة 140 من القانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس سنة 2016 المتضمن التعديل الدستوري، السالف الذكر.
² المادة 142 من الدستور الجزائري: " لرئيس الجمهورية أن يشرع بأوامر في مسائل عاجلة في حالة شغور المجلس الشعبي الوطني أو خلال العطل البرلمانية، بعد رأي مجلس الدولة".
³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.48.

- المنشور التفسيري الذي يعرف على انه : " منشور لا يضيف شيئاً أو قاعدة إلى النص القانوني موضوع التفسير وبالتالي لا يمس بالمراكز القانونية أي لا يلحق أذى بذاته"¹.

وبالتالي يجب أن يكون تفسير النص الذي يقرر الاستثناء وبالتالي الإعفاء من المنع، مفهوماً في إطار محدد، فمثلاً بالنسبة للمنشور الإداري، فلكي يعمل به كتبرير للاتفاق والممارسات الأخرى - التعسف في وضعية الهيمنة- فيجب أن يكون تفسيراً رسمياً للتشريع الساري به العمل، ولا يمكن مثلاً التمسك ببروتكول موقع بين نقابة وفدرالية وجمعية رياضية ووزير الشباب والرياضة، لأن البروتكول لا يعتبر نصاً ذا طابع تنظيمي².

ومن الناحية العملية يمكن اللجوء إلى هذا الاستثناء، والمتمثل في إباحة الاتفاقات المحظورة عن طريق نص تشريعي أو تنظيمي في حالات الأزمات التي توجب تدخل السلطات العامة من أجل تنظيم السوق وضبطه، إذ يمكن اللجوء إلى عدة تدابير من شأنها تقييد المنافسة كتحديد الإنتاج، أو تقييد دخول المتنافسين الجدد للسوق، أو تحديد بيع المواد الأولية.

فيما يتعلق باستثناء الناتج عن نص تنظيمي، تجب الإشارة أن المادة 9 فقرة 1 من الأمر 03-03 توجب ضرورة أن يتخذ النص تطبيقاً لنص تشريعي كما سبق الذكر أعلاه، وبالتالي لمجلس المنافسة صلاحية التأكد من أن هذا النص التنظيمي اتخذ لتطبيق المباشر لنص تشريعي، في حالة مخالفة هذه القاعدة لا يمكن الأطراف الاتفاق التمسك بالاستثناء³.

¹ بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي، دار هومة، الجزائر، سنة 2012. ص 82.

² محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.143.

³ ZOUAIMIA Rachid, le régime des ententes en droit algérien de concurrence; revue académique de la recherche juridique, faculté de droit et de sciences politiques, université de bejaia, volume 5, num 1, 2012, p 29.

2- العلاقة بين النص التشريعي والممارسة المراد استثنائها:

يجب أن تتوفر علاقة سببية مباشرة بين عرقلة المنافسة الناجمة عن تقييد الاتفاق للمنافسة، وبين التنظيم المقيد للمنافسة، وذلك كشرط للتمسك بهذا التبرير، وفي غياب هذه العلاقة السببية المباشرة فإن إباحة الاتفاق يكون مرفوضاً¹.

ب- الاستثناء الناتج عن مساهمة الاتفاق في التقدم الاقتصادي والتقني:

يهدف المشرع من وراء قواعد المنافسة، إلى ضمان تحقيق أمرين أساسيين في نفس الوقت: إيجاد تلائم أفضل للإنتاج مع الاحتياجات، واستخدام أحسن للموارد من أجل إشباع حاجيات المستهلكين، ويمكن في بعض الظروف، تحقيق الأهداف السابقة، بواسطة الممارسات المنافية للمنافسة، ولهذا ومن أجل أن يأخذ المشرع بعين الاعتبار الجوانب الإيجابية لتلك الممارسات، يبيح تلك الممارسات لكونها تتفق مع المصلحة العامة وذلك لفترة وجيزة، ويصبح الاتفاق أو التعسف في وضعية الهيمنة، مبرراً بواسطة القانون، لأنه يساهم في التقدم الاقتصادي، ويمحو عنه الطابع المناهض للمنافسة، ويعني هذا أن سبب الاستثناء أو الإعفاء، أصبح هنا يلعب دوراً أساسياً باعتباره أداة من أدوات السياسة الاقتصادية

ولمعرفة ما إذا كان الاتفاق يساهم في التقدم الاقتصادي أم لا، فلا بد من إجراء حصيلة اقتصادية له، لمعرفة محاسنه ومساوئه، وفي ذلك تؤخذ بعين الاعتبار عدة عوامل، لتحديد التقدم الاقتصادي، كما يجب أن تتوافر بعض الشروط في التقدم الاقتصادي لإمكانية الاحتجاج به، وطلب ترخيص الاتفاق على أساسها².

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.144.

² محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، نفس المرجع، ص.146.

1- عوامل التطور الاقتصادي:

بداية يجب الإشارة إلى أن التقدم أو التطور الاقتصادي المقصود به، ليس فقط تحسين الوضع الاقتصادي للمؤسسات المقيدة للمنافسة، بل التقدم الذي يؤدي بتحسين الأوضاع الاقتصادية للمجتمع في مجمله وخصوصا المستهلك¹، فقد يساعد التقدم الاقتصادي في تحسين الانتاج من جهة، أو تحسين شروط السوق بواسطة التقدم الاقتصادي من جهة ثانية².

1-1- تحسين الانتاجية:

يعتبر تحسين الإنتاجية من أهم العوامل التي يأخذها مجلس المنافسة في الحساب، عند تقدير مدى مساهمة الممارسة المنافسة للمنافسة في التقدم الاقتصادي، ولتحقيق الانتاجية لا بد من تقليل الفرق بين الكمية المنتجة والعمل المبذول والنفقات التي صرفت، كما يمكن تحقيقها بتخفيض النفقات العامة أو عن طريق التوصل إلى زيادة تحسين الانتاجية بتحسين شروط التوزيع والتي تؤدي إلى تخفيض الأسعار، أو بواسطة تخفيض تكاليف النقل.

1-2- تحسين شروط السوق بواسطة التقدم الاقتصادي:

يمكن أن يستثنى من مبدأ حظر الاتفاقات المنافسة للمنافسة، أي اتفاق بمقدوره أن يحقق التحسن من شروط السوق الذي يعتبر عاملا من عوامل التطور الاقتصادي، فمثلا تستثنى من المنع، الاتفاقات التي ترمي إلى زيادة منافذ الانتاج³، أو تلك التي تساهم كذلك

¹ حسين الماحي، حماية المنافسة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، مصر 2007، ص.112.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 51.

³ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.146.

في التطور التقني، كتبادل الخبرات ونقل التكنولوجيا بين المؤسسات المتوافقة، وكذلك تلك التي تساهم في تحسين الشغل من خلال خلق مناصب شل والحفاظ عليه¹.

2- شروط التقدم الاقتصادي والتقني:

إن التمسك بالتقدم الاقتصادي والتقني سببا للمطالبة باستثناء الاتفاقات والممارسات الممنوعة من الحظر القانوني، وذلك طبقا لما هو منصوص عليه في المادة 9 من قانون المنافسة الجزائري، يتطلب شروطا معينة وهي كالآتي:

2-1 إثبات التقدم الاقتصادي الذي تضمنته الممارسات:

لم ينص القانون الجزائري للمنافسة صراحة على من يقع عليه عبء إثبات التقدم الاقتصادي الذي تضمنته الاتفاقات، غير أنه يستفاد من الفقرة الثانية من المادة 9 أن عبء الإثبات يكون على عاتق أصحاب هذه الاتفاقات والممارسات، وذلك أثناء إبلاغ مجلس المنافسة بها، وبالتالي عليهم أن يثبتوا أن تلك الآثار المقيدة للمنافسة قد جاءت كنتيجة مباشرة للاتفاق، أي إثبات علاقة سببية بين الاتفاق المقيد للمنافسة من جهة، والآثار المقيدة من جهة أخرى، وأن تتناسب الإجراءات المقيدة للمنافسة مع حجم الآثار الاقتصادية المقيدة المحققة بواسطتها².

2-2 كون التقدم الاقتصادي والتقني المدعى به ملموسا وإيجابيا وكافيا:

كي يكون التقدم الاقتصادي سببا لإباحة عرقلة وتقبيد المنافسة يتطلب الأمر أن يكون ملموسا وإيجابيا وكافيا.

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.52.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، 2015، ص.146.

2-2-1- أن يكون التقدم الاقتصادي ملموسا:

النتائج التي تترتب عن الدراسة الاقتصادية للاتفاق، يجب أن تبين أن المساهمة في التقدم الاقتصادي بلغت درجة ملموسة، ولا يكفي أن يكون للاتفاق المعني غرض يرمي إلى تحقيق ذلك التقدم، بأن كان مثلا في صورة مشروع لم ينفذ بعد، أو مثلا لا يجوز لمؤسسة ما القيام باتفاقات مع مؤسسات أخرى، من أجل تحقيق التقدم الاقتصادي، إذا كان لهذه المؤسسة تكنولوجيا متقدمة، أو إذا كانت تملك قدرة تنافسية ضخمة تمكنها من تحقيق هذا التقدم بدون اللجوء إلى القيام بممارسات احتكارية ضارة بالمنافسة¹.

2-2-2- يجب أن تكون النتائج المترتبة عن الدراسة الاقتصادية للاتفاق**إيجابية:**

إذ لا يكفي أن ترمي الممارسات إلى مجرد تجنب عراقيل معينة، لأن التقدم الاقتصادي يوجد حيثما يوجد تجديد كتغيير أنماط معينة واطلاع سابقة.

2-2-3- يجب أن يكن التقدم الاقتصادي الناتج عن الاتفاقات كافيا:

ويعني ذلك أن الفوائد التي يمكن جنيها من التطور الاقتصادي، يجب أن تفوق المساوئ التي ترتبها الممارسات على المنافسة.

2-3- تحديد قسط من العائدات للمستعملين:

يجب أن يخصص قسط من العائدات الناتجة عن التطور الاقتصادي المدعى به للمستعملين، وحسب القانون فإن استثناء الاتفاقات من المنع لا يسمح به إلا إذا كان التقدم

¹ سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2012، ص. 205.

الاقتصادي المستند إليه، يفيد الجماعة في مجملها دون أن يكون حكرا على المؤسسات التي أوجدته.

2-4- علاقة التقدم الاقتصادي بالممارسات المرتكبة:

يجب أن يكون التقدم الاقتصادي المستند إليه الحصول على الإعفاء، نتيجة مباشرة للممارسات المعنية، ولذا يجب أن يثبت أن ما تم التوصل إليه من تقدم اقتصادي، لا يمكن التوصل إليه بغير وسيلة تقييد المنافسة، فإن كانت هناك وسائل أخرى للحصول على مثل تلك النتيجة - التقدم الاقتصادي - فلا يمنح استثناء للاتفاق¹.

2-5- يجب أن لا يقيد المنافسة مطلقا:

يتمثل في ألا يؤدي الاتفاق إلى القضاء على المنافسة بشكل تام بين الأطراف من جهة، وبين المؤسسات غير المشتركة في الاتفاق، والتي تعمل في نفس السوق من جهة أخرى².

وعلى الرغم من عدم النص الصريح على هذا الشرط في القانون الجزائري، إلا أن هذا لا يعني عدم اشتراطه تماما، لأن مثل هذا الشرط يعتبر من أساسيات قانون المنافسة، إذ أن الهدف منه هو ضمان عدم تقييد المنافسة كليا وضمن شفافيتها.

وعليه، فمن البديهي أن تستبعد الاتفاقات التي تقييد المنافسة كلية من مجال الإباحة، لأنها ورغم تحقيقها لتطور اقتصادي إلا أنها تعيق المنافسة وتقضي عليها كلية³.

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.149.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص. 141.

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 57.

2-6- التعادل بين عرقلة المنافسة والاثـر المقيد المترتب عنها:

يجب أن تكون العرقلة التي لحقت بالمنافسة متناسبة بدقة مع الأثر الإيجابي الذي رتبته، وذلك حتى يكون الاستثناء مقبولا¹.

ج- الشكـلية:

تنص المادة 09 فقرة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: " ... لا يستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات والممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة".

وعلية يجب على المؤسسات التي تتوافق من أجل تحقيق تطور اقتصادي، وللاستفادة من هذا الاستثناء أن تحصل على ترخيص من مجلس المنافسة، وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا الترخيص سواء كان سابقا أو لاحقا، يختلف تمام عن "التصريح بعدم التدخل" المنصوص عليه في المادة 08 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة²، والذي صدر لتطبيق هذه المادة مرسوم تنفيذي رقم 175/05 المؤرخ في 1 مايو 2005 والمتضمن الحصول على التصريح بعدم التدخل بشأن وضعية الهيمنة والاتفاقات المحظورة³.

ويكمن الاختلاف بين قراري مجلس المنافسة فيما يلي:

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.149.

² تنص المادة 8 من الأمر 03-03 على ما يلي: " يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناء على طلب المؤسسات المعنية واستنادا إلى المعلومات المقدمة له، أن اتفاقا ما أو عملا مدبرا أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و 7 أعلاه، لا تستدعي تدخله.

تحدد كـيفيات تقديم طلب الاستفادة من أحكام الفقرة السابقة بموجب مرسوم".

³ مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق ل 12 مايو سنة 2005، يحدد كـيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة الاقتصادية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 35 المؤرخة في 9 ربيع الثاني هام 1426 الموافق ل 18 مايو سنة 2005، ص.ص. 4-6.

- لمنح الترخيص بمشروعية الاتفاقات المحظورة، يجب على مجلس المنافسة أن يثبت أولاً وجود الشروط القانونية لحظر الاتفاق، وفي مرحلة ثانية يتأكد من مزايا التي تنتج عن هذه الاتفاقات، والتي تتغلب على الطابع السلبي الذي يمس بالمنافسة، في هذه الحالة مجلس المنافسة يرخص هذه الاتفاقات للمؤسسات المتواطئة ويقدم لهم ترخيص بذلك، مع الإشارة أن الهدف من وضع هذا الاستثناء عدم حظر الاتفاقات النافعة للاقتصاد¹.

- في المقابل، فإن منح "شهادة سلبية" أو "التصريح بعدم التدخل" من قبل مجلس المنافسة، يكون التأكيد من أن الاتفاق محل المناقشة، لا يشتمل على الشروط التي حددها المشرع لحظر الاتفاقات، بالتالي لا يخضع للحظر المقرر في المادة 06 من الأمر 03-03.

- يمنح مجلس المنافسة في حالة أعمال أحكام المادة 35 من قانون المنافسة شهادة سلبية، في حين، إذا تمسكت المؤسسات بتطبيق أحكام المادة 9، فالمجلس يمنح ترخيصاً².

وعليه، وفقاً لنص المادة 9 فإن اختصاص تبرير الاتفاقات يبقى لمجلس المنافسة وحده، عن طريق تقديم طلب مسبق، أي قبل دخول الممارسات المنافسة للمنافسة حيز التنفيذ، أو بعد دخولها حيز التنفيذ، فيتوجب في هذه الحالة الحصول على ترخيص لاحق عن الاتفاقات المحظورة، حيث لم يربط المادة 9 من الأمر 03-03، الترخيص بالطلب السابق عن دخول الاتفاقات النافعة حيز التنفيذ، بمفهوم المخالفة يمكن لمجلس المنافسة أن

¹ ZOUAIMIA Rachid, le régime des ententes en droit algérien de la concurrence, revue académique de la recherche juridique, faculté de droit et des sciences politiques, université de Bejaia, n° 1, année 2012, p26.

² ZOUAIMIA Rachid, le régime des ententes en droit algérien de la concurrence, revue académique de la recherche juridique, op.cit, p.27.

يصدر ترخيصا لاحقا بتبرير اتفاقات مساهمة في التطور الاقتصادي، رغم تقديم طلب الترخيص بعد ابرام الاتفاقات.

فرع ثاني: التعسف في وضعية الهيمنة على السوق

توجد في بعض الأسواق، مؤسسات تتمتع بقوة سوقية أو هيمنة على السوق أكبر من منافسيها، كما توجد في حالات أخرى مؤسسة وحيدة تحتكر السوق أي دون وجود منافسين لها، وهاتان الحالتان أو الوضعيتان، إنما تنشآن نتيجة عوامل عديدة مثلا: أن المؤسسة لها القدرة على الانتاج بفعالية وتكلفة أقل أو أنها تحوز على اجهزة حديثة، وإطارات وعمال اكفاء ومتميزين قادرين على الابداع والاختراع وانجاز منتجات عالية الجودة، وما إلى ذلك من العوامل¹.

إن هذه الأمور وجودها مستحب في السوق، وقانون المنافسة يرمي إلى ذلك ويشجعها، فهو لم يحظر وضعية الهيمنة او وضعية الاحتكار بحد ذاتهما، حيث الأصل أنهما جائزان، وإنما التعسف في هذه الوضعية هو المحذور، ويجب أن يكون استغلالهما يؤدي إلى الإضرار بالمنافسين والمستهلكين، وبالاقتصاد بشكل عام، ولهذا تدخل المشرع الجزائري لوضع ضوابط وقيود بهدف ضمان عدم التعسف في هاتين الوضعتين ونص في المادة 07 من الأمر المتعلق بالمنافسة على أنه: " يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية منها.
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل.

¹ محمد الشريف كتو ، قانون المنافسة والممارسات التجارية ، المرجع السابق، ص. 44.

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها.

- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة.

إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية¹.

من خلال تحليل المادة السابقة، نلاحظ ان الشروط الواجبة لمنع التعسف في وضعية الهيمنة أو الاحتكار ومعاقبة المؤسسات المتورطة فيها، يقتض أولاً وقبل كل شيء، أن يثبت أن المؤسسة المعنية حائزة على وضعية الهيمنة على السوق تقوم بممارسة أو أكثر، من الممارسات المنصوص عليها في المادة السابقة والمذكورة على سبيل المثال لا الحصر، نفس الأمر بالنسبة للممارسات السابقة، وأخيراً لا بد أن تكون هذه الممارسات تقيد أو تحد من المنافسة في السوق المعنية.

قبل التطرق إلى هذا التعريف لا بد من تعريف الهيمنة على السوق وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها و ثم الشروط إلى محل هذا التعسف وتأثيره على الأسعار.

¹ تقابلها المادة 08 من الأمر الفرنسي رقم 86-1243 المتضمن قانون حرية المنافسة والأسعار ، الصادر في 1-12-1986 ما يلي:

يمنع، في نفس الشروط الإستغلال التعسفي من طرف مؤسسة أو مجموعة من المؤسسات :

1- لوضعية الهيمنة في السوق الداخلية أو في جزء جوهري منه.

2- لحالة التبعية الإقتصادية التي يتواجد فيها ازمها مؤسسة عميلة أو ممونة و التي ليس لها حل معادل .

يمكن أن تتجسد هذه التعسفات خصوصا في رفض البيع ، البيوع المترابطة أو شروط بيع تمييزية ، و كذلك في قطع علاقات تجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة ."

أولاً: مفهوم التعسف في الهيمنة الاقتصادية والاحتكار

يقترَب مفهوم الهيمنة و الاحتكار من بعضهما في كثير من النقاط المشتركة التي يتوجها مفهوم السيطرة الحاسمة، لكنهما في الحقيقة مختلفان ؛ نقول هذا باعتبار أن كل احتكار يعني حتما وجود وضعية هيمنة و كل هيمنة على السوق لا تعني بالضرورة ارتفاعها لدرجة الاحتكار¹.

أ-تعريف وضعية الهيمنة

حسب المادة 3 فقرة "ج" من الأمر 03-03 المعدل و المتمم فإن وضعية الهيمنة هي "الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني وتعطيتها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء زبائنها أو منافسيها أو ممونيها."

فهي إذن سلطة بحدين: تعطي للمؤسسة قدرة اقتصادية تسمح لها بالتوسع في السوق وزيادة أرباحها فيه بطريقة طبيعية، من جهة؛ ومن جهة أخرى إذا أسيء استغلالها يمكن للمؤسسة المهيمنة بناءً عليه أن تشكل خطراً محدقاً وتلحق ضرراً بالغاً بالسوق.

في فرنسا وفي قرار "هوفمان لاروش" الشهير لـ 13 فيفري 1979، أتت المحكمة بتوضيح مهم اعتبرت فيه: "أنّ وضعية الهيمنة الاقتصادية على خلاف حالة الاحتكار أو شبه الاحتكار، لا تقضي على وجود المنافسة بل تعطي للمؤسسة المستفيدة القدرة على اتخاذ القرار المستقل أو على الأقل سلطة التأثير الكبير على الشروط التي سيتم فيها التعاقد ثم

¹ تحتوت زين العابدين، الرقابة على التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، رسالة دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الاخوة منتوري، نوقشت في 2016/10/04، ص.09.

التصرف في حدود واسعة دون أخذ وزن الغير (عارضاً أو طالباً) بعين الاعتبار، لأنه لا يلحق بها أي ضرر¹.

يجدر الإشارة أنه لا يمكن الحديث عن وضعية هيمنة على السوق إذا كان هناك متعامل واحد على الأقل ينافس فيه بحرية و الباب ليس مغلق لدخول مؤسسات أخرى.

ب- تعريف الاحتكار:

1- لغة:

مأخوذ من الحكر أو الحكرة بمعنى الحبس، وورد في القاموس المحيط بمعنى الظلم والاحتكار في لغة العرب هو "حبس السلعة انتظاراً لبيعها عند غلاء الأسعار". و جاء في مختار الصحاح "احتكار الطعام، يعني جمعه و حبسه ليتربص به الغلاء"². كذلك عرف أنه: "احتباس الشيء لغلائه والظلم والعسر وسوء المعاشرة والالتواء"³. و الملاحظ أنّ ظاهرة الاحتكار لا تحدث إلا في حالة قلة السلعة و ندرتها، أو لغاية جعلها قليلة و نادرة، طلباً وطمعاً في رفع الأسعار، و هو مفهوم مطلق يشمل كل مناحي الحياة من طعام ووقود و دواء و لباس وتجهيزات أو مواد أولية أو خدمات وغيرها.

2- في الشريعة الإسلامية:

في الشريعة الإسلامية الغراء هناك عدة مذاهب تتكلم عن الاحتكار وهي⁴:
1-2- عند الأحناف: أن يشتري طعاماً ، ويمتنع عن بيعه، أو هو شراء طعام وحبسه إلى الغلاء أربعين يوماً.

¹ - Chapute Yves ,le droit de la concurrence "que sais-je ?" paris, 1991, p110.

² المصباح المنير ، قانون- مادة حكر، الجزء الأول ،المطبعة الأمريكية بمصر ،ص175. مأخوذ من تحتوت زين العابدين، المرجع السابق، ص. 10.

³ قاسم الحمودي، رياض المومني، مفهوم الاحتكار بين الفقه الإسلامي والاقتصاد الرأسمالي، حوليات كلية الشريعة والقانون والدراسات المعمقة، جامعة قطر، سنة 1996، العدد 14، ص. 285.

⁴ جاسم محمد الراشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، مجلة مجلس النشر العلمي، طبعة 1، سنة 2016، ص.28.

2-2- عند المالكية: الادخار للبيع وطلب الربح بتقلب الأسواق.

2-3- عند الشافعية: أن يبتاع في وقت الغلاء فلا يبيعه، ويمسكه ليزداد ثمنه، أو هو شراء القوت وقت الغلاء وادخاره ليغلو أكثر.

2-4- عند الحنابلة: أن يشتري الشخص القوت للتجارة ويحبسه فيقل فيرتفع السعر¹.

2-5- عند الشيعة الزيدية: شراء سلعة في وقت الحاجة إليها لحبسها واختزانها لارتفاع ثمنها على الناس.

2-6- عند بعض الفقهاء المحدثين: حبس السلع التجارية على اختلاف اصنافها لتقل في الأسواق وتغلو أثمانها ويتحكم المحتكر في بيعها بالأرباح التي يفرضها مهما كانت حالة المشتري من عجز أو اقتدار².

3- في علم الاقتصاد:

يقصد به في علم الاقتصاد: " الانفراد بسوق السلعة، خدمة في يد واحدة"³.
ويصفه البعض الآخر: " فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف احداث اختناقات في معدلات وفرت السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة أو إجبار المتنافسين على إخلاء السوق"⁴.

4- التعريف الجامع للاحتكار:

قد اختلف الفقه في وضع مفهوم محدد للاحتكار، حيث تعددت هذه المفاهيم بحسب رؤية كل فريق⁵.

¹ عماد عبد العاطي عبد الفتاح هدى، الاحتكار واثره في غلاء الأسعار - دراسة فقهية مقارنة-، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، سنة 2016، ص.ص.10، 11.

² نفس المرجع، ص.12.

³ جاسم محمد راشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، رسالة دكتوراه في القانون التجاري، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، سنة 2011-2012، ص.16.

⁴ المرجع والموضع نفسه.

⁵ حيث ظهرت في هذا الشأن ثلاثة مفاهيم هي:

- مفهوم المدرسة الكلاسيكية للاحتكار.

- مفهوم مدرسة شيكاغو للاحتكار=.

وعلى الرغم من صعوبة وضع مفهوم جامع للاحتكار في ظل تطور وتنوع الممارسات الاحتكارية التي ظهرت في الآونة الأخيرة ن إذ أنه يمكن القول أن الاحتكار هو: " سيطرة شركة أو مجموعة شركات على حصة ضخمة من إنتاج سوق معين تمكنها من فرض سيطرتها على إجمالي إنتاج هذه السوق، ومن ثم تزيد أرباحها من خلال الإنتاج وزيادة الأسعار"¹.

ما يجب ملاحظه هو أن الاحتكار في الشريعة الاسلامية يختلف كلياً عن الاحتكار في القانون أو الاقتصاد، حيث يعتبر في الشريعة الاسلامية أنه حبس للمنتوج من أجل ارتفاع سعره أما في القانون الوضعي فهو احتكار مؤسسة ما لسوق معين، بحث تعتبر هي الوحيدة فيه دون منافس.

ج- التعريف القضائي للمركز المهيمن والاحتكار:

لم يكن تحديد مفهوم الاحتكار من مهمة الفقه وحده، بل تصدى القضاء أيضاً لهذه المهمة، حيث أشار القضاء الأمريكي إلى أن "الاحتكار يكون في الملكية والسيطرة على قسم كبير من الواردات، أو تجهيزات السوق، أو منتجاتها من سلعة معينة، وهو ما يؤدي إلى خلق المنافسة، وبقيد حرية التجارة، بحيث يتحكم أو يسيطر المحتكر على الأسعار"². كما عرفت محكمة العدل الأوروبية الاحتكار بقولها: "المركز المسيطر (المحتكر أو المهيمن) هو قوة اقتصادية تحوزها مؤسسة معينة تمنحها القدرة على وضع العوائق أمام المنافسة الفعلية في السوق المعني، وتمكنها من اتخاذ القرارات من جانب واحد في مواجهة منافسيها وعملائها وكذلك المستهلكين"³.

- = مفهوم مدرسة النيوكلاسيكية للاحتكار. راجع جاسم محمد الراشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، مجلة مجلس النشر العلمي، المرجع السابق، ص.30.

¹ اسم محمد راشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، رسالة دكتوراه في القانون التجاري، المرجع السابق، ص.17.

² اسم محمد راشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، رسالة دكتوراه في القانون التجاري، نفس المرجع، ص.17.

³ "Le pouvoir de faire obstacle au mention d'une concurrence effective sur le marché en cause, e, lui fournissant la possibilité de comportement indépendants dans une mesure="

يبين التعريف بان المؤسسة تصبح في المركز المسيطر (المحتكر أو المهيمن) إذا كانت قراراتها التجارية والاقتصادية تتخذ دون اعتبار لمنافسيها، أو لعملائها أو للمستهلكين، ودون الرجوع إلى أي منهم، أي أن المؤسسة المعنية تكون صاحبة الكلمة العليا فيما يتعلق بتلك القرارات، فتتخذها باستقلالية تامة، دون وضع اعتبار لحجم منافسيها أو لآراء عملائها أو لحالة المستهلكين في السوق الذي تعمل فيه¹.

أما القضاء الفرنسي فلقد تبنى نفس التعريف الذي أخذت به محكمة العدل الأوروبية، ومن ذلك حكم لمحكمة استئناف باريس² قررت فيه أن المؤسسة تعد في مركز المسيطر على السوق إذا كانت لا تكثرت وإلى حد بعيد باستراتيجيات منافسيها من المؤسسات الأخرى في السوق.

فعدم مبالاة المؤسسة بقرارات أو سياسات منافسيها، أي عدم وضعه في الاعتبار لتلك السياسات عند اتخاذه لقراراته تعد سمة مميزة للمركز المهيمن³.

كما اخذ مجلس المنافسة الفرنسي بذات المفهوم الذي اخذت به محكمة العدل الأوروبية وكذا القضاء الفرنسي، حيث عرف المركز المهيمن بقوة اقتصادية تتمتع بها المؤسسة، تخولها القدرة على تحريف المنافسة في السوق، وتمنحها القدرة على اتخاذ القرارات باستقلالية في مواجهة منافسيها وعملائها ومستهلكي إنتاجها⁴.

كما عرفت المفوضية الفرنسية للمنافسة، المؤسسة الميمنة، بقولها: " مؤسسة في مركز يمكنها من إعاقة سير المنافسة، نظرا لانعدام المنافس الذي ينافس المؤسسة المهيمنة، حيث تتمكن هذه المؤسسة من تحديد شروط العمل في السوق، وكيفية اختراقه وتحديد السياسة التجارية واختيار التكنولوجيا ومستوى الأسعار"⁵.

=appréciable vis-à-vis de ses concurrents, ses clients et finalement des consommateurs".
Voir C.J.C.E. affaire continental , 21/02/1973,gaz.pal 1973.1-356.

¹ لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص 178.

² C.A Paris , arrêt du 14/01/1993.

³ قارة سليمان محمد خليل، الممارسات المرجع السابق، ص. 110.

⁴ Conseil de concurrence, decision 92-d-26 du 31/03/1992, voir le site:
<http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/92d26.pdf> , le 26/04/2017 à 16:25

⁵ Rapport de la commission de la concurrence de 1980

وبصفة عامة يمكن أن يتم تحديد وجود الاحتكار أو المركز المهيمن، بحث إذا كان قدرة المتعامل الاقتصادي على ابعاد أو إضعاف المنافسين الحاليين في السوق أو منع المنافسين المحتملين الذين من المتوقع اختراقهم لذات السوق¹.

ثانيا: تمييز وضعية الهيمنة عن بعض الممارسات المشابهة له

إن وضعية الهيمنة والتعسف فيها، تشبه إلى حد كبير عدة ممارسات تقيد المنافسة بدورها، ويبدو من الوهلة الأولى أنها مشابهة لها، لكن لا بد من اظهار الاختلافات الموجودة من أجل تمييز وضعية الهيمنة عن الممارسات الأخرى.

أ- الهيمنة والاحتكار:

الاحتكار هو الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة، أو أنه يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها واسعارها بغرض إلغاء المنافسة أو إجبار المتنافسين على اخلاء السوق.

والاحتكار بهذا المعنى يعد مرادف للهيمنة على السوق، ففي الحالتين توجد مؤسسة واحدة تمتلك كل أو معظم الحصص في السوق، ولا يخضع بالتالي لأي منافس. وهذا الوضع يمكن أن ينتج عن أوضاع أو ظروف طبيعية أو نصوص قانونية، والاحتكار الناجم عن الظروف الطبيعية يطلق عليه "الاحتكار الفعلي"، أما الاحتكار المتولد عن النصوص القانونية فيسمى "الاحتكار القانوني".

وتأكيدا للترادف فيما بين المصطلحين، فإن هناك احكاما تشبه الهيمنة على السوق بالاحتكار الفعلي وأخرى تشبه بالاحتكار القانوني.

ومن أمثلة الأولى، حكم محكمة النقض الفرنسية والتي أيدت فيه الحكم المطعون فيه والذي ذهب إلى تمتع المؤسسة (أحد طرفي القضية) بالهيمنة الاقتصادية في سوق بيع

¹ لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص. 180.

أجهزة الكشف عن اطارات الطائرات، وقد انتهى الحكم إلى هذه النتيجة بعد أن أوضح تمتع هذه المؤسسة باحتكار فعلي في السوق المشار إليه وذلك لمدة امتدت لعدة سنوات¹.
 أما فيما يتعلق بالأحكام التي تشبه الهيمنة الاقتصادية بالاحتكار القانوني، نذكر منها حكم محكمة النقض الفرنسية والذي شبه الاحتكار القانوني الذي تتمتع به شركة فرنسا للطيران Air France في مجال شحن البضائع من جزيرة Réunion إلى العاصمة باريس وضواحيها بالمركز المهيمن².

كذلك هناك قرار "هوفمان لاروش" الشهير لـ 13 فيفري 1979، أتت المحكمة بتوضيح مهم اعتبرت فيه: "أنّ وضعيّة الهيمنة الاقتصادية على خلاف حالة الاحتكار أو شبه الاحتكار، لا تقضي على وجود المنافسة بل تعطي للمؤسسة المستفيدة القدرة على اتخاذ القرار المستقل أو على الأقل سلطة التأثير الكبير على الشروط التي سيتم فيها التعاقد ثم التصرف في حدود واسعة دون أخذ وزن الغير (عارضاً أو طالباً) بعين الاعتبار، لأنه لا يلحق بها أي ضرر³".

مع الملاحظة أن المشرع الجزائري وضع الهيمنة الاقتصادية والاحتكار كمفهوم واحد والدليل على أنه وضعهما في مادة واحدة وهي المادة 7 من قانون المنافسة واعتبر التعسف في استعمالهما كممارسة مقيدة للمنافسة.

ب- الهيمنة على السوق والاتفاقات المحظورة:

يمكن أن نكون أمام مؤسسة واحدة مهيمنة على السوق⁴، ويمكن أن تمارس الهيمنة على السوق من عدة مؤسسات¹.

¹ Cour de cassation française, 14/02/1995, bulletin n 48, disponible dans le site: <http://www.juricaf.org/arret/FRANCE-COURDECASSATION-19950214-9318178> le 28/04/2017 à 14:12

² سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2012، ص.ص. 28-29.

³ - Chapute Yves .op.cit, p110.

⁴ يقصد بوضعيّة الهيمنة الفردية حياة مؤسسة بطريقة فردية للمركز المسيطر على السوق، إذ تسيطر على هذا الأخير وتتحكم فيه، ولا يكون بمقدوره تقديم خيار أو بديل للمنتج الذي تقدمه المؤسسة المسيطرة، حيث تظل هذه الأخيرة بمنأى على أي منافسة فعالة من الآخرين. مقتبس من قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.111.

في مجال التفرقة بين وضعية الهيمنة والاتفاقات المحظورة، لا تثير الهيمنة الفردية أي لبس مع الاتفاق المحظور، كونها تمارس من قبل مؤسسة واحدة وبطريقة منفردة، أما الاتفاق المحظور كما رأينا من قبل يكون بين عدة مؤسسات².

أما الهيمنة الجماعية، على غرار الاتفاق المحظور يتشكلان من مجموعة مستقلة في السوق، فالممارستان تقوم بهما عدة مؤسسات، ورغم غموض العلاقة بين المفهومين، فإن معاينة الاتفاق ليس قرينة على قيام وضعية الهيمنة، إذ أن وصف الهيمنة الجماعية ينطبق حتى في حالة غياب الاتفاق بين المؤسسات، إلى جانب ذلك فإذا كان الاتفاق المقيد للمنافسة، ممنوع في حد ذاته، فلا ينطبق هذا الوصف على وضعية الهيمنة الجماعية، ولا تعد هذه الوضعية ممنوعة، إلا إذا تم استغلالها بشكل تعسفي، وفي نفس الوقت فوجود الاتفاق يعتبر عنصراً لإثبات وضعية الهيمنة، لأن الاتفاق في هذه الحالة يعبر عن وجود علاقة الترابط المطلوبة بين المشتركين في وضعية الهيمنة، لتبني استراتيجية منظمة في مواجهة المتنافسين³.

ج- الهيمنة والتجميعات الاقتصادية:

يتشابه التجميع الاقتصادي مع وضعية الهيمنة الاقتصادية، في كونهما قوتان اقتصاديتان تعبران عن الهيمنة في السوق، وتختلفان في كون التجميع الاقتصادي قد يؤدي في المستقبل إلى تقييد من المنافسة والحد من الدخول إلى السوق، الشيء الذي يهدد كيان السوق، فهو يخضع للرقابة حتى وإن لم يرتكب الأطراف أي تصرف مقيد للمنافسة، بينما تكون وضعية الهيمنة غير معاقب عليها وليست ممنوعة، ولكن إذا تم استغلالها بشكل تعسفي، واتضح من خلال تحليل السوق عن طريق العودة إلى ما كان عليه في الماضي، وتبين أن المؤسسات التي تحتل وضعية الهيمنة قد قامت بتصرفات مقيدة للمنافسة، ولولا هذه التصرفات لما كانت السوق على هذه الحال، فهذا يعني أن المؤسسات قد استغلت

¹ أما المركز المهيمن الجماعي، فهو الذي تحوزه مجموعة من الشركات، تتوفر لديها القدرة على التأثير على السوق بشأن سلعة أو خدمة معينة، فتحكم سيطرتها على كمية الانتاج وتحديد الأسعار. مقتبس من قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.111.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.112.

³ جلال مسعد، المرجع السابق، ص.132-133.

وضعها وبشكل تعسفي، وأدت تصرفاتها إلى تقييد المنافسة، مما يتطلب ردعها طبقاً لنص المادة 07 من قانون المنافسة، الذي يمنع الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة¹.

د- الهيمنة والإغراق:

يعد الإغراق من الممارسات التجارية الغير المنصفة²، لأن أساسه هو التسعير التمييزي الدولي، إذ يتمثل في التمييز في السعر بين سوقين في دولتين مختلفتين بغرض الإضرار بالمنافسين الآخرين وطردهم من السوق، تمهيداً لاحتكاره والهيمنة عليه، سواء كان ذلك من خلال الاحتكار المطلق أو احتكار القلة³.

لا يعد كل انخفاض في سعر المنتج المستورد إلى بلد ما عن سعر المنتج المماثل في بلد تصديره إغراقاً محظوراً يدخل ضمن التجارة المسيبة للضرر أو المنافسة غير المشروعة في البلد المستورد، وبالتالي يتيح لهذا البلد اتخاذ تدابير من طبع العقوبات التجارية، فقد تلجأ بعض الدول إلى أن تخلق ادعاء بوجود إغراق كذريعة تتيح لها فرصة اللجوء إلى الأساليب الحمائية لصد الواردات من بعض الدول لسلع تهدد صناعتها المحلية، بل إنها قد تلجأ لذلك ضد سلع إحدى الدول للضغط عليها لاعتبارات غير اقتصادية⁴.

الحقيقة أن العلاقة بين الإغراق والاحتكار هي علاقة وثيقة جداً، إذ يذهب البعض إلى أن الإغراق أو الادعاء بوجوده يمثل تدخلاً احتكارياً للتجارية الدولية، إذ الأصل أن يتم التبادل التجاري بين الدول وفقاً لتفاعلات العرض والطلب على السلعة، ولما كان سعر السلعة هو التعبير النقدي عن جانب العرض، فإن تدخل الدولة لتغييره بصورة تحكومية، بإجراء غير طبيعي، يؤثر على القدرة التنافسية للسلعة في مواجهة مثيلاتها في السوق

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.ص. 112-113.

² يتسم مفهوم الإنصاف بالغموض لأمرين:

- ان إطلاق حرية الواردات المغرقة في دخول سوق الدولة المستوردة يؤدي إلى الإضرار بالصناعة المحلية في هذه الدولة، نظراً لانخفاض سعرها وتهافت المستهلكين المحليين عليها، إلا أنها في ذات الوقت في صالح المستهلك المحلي نظراً لأنها تؤدي إلى زيادة رفاهيته الاقتصادية.

- إن فرض الرسوم لمكافحة الإغراق يؤدي إلى زيادة أسعار هذه الواردات وبالتالي عزوف المستهلكين المحليين عنها واتجاههم إلى شراء المنتجات المحلية المماثلة.

³ محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2004، ص.152.

⁴ محمد أنور حامد علي، الإغراق من صور المنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010، ص.169.

المحلية، وتختصر نظرية الاحتكار في التجارية الدولية هذه القضية، بأنه قد يسمح للدولة بتقديم إعانة بنسبة أو درجة معينة لسلعة التي تنتج وتستهلك محليا في حالة خروج السلعة لدائرة المنافسة الدولية، وبالتالي يجب وقف الإعانة المقدمة إليها، باعتبارها إجراء ماسا بالحرية التجارية ويعوق انسيابها الطبيعي¹.

إن الإغراق لا يأتي دائما بسبب إعانة الدولة المصدرة، فقد تمارسه الشركة المصدرة بهدف كسب نصيب في سوق الدولة المستوردة، وذلك بالقضاء على المنافسين الموجودين في السوق.

كما قد تلجأ إليه إحدى الشركات المصدرة بهدف كسر الهيمنة الموجودة بالفعل في سوق الدولة المستوردة، سواء كان المحتكر منتوجا محليا أو أجنبيا².

وخلاصة القول، أن الهيمنة الاقتصادية، تختلف عن الاغراق، حيث أن هذا الأخير يحدث نتيجة إشباع السوق ومحاولة بعض الدول تصدير منتجات إلى هذه السوق غالبا ما تكون درجة جودتها أقل من نظيرتها المنتجة محليا³ وتباع بأسعار متدنية، وقد تكون أسعار تلك المنتجات أقل من تكاليف إنتاجها، وقد يتبع هذا الأسلوب نتيجة وجود بعض هذه السلع في بلد المنشأ بكميات فائضة عن حاجة أسواق هذا البلد.

ثالثا: خصائص التعسف في وضعية الهيمنة

من خلال قراءة المادة 07 من قانون المنافسة السالفة الذكر والتي تتكلم عن التعسف في وضعية الهيمنة أو في الاحتكار ومعاينة المؤسسة المتورطة فيها، يفترض أولا وقبل كل شيء، أن يثبت أن المؤسسة المعنية، حائزة على وضعية الهيمنة أو الاحتكار، ثم لا بد أن يصدر عن المؤسسة المهيمنة على السوق ممارسة أو أكثر، من الممارسات المنصوص عليها في المادة السابقة الذكر، والتي ذكرت على سبيل المثال لا الحصر، والتي

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص 115.

² نفس المرجع، ص 116.

³ وهذا ما نلاحظه في الجزائر من خلال سلع الآتية من الصين، حيث أن جودتها أقل من جودة السلع المحلية، ولكن سعرها أقل بكثير من تلك الجزائرية.

سوف نركز إلا على الممارسات التي تتعلق بالأسعار باعتبارها موضوع دراستنا، وأخيرا لا بد أن تؤدي هذه الممارسات إلى تقييد المنافسة أو عرقلتها في السوق المعنية.

أ- تواجد المؤسسة في وضعية الهيمنة:

إذا كانت وضعية الاحتكار لا يصعب تحديدها باعتبار أن المحتكر يستحوذ على مجمل الطلب، وكل حصص السوق، فإن تواجد المؤسسة أو العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة، التي هي حالة من حالات السوق، التي لا تصل إلى حالة الاحتكار، يقتضي منا تحديد فكرتها، وتحديد السوق المناسبة لها ومعايير تقديرها¹.

1 - فكرة الهيمنة:

فكرة الهيمنة يقصد بها القوة الاقتصادية التي تحصل عليها مؤسسة وتتيح لها التخلص من منافسة مؤسسة أخرى، موجودة في السوق نفسها، كما سبق وأن تم تعريفها أعلاه، وهو ما عرفت المادة 3 من قانون المنافسة السالفة الذكر كذلك، فوضعية الهيمنة تسمح لمؤسسة بتفادي ضغوطات المنافسة بفرض تصوراتها على منافسيها، وفرض شروط على زبائنها وممونيها، وذلك نظرا لعدم امتلاك منافسيها وزبائنها وممونيها لخيارات وحلول كافية، تكون قادرة على مجابهة التصرفات المنفردة لهذه المؤسسة²، وذلك راجع خصوصا إلى امتلاك المؤسسة لخصص هامة في السوق وعدم تناسب بينها وغيرها من المؤسسات، فيما يخص مركزها، ونمط تحركها التجاري.

2- سوق السلعة أو الخدمة:

يقتضي تقدير وضعية الهيمنة القيام بالتحديد المسبق للسوق المعنية، من وجهة نظر السلعة أو الخدمة، وحسب الفقرة ب من المادة 3 من قانون المنافسة فإن السوق: "كل سوق للسلع والخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لا سيما بسبب مميزاتها أو أسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية".

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.44.

² Commission de la concurrence, rapport d'activité pour 1979, p.37

مقتبس من محمد الشريف كتو، نفس المرجع، ص. 45.

وفي ضوء هذا النص، فإن تحديد إذا كانت المؤسسة المهيمنة على سوق معينة أم لا، يتوقف على تحديد سوق السلع والخدمات المعنية بالممارسات المقيدة للمنافسة، وذلك بمعرفة بعدي هذا السوق: البعد السلعي أو الخدماتي والبعد الجغرافي.

2-1- البعد السلعي والخدماتي للسوق:

ويقصد بذلك هو مدى توافر سلع أو خدمات مشابهة بدرجة كافية من عدمه، فإذا كانت هناك سلع أو خدمات بديلة يلجأ إليها المستهلكون، إذا غلا السعر مثلا لدى مؤسسة المهيمنة، فإننا لن نكون بصدد سوق مناسبة للمهيمنة أو الاحتكار، وفي حالة العكس فإن السوق تكون مناسبة للمهيمنة أو الاحتكار، فمعرفة بعد السوق يقوم هنا على البحث في مدى مرونة الطلب على السلع والخدمات المشابهة والمتماثلة، أي التي تقوم بدور مماثل من وجهة نظر المستهلك، بحيث إذا لم يجد السلعة أو الخدمة "أ" مثلا فإنه يلجأ إلى السلعة أو الخدمة "ب" على أن تكون السلعتان أو الخدمتان مؤديتين لنفس الغرض للمستهلك¹.

وقد اعتبر مجلس المنافسة في قضية المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية أن : "تشكيلة الأجهزة الالكترونية التي تنتجها المؤسسة المذكورة غير قابلة للاستبدال، حيث يفضلها المستهلكون نظرا لجودتها وتوفر قطع الغيار وخدمات ما بعد البيع التي تتكفل بها المؤسسة، فضلا عن امكانية الاستعانة بالعديد من التقنيين الخواص ذوي الخبرة في صيانة وتصليح هذه الأجهزة بصفة خاصة".

2-2- البعد الجغرافي للسوق:

لا يكتمل تحديد السوق المناسب للمهيمنة أو الاحتكار دون تحديد بعده الجغرافي، الذي يقصد به المنطقة الجغرافية التي تعرض فيها المؤسسة لسلعها أو خدماتها، ويمكن أن تكون هذه المنطقة مدينة أو حي أو سوق جهوية أو وطنية، ويدخل البعد الجغرافي كأحد المحددات الهامة لاعتبار السوق ملائما للمهيمنة أو الاحتكار من عدمه، والمقصود من ذلك، أن امكانية المؤسسة في تقليص الإنتاج مثلا أو فرض أسعار في نطاق تلك المنطقة الجغرافية، لا يقابله لا رغبة سريعة من طرف المستهلكين في تبديل اختيارهم نحو العرض المقدم من المؤسسات الواقعة خارج المنطقة المعنية، ولا قدرة المؤسسات الموجودة خارج

¹ نفس المرجع، ص 46.

النطاق الجغرافي من السوق الاستجابة لرغبات المستهلكين، والانصراف عن المؤسسة المعنية بالهيمنة، بسبب سلوكها ذي الصبغة التقييدية للمنافسة¹.

3- معايير الهيمنة:

بعد معرفة السوق الملائمة للهيمنة والاحتكار، يقتضي الأمر قياس ما إذا كانت المؤسسة مهيمنة أم لا، ويتم ذلك وفقا لمعايير مختلفة كعرفة مقدار ما تملكه المؤسسة من حصص السوق وقوتها المالية والاقتصادية:

3-1 معيار حصة السوق:

يعتبر هذا المعيار من أهم المعايير لقياس وضعية الهيمنة، إن امتلاك حصة هامة من حصص السوق، يعتبر دليلا على امتلاك المؤسسة لوضعية الهيمنة، ولا يوجد رقم معين يحدد هذه الحصة، غير أنه من المسلم به أن تجاوز حصة المؤسسة نسبة 80 في المئة من حصص السوق يفترض فيه قيام وضعية الهيمنة²، دون الأخذ بعين الاعتبار لمعايير أخرى. واعتبر مجلس المنافسة الفرنسي في هذا المجال، أن حيازة لحصة تزيد على 50 في المئة في السوق المعنية يجعل المؤسسة في وضعية هيمنة، وتحسب حصة السوق بواسطة حجم المبيعات المحققة.

3-2 معيار القوة الاقتصادية والمالية:

تعتبر القوة الاقتصادية والمالية التي تتمتع بها المؤسسة مقياسا مهما لتقدير مدى حيازة المؤسسة لوضعية الهيمنة، وعلى حسب محكمة استئناف باريس فإن الانتماء إلى مجموعة اقتصادية قوية تنبؤا في المجال الاقتصادي وضعية قيادية على المستوى الوطني، يعد مؤشرا ضمن مؤشرات أخرى لإثبات وضعية الهيمنة.

كما تقاس القوة الاقتصادية بواسطة مقاييس أخرى، مثل رقم الأعمال الخاص بالمؤسسة، ورقم الأعمال الخاص بالمؤسسات التي ترتبط بها، وأيضا عدد وأهمية العقود

¹ محمد الشريف كتو، نفس المرجع، ص.47.

² GALENE R , droit de la concurrence et pratiques anticoncurrentielles, EFE, Paris, 1999, p.181.

مقتبس من محمد الشريف كتو، نفس المرجع، ص.47.

المالية والاقتصادية التي أبرمتها مع مؤسسات أخرى، أو مجموعات أخرى، وكذلك يمكن اعتبار التفوق في التسيير والاختراع التقني ضمن معايير قياس الهيمنة¹.

وإجمالاً تقدر بناءً على العناصر التالية:

- عدد وأهمية الاتفاقات المالية والاقتصادية المبرمة مع المجموعات الأخرى كمؤسسات أو أفراد.
- الملاءة المالية للمؤسسة.
- قوة شبكة التوزيع الخاصة بالمؤسسة .
- أهمية وحساسية المنتجات التي تتعامل فيها.
- قدرتها في كسر عوائق الدخول إلى أي سوق.
- القدرة على التلاعب بالأسعار أو ممارسة التمييز غير العادل بين الأعوان.
- سهولة الحصول على مصادر التمويل والتمويل.

لا نفوتنا الإشارة إلى أنه يمكن لمؤسسة حائزة لحصة عادية في السوق أن تؤثر على منافسيها بسبب ضعفهم وأنّ النسبة المحوزة لا تعبر دائماً عن فعل القوة المفضية للسيطرة أو الاحتكار، بل يجب النظر إلى سلّمين في نفس الوقت هما وضعيّة المؤسسة في السوق ووضعية منافسيها و حصصهم، فضلاً عن احتمالات قدرة المؤسسة المسيطرة على الثبات رغم المنافسة الشديدة².

ب- ارتكاب ممارسات مقيدة للمنافسة

لا يمكن إدانة مؤسسة مهيمنة على السوق لمجرد أنها تحوز على هذه المرتبة، وإنما لا بد أن يصدر منها سلوك أو فعل يتسم بالتعسف بمخالفة قانون المنافسة، ويكون من شأن هذا السلوك أو الفعل أن يؤدي إلى تقييد المنافسة، بشرط أن لا يكون محل إعفاء أو استثناء من المتابعة، وذلك تطبيقاً للمادة 09 من قانون المنافسة المشار إليها سابقاً³.

¹ محمد الشريف كتو، نفس المرجع، ص.ص. 47-48.

² تحتوت زين العابدين، المرجع السابق، ص. 29.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 48.

وقد قرر مجلس المنافسة أنه: " إذا كان للمؤسسة كامل الحرية في تحديد السياسة التجارية التي تخدم مصالحها، فإنه لا يجوز لها من منظور قانون المنافسة استعمال هذه الحرية للحد من المنافسة بين مختلف البائعين، أو لإضعاف قدرة البعض من منافسة البعض الآخر" وقد اعتبرت أن " الممارسات التي أقدمت عليها المؤسسة قائمة وتشكل في حد ذاتها تعسفا في وضعية الهيمنة، طالما أنها من فعل مؤسسة في وضعية هيمنة"¹.

رابعا: تأثير التعسف في وضعية الهيمنة على الأسعار

و تشمل على سبيل المثال :

- الحد من الدخول في السوق أو من ممارسة النشاطات التجارية فيه.
 - عرقلة تحديد الأسعار وفقا لقواعد السوق.
 - تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين.
- أ- الحد من الدخول في السوق أو من ممارسة النشاطات التجارية فيه.

يعد سلوك المؤسسة المهيمنة الرامي لإخراج منافسيها في نشاط معين من السوق بهدف الإبقاء على سيطرتها من قبيل التعسف في استغلال المركز المهيمن، كما يعد التسعير المنخفض الذي يركز على البيع بخسارة مثلا وسيلته المثالية، هذا و توجد آليات ووسائل أخرى قد تؤدي للوصول إلى نفس النتيجة نذكر منها: البيع بسعر مغالى فيه، أو رفض توريد مادة أولية أساسية لمنتج منافس مما يقصيه من دائرة النشاط.

وهناك أيضا ما يعرف بالتسعير العدوانى، ويقصد به قيام منشأة تجارية تستهدف إقصاء منشأة أخرى أو أكثر من نشاط ما، بعرض أسعار منخفضة قد تصل إلى ما دون سعر التكلفة تزامنا مع إطلاق إنتاج غزير في الأسواق لمدة مؤقتة تكفي لإلحاق الكساد

¹ قرار رقم 99-01 الصادر عن مجلس المنافسة في 23 جوان 1999، المتعلق بالممارسات المرتكبة من طرف المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية وحدة سيدي بلعباس، النشرة الرسمية للمنافسة رقم 8، ص.10.

بمعروضات المنافسين و استبعاد أي نوع من التزاحم، لتنفرد لاحقا بالساحة و تفرض أسعارا مريحة لها تحيل خسائرها السابقة إلى أرباح صافية يمكن أن تستحوذ بفضلها على أصول المؤسسات المنافسة التي اهتزت مراكزها. ويطلق على هذا الأسلوب أيضا مصطلح: "إغراق السوق"¹.

تجدر الإشارة إلى أن القضاء الحديث في و.م.أ. تبني معيار "متوسط التكلفة المتغيرة" للنظر في تبرئة أو إدانة المؤسسة المتهمة بالتسعير العدواني.

ب- عرقلة تحديد الأسعار وفقا لقواعد السوق.

يمكن لمؤسسة الهيمنة أن تستغل وضعيتها الممتازة لرفع أسعار منتجاتها وخدماتها بشكل مفرط" تحت أي مبرر"، وقد قضت محكمة العدل الأوروبية بأن ممارسة أسعار مبالغ فيها "un prix excessif" يعتبر دليلا للتعسف، سيما إذا غاب التبرير الموضوعي والقيمة الاقتصادية المقابلة للخدمة أو المنتج.²

نفس الحكم ينطبق على التشجيع المصطنع لانخفاض الأسعار، ففي دعوى "general Motors continental" قررت محكمة العدل الأوروبية بأن عدم عدالة الأسعار يقرر بالنظر إلى قيمة المنتج الاقتصادية، و هنا يبقى السؤال مفتوحا بخصوص ماهي القيمة الاقتصادية للمنتج و كيف يتم الاستدلال عليها؟

فذلك تتجسد هذه الممارسة خصوصا في البيع بأسعار تمييزية، وكذا ممارسة الأسعار العدوانية، الأسعار الاختلالية، والزام بإعادة البيع بسعر أدنى.³

¹ تحتوت زين العابدين، نفس المرجع، ص.30.

² تحتوت زين العابدين، نفس المرجع، ص.79.

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 156.

1- الأسعار التمييزية:

يعد التسعير التمييزي من أهم الممارسات الاستيعادية في السوق والتي تعيق عملية المنافسة، فغالبا ما يشكل التمييز في الأسعار أداة لا غنى عنها في يد الشركات لزيادة أرباحها من أي مركز سوقي تحتله إلى أقصى حد ممكن لتعزيز هذا المركز أو الدفاع عنه إزاء الشركات الأخرى، بيد أن التمييز السعري يمكن أن يستخدمه أيضا الحائزون على القوة السوقية لتفادي المنافسة بزيادة حصصها من السوق أو وضع حواجز أمام عملية الدخول إلى السوق.

حيث تعرف الاسعار التمييزية على أنها: "بيع منتجين متطابقين من حيث الجودة أو الدرجة أو النوع أو خدمات متماثلة بأسعار مختلفة من نفس البائع"¹.

كما عرفها علماء الاقتصاد أن التسعير التمييزي " هو فرض أسعار مختلفة على المبيعات المختلفة لنفس المنتج، بالرغم من تماثل النفقات"، في حين يرى فقهاء القانون أن التسعير التمييزي "هو فرض أسعار مختلفة على مبيعات مختلفة لنفس المنتج".

ويعتبر التسعير التمييزي من الممارسات التعسفية التي تلجأ إليها المؤسسة المهيمنة في الأسواق، حيث تميز بين بائعين او مشتريين تتشابه مراكزهم التجارية في أسعار البيع والشراء أو في شروط التعامل².

وقد ارتبطت عملية التسعير التمييزي في الآونة الأخيرة ارتباطا وثيقا بالتكنولوجيا، وكذا بالمناخ القانوني، فعلى جانب التكنولوجيا، فلكي تتمكن الشركة من التسعير وفقا لتاريخ شراء المستهلك، فإنها تحتاج لأن يكون لديها تكنولوجيا المعلومات لتتبع تاريخ شراء

¹ عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، المرجع السابق، ص.89.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.157.

المستهلك وقد تكون التكنولوجيا بسيطة نسبياً، ولذلك إذا كان ما تحتاجه الشركة معرفته هو ما الشركة التي اشترى منها المستهلك من قبل؟.

إلا أنه على الرغم من قدرة الشركات على تمييز الأسعار إلا أن هذا لا يكون بصورة مطلقة، فقد تؤثر اعتبارات العدالة للمستهلك على هذه القدرة، وذلك إذا ما شعر المستهلك أنه عُوْمِلَ بشكل غير عادل، إذا قامت الشركة باستغلاله وتميز غيره عنه، فيكون للمستهلك مقاطعة منتج هذه الشركة وهذا من شأنه أن يقلل حافز أي شركة لممارسة الأسعار التمييزية¹.

1-1 عوامل نجاح الاسعار التمييزية:

يوجد هناك بعض الشروط التي يتعين توافرها حتى يكون التمييز سعري ممكناً ومربحاً وهي:

- أن يتمتع المنتج بقوة احتكارية، ففي ظل المنافسة لا يقوى المنتج على تقاضي أكثر من سعر للسلعة الواحدة، حيث يتركه المستهلكون لغيره، أما في ظل الحالات الاحتكارية فلا يترك المستهلكين البائع لغيره لتمييزه في السعر.
- عدم إمكانية إعادة بيع السلعة بعد شرائها من السوق ذات السعر المنخفض في السوق ذات السعر المرتفع، فإذا أمكن للبعض عمل ذلك فإنهم يفسدون على المحتكر سياسته، حيث لن يقدم أحدهم على شراء السلعة بسعر مرتفع وهي في متناوله بسعر أقل، بالإضافة إلى أن تدفق السلعة بين السوقين سوف يعمل على توحيد السعر فيهما.

¹ عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، المرجع السابق، ص.90.

- حتى يكون التمييز سعري مربحا، فلا بد من اختلاف مرونة الطلب في السوقين حتى يمكن للمحتكر أن يبيع بسعر مرتفع في السوق ذات الطلب قليل المرونة وبسعر منخفض في السوق ذات الطلب كبير المرونة¹.

1-2-1- شروط الأسعار التمييزية:

لا بد من توافر ثلاثة شروط وذلك لإمكانية القول بوجود الأسعار التمييزية وهي كالاتي:

1-2-1- التميز:

كقاعدة عامة فإن السعر الفعلي هو السعر الذي يدفعه المشتري، إلا إذا رغب البائع في استخدام السعر المرسل الذي يستوجب زيادات متنوعة لتكاليف الشحن بالنسبة لمبيعات العملاء المختلفين، فلا يوجد هناك تميز في السعر، إذا رفض البائع البيع إلا بسعر الأعلى. لكن إذا فرضت المؤسسة المهيمنة أسعارا مختلفة ومتفاوتة على الموردين والعملاء الذين يتعاملون معها، فتعتبر هذه الممارسة تمييز في السعر، وقد أقرت محكمة العدل الأوروبية في قرار الصادر من اللجنة الأوروبية والذي كانت قد أيدته أيضا محكمة أول درجة، حيث تم إدانة مطار باريس بارتكابه إساءة لاستغلال المركز المهيمن بسبب قيامه بفرض ضرائب وإتاوات على شركة Alpha Flight أكثر ارتفاعا من تلك المفروضة على أحد فروع شركة طيران فرنسا².

¹ عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، نفس المرجع، ص.91.

² سامي عبد الباقي أبو صالح، المرجع السابق، ص.ص. 190-191.

1-2-2- الإضرار بالمنافسة:

يعد التمييز في مبيعات البضائع من نفس النوع والجودة غير قانوني، وذلك فقط إذا كان من المحتمل أن ينتج إضرار بالغا بالمنافسة والضرر في هذه الحالة يكن إما الإضرار بالمنافسة بين المشتريين، إذا كان حجم التمييز صغيراً أو كبيراً ولكنه دائم، بينما الحالة الثانية تكون بين البائع ومنافسيه الذين قد يخسروا بسبب السعر التمييزي المنخفض، وذلك عندما يخفض البائع أسعاره في أحد المناطق من أجل جذب المزيد من المستهلكين أو تجار التجزئة¹.

1-2-3- نفس نوع المنتج ونفس الجودة:

إن اختلاف الأسعار لا يقع تحت طائلة القانون، ما لم تكن البضائع المباعة لمشتريين مختلفين تنتمي لنفس النوع والجودة، حيث يتعلق بالموصفات المادية للبضائع وهو ما يعني ضرورة أن تكون أسعارهم متطابقة.

2- الأسعار العدوانية:

تعد من الممارسات الاحتكارية التي تجسد إساءة المركز المهيمن²، ويقصد بها " قيام المؤسسة ببيع المنتجات بسعر منخفض جداً بهدف استبعاد المنافسين لخارج السوق، أو عمل عائقاً لدخول السوق بالنسبة للمنافسين الجدد والمحتمل دخولهم السوق"³، لذلك أصبح الاسعار المنخفضة هي الشغل الشاغل لسياسة المنافسة وغاية المستهلكين عندما تصبح هذه الأسعار عائقاً للمنافسة الحرة وتمكن الشركات المحتكرة من رفع وتثبيت الأسعار بصورة غير

¹ عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، نفس المرجع، ص.92.

² سامي عبد الباقي أبو صالح، المرجع السابق، ص. 191.

³ عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، نفس المرجع، ص.95.

تنافسية بعد تحقيق مبتغاها، وبالتالي تعمل على الإضرار بالمستهلكين خاصة وبالسوق بصفة عامة.

ويوجه عام فالأسعار العدوانية تعد من أكثر أشكال التصرفات المقيدة للمنافسة شيوعاً، فتمارسه الشركات والمؤسسات لإخراج منافسيها من السوق، بغية الإبقاء على المركز المهيمن أو تدعيمه¹، وكلما زاد تنوع أنشطة مؤسسة الأعمال من حيث المنتجات والأسواق، كلما زادت مواردها المالية وزادت قدرتها على ممارسة التصرفات الإفتراضية².

ويقدر مجلس المنافسة أن البحث في وجود ممارسات سعرية عدوانية، يجب أن يمر عبر ثلاثة عناصر:

- العنصر الأولي: يتمثل في هامش الربح، فتوجد ممارسة عدوانية عندما يبيع المتعامل الاقتصادي المهيمن بأسعار بأقل من سعر التكلفة، أي أن أسعار البيع لا تغطي تكلفة الإنتاج، ومن ثم لا تحقق المؤسسة أي هامش ربح.

- العنصر الثاني: يكمن في مدى إمكانية استبعاد أو إضعاف المنافسين في السوق المعنية، فلا يكون لهذه الممارسة أي معنى إلا إذا كان الغرض منها استبعاد المنافسين.

- العنصر الثالث: احتمالات تعويض الخسارة، كما أنه يضمن استبعاد دائم للمنافسين³.

وقد أكدت محكمة العدل الأوروبية على الشروط التي تطلبها مجلس المنافسة في الممارسات السعرية العدوانية، ففي قضية Akzo، أكدت على أن هذه الممارسات تعد إساءة

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.159.

² عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، المرجع السابق، ص.96.

³ سامي عبد الباقي أبو صالح، المرجع السابق، ص.192.

لاستغلال المركز المهيمن، كما أكدت على ضرورة أن يكون الهدف من الممارسة استبعاد المنافسين من السوق المحددة قانوناً¹.

3- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

تتمثل هذه الممارسة في أن يفرض العون الاقتصادي المستغل لوضعية الهيمنة الاقتصادية، على عون آخر السعر الذي يبيع به، ويكون هذا السعر اقل من ثمن التكلفة، وبذلك يتحمل العون الموجود في حالة تبعية الخسارة².

وقد نص المشرع الجزائري عليه في المادة 11 من قانون المنافسة³، وسوف نتعرض له بالتفصيل لاحقاً.

ج- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين

يحظر على المؤسسة المهيمنة ممارسة البيع بتمييز الذي من بين ما يعنيه تفضيل زبون على زبون آخر من خلال امتيازات يمنحها الممون أو البائع عادة في شكل تخفيضات أو تسهيلات في الدفع.

وجدير بالذكر أن القانون يعاقب على البيع التمييزي ولو لم يكن متصلاً بفعل الهيمنة طبقاً للمادة 18 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 10-06.

وقد انتقد مجلس المنافسة الجزائري مؤسسة "E.N.I.E" الوطنية لتعاملها مع بعض الزبائن بانتقائية وعدم مساواة، حيث يستفيد المحظوظون من امتيازات في استعمال

¹ سامي عبد الباقي أبو صالح، المرجع السابق، ص. 191

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 163.

³ المادة 11 من قانون المنافسة: " ... إلزام بإعادة البيع بسعر أدنى...".

مخازن المؤسسة للحصول على كميات معتبرة من المنتجات على حساب باقي الزبائن، فضلا عن الكثير من التفضيلات الأخرى المتعلقة بكيفيات الدفع والتخفيضات.

وفي فحوى الإدانة التي حصلت عليها "E.N.I.E" ورد أن ذلك لم يكن لسياسة تجارية اتبعتها، بل بسبب تطبيقها ذلك بصفة انتقائية على الزبائن مما يشكل خرقا لقانون المنافسة¹.

فرع ثالث: الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية

يحرص قانون المنافسة على منع الممارسات المقيدة للمنافسة مهما كان شكلها ومضمونها، ومن تلك الممارسات، ما ترتبه بعض المؤسسات القوية اقتصاديا من أفعال وسلوكيات تجاه بعض المؤسسات، تتمثل في فرض بعض الشروط التعسفية عليها، نتيجة استغلال حالة التبعية التي تتواجد عليها هذه المؤسسات، التي لا تمتلك خيارات كافية أو حلول بديلة لرفض تلك الشروط المجحفة.

ونظرا لما تسببه هذه الممارسة من ضرر بالمنافسة فقد حظرتها المادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ونصت على أنه: "يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعيتها التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة².

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي.
- البيع المتلازم أو التمييزي.
- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا.
- الالتزام بإعادة البيع بسعر ادنى.

¹ تحتوت زين العابدين، المرجع السابق، ص.80.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.ص. 50،49.

- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة.

- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي المنافسة داخل السوق".
وقد أضافت الفقرة الأخيرة من المادة الثالثة، أن وضعية التبعية الاقتصادية هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن، إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".
يلاحظ أن التعسف في حالة التبعية الاقتصادية، لا يشترط لإدانتها أن يكون صادرا من مؤسسة حائزة على وضعية هيمنة مطلقة، بل يكفي أن يكون للمؤسسة سيطرة نسبية على المؤسسة التي تتعامل معها¹.

فماهي شروط تحقق هذه الممارسة؟ وكيف تؤثر في الأسعار؟

أولا: شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية:

إن القول بتحقيق التعسف في استغلال التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة في مفهوم المادة 14 من قانون المنافسة السالفة الذكر لا يأتي اعتباطيا بل لابد من توافر شروط معينة للقول بوجودها والتي نستخرجها من نص المادة 11 من نفس القانون.

أ- وجود حالة التبعية الاقتصادية:

1- فكرة التبعية الاقتصادية:

إن منع الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية لا يعتبر أمرا جديدا بالنسبة للقانون الجزائري فحسب²، بل إن قانون المنافسة الفرنسي نفسه، لم ينص على منعه إلا في الأمر الصادر في 1 ديسمبر 1986 المتعلق بالمنافسة والأسعار، وذلك نتيجة للتحويلات التي شهدتها الحياة الاقتصادية في فرنسا إلى غاية 1980، حيث أنه بعد أن كان المشتري (الموزع) تحت رحمة المنتج عموما، وذلك بما لهذا الأخير من قوة ونفوذ عليه، انقلبت الآية وأصبح المشتري أو الموزع هو الذي يفرض شروطه على المنتج³.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص. 50.

² لم ينص المشرع الجزائري على هذه الممارسة المقيدة للمنافسة في الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى.

³ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص. 164.

وحدث هذا بفضل التمرکز في مجال التوزيع، حيث ظهرت مراكز الشراء Centrales d'achats القوية، وانقلبت موازين القوى بين الصناعة والتجارة لصالح التوزيع المتجمع la grande distribution، وأصبح في مقدوره ممارسة ضغوطات متنوعة على المنتجين وفرض شروطه عليهم¹.

إن المشرع الجزائري نص على وضعية التبعية الاقتصادية كما سبق الذكر في 3/د والتي جاءت كالآتي: " وضعية التبعية الاقتصادية: هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أراد رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".

إن أول ملاحظة يمكن إبدائها بعد الاطلاع على نص هذه المادة هي أن وضعية التبعية الاقتصادية لا يكون لها محل إلا في العلاقات بين المؤسسات دون المستهلكين، ولم توضح إن كانت العلاقة التجارية التي تربط المؤسستين، والتي تؤدي إحدهما للأخرى مبنية على التعامل سابق بين المؤسستين أم لا؟

إلا أن السؤال الذي يطرح في هذا السياق هو: هل أن وجود علاقة تجارية بين مؤسستين كاف وحده للقول بوجود وضعية التبعية الاقتصادية؟

الإجابة هي لا، حيث أنه وبالاطلاع على نص المادة السابقة نجدها تشير إلى ضرورة توافر شرط آخر، للقول بوجود وضعية التبعية الاقتصادية، فالعلاقة التجارية التي تربط المؤسستين ليست كافية لوحدها بل يضاف لها شرط آخر وهو عدم امتلاك المؤسسة التابعة لحل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها المؤسسة المتبوعة، أي وجود حالة الضرورة، كوجود حالة المؤسسة المهيمنة².

هناك مؤشرين يبينان أن هناك وجود للتبعية الاقتصادية جاء بهما مجلس المنافسة

الفرنسي:

- إن قطع العلاقات من شأنه أن يؤدي إلى ضياع وخسارة النشاطات المهمة، ولهذا السبب فإن السلطات تعتمد على رقم الأعمال الذي يمثل المؤسسة المهيمنة المستقلة.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق ص.ص. 49-50.

² مزغيش عبير، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11، بدون سنة، ص.ص. 506.

- أما المؤشر الثاني فهو الذي تظهر فيه المؤسسة غير قادرة على تعويض خسارة النشاط الناجمة عن قطع العلاقات، وبالتالي تظهر المؤسسة لا يمكنها أن تجد حولا معادلة¹.

2- أنواع التبعية الاقتصادية:

كما أشرنا سابقا، فإن وضعية التبعية الاقتصادية تفرض وجود علاقة تجارية، هذه العلاقة التي تكون بين مؤسستين إحداهما تابعة والأخرى متبوعة². إن هذه العلاقة حددتها المادة 3/د من قانون المنافسة السالفة الذكر من زاوية المؤسسة المتبوعة، حيث جاءت فيها أنها تكون زبونا أو ممونا، مما يوحي باتساع نطاق وضعية التبعية الاقتصادية وإمكانية تحققها في شتى العلاقات التجارية.

2-1- حالة تبعية الزبون للممون:

إن هذا النوع من التبعية يظهر من خلال الامتيازات الاقتصادية التي يملكها الممون، والتي تدفع بالزبون إلى قبول شروط ممونه³، وتسمى عادة بتبعية التموين بواسطة مقاييس أربعة: شهرة العلامة التجارية أو الماركة وحصّة السوق المحوزة من قبل الممون، وأهمية رقم الأعمال الذي تحققه المؤسسة التابعة مع المؤسسة المتبوعة، وغياب منتجات متعادلة أو بديلة في السوق⁴.

ولقد جاء التشريع الألماني ببعض الأمثلة حيث كان الأسبق من القانون الجزائري والفرنسي في حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، إذ كان ذلك منذ 27 جويلية 1957 وهي:

2-1-1 التبعية الاقتصادية لأسباب متلائمة ومتجانسة: والتي بموجبها فإن

التاجر لا يستطيع أن يباشر نشاطه بصورة طبيعية، دون أن يقوم بعرض وبيع منتجات تحمل علامة مشهورة وبالتالي فإن التاجر كزبون يكون تابعا اقتصاديا للممون الذي يملكها.

¹ ج. ريبير، ر. روللو، ترجمة منصور القاضي، المطول في القانون التجاري، "مجد" المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، الجزء الأول، المجلد 1، سنة 2007، ص 817.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص. 227.

³ مزغيش عبير، المرجع السابق، ص. 507.

⁴ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 52.

2-1-2- التبعية الاقتصادية بسبب قوة الشراء: وهي تبعية موزع للممون والتي

تتطبق أو تتبثق من الممارسات التمييزية وهي التبعية التي تميز وضعية المنتجين التابعين للمساحات الكبرى.

2-1-3- التبعية الاقتصادية بسبب الأزمات والندرة في السلع: وهي الحالة التي

يستغل فيها الممون فرصة نقص منتج معين وندرته في السوق مع وفرة لديه، فيفرض شروطا تثقل كاهل زبائنه، فأولئك الذين لا يملكون حلا معادلا سوى قبول شروطه¹.

2-1-4- التبعية الاقتصادية بسبب علاقات العمل: وهي الوضعية التي تجد فيها

مؤسسة نفسها ملتزمة بالتعاون مع متعامل تجاري مدة طويلة، وبسبب ذلك يتم تخصيص استثمارات وأصول هامة، ولذلك فإن قطع العلاقة التجارية مع هذه المؤسسة يلحق بالمؤسسة التابعة لها خسارة معتبرة، وتفاديا لذلك تبقى تابعة لها اقتصاديا².

3- حالة تبعية الممون للموزع:

إن التبعية الاقتصادية لا تخص فقط تبعية الموزع تجاه الممون، بل أيضا تبعية الممون اتجاه الموزع، وتحدث هذه الحالة حينما تكون العلاقة التعاقدية بين الممون والموزع مختلفة لصالح هذا الأخير، وذلك نظرا لقوة الشراء التي يتمتع بها من خلال القدرات الواسعة التي يمتلكها في التفاوض وفرض شروطه على الطرف الآخر.

ولا تختلف كثيرا معايير تقدير التبعية الاقتصادية للممون اتجاه الموزع عن حالة تبعية الموزع للممون، ويمكن أن تنتج تبعية الممون أي مؤسسة صناعية تجاه مؤسسة التوزيع الضخمة نتيجة لعدة معايير وهي:

- حصة رقم الأعمال المحققة من طرف الممون مع الموزع.
- أهمية في مجال تسويق المواد المعنية³.
- العوامل المؤدية إلى تركيز بيع منتجات الممون لدى الموزع.
- غياب الحل البديل⁴.

¹ مزغيش عبير، المرجع السابق، ص.508.

² المرجع والموضع نفسهما.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.52.

⁴ تيورسي محمد، المرجع السابق، ص.169.

ب- الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية:

إن الممارسات التعسفية الناتجة عن حالة التبعية الاقتصادية لا تكون ممنوعة إلا إذا كان لها غرض أو أثر يؤدي إلى إعاقة المنافسة أو تقييدها أو تزييفها، كالممارسات التي تهدف إلى القضاء على مؤسسة مثلا، ولهذا لا بد من وجود مساس أو إخلال بالمنافسة، فلا يكفي إذن خلق عدم التوازن في العلاقات التجارية الثنائية بين المؤسستين ولو كان هناك تعسفا، ما لم يكن قد أدى إلى الإخلال بمبدأ المنافسة الحرة¹.

وعليه فإن التشريع لا يقتصر دوره على خلق التوازن في العلاقات التجارية الثنائية، بل له دور أكثر اتساعا، إذ يشمل حماية المنافسة الحرة.

ويمكن أن يتجلى التعسف بوجه خاص في رفض البيع أو في البيوع المقيدة أو في شروط البيع التمييزية، وكذا في قطع العلاقات التجارية ثابتة لمجرد أن الشريك يرفض الخضوع لشروط تجارية غير مبررة، ويمكن أن يتجلى كذلك فيما يفرض بصفة مباشرة أو غير مباشرة من حد أدنى لسعر إعادة بيع المنتج أو السلعة أو لسعر تقديم خدمة أو لهامش تجاري².

ثانيا: معايير التحقق من وجود وضعية التبعية الاقتصادية

وهي المعايير الآتية:

أ- معيار غياب الحل البديل والمعادل:

إن القانون الجزائري لم يقدم إلا معيارا واحدا، للقول بوجود وضعية التبعية الاقتصادية، وهو معيار قانوني يتمثل في غياب الحل البديل والمعادل، بخلاف التشريع الفرنسي، حيث قدم مجلس المنافسة الفرنسي العديد من المعايير التي يكفي وجود وتوفر واحد منها للقول بوجود وضعية التبعية الاقتصادية.

ولقد تم نص على هذا المعيار في المادة 03/د من قانون المنافسة السالفة الذكر، عندما أشارت إلى أن وضعية التبعية الاقتصادية هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص 52.

² تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 165.

لمؤسسة ما حل بديل مقارن وذلك إذا ما أرادت أن ترفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها المؤسسة التابعة لها اقتصاديا، مهما كانت صفتها سواء كانت زبونا أو ممونا¹.
ولو بحثنا في الجذور التاريخية لهذا المعيار في القانون الجزائري، لوجدناها تمتد إلى المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة²، إذ تشير المادة 5 منه إلى أنه " يعتبر تعسفا في وضعية الهيمنة على السوق أو جزء منه، كل فعل يرتكبه عون اقتصادي في وضعية هيمنة على سوق أو على جزء منه، كل فعل يرتكبه عون اقتصادي في وضعية هيمنة على السوق المعنية يستجيب، على الخصوص للمقاييس الآتية:

- غياب الحل البديل بسبب وضعية التبعية الاقتصادية³.

وبالتالي فلقد تم النص قانونا على معيار غياب بديل ومعادل بسبب وضعية التبعية الاقتصادية، كمقياس لتقدير حالة التبعية الاقتصادية، ولكن في إطار آخر وهو التعسف الواقع أو الحاصل بسبب الهيمنة على السوق، وليس التبعية الاقتصادية في مفهوم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، لأن المرسوم السالف الذكر لم يتناول الأعمال الموصوفة بوضعية التبعية الاقتصادية، بل تناول وضعية الهيمنة، ولكن تم النص عليها في المادة 3/د من قانون المنافسة السالفة الذكر⁴.

ويعتبر غياب الحل البديل معيارا قانونيا، لأنه المعيار الوحيد الذي ينص عليه المشرع الفرنسي في المادة 2/8 من قانون المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة⁵ خلافا للمعايير

¹ مزغيش عبيد، المرجع السابق، ص.508.

² محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، رسالة دكتوراه، المرجع السابق، 190.

³ مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 61 بتاريخ 20 رجب عام 1421 الموافق ل 18 أكتوبر سنة 2000، ص.15.

⁴ مزغيش عبيد، المرجع السابق، ص.509.

⁵ Article 8 de Ordonnance n° 86-1243 du 1 décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence dispose que: " Est prohibée, dans les mêmes conditions, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises :

1. D'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci ;

الأخرى، التي تعتبر ذات مصدر قضائي، وللتأكد مما إذا كان هناك فعلا غياب حل بديل، يجب دراسة السوق، وذلك لمعرفة ما إذا كانت هناك سبل أخرى للتموين بالمواد أو المنتجات البديلة.

ولا يكفي البحث عن وجود هذه المنتجات البديلة، بل يجب الأخذ بعين الاعتبار قدرة المؤسسة على هذا التغيير اقتصاديا، كما يجب أن ينظر أيضا إلى الوقت الذي يستغرقه البحث عن حل بديل من طرف الموزع، دون أت تلحقه أضرار معتبرة من جراء هذا التغيير، وهو ما يعبر عن بالبحث عن الخيار البديل الكافي¹.

وفي حالة تبعية التموين، يعتبر الحل المعادل متوافرا، إذا وجد في السوق، مواد مشابهة لمواد الممون، وتملك نفس الشهرة أو تدر على صاحبها نفس رقم الأعمال². غير أن القانون رقم 2001-420 الصادر في 15 ماي 2001 المتعلق بالقواعد الجديدة للضبط الاقتصادي الفرنسيين قد عملت على الغاء معيار غياب حل بديل ومعادل³. وبالتالي أصبحت المادة 2-420 L من القانون التجاري الفرنسي تنص على أنه: "يمنع الاستغلال التعسفي من طرف مؤسسة أو مجموعة مؤسسات لحالة التبعية الاقتصادية التي تتواجد إزاءها مؤسسة زبونة، متى كان ذلك من شأنه المساس بسير المنافسة أو تركيبها"⁴.

2. De l'état de dépendance économique dans lequel se trouve, à son égard, une entreprise cliente ou fournisseur qui ne dispose pas de solution équivalente.

Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées".

¹ لينا حسن زكي ، المرجع السابق، ص.231.

² محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.190.

³ مزغيش عبير، المرجع السابق، ص.509.

⁴ Article L420-2 du code commerce français dispose : "Est en outre prohibée, dès lors qu'elle est susceptible d'affecter le fonctionnement ou la structure de la concurrence, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises de l'état de dépendance économique dans lequel se trouve à son égard une entreprise cliente ou fournisseur. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées, en pratiques discriminatoires visées au I de l'article L. 442-6 ou en accords de gamme

ويلاحظ انه منذ هذا التعديل لم يعد الآن ضروريا، حتى تتجسد وضعية السيطرة، أن لا يكون للمؤسسة المدعية حلا معادلا كما كان الأمر سابقا، أي إثبات عدم وجود مومنين أو موزعين آخرين يقدمون نفس المنتج بنفس الشروط، ولهذا أدت الممارسة التعسفية إلى القضاء على مؤسسة أو انسحابها من السوق، مهما كان حجمها، فإن الممارسة يعاقب عليها لأنها تؤدي إلى انقاص العرض والطلب، وهو ما ينعكس على السوق¹.

ب- المعايير الأخرى:

1- حصة رقم الأعمال المحققة من طرف المومن مع الموزع: ويؤخذ هنا بعين الاعتبار الحصة التي حازها الموزع في رقم أعمال المومن، فيجب أن تكون هذه الحصة معتبرة تتضح من خلال تبعية المومن تجاه الموزع، وأهميته في تسويق منتجاته، خاصة إذا كانت ذات شهرة وجودة عالية².

2- أهمية الموزع في مجال تسويق المواد المعنية: تتضح التبعية الاقتصادية كذلك من خلال أهمية الموزع في تسويق منتجات المومن عبر الأسواق، خاصة إذا كان المومن غير قادر على الاستغناء عن خدمات الموزع³.

3- العوامل المؤدية إلى تركيز بيع منتجات المومن لدى الموزع: يؤخذ بعين الاعتبار الظروف التي أدت إلى تركيز بيع منتجات المومن لدى الموزع، ولاسيما إذا كانت هذه الظروف نتيجة اختيارات استراتيجية وتجارية للمنتج أو ضرورات تقنية مفروضة عليه⁴.

4- شهرة العلامة: من بين المؤشرات الأخرى على وجود الموزع في وضعية تبعية اقتصادية للمومن شهرة العلامة.

وتحقق هذه الوضعية، بإعمال معيار شهرة العلامة في الأوجه التالية:

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.191.

² مزغيش عبير، المرجع السابق، ص.510.

³ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص.192.

⁴ محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، نفس المرجع، ص.192.

- أن وجود المنتج ذو العلامة المشهورة في محل الموزع، يتوقف عليه ميول الزبائن لهذا الموزع، فلولا وجود المنتج ذو العلامة المشهورة لديه لما انجذب إليه هؤلاء الزبائن.

- أن الموزع لا يستطيع الاستمرار في مواصلة نشاطه، في حالة انعدام المنتج ذو العلامة المشهورة من متجره.

والجدير بالذكر أن العلامة المشهورة لا يتم تقديرها بصفة عامة، بل أنها تقدر بالنسبة إلى كل منتج من نفس العلامة التجارية، حيث أن علامة تجارية معينة قد تكون مشهورة بالنسبة لبعض المواد، في حين تتقي عنها هذه الصفة بالنسبة لمواد أخرى¹.

ثالثاً: تأثير التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية على الأسعار

إن الممارسات التعسفية الناتجة عن حالة التبعية الاقتصادية لا تكون ممنوعة إلا إذا كان لها غرض أو أثر يؤدي إلى إعاقة المنافسة أو تقيدها أو تزييفها، كالقضاء على مؤسسة مثلاً، ولهذا لا بد من وجود مساس أو إخلال بالمنافسة، فلا يكفي إذن خلق عدم توازن في العلاقات التجارية الثنائية بين مؤسستين ولو كان هناك تعسفاً ما لم يكن قد أدى إلى الإخلال بمبدأ المنافسة الحرة. وعليه فإن التشريع لا يقتصر دوره على خلق التوازن في العلاقات التجارية الثنائية، بل له دور أكثر اتساعاً، إذ يشمل المنافسة الحرة والنزيهة. وقد نصت المادة 11 من الأمر 03-03 على أنه: " يحظر كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفقتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة:

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي.
- البيع المتلازم أو التمييزي.....
- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى".

¹ مزغيش عبيير، المرجع السابق، ص.511.

نلاحظ أن المشرع الجزائري ذكر هذه الجرائم المتعلقة بالتعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية على سبيل المثال لا الحصر، وحسن ما قام به المشرع لأنه لا يمكن حصر كل الأعمال التي تكون التعسف في استغلال الوضعية الاقتصادية، وفيما يخص تأثير الاسعار بهذه الوضعية ذكر المشرع نوعين من الأعمال وهي البيع التمييزي الذي سبق دراسته في وضعية الهيمنة الاقتصادية وهناك الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، والتي نراها من أكثر الممارسات استعمالا في وضعية التبعية الاقتصادية والأكثر تأثيرا على حرية الأسعار، وهي منتشرة كثيرا في الواقع، فما هي هذه الجريمة؟ وما هي أسباب تجريمه؟.

أ- مفهوم الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

إن جريمة فرض سعر أدنى لإعادة البيع¹ يعد من الجرائم التي تنتج عن التعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات، فلا يمكن أن تقع خارج هذا الإطار بالرغم من آثارها السلبية على المستهلك.

وقد جرم المشرع مثل هذه الممارسة والتي غالبا ما تكون منتشرة ما بين الممونين وشبكات التوزيع المرتبطة معهم بعقود بيع تقاديا للاتفاقات التي عساها أن تحصل في مستوى قنوات التوزيع الانتقائية أو في مستوى المنظمات النقابية والمهنية بواسطة إشهار قوائم أسعار أو تعريفات خدمات تخضع أساسا لنظام حرية الأسعار².

وتظهر جريمة فرض سعر أدنى لإعادة البيع على مستوى السوق نتيجة استغلال المؤسسة الممونة لمركزها من جهة، وتبعية المؤسسات الموزعة لها من جهة أخرى، حيث تعمل على وضع أو تحديد سعر أدنى لإعادة بيع منتوجاتها تفرضه على المؤسسات المتعاقدة معها، بحيث لا يمكن لهذه الأخيرة البيع بأقل من السعر المحدد، والذي تمارسه المؤسسة الممونة لفترة معينة، هذه الأسعار في الغالب تكون مماثلة أو موحدة تطبقها المؤسسة الممونة على كل الموزعين المتعاملين معها، ومثال ذلك ما تقوم به شركة "بيبيسي"

¹ منع المشرع الجزائري إعادة البيع بسعر أدنى لأول مرة بموجب المادة 28 من قانون 89-12 المتعلق بالأسعار، ثم تم تجريمها بموجب المادة 7 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة، باعتبارها أحد مظاهر التعسف الناتج عن الهيمنة.

² علال سميحة، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة، السنة 2004-2005، ص.37.

حيث تفرض على كل المتعاملين معها علي بيع قارورة 2 لتر ب 120 دج، بحث لا يمكن لهم لا النزول أو الرفع من هذا السعر¹.

مثل هذه الممارسة تجعل من المؤسسة الممونة تتحكم في أسعار المنتوجات ومنه في سير السوق من خلال مراقبة شبكات التوزيع، مما ينتج عنه الحد من المنافسة بين المتعاملين معها نظرا لخضوعهم أو التزامهم بنفس السعر المحدد من قبل المؤسسة الممونة، وهذا من شأنه أن يؤدي في النهاية إلى وضع حاجز أمام انخفاض الأسعار، وبالتالي فإن هذا الحظر القانوني الذي تستفيد منه خاصة شبكات التوزيع من شأنه لأن يمنع الممون من أن يحد من حرية الموزع في تحديد اسعار المنتجات بنفسه².

في واقع الأمر أنه ليس باستطاعة المؤسسة الممونة أن تحدد سعر أدنى لإعادة البيع وتفرضه على المؤسسات الموزعة المتعاقدة معها، إلا إذا وجدت المناخ الذي يساعدها على تحقيق هدفها، فما هي هذه الظروف وما هو مجال الحظر؟

ب- مجال الحظر:

جاء مجال تطبيق هذا الحظر واسعا، بحيث يتعلق بكل الأنشطة الاقتصادية سواء كانت إنتاجا أو توزيعا أو استرادا ...، مادام أن العون الاقتصادي سيبرم عقود بيع يكون فيه الممون الوحيد لغيره من الأعوان الاقتصاديين لضرورة نشاطه التجاري، وبالتالي فهذا الحظر لا يقتصر على عقود البيع لوحدها وإنما يشمل أيضا عقود تقديم الخدمات التي بدورها لها تأثير كبير على المنافسة في السوق.

وبالتالي فإن تدخل العون الاقتصادي بالإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، أو في صورة أخرى يفرض نسبة ربح على العون الاقتصادي الموزع والزامه بعدم تجاوزها، أو فرض هامش تجاري معين³، كلها سلوكيات تقع تحت دائرة الحظر الوارد في هذا المعنى، وعادة ما يقوم العون الاقتصادي بهذه السلوكيات المحظورة انطلاقا مما وفره له مركزه الاقتصادي القوي

¹ علال سميحة، المرجع السابق، ص.38.

² Guy CANIVET, Laurence IDOT, l'ordonnance de 1^{er} décembre 1986, évolution et perspectives, Litec, paris, 231.

³ ينتج الهامش التجاري عن تغيير السوق، بحيث إذا دخلت إحدى المؤسسات القوية إلى سوق جديدة، فإنها تعمل على رفع اسعار منتجاتها بنسبة معينة، وفي غياب منافسين لها، فإنها تفرض هذا السعر على المؤسسات المتعاقدة معها.

في السوق الذي جعله يسيطر على جزء هام من حركة السوق، وهو بذلك يحاول الحفاظ على عدم وجود منافسين له¹.

ج- الظروف المساعدة على ممارسة الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

لا يمكن للمؤسسة الممونة أن تفرض صيغة دنيا على سعر إعادة البيع إلا إذا ساعدتها على ذلك الظروف السائدة في السوق الذي تنشط على مستواه، هذه الأخيرة تتمثل أساسا في²:

- يجب أن تكون المؤسسة الممونة تتمتع بمركز مهيم على السوق، أي انها تسيطر على جزء كبير منه أو على كل السوق، وهذا لكي تضمن عدم وجود منافسين لها، لأن إذا وجدت نفسها أمام منافسة حقيقية وفعالة، فكل المحاولة منها للمحافظة على عرض منتجاتها بسعر يفوق السعر المعروض من قبل منافسيها يعني بالنسبة لها، استحالة بيع إنتاجها.

- يجب ان لا تكون المؤسسات الموزعة في وضعية تنافس اتجاه المؤسسة الممونة، لأنه في هذه الحالة، ستكتفي بفرض أسعار مرتفعة لمنتجاتها وتترك للموزعين حرية اختيار السعر الذي يبيعون به³.

ولكن بالرغم من توافر الظروف التي تمكن المؤسسة الممونة من تحقيق اهدافها، إلا أن الحديث عن وجود جريمة الإلزام بإعادة البيع بسعر ادنى يبقى مقترن بتوافر شرط معين، وهو شرط الإلزام.

د- شرط تجريم الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

حتى يمكن الحديث عن وجود سلوك إجرامي، ناتج عن خرق قانوني، يعرض المؤسسة المخالفة للمساءلة القانونية، يجب توافر شرط مهم تم استخلاصه من نص المادة

¹ عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي - دراسة في القانون الجزائري- رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، سنة 2015-2016، ص 152.

² علل سميحة، المرجع السابق، ص.39.

³ عمار خبابي، قانون المنافسة والأسعار، مجلة القضاء والتشريع، العدد 8، مركز الدراسات القانونية والقضائية، وزارة العدل، أرييس للطباعة، تونس، سنة 1996 ص.60.

11 من قانون المنافسة السالفة الذكر، والذي يجعل من الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى ممارسة خاضعة للحظر القانوني، وهو عنصر "الإلزام"، وبالتالي فإن الطابع الإلزامي لهذه الممارسة هو الذي يقيد اختيار المؤسسات الموزعة لأسعار بيع منتوجاتها وفق لما يتطلبه السوق، وإنما تخضع لضغوطات المؤسسة الممونة من أجل المحافظة على العلاقة التعاقدية، حيث أن عدم الاكتراث بالسعر الأدنى الذي تحدده المؤسسة الممونة من شأنه أن يؤدي إلى قطع العلاقة التعاقدية ودفع المؤسسة الزبونة إلى مصير مجهول، ومنه إذا فقدت عملية البيع هذه طابعها الإلزامي فإنها ستخرج من دائرة التجريم¹.

ولذا فإن وضع المؤسسة الممونة لحد أعلى لإعادة البيع أو اقتراحها لأسعار بيع على المؤسسة الموزعة المتعاقدة معها لا تعد ممارسة محظورة لأنها تفتقد إلى الطابع الإلزامي، مما يسمح لهذه الأخيرة بإيصال السلع للمستهلك بالسعر الذي تراه مناسباً، وبالتالي فإنها تكون حرة في تحديد استراتيجيتها التجارية، كما أن هذه الممارسة ستفسح المجال للمنافسة بين المؤسسات على أساس حرية الأسعار، ومنه فإن مثل هذه الأسعار تبقى مشروعة، مادام أنها لم تنتج عن الاتفاقات المحظورة أو وضعية هيمنة².

وتتبع المؤسسة الممونة عدة أساليب قد تكون مباشرة أو غير مباشرة تمكنها من إلزام المؤسسات الموزعة المتعاقدة معها من إعادة البيع بسعر أدنى، كأن تدرج مثلاً في العقد المبرم بينها وبين المؤسسات المتعاقدة معها، شرطاً جزائياً يطبق على هذه الأخيرة في حالة عدم احترامها للسعر المحدد من طرفها.

وبالتالي فإن وجود مثل هذا الشرط يشكل وسيلة ضغط أو تهديد تحقق بموجبه المؤسسة الممونة هدفها وقد يتخذ هذا التهديد صورة ثانية تتمثل في وضع حد للمنافع أو الامتيازات المالية التي كانت تستفيد منها المؤسسة الموزعة حتى وقت رفضها احترام الحد الأدنى للأسعار الذي تفرضه عليها المؤسسة الممونة، هذه الامتيازات تتمثل في التخفيضات التي تمنحها هذه الأخيرة طوال فترة سريان الحد الأدنى للأسعار المحددة من قبلها، ومنه نجد

¹ المرجع والموضع نفسها.

² Liala BIDAUD, la d'élimination du marché pertinent en droit français de la concurrence, Litec, paris, paragraphe 966.

أن منح الامتيازات مرتبط بمدى قبول أو رفض المؤسسة الموزعة لمثل هذه الممارسات المخلة بحرية المنافسة، هذا ما يجسد بوضوح التعسف في استغلال وضعية التبعية¹.

إلا أن الأمر لا يتوقف عند هذا الأسلوب، بأن يتعداه إلى حد قطع العلاقة التعاقدية التي تربط بين المؤسستين نتيجة لرفض المؤسسة الموزعة احترام سياسة الأسعار التي تقرضها عليها المؤسسة الممونة، بمعنى أن هذه الأخيرة ترتبط بين موافقتها على التعاقد مع مؤسسات سبق التعامل معها، وبين قبولهم لأسعار السلع والخدمات التي تحددها بنفسها وتلتزمهم بعدم النزول عنها.

إذن يمكن القول أن المؤسسة الممونة بإمكانها أن تتبع عدة أساليب من أجل فرض حد أدنى لإعادة بيع السلع وتقديم الخدمات، وبالتالي تجريد المؤسسات الموزعة من حقها في اختيار سعر البيع أو سعر تقديم الخدمة، ومنه تجريد المنافسة من روحها المرتكزة أساسا على حرية الأسعار.

لقد جرم المشرع الجزائري الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى نتيجة للأضرار التي يلحقها بالمنافسة من جهة، فيقيدها إن لم نقل أنه يشلها، ومن جهة أخرى يضر بالمستهلك الذي يجد نفسه مضطرا إلى قبول أسعار موحدة تطرحها المؤسسات الموزعة، وبالتالي عدم استفادته من توجه السوق²، لأن حرية الأسعار هي المنفعة الحقيقية للمستهلك³. ومنه فإن حظر هذه الممارسة ستمنح له فرصة الاستفادة من فارق السعر الناتج عن التنافس بين المؤسسات الاقتصادية.

غير أنه إذا كان المشرع الجزائري قد حظر الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى حظر مطلقا، فإن المشرع الفرنسي قد أورد استثناء وحيدا تضمنته المادة 1 فقرة واحد من قانون 81-766 الصادر في 10 أوت 1981 المتعلق بسعر الكتاب، حيث سمح هذا الأخير ومن

¹ علال سميحة، المرجع السابق، ص.41.

² توجه السوق نقصد به توجه أسعار السلع والخدمات حسب قيمة العرض والطلب، وكل هذا هو في صالح المنافسة وبالتالي في صالح المستهلك بالدرجة الأولى.

³ علال سميحة، نفس المرجع، ص.42.

أجل حماية المكتبات الصغيرة، لكل ناشر أو مستورد للكتب أن يوحد سعر بيعها، ويلزم به المكتبات التي عليها أن تحترم هذا السعر ولا تحيد عنه¹.

مطلب ثاني: حظر ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفيا

استحدث المشرع الجزائري هذه الممارسة بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، في مادته 12 : " يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكر تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".

ما يمكن ملاحظته من قراءة هذه المادة، أن المشرع الجزائري لم يورد أي استثناء على هذه الممارسة المحظورة، وحسن ما فعل، فجعلها ممنوعة متى تحققت شروطها، واستبعد كل احتمالات إباحتها، وذلك نظرا لخطورتها سواء على مصالح المستهلك، الذي يستفيد منها في البداية، كونه يشتري سلعة بسعر منخفض جدا، الأمر الذي لا يدوم إلى الأبد، لأن البائع سيقوم برفع السعر بمجرد أن يحقق هدفه، وهو إقصاء منافسيه من السوق وإخراجهم منه، أو على مصالح المتنافسين الذين سيضطرون للخروج من السوق بسبب عدم إمكانية مواكبة الأسعار التي فرضها البائع بالخسارة، مما يؤثر سلبا على المنافسة في السوق ويجعلها تنحصر في منافس واحد فقط، مما يؤدي إلى نشوء أو تعزيز وضعية الهيمنة على السوق².

ولأجل دراسة هذه الممارسة المحظورة، لا بد علينا أولا دراسة مفهومها وتمييزها عن الممارسات المشابهة لها ثم نتعرض إلى نطاقها.

¹ Article 1 alinéa 1 de la Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre dispose:

"Toute personne physique ou morale qui édite ou importe des livres est tenue de fixer, pour les livres qu'elle édite ou importe, un prix de vente au public".

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص 325.

فرع أول: ماهية عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً

إن عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً من أهم صور تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، وهي جرائم متعلقة بالأسعار التي تمس المنافسة بصورة مباشرة، وهي تتشابه ببعض المفاهيم المشابهة لها خاصة تلك المنصوص عليها في قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

لذلك سنقوم بإعطاء مفاهيم لممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً تم تمييزها عن باقي الممارسات المشابهة لها، والعناصر المكونة لهذه الممارسة.

أولاً: مفهوم عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً

حظر قانون المنافسة البيع بأسعار منخفضة تعسفياً، نظراً لضررها على المنافسة في السوق، وتتمثل هذه الممارسة في ذلك البيع الذي يعرض فيه العون الاقتصادي بيع سلعة بسعر يقل عن سعر الإنتاج والتحويل والتسويق وذلك إذا كان هدف أو أثر ذلك تقييد المنافسة أو عرقلتها في سوق ما.

وتم تعريفها على أنها: "قيام مؤسسة تجارية تستهدف إقصاء شركة تجارية أخرى أو أكثر من نشاط معين، أو تثبيط همة منافس محتمل يحاول دخول السوق بفرض أسعار منخفضة جداً -ربما تكون أقل من سعر التكلفة-، وإطلاق إنتاج غزير من منتج معين للأسواق لفترة مؤقتة، تتمكن بعدها من استبعاد المنافسين وفرض أسعار مرتفعة غير قابلة للمنافسة تعويضاً عن الخسائر التي تكبدتها خلال فترة ذلك التسعير المصطنع"¹.

ما يؤخذ على هذا التعريف هو أنه لم يركز كثيراً على سعر التكلفة، حيث أنه افتراض لكي يكون البيع محظوراً، أن يكون الثمن منخفضاً حتى وإن لم يصل إلى سعر التكلفة، وهو الأمر الذي لا يتماشى مع المنطق القانوني في هذا المجال، الذي يفرض أن يكون سعر البيع أقل من سعر التكلفة.

¹ معين فندي الشناق، الاحتكارات والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004، ص. 120.

كما عرفه الفقه الفرنسي: "ممارسة البيع بسعر العدوان تعني التحديد المؤقت لمؤسسة في وضعية هيمنة لسعر منخفض بهدف إلزام أحد المنافسين من الخروج من السوق (أو منعه من دخوله) لتمارس فيها أسعارا مرتفعة"¹.

والملاحظ في هذا التعريف كذلك استعمال صاحب التعريف عبارة "البيع بسعر عدواني"، إذ أن هذه الممارسة لا تختلف على ممارسة العرض أو البيع بأسعار منخفضة تعسفا إلا في وضعية المؤسسة المرتكبة لهذا الفعل، ففي ممارسة البيع العدواني أو الإفتراضي، تكون المؤسسة في وضعية هيمنة، وهذا ما يسهل عملية إخراج المنافسين من السوق، أما في ممارسة العرض أو البيع بسعر منخفض تعسفا، فالمؤسسة لا تكون في وضعية هيمنة بل تهدف من وراء الممارسة خلق وضع مسيطر ومهيمن على السوق.

كما تم تعريفه كذلك: "تهدف ممارسة البيع بسعر عدواني إلى إبعاد أو تقييد المنافسين في السوق، وذلك عن طريق ممارسة المؤسسة الموجودة في وضعية هيمنة لبيع سلعتها أو خدماتها بسعر أقل من سعر تكلفته"².

كذلك هناك تعريف آخر من الفقه الفرنسي بأنه: "التسعير بأقل من التكلفة بقصد تدمير المنافسة، والتخلص من المنافسين في السوق في محاولة إحداث سعر مرتفع عن السعر السائد وصولا إلى احتكار هذه السوق"³.

كما عرفها العالم الاقتصادي BENZONI بأنها "عبارة عن اقتراح أو ممارسة سعر أدنى من ذلك السعر الذي يحقق معه هدف تعظيم الأرباح، بغرض استبعاد كلي أو جزئي للمنافسين الحاليين أو تثبيط هم المنافسين المحتملين من الدخول إلى السوق"¹.

¹ La définition du prix prédateur: "Un prix prédateur est un prix de vente situé sous le coût de revient marginal dont la pratique vise à éliminer du marché un ou plusieurs concurrents. Les pertes dues à la pratique d'un prix prédateur seront normalement ultérieurement = =compensées par la pratique d'un prix plus élevé une fois que le ou les concurrents auront été éliminés du marché.

Le prix prédateur est normalement interdit par la réglementation sur les prix abusivement bas". Cité par B.Bathelot, <http://www.definitions-marketing.com/definition/prix-predateur/>, le 06/05/2017 à 15:57.

² Auvélieu CONDOMINES, droit français de la concurrence, éditions jurismanager, 2007, paragraphe 131.

³ Emmanuel COMBE, économie et politique de la concurrence, Dalloz, paris, France, 2005; p.263.

ما تجدر الإشارة إليه في هذا الإطار، أن البيع بأسعار منخفضة لا يكون دائما بقصد التأثير على المنافسة، فقد يكون بغرض جلب الزبائن مثلا أو بغرض تحسين وضعية المؤسسة في مواجهة منافسيها، وهذا يعد مشروعاً وغير محظوراً حسب المادة 12 من قانون المنافسة²، إلا أن المحظور هو التعسف في تخفيض هذه الأسعار³.

ثانياً: تمييز ممارسة بيع مخفض تعسفياً والبيع بالخسارة:

استخدم المشرع مصطلح إعادة بيع سلعة أدنى من سعر تكلفتها الحقيقية في المادة 19 من قانون 02/04⁴ واستخدم مصطلح البيع بالخسارة في آخر هذه المادة وهو ما يستنتج من خلاله أنهما وجهان لعملة واحدة ومسميان لعملية مشتركة تشكل صورة من صور الممارسات التجارية غير الشرعية

يقصد بالبيع بالخسارة: قيام عون اقتصادي بفرض أسعار منخفضة بشكل ملحوظ وأقل بكثير من سعر التكلفة الحقيقي لفترة مؤقتة بغية استبعاد منافسيه من السوق وجلب الزبائن ليتمكن بعدها من فرض أسعار غير قابلة للمنافسة والاستحواذ على كافة حصص السوق.

والمصطلح الأدق هو إعادة البيع بالخسارة باعتبار أن العملية تتضمن شراء سلعة من أجل إعادة بيعها بأقل من السعر الحقيقي للشراء.

وبالتدقيق في هذه الممارسة نجد أنها لا تختلف كثيراً عن التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة، إذ جاء في المادة 19 "البيع بالخسارة" صورة موسعة مفتوحة

¹ أشار إليه: عدنان باقي لطيفن التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2012. ص183.

² المادة 12 من الأمر 03-03: "... تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".

³ بلخيري حنان، التعسف في تخفيض الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانونيين كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، المجلد 14، العدد 02، سنة 2016.

⁴ المادة 19 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على ما يلي: "يمنع بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي".

يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الإقتضاء، أعباء النقل".

على كل الاحتمالات، ذلك أن البيع بالخسارة، قد ينشأ بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين، فيما يحظر التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع المخفضة إذا تمت بين المؤسسة والمستهلك فقط أيا كانت طبيعته وصفته طبيعيا أو معنويا¹.

كما أن التعسف في أسعار البيع المخفضة يستوجب أن تكون السلعة المراد بيعها قد تم إنتاجها أو تحويلها أو تسقيفها على خلاف البيع بالخسارة الذي يشمل مجرد عملية البيع أو إعادة البيع للسلعة على حالتها دون أن يحدث لها أي تغيير.

إذا فإن التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة يملك مجال تطبيق أكثر اتساعا من البيع بالخسارة بما أنه يطبق على الخدمات والسلع على حد سواء².

كما ينبغي الإشارة على أن المشرع الجزائري يعاقب على ممارسة البيع بسعر مخفض تعسفا للمستهلك، وكذلك ممارسة عرض البيع، في حين يعاقب المشرع على ممارسة إعادة البيع بالخسارة، أي يجب أن يتم البيع من أجل معاقبة البائع المتعسف³.

هذا وفي ظل القانون الفرنسي، والذي تحصر مادته 5-420 L من القانون التجاري⁴ مجال الحظر في ممارسة بيع أو عرض للبيع للسلع بأسعار مخفضة تعسفا دون الخدمات، إلا أن مجلس المنافسة الفرنسي وسع من مجال الحظر إلى الخدمات، بإصداره لقررا ينص على: " أن كل من المنتجات والخدمات المختصة بالمنع المقرر للأسعار المنخفضة انخفاضا مفرطا"، مرتكزا على المفهوم الاقتصادي للبيع، ومطابقتها مع أحكام

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 328.

² لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد العشر، ص. 364.

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص. 329.

⁴ Article L420-5 du code commerce français modifié par LOI n°2017-256 du 28 février 2017 dispose que:

"Sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou l'un de ses produits".

قانون المنافسة، إذ لا يمكن أن نغفل ما تلعبه الخدمات من دور مهم في تحريك عجلة الاقتصاد¹.

إن من أهم النقاط الجوهرية للفرقة بين الممارستين، كون المشرع الجزائري اعتبر فعل التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين قاعدة لا حياد عنها أو استثناء، بينما شمل البيع وإعادة البيع بالخسارة باستثناءات أوردها على سبيل الحصر في نص المادة 19 وهي:

- السلع سهلة التلف المهددة بالفساد السريع.
 - السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو تنفيذ حكم قضائي.
 - السلع الموسمية وكذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا.
 - السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين من جديد.
 - المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد سعر البيع بالخسارة.
- رغم كل الاختلافات بين التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين والبيع بالخسارة، إلا أن كلا الممارستين لهما نفس الهدف وهو القضاء على المنافسة في السوق².

¹ لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع، ص. 367.

² لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع، ص. 365.

فرع ثاني: عناصر التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة

للمستهلكين

من خلال تحليل المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة يمكن أن نستنتج عناصر هذه الممارسة وهي كالآتي:

أولاً: انحصارها في عقد البيع:

إن التحليل الحرفي للمادة 12 من قانون المنافسة يدفعنا إلى الاستنتاج بأن المشرع الجزائري قد حظر ممارسة خفض السعر بالنسبة لعقود البيع سواء تحقق ركن الرضا بتطابق الإيجاب مع القبول، أي بصدور الإيجاب من طرف العون الاقتصادي دون أن يقترن بقبول المستهلك، ولا يهم أن يتم العرض في مكان تواجد السلعة محل البيع، بل حتى عرض هذه التخفيضات المفردة للأسعار ووصولها إلى علم المستهلك عن طريق الأساليب الإشهارية¹.

وقد عرف المشرع الجزائري عقد البيع بأنه: " عقد يلتزم بمقتضاه البائع بأن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي"².

فعقد البيع كما هو معروف من عقود المعاوضة بمعنى اتجاه إرادة الطرفين إلى أن يكون نقل الحق في مقابل سعر أو ثمن يلتزم به المشتري والذي من شروطه أن يكون جدياً لا صورياً، ولا تافهاً ولا بخساً.

وللبيع أركان هي المحل، السبب، التراضي، الشكالية إذا ما نص عليها القانون. وللرضا والمحل أهمية فيما يخص ممارسة أسعار منخفضة تعسفاً تحتاج إلى تفصيل كما يلي:

أ- الرضا: نتناوله في حالتين:

¹ شبيرة نوال، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2013-2014، ص46.

² المادة 351 من قانون المدني الجزائري، السابق ذكره.

1- حالة حضر عرض أسعار بيع مخفضة للمستهلكين:

يقصد بمصطلح "العرض" الذي تضمنته المادة 12 من قانون المنافسة السالف الذكر، الخطوة الأولى للتعبير عن الإرادة، وهو ما يقودنا إلى القول أن المشرع الجزائري ساوى بين مجرد الإيجاب الصادر من المؤسسة دون إيلاء أهمية فيما إن كان قد وصل إلى علم المستهلك أم لا، وبين تمام قبول العرض بالبيع أي تمام الرضا، بمعنى أن مجرد العرض يشكر ممارسة محظورة قانونا صورتها ممارسة سعر مخفض جدا مهما كانت طريقة العرض، مادام ان الهدف هو جلب الزبائن وحثهم على التعاقد.

2- حالة ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين:

وهي الصورة المكتملة " فعل ممارسة أسعار منخفضة انخفاضا مفرطا"، بتحقق ركن الرضا بتطابق الإيجاب والقبول¹.

وفي كلا الحالتين يلعب عقد البيع دورا حساسا في الممارسة، إذ أن مآل مجرد العرض هو ممارسة الأسعار المخفضة تعسفيا، ذلك أن هذه الأخيرة من شأنها جلب العملاء ودفعهم للتعاقد، فالمستهلك الذي تعرض عليه أسعار بيع مخفضة يعتبرها فرصة جيدة للتعاقد لا يجب تفويتها، دون أن يفكر في الأضرار التي ستنتج عن مثل هذا العرض، فالمهم عنده هو إشباع حاجاته الأساسية حتى ولو كان يدرك أن هناك هدفا يراد تحقيقه من وراء هذه العملية، لأن المستهلك تفكيره ينصب على الفرصة الآتية ولا يهتم ما يريد المتعامل الاقتصادي.

وما يمكن أن نستنتجه من خلال اعتبار المشرع الجزائري لكل من مجرد العرض أو الممارسة المكتملة سيات: تنبيه للطابع الوقائي بغية حماية المنافسة من هذه الممارسة التي خصها المشرع الجزائري بذلك دون غيرها من الممارسات، إذ تقترب بذلك من حالتها الشرعية في الجريمة والجريمة التامة التي يعاقب عليهما بالعقوبة ذاتها².

¹ لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع، ص. 366.

² لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع، ص. 367.

ب- **المحل:** انطلاقا من أن المشرع الجزائري قد ساوى بين العلاقة التعاقدية وبين مجرد العرض للدخول فيها، وانطلاقا من حرفية نص المادة 12 من قانون المنافسة في حصرها للممارستين في عقد البيع، وخاصة الفقرة التي تشير إلى " عرقلة أحد منتوجاتها" فإننا نستنتج:

أن المشرع الجزائري حصر نطاق الممارسة في المنتوجات دون الخدمات كما سبق الذكر، وهو ما قد سبق وتبناه المشرع الجزائري في المادة 01/10 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى التي تضمنت: " يمنع على كل عون اقتصادي بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي إذا كانت هذه الممارسة قد حادت عن قواعد المنافسة في السوق أو يمكن أن تحد منها"¹.

في وقت الذي عدلت فيه المادة 02 من الأمر 03-03 في سبيل ضبط مجال دراسة قانون المنافسة، وسع المشرع الجزائري فيها بموجب التعديل الوارد في القانون 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010 السالف الذكر²، إلى نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات وهي المادة المرجعية والقاعدة العامة لهذا التشريع.

وبما أن المحل هو نفسه (المنتوجات المادية) سواء كانت العلاقة التعاقدية تامة أو أنها مجرد عرض للدخول، فإن كل مؤسسة تقدم خدمات ستبقى أسعارها قانونية حتى ولو انخفضت انخفاضا مفرطا، رغم أن ذلك من شأنه إقصاء المؤسسات المنافسة من سوق الخدمات، وهو ما يشكل ثغرة قانونية توفر لمؤسسات الخدمات الحماية القانونية³، مما يتوجب على المشرع الجزائري الالتفاف إليها وتعديل نص المادة بإضافة الخدمات لمجال الحظر، وإن كان من الناحية العملية يصعب تقييم الخدمات التي يتم تأديتها، أي صعوبة تحديد التكلفة الحقيقية للخدمة⁴.

¹ المادة 10 من الامر 95-06 مؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق ل 25 يناير سنة 1995، المتعلق بالمنافسة الملغى، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 9، المؤرخة في 22 رمضان عام 1415 الموافق ل 22 فبراير سنة 1995، ص.15.

² الجريدة الرسمية عدد 46 من سنة 2010.

³ لعور بدر، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع، ص.367.

⁴ بلخيري حنان، المرجع السابق، ص. 477.

ثانيا: أن يكون السعر المعروض أو الممارس جد منخفض:

الأصل أن السعر في قانون المنافسة يحدد بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة، وتتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي:

- تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.

- هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات.
- شفافية الممارسات التجارية.

فإذا حاد تحديد السعر عن هذا المبدأ شكل ممارسة غير شرعية من شاكلتها التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين. وباستقراء نص المادة 12 من الأمر 03-03 نجد أن المشرع الجزائري تبني معيار سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق كهامش مرجعي، فكل الأسعار التي تعرض أو تمارس وتكون أقل من سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق هي ممارسة تعسفية مقيدة للمنافسة.

وقد عرف المشرع الجزائري سعر التكلفة الحقيقي بأنه: " سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء أعباء النقل"¹. وبالتالي يقاس على ذلك سعر تكاليف الإنتاج والتحويل بحيث نحسب سعر شراء المواد الأولية وتكاليف تحويلها... الخ أو سعر تكاليف التسويق.

وفي واقع الأمر فإن السعر لن يحيد عن صورة من الصور الآتية:

- إما أن يكون سعر بيع المنتجات يساوي أو يفوق سعر تكلفة الإنتاج والتحويل والتسويق، وهنا نكون أمام أسعار شرعية قانونية، بمعنى منافسة شرعية حتى ولو كانت أقل من أسعار باقي المؤسسات إذ العبرة بأسعار تكلفة الإنتاج أو التحويل أو التسويق.

¹ المادة 02/19 من قانون 02-04 الصادر في 23 يونيو سنة 2004، والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

- إما أن تكون الأسعار منخفضة انخفاضا مفرطا إلى درجة أنها تقل عن تكلفة الإنتاج التحويل والتسويق، وهو أمر لا عقلاني عادة وهو يوحى بالتعسف الذي يلحق ضررا بالمنافسة¹.

إن اعتماد المشرع لسعر التكلفة الحقيقي بدل سعر الشراء الحقيقي، يطرح إشكالية التحديد، فإذا كان سعر الشراء يظهر من تفحص الفواتير التي يسلمها البائع، فإن سعر التكلفة لا يمكن التحقق منه إلا بالرجوع إلى هيكل الأسعار وتحديده، الشيء الذي يزيد في تعقيد عملية البحث عن الإثبات، لأن انجاز مثل هذه العملية ليس بالأمر الهين، خاصة إذا كان هناك تلاعب في السعر الموضوع في الفاتورة، والأكثر من ذلك لم يتكلم المشرع الجزائري على حالة التي يكون فيها البيع بنفس سعر التكلفة، هل تعتبر هذه الحالة بيع بسعر منخفض تعسفا أم لا، بالرغم من أنها تؤدي إلى عرقلة المنافسة.

ثالثا: توجيه العرض أو البيع للمستهلك

لا بد أن يتوجه العرض أو البيع إلى المستهلك، ولم يشر المشرع إلى المقصود بالمستهلك في قانون المنافسة، فهل هو المستهلك النهائي الذي يلبي حاجاته الشخصية أو حاجة أشخاص آخرين، أو المستهلك الوسيط الذي يشتري السلع والمواد لكن ليس لاستهلاكها، وبالرجوع إلى قانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية الذي عرفه على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجرد من كل طابع معنوي"²، كذلك عرفه قانون حماية المستهلك وقمع الغش كالاتي: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"³.

¹ لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، المرجع السابق، ص.368.

² المادة 2/3 من قانون 02-04 السالف الذكر.

³ المادة 3 من قانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

وبالتالي نلاحظ أن المقصود بالمستهلك في هذا المجال هو المستهلك النهائي دون الوسيط¹.

ولكن السؤال المطروح، لماذا ركز المشرع الجزائري على المستهلك كطرف جوهري في هذه العلاقة؟

حيث أن المشرع في المادة 12 من الأمر 03-03 حظر الممارسة إذا قامت بها المؤسسة تجاه المستهلك، ولم يعر أهمية للممارسة التي تقع بين المؤسسة والمؤسسة، لمعنى أن مثل هذه الممارسة إذا وقعت بين المؤسسات فإنها تعد صحيحة بالرغم من أنها تولد آثار سلبية على المنافسة أو أكثر².

والجدير بالتوضيح هو أن حظر التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفا للمستهلكين، لم يقصد بها المشرع الجزائري حماية هذا الأخير على وجه الخصوص، بل أن المشرع يهدف بشكل عام إلى حماية السير الحسن للمنافسة في السوق، الأمر الذي ينعكس حتما بالإيجاب على المستهلك، ذلك أن خفض الأسعار وإن كان سيعود بالفائدة على المستهلك على المدى القصير، فإن ذلك لن يدوم، إذ أن ممارسة البيع بأسعار مخفضة وفقا لأحكام المادة 12 السالفة الذكر من شأنه إقصاء العديد من المتنافسين في السوق، مما يمكن المؤسسة التي تمارسه الحصول على وضعية الهيمنة تمكنها بعد ذلك من التحكم في الأسعار، كما أن المتضرر الأول من هذه الممارسة هي المؤسسات الصغيرة غالبا³.

رابعاً: تقييد المنافسة

إن الغاية الأساسية لقانون المنافسة هي تفادي كل الممارسات المقيدة للمنافسة قصد زيادة الفعالية الاقتصادية، لذلك فإن الضرر الذي تخلفه الممارسات الماسة بالمنافسة تتجاوز أثرها المساس بالمستهلك أو المؤسسات المنافسة، إلى حد الإضرار بالإقتصاد الوطني، لذلك حرص المشرع الجزائري في المادة 12 إلى ضبط كل جوانب الممارسة وحرص على تحديد

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.55.

² لعور بدر، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، المرجع السابق، ص.369.

³ لعور بدر، نفس المرجع، ص.370.

طبيعة الضرر الذي يلحق بالمؤسسة الواقعة ضحية لهذه الممارسات وذلك كضمانة وميزة إيجابية، لأنه بالمقابل لا يمكن أن يشكل النص ضغطاً على المؤسسات، إذ من شأنه التمتع بفعالية اقتصادية وأن تجد المؤسسات ميداناً خصباً تتنافس فيه، وبيئة قانونية مساعدة على التفاعل¹.

مع الإشارة أنه حتى ولو كان تقييد المنافسة في السوق كان بقصد أو بدون قصد، تحقق هدف الممارسة وآثارها أو لم يتحقق، فتعتبر دائماً محظورة².

إذا فكل ممارسة لعرض أو بيع بأسعار مخفضة تعسفاً للمستهلكين لا تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أخرى أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق أو يمكن أن تؤدي إلى ذلك لا تعد ممارسة مقيدة للمنافسة ولا يتم حظرها، وهذا الضرر يتمثل في:

أ- إبعاد إحدى المؤسسات من السوق:

انطلاقاً من كون المستهلك يتحرى طريق الأسعار المخفضة، فإن عرض أو ممارسة أسعار مخفضة تعسفاً سيحول العملاء إلى هذه الوجهة وتدرجياً سيؤدي ذلك إلى كساد السلع خاصة إذا تعلق الأمر بالمؤسسات ذات رؤوس أموال الصغيرة، التي ستلجأ مجبرة إلى البيع مع تحمل الخسارة، مما يزعزع مركزها المالي، وقد يؤدي إلى إفلاسها وبالتالي إبعادها من السوق، مما يفسح المجال للمؤسسة المتعسفة للاحتكار والهيمنة على السوق.

ب- عرقلة منتجات مؤسسة أخرى من الدخول إلى السوق:

وصورة هذه الوضعية واحدة من الاحتمالات التالية غالباً:

1- أن تلجأ المؤسسة المتضررة إلى الامتناع عن طرح منتجاتها في السوق عمداً، أملاً في زوال البيع المخفض تعسفاً، وهنا تغيب منتجاتها عن السوق بغياب العرض وبالتالي قد يغيب الطلب عليها كذلك.

2- أن يشبع المستهلك حاجاته من المؤسسة المتعسفة وبأسعار تناسبه طالما هي مخفضة، وهنا رغم وجود المؤسسة المتضررة، ورغم عرضها للسلع، إلا أنها لا تقابل بطلب

¹ نفس المرجع، ص. 371.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 55.

من المستهلك، أضف إلى ذلك، إذا افترضنا أن السلع سهلة التلف أو اقتراب تاريخ صلاحيتها، فإن ذلك سيغيب لا محالة المؤسسة المتضررة من السوق رغم وجود العرض¹.

مبحث ثاني: الممارسات التجارية الممنوعة المتعلقة بالأسعار بموجب القانون

02-04

إن الهدف من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو ضبط وتنظيم العلاقات التجارية فيما بين الأعوان الاقتصاديين، وفيما بينهم وبين المستهلكين، وذلك بتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية التي يجب أن تسودها الشفافية والوضوح، وتوفير الأمان والنزاهة والشرف، بما يعود بالمنفعة على المتعاقدين، وعلى المستهلك. حيث إن هذه العلاقات لم ينظمها الأمر رقم 03-03، الذي يرمي بالدرجة الأولى إلى ضمان السير التنافسي للأسواق، ومنع الممارسات المقيدة للمنافسة، التي تلحق آثار جسيمة بالسوق، كالاتفاقات والتعسف في الهيمنة على السوق...، والملاحظ أن الغاية من هذه القواعد هي المحافظة على المنافسة لذاتها ولا تهتم بمصالح المؤسسات والمستهلكين إلا بطريق غير مباشر.

لذا كان على المشرع أن يستكمل هذه القواعد بأخرى ترمي إلى تنظيم المنافسة بما يؤدي إلى المحافظة على حقوق الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين وذلك عن طريق منع الممارسات التي تخل بالشفافية والنزاهة أثناء المعاملات التجارية كما فعل في قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم².

ورغم أن هذه القواعد تهدف إلى حماية المصالح الخاصة للأعوان الاقتصاديين بالدرجة الأولى، ولا تتعلق بالمحافظة على المنافسة في السوق، إلا أنه لا يخفى أن هذه

¹ لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، المرجع السابق، ص.371.

² قانون رقم 06-10 مؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46، المؤرخة في 8 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010، ص.ص.11-13.

القواعد يمكن أن تلعب دورا مكملا للقواعد المقررة في الأمر رقم 03-03 وتعزز من مفعولها، حيث أنها تساهم في المحافظة على المنافسة في السوق بطريقة غير مباشرة، أين توفر النزاهة والشفافية للمعاملات التجارية التي ستتعرض إيجابيا على المنافسة في السوق، وقد أكد التعديل الأخير لقانون المنافسة هذه الحقيقة، حيث نصت المادة 4 من قانون رقم 05-10 المعدل والمتمم للأمر 03-03 على أن " تحدد الأسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على اساس قواعد الانصاف والشفافية...".

وتعمل هذه القواعد على تنظيم العلاقات بين مهنيين يتدخلون في مراحل مختلفة من المسار الاقتصادي، وعلى تأمين الشفافية التعريفية بين الاعوان الاقتصاديين، حيث تدخل تشكيلات معينة في العلاقة التجارية، كنشر قوائم الأسعار وشروط البيع وتسليم الفاتورة¹، وكذا تعمل هذه القواعد على تجنب أن يحصل المهنيون في المنافسة على نفع لاستخدام ممارسات تقديمية وتعسفية، وتقرر هذه القواعد منعا في ذاته أي مستقلا عن نتيجة وأثر الممارسة المعنية في السوق، ولا يتدخل مجلس المنافسة فيها إلا أن تكون في آن واحد التعبير عن ممارسة مقيدة للمنافسة كالاتفاقات والتعسف في الهيمنة الاقتصادية.

إن شكلية هذا التنظيم والطابع الآلي للمنع للقواعد المقررة في مجال الشفافية والنزاهة، أضحت محل انتقاد في الفقه الفرنسي، لدرجة أن إلغاؤها كان مقترحا، حيث أن بعض الممارسات ليست بالضرورة مضرّة ومؤدية، وإن المنع المطلق ليس هناك أحيانا ما يبرره أو يسوغه، مثلا ليس كل إعادة البيع بالخسارة معمولا به باستمرار عندما لا يكون من فعل المؤسسة تحوز سلطة مهمة في السوق، التي تعود مراقبتها إلى قانون المنافسة².
ولذلك سندرس ماهي الممارسات التجارية غير الشرعية المتعلقة بالأسعار ثم نتكلم عن ممارسة أسعار غير شرعية والتدليسية.

¹ أنظر المبحث الأول من الفصل الثاني من الباب الأول.

² محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.77.

مطلب أول: منع الممارسات التجارية غير الشرعية المتعلقة بالأسعار

أدرج المشرع الجزائري تحت عنوان الممارسات التجارية غير الشرعية، مجموعة من الممارسات من شأنها أن تؤدي إلى الإخلال بالعلاقات التجارية الشريفة والنزاهة فيما بين الأعوان الاقتصاديين وفيما بين هؤلاء والمستهلكين وسوف ندرس إلا تلك المتعلقة بالأسعار والتي هي موضع بحثنا وهي: البيع بالمكافأة وإعادة البيع بالخسارة، ممارسة نفوذ لعون اقتصادي على عون اقتصادي آخر وكذا البيوع خارج المحلات وعند مخازن المعامل وبالتخفيض وعند تصفية المخزونات.

فرع أول: البيع بالمكافأة

نظم المشرع الجزائري الممارسات التجارية المشروطة بمكافأة مجانية كممارسات غير نزيهة تعرض المستهلك على التعاقد، وهو ما يستوجب منا ضبط مفهوم محل الجريمة والأساس القانوني لحظرها مع استنتاج عناصر الجريمة وأسباب إباحة هذا الفعل¹.

أولاً: مفهوم ممارسة البيع بالمكافأة:

استنادا إلى نص المادة 16 من قانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن المنع يشمل:

- البيع المشروط بمكافأة مجانية.
- أداء خدمة مشروطة بمكافأة مجانية.
- عرض بيع سلع مشروطة بمكافأة مجانية.
- عرض أداء خدمة عاجلا أم آجلا مشروطة بمكافأة مجانية².

¹ لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2013-2014، ص. 214.

² المادة 16 من قانون 04-02 المعدل والمتمم: "يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا بمكافأة مجانية، من سلع وخدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعينة. لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات".

أ- تعريف البيع بالمكافأة:

يعد البيع بالمكافأة ممارسة يمنح بموجبها البائع لكل زبون يقتني منتجاً من محلاته هدية مجانية، هذه الأخيرة هي التي تميز هذه الممارسة عن عملية البيع العادية¹.

كما تم تعريفها بأنها: " هي وعد يتم من خلال الممارسات التجارية في صورة بيع سلع أو عرضها أو أداء خدمة أو عرضها آجلاً أو عاجلاً يمنح بموجبها العون الاقتصادي البائع لكل زبون يقتني من محلاته هدية مجانية مما يشكل دافعاً للتعاقد مع هذا العون دون غيره ومن شأن ذلك إخلال بالمنافسة والتي تؤثر سلباً على توازن السوق"².

والمثال على هذه الممارسة أن تقوم مؤسسة في سبيل بيع منتجها بوعدها زبائنهم بالحصول على هدايا معتبرة، وذلك من خلال المشاركة في مسابقة تنظمها، أو أن تلجأ المؤسسة بالعرض على واجهتها شراء مجموعة من السلع يعطي للمشتري الحق في حصوله من صاحب المحل على هدية قيمة. أو أن تلجأ وكالة سياحية إلى تنظيم غداء على حسابها في أحد المطاعم الفاخرة كلما كان عدد السياح المرغوب في زيارتها كثير ومتعدد³.

وينتج عن هذه الممارسة:

- التأثير على قرار الشراء، خاصة إذا تدعمت الممارسة بالإشهارات، إذ تبدو ظاهرياً أن الهدية سلمت بدون مقابل للزبون، إلا أنه في حقيقة الأمر أدرج ضمن الثمن الذي قُيِّم به العملية التجارية.

- تؤدي هذه الممارسة إلى الرفع من القيمة الأصلية للمنتج أو الخدمة، بالرغم من أن قيمتها في الأصل زهيدة، مما قد يؤدي إلى المضاربة في الأسعار.

- القدرة على ممارسة هذه الأنواع من البيوع يقتصر على فئة معينة من التجار الذين يتمتعون بمراكز اقتصادية قوية.

- هذه الممارسات من شأنها جعل الزبائن يتهافتون على ما تقدمه هذه المؤسسات دون سواها، حيث تشكل الهدايا أو المكافآت المرفقة للعملية بالنسبة لهم فائدة،

¹ سميحة علال، المرجع السابق، ص.53.

² لعور بدرة، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.214.

³ كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2010-2011، ص.28.

لأنهم سيحصلون على منتجات دون مقابل حسب اعتقادهم، مما يسمح لهم بتوفير مبالغ كانوا سيفقدونها مع مؤسسات تقدم نفس السلع أو الخدمات بدون مكافآت¹.

ب- نطاق ممارسة البيع بالمكافأة:

قد يلجأ التاجر إلى تحفيز الأشخاص على التعاقد معه، باستعماله أسلوب جلب الزبائن، بإضافة مال أو خدمة غير التي يحتاج إليه حقيقة، حيث يعد البيع بالمكافئة ممارسة يمنح بموجبها البائع (المتعامل الاقتصادي)، لكل زبون يقتني منتوجا من محلاته هدية مجانية، هذه الأخيرة هي التي تميز هذه الممارسة عن عملية البيع العادية.

ويمكن تلخيص أسباب منع البيع بالمكافأة فيما يلي:

- اكتساب البيع بالمكافأة لمظهر مزيف، إذ يظهر بأن البائع يمنح هدية مجانية للمستهلك، بينما الحقيقة أن ثمن الهدية قد تم إدراجها في ثمن المنتج المقتنى من المستهلك.
- يساهم البيع بالمكافأة في ارتفاع الأسعار، فمن الأحسن لو تم خفض أسعار المنتج بالنظر إلى سعر الهدية، من أن يتم رفعه مصحوبا بها².
- يؤدي هذا النوع من البيوع إلى الإضرار بالمنافسة، من خلال الإضرار بالمنافسين الذي لا يمكنهم التعامل بهذا النوع من البيوع، بسبب عدم قدرتهم، وكل هذه يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك.

ثانيا: شروط حظر ممارسة عرض او البيع بالمكافأة:

تتوقف مسألة تجريم البيع بالمكافأة على توافر جملة من الشروط تم استخلاصها من نص المادة 16 السالفة الذكر من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، ويتخلف أحد هذه الشروط يكون البيع بالمكافأة ممارسة مشروعة، ولا يطال مرتكبها العقاب، هذه الشروط تتمثل في:

أ- عدم تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد:

حتى يشكل البيع بالمكافأة جريمة، فإن القانون يستوجب أن تكون الهدية الممنوحة من قبل البائع إلى الزبون تختلف عن المنتج موضوع العقد الأصلي، لذا حتى يتم إدانة أحد

¹ لعور بدر، المرجع السابق، ص.215.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.94.

المؤسسات بسبب ارتكابها هذه النوع من الجرائم، فإن الأمر يتطلب في هذه الحالة إجراء مقارنة بسيطة بين المنتج والهدية المقدمة، حتى إذا ما أسفرت نتيجة المقارنة على عدم تطابق المنتوجين، ثبت بذلك وجود خرق قانوني، ومثال ذلك أن تقدم مؤسسة زجاجة عطر لكل من يشتري قميصا، ونفس الشيء يقال عن عقد تقديم خدمة¹.

ب- بيع سلعة أو أداء خدمة أو عرضها لذلك:

حتى يكون البيع بالمكافأة محظور، يجب أن تكون المكافأة مرتبطة بعقد بيع سلعة معينة، أو عرضها للبيع، والجدير بالذكر أن المنع يمتد أيضا إلى عقود الخدمات، التي محلها أداءات ذات قيمة اقتصادية، كعقود النقل أو النشر... الخ².

ج- مجانية المكافأة:

يقصد بهذا الشرط أن تكون المكافأة المسلمة من قبل البائع أو مقدم الخدمة بدون مقابل، بحيث لا يدفع الزبون سوى ثمن المنتج أو الخدمة الأساسية موضوع العقد، ليحصل على الهدية المرجوة من وراء هذا التعاقد. وبالتالي إذا كانت هذه الهدية بمقابل نقدي فهذا يؤدي إلى انتفاء الحظر القانوني، وبالتالي يصبح هذا البيع بيعا عاديا مشروعاً³. وهذا ما أكدته المادة 121-35 من قانون الاستهلاك الفرنسي⁴.

¹ لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.60.

² خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر بباتنة، السنة الجامعية 2015-2016، ص.87.

³ سميحة علال، المرجع السابق، ص.60.

⁴ Article L121-35 de code de consommation français Modifié par LOI n°2014-344 du 17 mars 2014 - art. 30 dispose:

"Est interdite toute vente ou offre de vente de produits ou de biens ou toute prestation ou offre de prestation de services faite aux consommateurs et donnant droit, à titre gratuit, immédiatement ou à terme, à une prime consistant en produits, biens ou services, dès lors que la pratique en cause revêt un caractère déloyal au sens de l'article L. 120-1.

Dans le cas où ces primes sont constituées d'objets distribués dans le but de satisfaire à des exigences environnementales, ils doivent être entièrement recyclables, qu'il s'agisse de carton recyclable ignifugé ou d'encre alimentaires".

د- وجود عقد بين المؤسسة والزبون:

تعد العلاقة التعاقدية الرابطة الأساسية التي تربط بين المؤسسة والزبون، والتي قد ينتج عنها ظهور ممارسات غير شرعية قد تتمثل في البيع أو تقديم خدمة مرفقة بمكافأة مجانية.

ولذلك فإن العقد المبرم بين المؤسسة والزبون هو أساس تجريم مثل هذه الممارسة، بالرغم من أن المشرع حظر أيضا مجرد عرض البيع أو تقديم خدمة مرفقا بمكافأة مجانية للزبون، ويرجع ذلك إلى أن الهدف الاساسي من وراء هذا العرض هو الوصول إلى انشاء علاقة تعاقدية تامة، حيث يكون تسليم المكافأة مرتبطا بها وجودا وعدما، بمعنى أنه حتى يتحصل الزبون على مكافأة لابد أولا أن يقتني منتوجا أو تقدم له خدمة من قبل المؤسسة، على أن تسلم الهدية مباشرة من طرف البائع إلى المشتري أو المستفيد من الخدمة في إطار العلاقة التعاقدية.

ولذا فإذا كان المستفيد من المكافأة هو شخص وسيط بين البائع والزبون، فإنه في هذه الحالة لا يمكن تطبيق أحكام المادة 16 أعلاه، ومثاله أن تمنح المؤسسة هدية لكل شخص يحث أصدقاؤه على شراء منتج من هذه المؤسسة، ونفس الشيء يقال عندما تمنح المؤسسة هدايا لكل شخص حتى ولو لم يشتري شيئا، بمعنى أنه يبقى مشروعاً بالمعنى القانون للكلمة منح امتياز مجاني "avantage gratuit" والذي لا يكون له علاقة بعملية الشراء¹.

ومن ثم إذا انعدمت العلاقة التعاقدية بين المؤسسة والزبون أصبح البيع بالمكافأة ممارسة قانونية².

ه- زمن منح المكافأة:

يستوي أن تسلم المكافأة فورا محرقة الرغبة في التعاقد، أو أن تكون مؤجلة تجعل الزبون وفيها¹، حيث لم يأخذ المشرع عند تجريمه للبيع أو تقديم خدمة مرتبطة بمكافأة مجانية،

¹ زبيري بن قويدر، "حماية المستهلك من الممارسات الغير شرعية في ضوء القانون 04-02"، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006، ص.34.

² سميحة علال، المرجع السابق، ص.61.

بعين الاعتبار الزمن الذي تمنح فيه هذه الأخيرة، حتى يستوي تسليمها للزبون عاجلا أم آجلا، بمعنى سواء سلمت الهدية في ذات الوقت الذي يقتني فيه الزبون المنتج أو تقدم له الخدمة الرئيسية، أم أجل تسليمها لوقت آخر، كما لو كان مثلا البيع بالمكافأة محدد المدة وأن الهدية لا تسلم للزبائن الذين تربطهم بالمؤسسة علاقة تعاقدية إلا بعد انقضاء هذه المدة².

ولذلك سواء سلمت المكافأة وفقا للطريقة الأولى أو الثانية، فإنها تبقى تخضع للحظر القانوني، مما يعرض المؤسسة التي ارتكبت هذه الممارسة للمساءلة القانونية. ومنه إذا اجتمعت هذه الشروط، طبق على البيع أو تقديم الخدمة بمكافأة الحظر المقرر بموجب المادة 16 من قانون 04-02.

ولكن من أجل فسح مجال للتنافس بين المؤسسات على مستوى السوق، فلم يجعل المشرع حظر البيع أو تقديم خدمة بمكافأة مطلقا، بل أوجد مجموعة من الاستثناءات والتي سوف ندرسها أدناه.

ثالثا: حالات إباحة البيع بالمكافأة:

لا يتحقق المنع بمجرد وجود مكافأة، فهناك بعض الحالات التي أباح فيها المشرع البيع بالمكافأة، والتي تتمثل فيما يلي:

أ- تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد الأساسي:

أجاز المشرع للمؤسسة ومن أجل المحافظة على زبائنها، وترويج بضاعتها أن تقدم لهم مكافأة مجانية، على أن تكون من نفس السلعة أو الخدمة المشكلة لموضوع العلاقة التعاقدية، هذا التجانس يتم تقييمه على أساس نوع السلعة وطبيعتها وليس على أساس نوعيتها وطابعها الخاص، ولذلك فإنه لا يعد ممارسة مجرمة تسليم تلفاز بالأبيض والأسود من قبل مؤسسة لكل مشتري لتلفاز ملون³.

وبالتالي إذا ثبت تطابق بين المكافأة المقدمة ومحل العقد الأساسي فإن هذا يترتب عليه عدم إدانة المؤسسة التي تمارس البيع أو تقدم خدمة بمكافأة.

¹ لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.218.

² سميحة علال، نفس المرجع، ص.62.

³ سميحة علال، نفس المرجع، ص.63.

ومثال ذلك أن يدفع الزبون ثمن 12 بيضة لتكون بذلك البيضة 13 مجانية، ويدخل ضمن هذا المفهوم أيضا ان يمنح صاحب مكتبة إلى زبونه الذي يشتري من عنده عددا معيناً من الكتب كتاباً إضافياً.

ب- عدم تجاوز قيمة المكافأة 10%:

يجب أن لا تتجاوز قيمة المكافأة 10% من المبلغ الإجمالي للسلعة محل البيع، والخدمة محل الاداء، أي يكون مبلغ السلعة أو الخدمة مضاعف 10 مرات على الأقل قيمة المكافأة، أي إذا تبين أن قيمة المكافأة أكثر من 10% من قيمة المبيع فلا يشملها الاستثناء ويصبح تقديمها غير قانوني¹.

فإذا كان مثلاً ما يدفعه المستهلك هو مبلغ 2000 د.ج لشراء كمية معينة من الدقيق، فيجب أن تكون المكافأة عبارة عن كمية من الدقيق لا تتجاوز قيمتها 200 د.ج، والعبرة في تقدير المكافأة دائماً بالقيمة وليس بالوحدة والقطعة.

قد تكون المكافأة بالخصم من السعر، فإذا كان العرض هو الخصم 10% عن كل 100 كلف من الدقيق، ففي هذه الحالة نكون بصدد البيع بالمكافأة، لأن الخصم من السعر معناه تقديم جزء من المبيع مجاناً، وعليه إذا تجاوزت قيمة الخصم من المبلغ الإجمالي 10% اعتبر البيع محظوراً، وإذا لم تتجاوز هذه القيمة اعتبر جائزاً قانوناً².

في ظل القانون الفرنسي³، يعتبر البيع بالمكافأة مباحاً، إذا تعلق الأمر بتغليف السلع، التخفيض نقد، السلع والخدمات المماثلة للسلع والخدمات محل البيع الأصلي، خدمة

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.348.

² عادل عميرات، المرجع السابق، ص.149.

³ Article R121-8 du code de consommation

Modifié par Décret n°2001-95 du 2 février 2001 - art. 1 (V) JORF 3 février 2001 en vigueur le 1er janvier 2002 dispose :

"La valeur maximale des échantillons, objets et services visés au deuxième alinéa de l'article L. 121-35 est déterminée en fonction du prix de vente net, toutes taxes comprises, des produits, des biens ou des services faisant l'objet de la vente dans les conditions suivantes : 7 % du prix net défini ci-dessus si celui-ci est inférieur ou égal à 80 euros ; 5 euros plus 1 % du prix net défini ci-dessus si celui-ci est supérieur à 80 euros.

Cette valeur ne doit en aucun cas dépasser 60 euros et s'entend, toutes taxes comprises, départ production pour des objets produits en France, et franco et dédouanés à la frontière française pour les objets importés".

ما بعد البيع، العينات التي تحمل علامة ظاهرة وغير ممكن محوها، وفي حالة عدم تجاوز قيمة المكافأة مبلغ معين (7% من السعر الصافي، أو 5 أورو زائد 1% من السعر الصافي إذا كان السعر أكثر من 80 أورو، مع عدم إمكانية تجاوز مبلغ المكافأة في جميع الحالات 60 أورو)¹.

ج- الأشياء الزهيدة أو الخدمات الضئيلة القيمة:

يقصد بالأشياء الزهيدة أو الخدمات الضئيلة القيمة، تلك السلع أو الخدمات الممنوحة كهدية مجانية من طرف المؤسسة لزبائنها والتي تكون قيمتها المالية صغيرة جدا مقارنة بسعر شراء السلعة أو تقديم الخدمة موضوع العقد الأساسي، على أن تمنح الأشياء الزهيدة التي تمنح كهدية علامة تجارية مسجلة بشكل واضح وغير قابلة للمحو²، كما يوضع عليها ملصق أو بطاقة يكتب عليها أنها مجانية ولا يمكن أن تكون محلا للبيع، ومثال ذلك أن تمنح المؤسسة لكل من يقنتي قارورة غاسول مشط مجاني.

ونظرا لميزتها هذه أخرجها المشرع من دائرة التجريم وسمح للمؤسسات الاعتماد عليها كأسلوب إشهاري للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة³.

د- العينات:

يقصد بالعينات تلك الكمية الضئيلة من المنتج المراد بيعه، والتي تسلم للمستهلك من قبل المؤسسة قصد تجريبها، وتعتبر هذه الطريقة بدورها أحد الأساليب الإشهارية التي تلجأ إليها المؤسسة من أجل التعريف بالمنتجات الجديدة ولفت انتباه الزبائن إليها.

يجب أن تكون العينة الموضوعة في المحل، معروضة بشكل واضح مع التنويه إلى أن العينات مجانية ولا يمكن أن تكون محلا للبيع، بحيث تكون هذه الكتابة واضحة، وفي وضعية تسمح بقراءتها، دون أن تكون معرضة للمحو، كما هو الشأن بالنسبة للأشياء الزهيدة، فإنه يجب أن تحمل العينات بدورها علامة تجارية تميزها عن غيرها من المنتجات

¹ Geneviève GIUDICELLI-DELAGE, droit pénal des affaires, 6^{ème} édition, Dalloz, France, 2006, p. 190.

² خديجي أحمد، المرجع السابق، ص. 88.

³ سميحة علال، المرجع السابق، ص. 65.

المشابهة لها، ولا يشترط في العينات المقدمة كمكافأة ان تعود إلى نفس الصانع الذي أنتج المنتج الأصلي¹.

هـ - تخفيض الأسعار:

لم تنص المادة 16 من قانون 04-02 صراحة على هذا الاستثناء، إلا أننا استنتجناه من مضمون إحدى الشروط الأساسية التي جعلت البيع بالمكافأة ممارسة مجرمة، ألا وهو مجانية المكافأة، وبالتالي إذا كان القانون منع منح مكافأة مجانية فهذا ما يعني كل ما يتعلق بالثمن من تخفيض أو خصم يخرج من دائرة التجريم، بمعنى أن الزبون الذي يقتني منتجاً أو تقدم له خدمة من أحد المؤسسات سيحصل على منتج أو خدمة إضافية مع إنقاص من ثمنها، على أن لا يصل إلى حد البيع بالخسارة، على أن التخفيض المعني هنا لا يخص السلعة أو الخدمة موضوع العقد الأصلي، وإنما المنتجات أو الخدمات المقدمة كهدية، ويستوي أن تكون السلعة أو الخدمة التي شملها التخفيض أو الخدمة والمقدمة كهدية من نفس نوع المنتج أو الخدمة موضوع العقد الأصلي أو من نوع مختلف، كأن تعرض المؤسسة على كل زبون يشتري آلة غسيل البيع وبسعر مخفض مكيف هوائي.

وبالتالي فإنه وفي مثل هذه الحالة فإن المكافأة الممنوحة لا تكون مجانية وإنما بمقابل مادي حتى وإن كان ليس هو سعره الحقيقي².

فرع ثاني: ممارسة نفوذ من طرف عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر

نصت المادة 18 من القانون رقم 04-02 على أنه: "يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذاً على أي عون اقتصادي آخر، أو أن يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزينة والشريفة".

من المعلوم أن الحرية التعاقدية، تمنح الحق للعون الاقتصادي في إجراء معاملاته وفق شروط خاصة ومختلفة، عن تلك التي يعتمدها منافسوه، وله حرية التفاوض عن تلك

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.350.

² سميحة علال، المرجع السابق، ص.66.

الشروط كما هو معمول به في المجال التجاري، وذلك بغرض الحصول على المزايا والتسهيلات المختلفة، من أجل جذب الزبائن والتفوق على منافسيه¹.

غير أنه يلاحظ أن هذه الحرية، في حالة عدم مراقبتها، قد تشجع وتخلق عدم المساواة في المعاملة إزاء الشركاء الاقتصاديين، لأن المنافسة لا يمكن أن تكون حرة ونزيهة، ما لم يستند إلى تكافؤ الفرص والمساواة بين الأعوان الاقتصاديين، ونبذ التمييز والتفرقة فيما بينهم. ومنه المشرع منع استغلال العلاقات التجارية، وعلاقات التبعية التجارية، واستخدام كل أشكال النفوذ والتأثير لفرض شروط مجحفة على الشريك التجاري، والحصول منه على مزايا مختلفة، دون مقابل حقيقي للمزايا المتحصل عليها.

أولا : مجال تطبيق ممارسة نفوذ من طرف عون اقتصادي على عون اقتصادي

آخر

تمنع المادة السابقة، ممارسة نفوذ من طرف عون اقتصادي على عون آخر، للحصول منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع، أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي، لا يبرره مقابل حقيقي، ويقتضي النص أن تطبق على جميع نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات، وهذا ما يستفاد من المادة 3 فقرة 1 من القانون 04-02² والتي عرفت العون الاقتصادي.

فالتمييز في المعاملة يمكن أن يقوم به البائع أو المنتج والتاجر والموزع والصناعي ومقدم خدمات والحرفي، بغض النظر عن صفة هذا العون، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا عاما أو خاصا، تاجرا أو غير تاجر وهذا ما تؤكد أيضا المادة 2 من قانون رقم 10-06 التي بينت مجال تطبيق هذا القانون³.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.97.

² تنص المادة 3 فقرة 1 من قانون 04-02 على ما يلي: " عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

³ تنص المادة 2 من قانون رقم 10-06 السالف الذكر المعدل للقانون 04-02 على ما يلي: " بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي، وبائعوا

غير أن التمييز إذا كان من فعل المشتري يثير بعض المشاكل، لأن المشتري ليس ملزماً بالشراء من شخص معين، مثلما يخضع البائع أو العارض للسلعة أو الخدمة، حيث أن المشتري يمكن أن يرفض الشراء ولا يسأل عن ذلك، باستثناء حالة ما إذا اتخذ الشراء، صورة اتفاق جماعي، مثل الاتفاق على عدم الشراء أو المقاطعة التجارية، فإنه في تلك الحالة يمكن مسائلة أطراف الاتفاق على رفض الشراء¹.

لكن يلاحظ أن المادة 18 المذكورة، نصت صراحة ليس إلا على التمييز في مجال شروط البيع فحسب، وإنما على كفيات الشراء التمييزية أيضاً، حيث وردت في المادة عبارة شراء تمييزي، مما يعني أن التمييز الصادر من المشتريين المهنيين، لا سيما في إطار التوزيع الكبير la grande distribution يدخل في مجال تطبيق النص. ولا يطبق النص على التمييز الذي يكون ضحيته المستهلك، حيث أنه قصد به حماية المتعاملين الاقتصاديين.

ثانياً: شروط تحقق التمييز

لقيام التمييز لا بد أن تتوفر فيه بعض الشروط:

- تفترض نص المادة 18، وجود شراكة اقتصادية بين العون الاقتصادي القائم بالتمييز، والعون الاقتصادي ضحية التمييز، ولا يمكن أن يتعلق الأمر بمورد ولا بموزع محتمل لا تربطه علاقة تعاقدية مع القائم بالتمييز، وهكذا لا يمكن أن يتلقى صاحب حق الامتياز، الذي تم فسخ عقد امتياز الحصري، صفة شريك اقتصادي، طالما لم يعد مرتبطاً تعاقدياً بمانح الامتياز.

- ويشترط أن يكون التمييز قد مس عونا اقتصادياً بمفرده، والنص يرمي إلى حماية عون اقتصادي معين ضد الممارسات التي تغير بدون مبرر القدرات التنافسية له، ولا بد من إثبات التمييز، ولا يمكن معرفة ماذا كان هناك نفوذ ممارس على عون اقتصادي، بالمعاملة المخصصة لعون اقتصادي آخر يتواجد معه في نفس الأوضاع والظروف، لأن

للحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعتها القانونية".

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.98.

تواجد العونين في أوضاع مختلفة قد يبرر التمييز بينهما في المعاملة، ولذا لا يمكن الادعاء بوقوع ممارسات تمييزية في هذه الحالة، مثلا يستطيع الصانع أن يبيع منتجاته بأسعار منخفضة لتجار الجملة الذين يتمتعون بوفرة مالية مؤكدة، ولا يبيع تلك المنتجات لتجار التجزئة بنفس الأسعار، إذا كانت وضعياتهم المالية صعبة، بحيث يمكن أن تسبب للصانع خطورة معينة¹.

- وجود تمييز فعلي، غير مبرر بمقابل حقيقي، صدر عن عون اقتصادي في مواجهة عون آخر، ولذا لا يعتبر التمييز في المعاملة، بين المتعاملين الاقتصاديين قائم، إذا كان التمييز مبررا بمقابل حقيقي، ويجب أن يكون المقابل متعلقا بعملية الشراء نفسها، وليس بعمليات سابقة أو لاحقة، وأن يكون متناسبا مع المنافع الممنوحة².

ثالثا: أساليب التمييز

يتم التمييز في المعاملة بين الأعوان الاقتصاديين، بأساليب وطرق مختلفة، وقد تضمنت المادة 18 قائمة من الممارسات التمييزية، ولكن ليس هناك ما يمنع القاضي الأخذ بعناصر أخرى، من العلاقات التجارية لوصف الممارسات التمييزية، لذا يمكن القول أن هذه القائمة ليست على سبيل الحصر وإنما على سبيل المثال، والعناصر المحددة في المادة السابقة هي:

- السعر: يمكن أن يتم التمييز في المعاملة بواسطة السعر حيث يتم تخفيض السعر لبعض الأعوان والزيائن دون البعض الآخر، دون سبب موضوعي.

- شروط البيع أو الشراء: تكون شروط البيع، أو الشراء تمييزية، إذا كانت المعاملة المخصصة للأعوان الاقتصاديين، تتواجد في وضع مماثل، وتعامل بشكل تمييزي.

- آجال الدفع: قد يتم التمييز في المعاملة من خلال منح آجال دفع ميسرة لعون اقتصادي دون آخر، ويعتبر التخفيض أو الإلغاء لآجال الدفع، ضد أحد الموزعين فقط، بدون مبرر، تمييزا في المعاملة.

¹ ج. ريبير و ر. روللو، المطول في القانون التجاري، ترجمة منصور القاضي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الجزء الأول، المجلد 1، ص.813.

² ج. ريبير و ر. روللو، نفس المرجع، ص.814.

وأغلب أساليب هذه الممارسة تكون عن طريق السعر، حيث يتم تخصيص سعر معين لمتعامل اقتصادي على متعامل اقتصادي آخر يتواجد في نفس وضعيته، ولكن يمتاز هذا العون بنفوذ معينة على المتعامل الأصلي، وبالتالي يستغل هذه النفوذ من أجل الحصول على هذا التمييز، وهي تشبه إلى حد كبير استغلال الهيئة الاقتصادية المنصوص عليها في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، ولكن الاختلاف هو أن الهيئة الاقتصادية تكون المؤسسة في وضعية قوة اتجاه جميع المتنافسين، أما هذه الممارسة فهي نفوذ فقط اتجاه متعامل اقتصادي واحد¹.

فرع ثالث: إعادة البيع بالخسارة أو بسعر أدنى من سعر التكلفة

يعد إعادة البيع بالخسارة من بين الأساليب المنتشرة في الأسواق، والتي تلجأ إليها المؤسسة عادة لتحويل زبائن مؤسسة أو مؤسسات أخرى منافسة لها، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن تخفيض قيمة السلع إلى درجة إعادة بيعها بالخسارة سيرافقه لا محالة زيادة في سعر هذه السلعة مما يسمح للمؤسسة المخالفة من تعويض خسارتها من جيب المستهلك، وهذا بعد أن تكون قد حققت هدفها المتمثل في القضاء على المنافسة المحلية وبالتالي احتكار السوق، ولذا إذا كان لا يشترط في المؤسسة لكي تقوم بإعادة البيع بالخسارة أن تكون متمتعة بوضع مهيم على السوق، فإن الوصول إلى هذا الوضع يعد من أهدافها المنشودة².

هذا وقد نصت المادة 19 من القانون 04-02 على ما يلي: " يمنع إعادة بيع

سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي.

يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف

إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء، اعباء النقل.

غير أنه لا يطبق هذا الحكم على:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.99.

² ARCELIN Linda, droit de concurrence- les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire, presses universitaires de RENNES, parag.172.

- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي.

- السلع الموسمية وكذلك المتقدمة أو البالية تقنيا.

- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين من جديد.

- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط الا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة".

من خلال هذه المادة سنسلط الضوء على هذه الممارسة بشيء من التفصيل، وذلك من خلال تحليلها قانونا بتحديد أطرافها، تكييفها القانوني، الآثار السلبية، وأخيرا الاستثناءات الواردة عليها.

أولاً: مفهوم إعادة البيع بالخسارة:

سنتكلم على تعريف هذه الممارسة وأسباب تجريها.

أ- تعريف إعادة البيع بالخسارة:

لقد تم إيراد عدة تعريفات فقهية لممارسة إعادة البيع بالخسارة أهمها: قيام التاجر بإعادة بيع المنتج على حالته بسعر مخفض لدرجة أنه أقل من السعر الذي اشترى به ذلك المنتج، لذلك تم تجريم هذه الممارسة لاعتبارها غير شرعية ولاقتنائها بعنصر التعسف المصاحب لها¹.

ب- اسباب منع إعادة البيع بالخسارة

منع المشرع الجزائري هذه الممارسة دون النظر إلى ما يترتب عليها من آثار، وقد حظرها لأسباب كثيرة، منها أنها تقدم صورة مشوهة للمنافسة تجاه المستهلك، فإذا كان

¹ ابراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، السنة الجامعية 2012/2013، ص.96

التاجر يتظاهر بأنه يمارس هوامش ربح منخفضة لصالح المستهلكين، فإن الحقيقة غير ذلك، لأن هذه الممارسة يقصد منها تحويل الزبائن، وهذا يلحق أضراراً بمنافسيه¹. ولذا يحارب القانون هذه الممارسة، لحماية صغار التجار من أقوياء السوق، أي الموزعين الكبار والمحافظة على المستهلكين، ضد عروض غالباً ما تكون خادعة، لأن التاجر سيسقط تلك الخسارة على أسعار سلع أخرى بالرفع من سعرها، لتعويض الخسارة التي تكبدها في بيع بعض المنتجات، فتخفيض السعر، ليس طبيعياً أي ناتج عن قانون العرض والطلب، وإنما تم تزييفه وتخفيضه، لجذب زبائن التجار المنافسين إليه بطريقة غير شرعية.

ثانياً: مجال حظر ممارسة إعادة البيع بالخسارة

من خلال استقراءنا لنص المادة أساس حظر إعادة البيع بالخسارة، يمكننا أن نحدد نطاق ممارسة إعادة البيع بالخسارة، وذلك من خلال أطراف التعاقد والنطاق الموضوعي.

أ- أطراف التعاقد:

لم تبين المادة 19 المذكورة أعلاه المجال الشخصي لحظر هذه الممارسة، ولكن من خلال استعمال المشرع لعبارة "إعادة البيع" يمكن استظهار الطرف الأول لهذه العلاقة، والذي يتجسد عموماً في العون الاقتصادي وبالأخص في التاجر، لأنه هو الذي يشتري السلعة ثم يعيد بيعها، وباعتبار أن التاجر قد يتعامل مع فئة الأعوان الاقتصاديين أو مع فئة المستهلكين، وبالتالي فإن الطرف الثاني لهذه العلاقة قد يكون مهنياً أو مستهلكاً².

1- التاجر:

بما أن الحظر القانوني الذي جاءت به المادة 19 يتعلق أساساً بالمنتجات التي يعاد بيعها، فإن هذا الحظر يخص كل التجار - دون استثناء - الذي يمارسون عملية الشراء من أجل البيع وعلى الخصوص المستوردين، تجار الجملة وتجار التجزئة، لهذا فإنه يخرج من مجال هذا الحظر نشاطات الإنتاج وتقديم الخدمات³ وبالتالي فإن البيع الأول الذي يقوم

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.101.

² بلخيرى حنان، المرجع السابق، ص.472.

³ عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية، مصر، 2012، ص.183.

به المنتج لا يمتد إليه الحظر، وإنما يقتصر على إعادة البيع من طرف التجار، كما أن إعادة البيع تنصب على السلع دون الخدمات، ذلك لأن الخدمات لا يمكن إعادة بيعها نظرا لطبيعتها.

كما تجدر الإشارة أيضا أن المادة 19 لم تتضمن حظر عرض إعادة البيع، وعليه فإن مجرد العرض لا يعد فعلا محظورا، وذلك عكس المشرع الفرنسي الذي حظر كل من إعادة البيع أو مجرد عرضه بخسارة، وهذا من شأنه ضمان الفعالية، وبما أن هذه الممارسة يقوم بها التجار، فيشترط لحظرها أن تكون السلع التي يعاد بيعها على حالتها أي لم يتناولها أي تحويل رغم أن نص المادة 19 خال من عبارة "إعادة البيع على الحالة"¹.

2- المشتري:

يعتبر المشتري الطرف الثاني في هذه الممارسة، غير أن المادة 19 لم تولي أية أهمية لصفة المشتري الذي يتعامل معه التاجر، وعلى ذلك فإن الحظر يطبق على كل تعاملات المؤسسة سواء تلك التي يكون بينهما وبين مؤسسة أخرى، أو التي بينها وبين المستهلك، أي مهما كان الطرف المتعاقد معها عونا اقتصاديا كان أو مستهلك².

2-1- المشتري عون اقتصادي:

إن التاجر الذي يمارس إعادة البيع بالخسارة قد يكون تاجرا بالجملة، وإذا كان كذلك فغالبا ما يكون المشتري الطرف الثاني في هذه العلاقة عونا اقتصاديا والذي يتجسد في تاجر التجزئة، لأن التجار بالجملة يتعاملون في غالب الأحيان مع تجار بالتجزئة، غير أنه لا يوجد مانع من أن يتعامل تاجر الجملة مع المستهلك مباشرة وهذا أيضا حظرا قانوني تضمنته المادة 19.

¹ بلخيري حنان، المرجع السابق، ص.481.

² لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.223.

2-2- المشتري المستهلك:

أما إذا كانت ممارسة إعادة البيع بالخسارة قد صدرت من طرف تاجر التجزئة، فإن المشتري في هذه العلاقة يتجسد بصفة أكيدة في المستهلك، وذلك في إطار البيع النهائي الذي يتم بين تاجر التجزئة والمستهلكين¹.

ب- مجال الحظر من حيث الموضوع:

فيما يخص نطاق الممارسة من حيث الموضوع، من خلال قراءة المادة 19 نستطيع تحديد ما يلي:

- أن تسبق عملية البيع بسعر أدنى من عملية الشراء².
- لقيام إعادة البيع بالخسارة لأبد من وجود علاقة تعاقدية تامة، حتى يتم الحديث عن إعادة البيع بالخسارة، وبالتالي فعرض إعادة البيع بالخسارة، أي الإيجاب الصادر من العون الاقتصادي، لا يدخل ضمن الحظر القانوني³.
- يتعلق مجال إعادة البيع بالخسارة بالسلع والمنتجات المباعة بعد الشراء، أي المعروضة للبيع على حالتها الأصلية دون تحويلها، وبالتالي يخرج من مجال الحظر السلع والمنتجات المحولة والمصنعة من طرف المنتجين أو الحرفيين.
- أن يكون هناك فرق بين السعر الذي تكلفته عملية شراء السلعة، والسعر الذي تم من خلاله عملية إعادة البيع بالخسارة، أي أن يكون سعر البيع أقل من سعر التكلفة، فإذا كان سعر البيع مساويا أو يفوق سعر التكلفة، وكان منخفضا مقارنة بما يمارسه المنافسون من أسعار في السوق، فلا مجال لحظر هذه الممارسة، لأن العملية تبرر بالمنافسة في السوق وليس إعادة البيع بالخسارة.، وعليه، لا نكون أمام إعادة البيع بالخسارة المحظورة قانونا، إلا إذا كان سعر السلع المعاد بيعها أقل من سعر التكلفة الحقيقي، والمقصود بسعر التكلفة الحقيقي حسب التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في نص المادة 19 فقرة 2 من

¹ بلخيرى حنان، نفس المرجع، ص.481.

² لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، نفس المرجع، ص.224.

³ خديجي أحمد، المرجع السابق، ص.97.

القانون 04-02، أي سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل¹.

يثور إشكال فيما يخص التخفيضات التي تستفيد منها المؤسسات في عملية الشراء، هل تحتسب في تحديد عتبة البيع بالخسارة أم أنها تخرج من هذا النطاق؟ للإجابة عن هذا التساؤل يمكن أن نفرق بين حالتين:

حالة أولى: تحصلت فيها المؤسسة الزبونة بمناسبة عقد البيع الذي أبرمته مع المؤسسة الممونة، على تخفيضات مباشرة على السعر تم تحديده في الفاتورة، وكان التخفيض مرتبطا مباشرة بعميلة البيع دون غيره من البيوع الأخرى، ففي هذه الحالة يتم اقتطاع هذه التخفيضات من سعر التكلفة الحقيقي، للوصول إلى الحد الأدنى لإعادة البيع بالخسارة، غير أنه إذا لم تتضمن الفاتورة التخفيضات التي تحصلت عليها المؤسسة، ففي هذه الحالة لا تحتسب هذه التخفيضات في عتبة البيع بالخسارة، إلا أن هذه القرينة بسيطة تستطيع المؤسسة إثبات عكسها، وذلك بإثبات أن السعر الذي اشترت به هو في الحقيقة أقل من السعر الموضوع في الفاتورة، ونظرا للتخفيضات التي تحصلت عليها بعد تحريرها والتي لم تستطع تضمينها في الفاتورة².

حالة ثانية: تتعلق بتخفيضات مستقبلية شرطية، أي غير متعلقة بعملية البيع محل التعاقد أو مرتبطة بتحقق شروط معينة، كذلك التخفيضات لا تؤخذ بالحسبان لأجل تقييم سعر إعادة البيع بالخسارة، بسبب طابعها غير المحدد يوم البيع، لذا فلا يمكن تشبيهها بتلك التخفيضات التي تكون محلا للخصم من سعر التكلفة الحقيقي، لأنها غير مرتبطة بوقت إعادة البيع³.

ثالثا: حالات إباحة إعادة البيع بالخسارة:

على عكس ممارسة البيع المخفض تعسفا للمستهلك، التي لو يورد فيها المشرع اي استثناء، ولم يبيحها بأي حال من الأحوال، فإن المشرع أورد استثناءات على مبدأ حظر

¹¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.338.

² لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.225.

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.339.

إعادة البيع بالخسارة، وأباحها في حالات محدد على سبيل الحصر، بمقتضى المادة 19 من قانون 02-04 الفقرة 3¹، وعليه سنحاول عرض الحالات التي يباح فيها إعادة البيع بالخسارة كما يلي:

أ- حالة السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع:

ذلك أن القانون يوازن بين المصالح، وهذه السلع تقتضي طبيعتها سرعة التصرف فيها ولو تم بيعها بسعر أقل من سعر تكلفتها محافظة على مصالح العون الاقتصادي مالك لهذه السلعة، لكن هذا الحكم قد يفقد مصداقيته بالنظر إلى التطور التكنولوجي الحالي والذي يسمح بالمحافظة على المواد السريعة التلف لمدة أطول، لذلك على القضاء دراسة كل حالة على حدة، فإذا كانت هذه الحالة تشكل حقا منصوص عليه قانونا، فإن ممارسة هذا الحق بشكل يراد به الإضرار بالغير أو يهدف إلى تحقيق مصلحة غير مشروعة، كإخراج بعض المنافسين من السوق أو أن العون الاقتصادي يحقق من خلاله فائدة لا تتناسب مع ما تلحق بغيره من أضرار، كل هذا يشكل تعسفا في استعمال الحق بحسب المادة 124 مكرر من القانون المدني²، والتعسف في استعمال الحق يشكل خرقا للالتزام بالنزاهة الذي يسعى قانون الممارسات التجارية إلى تحقيقه، بل يشكل هذا الالتزام أحد أهم المبادئ التي تقوم عليها

¹ المادة 19 فقرة 3 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تنص على ما يلي: "... غير أنه لا يطبق هذا الحكم على:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع،
- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو انهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي،
- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا،
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد،
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين "على حد البيع بالخسارة"

² تنص المادة 124 مكرر من القانون المدني على: "يشكل استعمال التعسفي للحق خطأ لا سيما في الحالات التالية:

- إذا وقع بقصد الإضرار بالغير،
- إذا كان يرمي للحصول على فائدة قليلة بالنسبة للضرر الناشئ للغير،
- إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة"

المنافسة، فعلى القضاء المحافظة على هذا المبدأ قدر المستطاع ولو بالاستناد إلى أحكام وقواعد عامة لم تتضمنها قوانين المنافسة، لذلك يجب دراسة كل حالة على حدة، مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة السلعة وإمكانيات العون الاقتصادي في حفظ تلك السلعة، فإذا كانت المادة سريعة التلف بحسب طبيعتها مع وجود إمكانية حفظها، فإن بيعها بسعر أقل من تكلفتها ليس مبرراً، طالما كانت تكاليف الحفظ معقولة أيضاً¹.

ب- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغير النشاط أو انهائه أو إثر

تنفيذ حكم قضائي:

قد يضطر العون الاقتصادي إلى إعادة بيع السلع بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي، وذلك لكونه في ظرف ملح بسبب تغيير نشاطه، فإذا كان التاجر يبيع مواد غذائية وغير نشاطه إلى بيع قطع غيار السيارات، فإنه لا يجد سبباً في الاحتفاظ بما لديه من سلع غذائية في متجره، وإبقاؤه لها، لأنه لن يستقبل زبائن للمواد الغذائية بعد تغيير نشاطه، كما أن تصرف العون الاقتصادي في السلع وبيعها بسعر أدنى من سعر الشراء قد يكون بسبب انتهاء نشاطه نتيجة قرار إداري أو تنفيذ حكم قضائي، الأمر الذي يبيح تصرفه في السلع وبيعها بسعر منخفض عن سعر تكلفتها².

هذا وتجدر الإشارة أن المرسوم التنفيذي رقم 06-215³ حدد كيفية ممارسة هذا البيع والاجراءات المتبعة لاعتباره قانوني حيث حدد في المادة 11 و12 منه على أنه يلزم العون الاقتصادي بإعلان هذا البيع بملصقات على واجهة المحل وتصريح مسبق لدى المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً.

¹ طحطاح علال، المرجع السابق، ص.ص.151.152.

² عادل عميرات، المرجع السابق، ص.135.

³ المرسوم التنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1427 الموافق ل 18 يونيو سنة 2006، يحدد شروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41، المؤرخة في 25 جمادى الأولى عام 1427 الموافق ل 21 يونيو سنة 2006.

ج- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل
(حالة انخفاض الأسعار):

هذه الحالة تهدف إلى حماية العون الاقتصادي، الذي لا يمكنه البيع بسعر يعلو سعر باقي منافسيه، ولو أن سلعة كلفته سعرا أكثر من السعر الذي يبيع به، على اعتبار دخول نفس السلعة للسوق، وقد كلفت غيره من منافسيه أقل مما كلفته، فله البيع بنفس أسعار منافسيه، أي يكون بيع العون الاقتصادي المعني لسلعته يساوي سعر إعادة التموين الجديد، ويقتضي هذا الاستثناء أن يتحقق بمنتجات لها خصائص مماثلة لمنتجات التموين الأول¹.

د- السلع الموسمية أو المتقدمة أو البالية:

يجوز للمؤسسة أيضا أن تبيع السلع الموسمية بأقل من تكلفتها بعد خروج موسمها، بمعنى أن إعادة البيع بالخسارة سيكون مباحا إذا تم عند نهاية الموسم (أي إذا تم بين الفصلين)، وبالتالي فإن إعادة بيع السلع بأسعار منخفضة solde تكون مرتبطة بوقت محدد، لذا فلا يجب أن يكون هذا الاستثناء الفرصة التي تسمح للمؤسسة بالتخلص من مخزونها من السلع بأي سعر كان.

هـ- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من

طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين:

وهذه الحالة يمكن تضمينها في حالة السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، ويقتضي اعتمادها أن لا يكون أسعار المنافسين تشكل بيعا بالخسارة أي بأقل من سعر التكلفة²، ومعنى ذلك أنه بإمكان أحد الأعوان الاقتصاديين إعادة البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقية شريطة إثباته بأن الأعوان الاقتصاديين الموجودين معه في نفس السوق، يطبقون نفس الأسعار بالنسبة لنفس المنتج، وهذا حتى ستسنى له مواجهة منافسيه³.

¹ طحطاح علال، المرجع السابق، ص.152.

² طحطاح علال، المرجع السابق، ص.153.

³ خديجي أحمد، المرجع السابق، ص.99.

نفس الاستثناءات نجدها تقريبا في التشريع الفرنسي، حيث يباح البيع بالخسارة في حالة البيع الإرادي أو الجبري المبرر بالتوقف أو تغيير النشاط التجاري، حيث يبرر في هذه الحالة بفعل أن التاجر ملزم بالتخلص في أقرب وقت ممكن من المخزون الذي يحوزه، كذلك يباح البيع بالخسارة في حالة بيع السلع ذات الطبيعة الموسمية، في حالة انتهاء موسم أو بين الموسمين، حيث أن هذه السلع لا تعود مطلوبة من الجمهور، بسبب مثلا تغير المودا la mode أو ظهور تطور تقني في المجال، ما يجعل اقتناء نفس السلع بسعر أقل¹.

فرع رابع: مراقبة البيوع خارج المحلات وعند مخازن المعامل وبالتخفيض وعند

تصفية المخزونات

نص القانون على طائفة من البيوع المشروعة التي يلجأ إليها التجار لتصريف سلعهم في فترات معينة، باستعمال بعض الأساليب والتقنيات غير العادية لجلب الزبائن، في مقابل تقديمهم بعض المزايا، مثل تخفيض أسعار البيع، وهذه البيع هي: البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عند مخازن المعامل، والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود².

ونصت المادة 21 من القانون 04-02 على أن " تحدد عن طريق التنظيم شروط وكيفيات البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، أو البيع عند مخازن المعامل، والبيع بالتخفيض، والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع الترويجي".

ويقتضي الأمر مراقبة هذه البيوع، نظرا للآثار السلبية التي ترتبها، بالنسبة للأعوان الاقتصاديين المنافسين والمستهلكين، وللتخفيف من هذه الآثار، فقد أخضعها القانون للتنظيم، بما يسمح لمصالح المراقبة، بالحصول على آلية لمتابعة النشاطات وعقوبة المخالفات المتعلقة بها، وفي هذا الإطار صدر المرسوم التنفيذي المنظم لهذه البيوع، وهو المرسوم التنفيذي 06-215 السلف ذكره، الذي يحدد شروط وكيفيات ممارستها.

وينص المرسوم التنفيذي لا سيما على:

¹ Stéphane PIEDELIEVE? Droit commercial, 9^{ème} édition, Dalloz, France, 2013, p.330.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.103.

- التعريف بمضمون النشاطات التجارية المعنية.
- فترات تحقيق البيوع المعنية.

إن شروط ممارستها يتم بواسطة نظامي تأطير متعلقان على الخصوص ب :

1- النظام التصريحي: الذي يطبق على البيع بالتخفيض¹ والبيع الترويجي²، البيع في حالة تصفية المخزونات³ والبيع عند مخازن المعامل⁴، حيث يسمح هذا النظام للعون الاقتصادي، بالشروع في البيع، بمجرد إيداع التصريح لدى المديرية الولائية للتجارة، وتملك المصالح المختصة صلاحية مراقبة البيوع لاحقاً.

2- النظام الخاضع للترخصة: المطبق على البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ويسمح هذا النظام للعون الاقتصادي، بالشروع في نشاطه بمجرد منحه رخصة الممارسة، من طرف المديرية الولائية للتجارة، التي يقدم الملف أمامها. واشتراط الرخصة لممارسة هذا البيع، مبرر بكون أنه يمارس في فضاءات وأماكن عمومية مخصصة لهذا الغرض، من طرف الوالي بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة، وحماية النظام العام، واحترام قواعد العمران التجاري، النظافة والصحة ومكافحة كل منافسة غير نزيهة.

أولاً: البيع بالتخفيض:

قد عرفت المادة 2 من المرسوم البيوع بالتخفيض، بأنه البيع بالتجزئة، الذي يهدف إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة، بثمن منخفض، مع استعمال وسائل الدعاية والإشهار اللازمة قبل إجراء العملية أو أثناءها⁵.

واشترط في المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المذكور أعلاه، أن يرخص هذا البيع إلا مرتين في السنة ولمدة ستة أسابيع، بين شهري يناير وفبراير من الفترة الشتوية وبين يوليو وغشت من الفترة الصيفية⁶، وتحدد تواريخ فترات البيع بالتخفيض في بداية كل سنة

¹ المادة 6 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

² المادة 9 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

³ المادة 12 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

⁴ المادة 16 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

⁵ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.105.

⁶ المادة 3 من المرسوم التنفيذي 06-215 السالف الذكر تنص على أنه: " يرخص البيع بالتخفيض مرتين في السنة المدنية، ويجب أن تتم عملية بيع بالتخفيض، التي تكون مدتها ستة أسابيع متواصلة، خلال الفصلين الشتوي والصيفي.

بقرار من الوالي بناء على اقتراح مدير التجارة¹، وعلى كل عون اقتصادي معني بهذا البيع، القيام بعملية الإشهار له من تواريخ والسلع المعنية والأسعار المطبقة²، وكذا التصريح لدى المدير الولائي للتجارة بعد استشارة الجمعيات المهنية وجمعيات المستهلك³.

لكن للأسف فإن ما يلاحظ بالنسبة لممارسات المؤسسات الناشطة في أسواقنا أنه يسودها الغش، فبالرغم من وضوح هذا الاستثناء، إلا أنهم لم يتقيدوا به، حيث أصبح شعار " البيع بأسعار منخفضة solde" موضوع في محلاتها طيلة أيام السنة، بالرغم من علمهم أن هذا الشعار يخص فقط السلع التي انتهى موسمها دون غيرها، لأنها وحدها التي يمكن أن تباع بأقل من تكلفتها.

ولذا فعلى أعوان الرقابة أن يضمنوا الحماية الكافية للمستهلك من مثل هذا الأسلوب المخادع والذي من شأنه أن يوقع هذا الأخير في غلط ويدفعه إلى شراء سلع ما كان له أن يشتريها لولا هذا الشعار الذي في غير محله.

غير أنه يمكن للعون الاقتصادي توقيف البيع بالتخفيض قبل انتهاء المدة المحددة في الفترة المذكورة أعلاه. ينجز البيع بالتخفيض خلال الفترات الممتدة بين شهري يناير وفبراير من الفترة الشتوية وبين شهري يوليو و غشت من الفترة الصيفية"

¹ المادة 4 من المرسوم التنفيذي 06-215 تنص على ما يلي: " استنادا إلى فترات البيع بالتخفيض المحددة في المادة 3 أعلاه، تحدد تواريخ البيع بالتخفيض في بداية كل سنة بقرار من الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة المختص إقليميا، بعد استشارة الجمعيات المهنية المعنية وجمعيات حماية المستهلك. يعلن القرار المتخذ في هذا الإطار عن طريق كل الوسائل الملائمة".

² المادة 5 من المرسوم التنفيذي 06-215 السالف الذكر تنص على أنه: " يجب على كل عون اقتصادي معني أن يعلن عن طريق الإشهار، على واجهة محله التجاري وبكل الوسائل الملائمة الأخرى، تواريخ بداية ونهاية البيع بالتخفيض والسلع المعنية والأسعار المطبقة سابقا وتخفيضات الأسعار الممنوحة التي يمكن أن تكون ثابتة أو تدريجية. يمارس البيع بالتخفيض الأعوان الاقتصاديون في المحلات التي يمارسون فيها نشاطهم.

تعرض السلع موضوع البيع بالتخفيض بصفة منفصلة عن السلع الأخرى وعلى مرأى الزبائن".

³ المادة 6 من المرسوم التنفيذي 06-2015 تنص على أنه: " يجب على العون الاقتصادي الذي يرغب في ممارسة البيع بالتخفيض أن يقوم بإيداع تصريح لدى المدير الولائي للتجارة المختص إقليميا مرفقا بالوثائق التالية:

- نسخة من مستخرج السجل التجاري أو عند الاقتضاء نسخة من مستخرج سجل الصناعة التقليدية والحرف،
 - قائمة السلع موضوع البيع بالتخفيض وكميتها،
 - قائمة تبين التخفيضات في الأسعار المقرر تطبيقها وكذا الأسعار الممارسة سابقا.
- كل إيداع ملف مطابق يؤدي فورا إلى تسليم رخصة إلى العون الاقتصادي تسمح له بالشروع في البيع بالتخفيض خلال المدة المحددة".

وبالتالي فإذا كان من الضروري وضع شعار في المحلات من أجل جلب الزبائن ودون أن تخالف المؤسسة القانون، فالشعار الأصلى هو "البيع بأسعار معقولة" وليس "البيع بأسعار منخفضة"، لأن هذه الممارسة الأخيرة لها شروطها الخاصة والمتمثلة أساسا في بيع السلع التي انتهى أو خرج موسمها، وأن عملية البيع ستكون بالخسارة¹.

ثانيا: البيع الترويجي:

حسب المادة 7 من المرسوم المذكور، فإن البيع الترويجي، هو البيع الذي تستعمل فيه تقنيات معينة في البيع، ويرمي إلى الترويج لسلعة معينة لجذب الزبائن، وكسب ثقتهم ووفائهم، في مقابل تقديمهم بعض المزايا من طرف البائع.

إذن يعتبر البيع الترويجي كل تقنية بيع سلع مهما يكن شكلها، والتي يرمي العون الاقتصادي عن طريقها إلى جلب الزبائن وكسب وفائهم.

يمارس البيع الترويجي الأعوان الاقتصاديون في المحلات التي يمارسون فيها نشاطاتهم²، ويتوجب على العون الاقتصادي إعلام الزبائن عن طريق الإشهار، على واجهة محله التجاري وبكل الوسائل الملائمة الأخرى، بتقنيات الترويج المستعملة ومدة الترويج والمزايا المقدمة³.

يجب على العون الاقتصادي الذي يرغب في ممارسة البيع الترويجي أن يودع تصريحاً لدى المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً، يذكر فيه ما يأتي:

- بداية و نهاية البيع الترويجي،
- التقنيات و الأسعار الترويجية التي ستطبق،
- هوية المحضر القضائي المعين و عنوانه، في حالة تنظيم عمليات سحب بالقرعة.

- يجب أن يرفق التصريح بالوثائق الآتية:

¹ سميحة علال، المرجع السابق، ص. 75.

² المادة 7 فقرة 2 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

³ المادة 7 فقرة 3 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

- نسخة من مستخرج السجل التجاري، أو عند الاقتضاء، مستخرج من سجل الصناعة التقليدية والحرف،
 - قائمة السلع موضوع عمليات الترويج.
- كل إيداع لملف مطابق يؤدي فوراً إلى تسليم رخصة إلى العون الاقتصادي تسمح له بالشروع في البيع الترويجي خلال المدة المحددة¹.
- يبلغ العون الاقتصادي المعني المديرية الولائية للتجارة المختصة إقليمياً والمحضر القضائي، بشروط تنظيم عمليات سحب بالقرعة وإعلان نتائج ذلك.
- كما يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين عن طريق الإلصاق على واجهة محله التجاري و بكل الوسائل الملائمة الأخرى الملائمة².

ثالثاً: البيع في حالة تصفية المخزونات

- هذا البيع مثله مثل البيع بالتخفيض، يهدف إلى تسهيل التصريف السريع للمخزونات، يتم إثر التوقف المؤقت أو النهائي للنشاط، أو تغييره أو تعديل جوهرى لشروط استغلاله³.
- كل عون اقتصادي معني بهذا البيع ملزم بالإعلان على واجهة محله التجاري عن طريق الإلصاق وبأية وسيلة أخرى ملائمة، بداية ونهاية البيع في حالة تصفية المخزونات والسلع المعنية والتخفيضات في الأسعار الممنوحة. وتتمارس هذه البيوع في محلاتهم التجارية⁴.
- يجب على العون الاقتصادي الذي يرغب في تصفية المخزونات أن يقوم بإيداع تصريح لدى المدير الولائي للتجارة يذكر فيه:
- بداية ونهاية البيع في حالة تصفية المخزونات.
 - السلع المعنية.

¹ المادة 8 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

² المادة 9 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

³ المادة 10 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

⁴ المادة 11 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

- التخفيضات المقترحة في الأسعار والتي يمكن أن تكون ثابتة أو تدريجية. كما يجب أن يرفق التصريح بالوثائق التالية:
- نسخة من مستخرج الشطب من السجل التجاري أو، عند الاقتضاء، نسخة من مستخرج الشطب من سجل الصناعة التقليدية والحرف.
- في حالة التعليق المؤقت للنشاط، تصريح شرفي للعون الاقتصادي يثبت غلق المحل التجاري ومدته.
- في حالة تغيير النشاط، نسخة من مستخرج السجل التجاري أو، عند الاقتضاء، نسخة من مستخرج سجل الصناعة التقليدية والحرف تثبت تغيير النشاط.
- جرد السلع موضوع عملية التصفية وأسعار بيعها.
- تسلم رخصة للعون الاقتصادي تسمح له بالشروع في البيع الترويجي خلال المدة المحددة¹.

رابعاً: البيع عند مخازن المعامل

البيع عند مخازن المعامل، هو ذلك البيع الذي يقوم به المنتجون مباشرة إلى المستهلك، والأعوان الاقتصاديين، ويتعلق الأمر أساساً بجزء من انتاجهم من السلع، التي لم يتم بيعها، أو أعيدت إليهم²، حيث يكون البيع من المصنع دون المرور على الموزع والبائع بالجملة... الخ، وبالتالي تكون أسعار منخفضة لأنها من المصدر، ولهذا تم تنظيمها من طرف المرسوم لأنها يمكن أن تؤثر على المنافسة في السوق.

ومخازن المعامل، يقصد بها تلك المنشآت الأساسية، التي يعدها المنتجون في مقر الإنتاج لممارسة البيع للجمهور، وتكون منفصلة عن وحدات الإنتاج³.

ولممارسة هذا البيع، يجب على المنتج أن تكون له كل الوثائق اللازمة التي تثبت مصدر السلع المعنية، وأن يعلن بأية وسيلة عن بداية ونهاية البيع عند مخازن المعامل، والسلع المعنية والتخفيضات في الأسعار الممنوحة¹.

¹ المادة 12 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

² المادة 13 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

³ المادة 14 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

ويتعين على المنتج، إيداع لدى المدير الولائي المختص إقليمياً، تصريحاً مرفقاً بنسخة من مستخرج السجل التجاري أو الحرفي، وقائمة وكمية السلع موضوع البيع، جدول يبين الأسعار التي ستطبق، وبإيداع هذا الملف، تسلم فوراً إلى العون المنتج، رخصة تسمح له بالشروع في عملية البيع².

خامساً: البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود

عرفته المادة 17 من المرسوم 06-215، بأنه بيع عون اقتصادي، سلع عن طريق عرضها في المحلات والأماكن والمساحات، أو بواسطة السيارات المعدة لذلك. علماً، بأنه تحدد في كل سنة، الأماكن التي تخصص لهذا الغرض، وأيضاً فترات البيع، بقرار من الوالي، بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة، بعد أخذ رأي الجمعيات المهنية المعنية، وجمعيات حماية المستهلكين، ولا يمكن أن تتعدى مدة البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود شهرين، قابلة للتجديد في السنة المدنية الواحدة³. ويخضع هذا البيع إلى ترخيص الوالي، وذلك بناء على ملف يقدمه العون الاقتصادي، يتضمن طلب الرخصة ونسخة من السجل التجاري أو الحرفي، ونسخة من البطاقة الرمادية للسيارة التي تستعمل في البيع، وقائمة وكميات السلع محل البيع. ويوضع طلب الرخصة قبل شهرين من بداية فترة البيع، ويفصل الوالي في الطلب، خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً، ابتداءً من تاريخ إيداعه، ويعد عدم الرد في الأجل المحدد قبولاً ضمناً، وفي حالة الرفض، يجب أن يبلغ إلى العون الاقتصادي، الذي يمكنه تقديم طعن حسب التشريع الجاري به العمل⁴، ويجب على العون الاقتصادي المعني، إشهار البيع وضمان سلامة السلع محل البيع، ومطابقتها للمعايير وخلوها من الأخطار التي تمس بالبيئة وصحة المستهلكين وسلامتهم⁵.

¹ المادة 15 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

² المادة 16 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

³ المادة 18 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

⁴ المادة 19 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

⁵ المادة 21 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

كما يتعين على كل عون اقتصادي معني، الإعلام عن طريق كل الوسائل الملائمة عن بداية ونهاية البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود والسلع المعنية والأسعار الممارسة¹.

مطلب ثاني: منع ممارسة أسعار غير شرعية والتدليسية

اختلفت مقتضيات معالجة الإطار القانوني لمخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار ما بين ما كان عليه في ظل الأمر 74-37 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، وبين ما هو عليه الآن، إذ تدعم وتعزز إطارها وأضحت أوسع بالنظر إلى التشريعات السارية بها العمل الآن، وأضحت تشمل ما يلي:

- البيع بسعر أعلى من السعر المقنن.
 - التصريحات المزيفة لأسعار التكلفة
 - إخفاء الزيادات الغير الشرعية في الأسعار
 - الإبقاء على ارتفاع الأسعار وهدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل
 - عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا
 - تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق
 - إنجاز المعاملات التجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.
 - حيازة مخزن من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.
- وهو ما سنحاول دراسته كل على حدى .

فرع أول: ممارسة أسعار غير شرعية

وهي كالآتي:

أولاً: البيع بسعر أقل من السعر المقنن²

¹ المادة 20 من المرسوم التنفيذي 06-215، السابق ذكره.

² المادة 22 من قانون 04-02 تنص على ما يلي: " يجب على كل عون اقتصادي، في مفهوم هذا القانون، تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما".

إذا كان الأصل هو حرية العون الاقتصادي في تحديد السعر، فإن تدخل السلطات العامة لفرض أسعار محددة لبعض المنتجات أو الخدمات لأمر جائز، كما هو الحال بالنسبة للحليب المبستر الموضب في الأكياس، وغاز البوتان وغيرهما¹.

وهنا يشترط إذن لقيام هذه الممارسة غير الشرعية ما يلي:

- فيما يتعلق بالأطراف: أن تصدر المخالفة من أي عون اقتصادي بغض النظر عن صفته سواء كان منتجا أو موزعا، والأمر سيان بالنسبة للمتعاقد الآخر أي مقتني السلعة أو المستفيد من الخدمة إن كان مهنيا أو مستهلكا، ذلك أن المواد المقننة تحدد هوامش الربح في كل مرحلة من بيعها سواء عند خروجها من المخزن مروراً بالمتدخلين حتى بيعها للمستهلك.

- فيما يخص العلاقة بين الأطراف: إما أن تتخذ شكل عقد بيع سلعة أو أداء خدمة، بمعنى أنها علاقة تعاقدية بين البائع والمشتري أو بين مقدم الخدمة والمستفيد ولا يتصور غير ذلك.

والملاحظ في هذا الصدد أن المادة ذكرت مصطلح "تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة"، وبتبيين من هنا أن المادة لم تتطرق لحكم حالة عرض أو اقتراح سعر سلعة أو خدمة بما يخالف الأسعار المقننة دون اجراء البيع أو تقديم الخدمة فعلا، لعل المشرع قصد بذلك التفرقة بين الممارسات غير الشرعية الواقعة على المستهلك قبل التعاقد وبعدها.

- فيما يتعلق بالسعر: وجوب وجود نص تشريعي أو تنظيمي يقن أسعار بعض السلع والخدمات أو يحدد هوامش الربح المطبقة عليها هذا من جهة، وكذا مخالفة العون الاقتصادي للنص المحدد للسعر أو هامش الربح من جهة أخرى²، هذا يرى الأستاذ محمد الشريف كتو أن "النص جاء عاما، مما يجعل المخالفة لا تقتصر على الرفع من السعر فحسب وإنما تشمل كذلك التخفيض منه"³.

وبالتالي يتوفر الركن المادي في جريمة البيع بأزيد من السعر المقنن، بوقوع البيع ذاته بأزيد من السعر المعين، وذلك بغض النظر عن صلة البائع بالسلعة أو صفتها في

¹ بخاري لطيفة، المرجع السابق، ص105.

² بخاري لطيفة، نفس المرجع، ص105.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، ص.109.

البيع، ولم يستثنى المشرع أي حالة، وعليه حتى البيع بالمزاد العلني والبيع بالجزاف يقع تحت الحظر في حالة ما تجاوز سعر البيع السعر المقنن¹. وبالتالي كل سعر منافى للسعر الشرعي ولا يطابقه يعتبر ممارسة أسعار غير شرعية².

ثانيا: التصريحات المزيفة للأسعار³

وصورتها أن يعمد العون الاقتصادي إلى إخفاء تفاصيل الأسعار الحقيقية للتكلفة حتى يرفع فيها، وهو ما يؤثر على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات التي سبق وأن حددتها أسعارها من طرف الدولة أو وضعت لها سقفا⁴.

واسعار التكلفة تحسب على أساس تكاليف الإنتاج والضرائب والرسوم المفروضة على السلعة أو الخدمة، وتتم هذه الممارسة من خلال التصريح الكاذب بأسعار التكلفة بالتخفيض أو الرفع من قيمة سعر التكلفة الحقيقي بهدف التأثير على سعر البيع، وفي سبيل اعتماد آليات شفافة تكشف مدى مصداقية تصريحاتهم، ألزم القانون الأعوان الاقتصاديين بالتصريح بمكونات أسعار السلع والخدمات الموجة للبيع من أجل التأكد من الأسعار والهوامش المطبقة في الأسواق، بما في ذلك على مستوى الموزعين والبائعين بالتنقيط، ولم يضيف المشرع الجزائري أي استثناء على سعر التكلفة ومن سبيل ذلك تكلفة الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج أو الخدمة⁵.

وللمثال قد يظهر التصريح المزيف لأسعار التكاليف من خلال أجور يد العاملة أو الخدمات (التكاليف الإضافية) كنقل السلعة... الخ⁶.

ثالثا: إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار¹

¹ محمود محمد عبد العزيز الزيتي، جرائم التسعير الجبري، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصرن 2010، ص.150.

² بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.95.

³ المادة 23 فقرة 1 من قانون 04-02، السابق ذكره.

⁴ لمزيد من المعلومات راجع الطعن رقم 10308 لسنة79 قضائية بتاريخ 2010/01/05 جمهورية مصر العربية، السوابق القضائية، النقض الجنائي، تسعير جبري وتحديد أرباح البيع أو عرض للبيع سلعة مسعرة بسعر يزيد عن السعر المحدد أو ببيع يزيد عن الربح المحدد.

⁵ طحطاح علال، المرجع السابق، ص.138.

⁶ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.242.

يظهر من هذه الممارسة أن الزيادات في الأسعار المحدد أو المسقفة أو المصادق عليها²، قد تتخذ شكلان:

- شكل شرعي: اخفاء الزيادات الشرعية على غرار تفاصيل التكلفة،
- شكل غير شرعي: اخفاء الزيادات غير الشرعية.

ومعناه أن العون الاقتصادي بإمكانه أن يرفع من أسعار السلع وفق مقتضيات التشريعية وبشكل علني يظهر من خلال نشر الأسعار تقيدا بالمواد 4 إلى 7 من قانون الممارسات التجارية ولكن أن يتم ذلك بشكل خفي يعكس التديس في الأسعار، فهو ما جرمه المشرع سواء تعلق الأمر بالسلع أو الخدمات³.

إن الأسعار التي تفوق السعر المحدد أو تتجاوز هامش الربح القانوني تعتبر ممارسة لأسعار غير شرعية⁴.

رابعاً: الإبقاء على ارتفاع الأسعار وعدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل⁵

وتشمل صورتان:

أ- الإبقاء على ارتفاع الأسعار:

وصورتها أن يتم رفع أسعار السلع والخدمات بشكل مؤثر على القدرة الشرائية للمستهلك، وتعتمد الدولة إلى تخفيض الأسعار، أو أن السعر ينخفض بناء على قانون السوق ولكن رغم ذلك يمتنع العون الاقتصادي عن التجسيد الفعلي لذلك، وهذا وقد حدد المشرع الجزائري أن الانخفاض يتعلق بتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع.

ب- عدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل:

تتم هذه الممارسة في حالة ارتفاع أسعار السلع والخدمات نتيجة ارتفاع تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع ثم تنخفض هذه التكاليف، لكن رغم ذلك يُبقى العون الاقتصادي على الأسعار مرتفعة بهدف تحقيق أرباح كثيرة¹.

¹ المادة 23 فقرة 2 من قانون 04-02، السابق ذكره.

² قارة سليمان محمد خلود، المرجع السابق، ص.323.

³ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.242.

⁴ بوقطوف بهجت، المرجع السابق، ص.96.

⁵ المادة 23 فقرة 3 من قانون 04-02، السابق ذكره.

خامسا: عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا²:

إن الامتناع عن إيداع أسعار السلع والخدمات لا سيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد وتسقيف هوامش الربح والأسعار لدى السلطات المعنية، تعد صورة من صور الممارسات الماسة بشرعية الأسعار، هذا وتشتترط المادة 22 مكرر من القانون 02-04 أن يكون هذا الإيداع قبل البيع وتأدية الخدمة.

ويطبق الالتزام ذاته عندما تكون هذه السلع والخدمات محل تدابير تصديق على الهوامش والأسعار، على أن يتم ذلك ضمن بطاقة تركيبيية تودع لدى السلطات المؤهلة لذلك، والمقصود من وراء تحديد العناصر التي تدخل ضمن تركيبيية السعر وهي العوامل القابلة بتغيير عامل الزمن³.

سادسا: تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق⁴.

تأخر المشرع الجزائري في إضافة هذه الممارسة الماسة بالممارسات التجارية في شقها المتعلق بالأسعار، بالنظر إلى أن المشرع الفرنسي الذي جرم التلاعب بالأسعار بأساليب غير مشروعة وذلك في المادة 1/52 من قانون أول ديسمبر 1986 المضافة بقانون 16 ديسمبر 1992 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة⁵، حيث نصت الفقرة أولى على معاقبة كل نشر أو إذاع وقائع أو معلومات كاذبة أو غير حقيقية في السوق أو سعر السلعة ما من شأنها إحداث نوع من الاضطراب أو التأثير السلبي على الأسعار التي يقدمها البائع، وكذلك كل من استعمل أي طريقة احتيالية لرفع أو محاولة رفع أو خفض الأسعار غير الحقيقية لأموال أو خدمات المؤسسات العامة أو الخاصة.

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.243.

² المادة 23 فقرة 4 من قانون 02-04، السابق ذكره.

³ المرجع والموضع نفسهما.

⁴ المادة 23 فقرة 5 من قانون 02-04، السابق ذكره.

⁵ Article 52-1 de la loi relative à la liberté des prix et de la concurrence dispose que: =

=Le fait, en diffusant, par quelque moyen que ce soit, des informations mensongères ou calomnieuses, en jetant sur le marché des offres destinées à troubler les cours ou des sur offres faites aux prix demandés par les vendeurs, ou en utilisant tout autre moyen frauduleux, d'opérer ou de tenter d'opérer la hausse ou la baisse artificielle du prix de biens ou de services ou d'effets publics ou privés, est puni de deux ans d'emprisonnement et de 200 000 F d'amende

وكذا إعاقة حرية تحديد الأسعار عن طريق قانون العرض والطلب بما يمكن من رفعها أو خفضها صورياً، والملاحظ أن المشرع الفرنسي حاول قمع أي تلاعب بقانون العرض والطلب بصفة عامة وليس لأحوال التلاعب بالسعر فقط¹.

وعلى كل، تحدث هذه الممارسات من خلال عدم استقرار الأسعار في السوق، مما يدعم غموضها، فيعمد بعض الأعوان الاقتصاديين إلى تشجيع هذا الغموض من خلال بعض الممارسات أهمها المضاربة في السوق، كأن نجد سوقاً يحتاج إلى سلعة معينة يقوم العون الاقتصادي بتخزينها فيحبسها عن التداول، من خلال إخفائها أو عدم عرضها، كون سعر السوق لا يفي بالأرباح التي يتطلع إليها، مما يخلق ندرة ويرتفع الطلب مما يتسبب في اضطراب في السوق².

سابعا: انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع³

يفهم من مصطلح "الدوائر الشرعية للتوزيع"، مجموعة القنوات التي تحدد للمنتج لتوزيع منتوجاته، وتتم عملية التوزيع بناء على ذلك انطلاقاً من المنتج أو المستورد الذي يتعامل مباشرة مع تاجر الجملة الذي يتعامل بدوره مع تاجر التجزئة. وقد يقوم المنتج بالتعامل مع طرف آخر كالوسيط أو السمسار، وهو ما يعتبر معاملة خارج الدائرة الشرعية، كون تعدد الوسائط من شأنه توسيع دائرة التوزيع وبالتالي التأثير على الأسعار في السوق.

ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 36 من قانون 04-02 على عقوبة ممارسة أسعار غير شرعية، حيث تنص المادة: "تعتبر ممارسة أسعار غير شرعية كل مخالفة لأحكام المواد 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)"⁴.

¹¹ أحمد محمد علي خلف، المرجع السابق، ص.133.

² لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.244.

³ المادة 23 فقرة 6 من قانون 04-02، السابق ذكره.

⁴ تم تعديل هذه المادة بموجب القانون 10-06 مؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتم القانون رقم 04-02 السابق ذكره، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 ل 8 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010.

إضافة إلى ذلك أضاف المشرع الجزائري عقوبات تكميلية تتمثل في:

- إمكانية حجز البضائع أو حتى مصادرتها عند مخالفة أحكام بعض المواد لاسيما 22 و 22 مكرر، 23 و 24 من قانون الممارسات التجارية أيا كان مكان تواجدها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، ويجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الاجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم¹، وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 05-472 المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة².
 - الغلق الإداري لمدة أقصاها ستون يوما، فللوالي المختص إقليميا إمكانية الغلق بناء على اقتراح من المدير المكلف بالتجارة، وتتخذ إجراءات الغلق وفق الشروط نفسها في حالة العود.
 - ويكون الغلق قابلا للطعن أمام العدالة، وفي حالة إلغائه، للعون الاقتصادي الحق في طلب التعويض عن الضرر الذي لحقه نتيجة الغلق³.
 - المنع المؤقت من ممارسة النشاط كما يمكن أن يمنع القاضي المخالف من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 بصفة مؤقتة لا تزيد عن 10 سنوات⁴.
- خلاصة القول، وتأسيسا على ما ذكرناه، يندرج ضمن ممارسة اسعار غير شرعية جرائم أسعار يعاقب عليها القانون بوصفها جرائم قائمة بذاتها، من حيث الركن المادي تتكون من السلوك الإجرامي، النتيجة الخطيرة هي العلاقة السببية وخلافا للقانون العام، الذي غالبا ما يجرم النتائج الضارة وكثيرا ما يلجأ المشرع في الجرائم الاقتصادية منها جرائم الأسعار إلى تجريم النتائج الخطرة لمنع وقوع النتائج الضارة.

¹ المادة 39 من قانون 04-02، السابق ذكره.

² مرسوم تنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 11 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 13 ديسمبر سنة 2005، يتعلق بإجراءات حجز المواد المحجوزة المنشور في الجريدة الرسمية عدد 81 المؤرخة في 12 ذو القعدة عام 1426 الموافق ل 14 ديسمبر سنة 2005.

³ المادة 46 من قانون 04-02، السابق ذكره.

⁴ المادة 47 من قانون 04-02، السابق ذكره.

ومن حيث الركن المعنوي، فلا يشترط المشرع توفر العنصر الجنائي للفاعل، فالجريمة هنا تقوم بمجرد وقوع المخالفة سواء حصلت بقصد أو عن إهمال، ولذلك فإن جريمة ممارسة أسعار غير شرعية، جريمة مادية لا دخل للقصد الجنائي الخاص فيها، إذ يكفي توفر الركن المادي والشرعي لقيامها¹.

فرع ثاني: الممارسات التجارية التديسية المتعلقة بالأسعار (حيازة مخزون من

المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار)

إن المستهلك قد يحتاج إلى سلعة ما أو خدمة معينة، فلا يستطيع الحصول عليها، إما لندرتها أو لارتفاع ثمنها أو لقلّة جودتها، نتيجة للتلاعب بقانون العرض والطلب والتأثير على المنافسة بالتواطؤ بين التجار والمنتافسين وفرض النفوذ المسيطر لبعضهم على مستوى المنتجين والموزعين، بإخفاء السلعة أو احتكار أحد عناصر الإنتاج والتحكم في معدلات الوفرة والأثمان، وبالتالي يؤدي إلى عدم واقعية الأثمان والتأثير على القدرة في الاختيار وإحداث ظروف استثنائية تنعكس على مصالح المستهلكين وهو ما يعرف بالاحتكار²، وفي ذات السياق اعتبر المشرع الجزائري حيازة مخزون من المنتجات بهدف التحفيز غير المبرر للأسعار ممارسة تديسية يعاقب عليها القانون، والملاحظ أن هذه الممارسة تتصرف بطبيعتها إلى المنتجات دون الخدمات، ووجه التديس فيها هو القصد من وراء تخزين المنتجات، إذ لو كان هذا المخزون لا يرمي من ورائه العون الاقتصادي إلى تحفيز الارتفاع في الأسعار لما تشكلت هذه الممارسة.

وصورتها أن يلجأ العون الاقتصادي إلى تعمد منع توزيع أو تسويق المنتجات مما يشكل ندرة في السوق ويزيد معدل الطلب من معدل العرض، وهو ما يحتم رفع الأسعار حسب قوانين السوق، وبالتالي فإن النتيجة الحقيقية لحيازة مخزون من المنتجات هي في الغالب ارتفاع الأسعار وذلك ما يحدث ضررا بالمستهلك على وجه الخصوص³.

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.244.

² زواري عبد القادر، الحماية الجزائرية للمستهلك في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، السنة الجامعية 2015-2016، ص.238.

³ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.259.

كما انه يستنتج من نص المادة 25 من قانون الممارسات التجارية أن مخزون المنتجات الذي يهدف إلى تحفيز الارتفاع المبرر للأسعار صورة تخرج عن الممارسات التدليسية لتتخذ وصفا قانونيا آخر أو أنها ممارسة مشروعة وهي فرضية مستبعدة.

ونستنتج من نص المادة أنه لقيام الممارسة بهذه الصورة يجب أن تكون المنتجات محل الممارسة من المنتجات ذات السعر الحر الذي يحدد ثمنها وفقا لقاعدة حرية الأسعار، ومنه تنتفي الممارسة إذا كانت البضاعة أو المنتج من البضائع ذات السعر الذي تحدده السلطات العمومية، لأنه لا يمكن للعون الاقتصادي في هذه الحالة الرفع من الأسعار وإلا سوف تعتبر ممارسة أسعار غير مشروعة وليس ممارسة تدليسية¹.

أما فيما يخص عقوبة جريمة حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار، فحددت بغرامة من ثلاث مائة الف دينار (300.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)².

فصل ثاني: الآليات القانونية لمتابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار

تطرح متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة بوجه عام وتلك المتعلقة بالأسعار بوجه خاص، إجراءات قانونية التي تعني البحث والتحري عن مدى توفر الأدلة الكافية، لإثبات

¹ لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، نفس المرجع، ص.259.

² المادة 37 من قانون 04-02، السابق ذكره.

وقوع الممارسات المحظورة، وتتميز هذه الاجراءات بكونها اجراءات خاصة، تختلف عن الاجراءات المعمول بها في القواعد العامة¹، ففي مجال المنافسة توكل لمجلس المنافسة مهمة الضبط والمتابعة، والتي بموجبها يحقق التوازن بين أطراف المتعاقدة في السوق، ويبرز دور مجلس المنافسة بوصفه سلطة ضبط من خلال ردع كل الأشكال التي تهدد المنافسة الحرة وحرية تحديد الأسعار، ومنحه المشرع الجزائري جملة من الصلاحيات لتحقيق أهداف اقتصادية هامة تنصب في مجملها على إعادة التوازن للمنافسة وتنميتها.

غير أنه وإن كان لهذه القطاعات المستحدثة الدور الأهم، فإننا لا نغفل دور الهيئات التقليدية، إذ تشرف الإدارة المركزية المتخصصة في مجال التجارة على تنظيم السوق ومنع بث الاضطراب فيه، قصد تحقيق المصالح المشتركة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، من خلال تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية المخالفة للقانون، وتتصدر وزارة التجارة كأعلى جهاز مركزي قائمة الهيئات التي لها الحق في تفعيل الإطار التشريعي للممارسات التجارية، خاصة في مجال ضبط وترقية المنافسة²، ومن أجل ذلك يجب التكامل بين قطاعات الإدارة المركزية في وزارة التجارة ممثلة في مختلق مديرياتها الموجودة في كل ولايات الوطن³.

كما لم يتردد المشرع الجزائري على توكيل جانب من المهام إلى القضاء الذي خوله صلاحية تطبيق نصوص قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية لضمان التصدي إلى المخالفات التي تطالها بالاعتماد على السلطات التي مكنه منها القانون.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.59.

² لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.314.

³ هذا دون إغفال دور الهيئات اللامركزية والمجتمع المدني أيضا.

وعليه نقسم هذا الفصل إلى مبحثين: نتناول في متابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار الموجودة في قانون المنافسة ، وفي المبحث الثاني نتكلم متابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار الموجودة في قانون الممارسات التجارية

مبحث أول : متابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار الموجودة في قانون المنافسة.

إن المشرع الجزائري عندما أعطى إلى عدة هيئات إدارية اختصاص متابعة جرائم الممارسات التجارية بصفة عامة وتلك المتعلقة بالأسعار بوجه خاص، يعكس خطورة هذه الممارسات من جهة وحرص المشرع الجزائري على محاربتها من جهة أخرى.

فلقد أوكل مهمة الضبط في مجال المنافسة كما أسلفنا الذكر إلى مجلس المنافسة باعتماده على جملة من الصلاحيات تنصب في مجملها على إعادة المنافسة في السوق وتشجيعه.

وفي هذا السياق ووفقا للمرسوم رقم 454-02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002¹ المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 266-08 المؤرخ في 19 أوت 2008² والرسوم التنفيذية رقم 04-11 المؤرخ في 09 يناير 2011³ وكذا المرسوم التنفيذي رقم 14-18

¹ المرسوم التنفيذي رقم 454-02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق ل 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 85 ل 18 شوال عام 1423 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2002.

² المرسوم التنفيذي رقم 266-08 مؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق ل 19 أوت سنة 2008، المعدل للمرسوم التنفيذي رقم 454-05، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 48 ل 22 شعبان عام 1429 الموافق ل 24 غشت سنة 2008.

³ المرسوم التنفيذي رقم 04-11 مؤرخ في 04 صفر عام 1432 الموافق ل 09 يناير سنة 2011، المعدل والمتمم للمرسوم 454-02، المنشور في ج.ر. عدد 02 ل 7 صفر عام 1432 الموافق ل 12 يناير سنة 2011.

المؤرخ في 21 يناير سنة 2014¹، أسس المشرع الجزائري نظام إداري متخصص خاص بقطاع التجارة يتكون من أجهزة مركزية وأخرى لا مركزية، تعكس دور السلطة التنفيذية كمساهم فعال في عملية التنمية الاقتصادية في شقها المتعلق بالأمن الاقتصادي الذي يتحقق في مناخ يخلو من الجرائم التجارية².

وعلى هذا الأساس سنتطرق لدور مجلس المنافسة لضبط الممارسات التجارية المتعلقة بالأسعار على وجه الخصوص من خلال تحديد ماهية المجلس ثم إلى العقوبات الصادرة عنه وكيفية الطعن فيها.

مطلب أول: ماهية مجلس المنافسة

إن معظم الدول التي انتهجت نظام اقتصاد السوق القائم على حرية التجارة والصناعة وضعت قانون المنافسة وأسست سلطة لها دور السهر على السر الحسن للمنافسة³.

بعد إصدار الأمر 03-03 المتعلق بقانون المنافسة المعدل والمتمم، وإنشاء السلطة التي تنظم قواعده ممثلة في مجلس المنافسة، هذا الجهاز الذي سهر على حماية المنافسة الحرة وحرية تحديد الأسعار من كل القيود والعراقيل، فهو يمتلك ثقافة قانونية تعطيه الشرعية لاتخاذ القرارات التي يصدرها تتعدى حتى سلطات الضبط السابقة⁴.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 الموافق ل 21 يناير سنة 2014، المعدل والمتمم ل المرسوم التنفيذي 02-454، المنشور في ج.ر عدد 04 ل 24 ربيع الأول عام 1435 الموافق ل 26 يناير سنة 2014.

² لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص.314.

³ بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومه، الجزائر، سنة 2012 ص.130.

⁴ شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، سنة 2012، ص.44.

فنتص المادة 23 من الأمر 03-03 على أنه: " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص "مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة.

يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر¹.

إن لمجلس المنافسة نوعين من الصلاحيات، فيتم اللجوء إليه من طرف الهيئات العليا للدولة عند ممارسته للصلاحيات الاستشارية، حيث يبدي رأيه حول كل النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بالمنافسة، خاصة تلك المتعلقة بتحديد الأسعار من طرف الدولة.

كما له صلاحية أساسية في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، والذي تطرق إليه المشرع في الباب الثالث من الأمر 03-03 من خلال خمس فصول².

إذا سنتعرض إلى تطور مجلس المنافسة في القوانين المقارنة والقانون الوطني ثم نتكلم على الطبيعة القانونية للمجلس وإلى تشكيلته التي أتى بها القانون 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

فرع أول: التطور التاريخي لمجلس المنافسة:

إن ظهور وتطور مجلس المنافسة مرهونا بظهور وتطور التشريعات المناهضة للاحتكارات، حيث ظهرت الحاجة لحماية المنافسة الحرة منذ زمن مبكر في البلدان المنتهجة لنظام الاقتصاد الحر، ويعتبر قانون المنافسة من بين الوسائل القانونية للانتقال من الإقتصاد الموجه إلى الإقتصاد الحر.

¹ عدلت بموجب المادة 23 من الامر 08-12 المعدل للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

² بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.130.

بحيث تعتبر من قبيل الاحتكارات تلك الممارسات التي يكون الهدف منها الإخلال بمبدأ المنافسة الحرة، ومن أجل حماية الاقتصاد الحر لجأت هذه الدول إلى إنشاء أجهزة متخصصة تسهر بصفة عامة على حماية القواعد الاقتصادية في السوق، وفي هذا السياق سوف نتعرض إلى ظهور وتطور مجلس المنافسة في التشريعات المقارنة أولاً ثم في القانون الجزائري ثانياً.

أولاً: ظهور وتطور مجلس المنافسة في التشريعات المقارنة:

تعتبر دول النظام الأنجلوسكسونية السابقة إلى تنظيم التشريعات المناهضة للاحتكارات وإنشاء الأجهزة المتخصصة في مكافحتها، والتي جاءت في سياق ما يعرف بالسلطات الإدارية المستقلة، وهذه التسمية عرفت وجودها وتطورها في البلدان الأنجلوسكسونية¹، بحيث ظهرت أول سلطة إدارية مستقلة في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1889 والتي تدعى interstate commerce commission، حتى وأن المشرع الفرنسي قد استوحى هذه الهيئات من النموذج الأنجلوسكسوني.

أ- ظهور وتطور المجلس في النظام الأنجلوسكسوني :

إن قانون المنافسة ولد في الولايات المتحدة الأمريكية²، وذلك بصدور قانون "شيرمان" سنة 1890 "sherman acte"، فبالرغم من أن الاقتصاد فيها قائم على أساس المبادرة الفردية والحرية، إلا أنها لم تسلم من التدخل الحكومي بقصد وضع حد

¹ عيساوي عز الدين. السلطة القمعية للهيئات الإدارية المستقلة في المجال الإقتصادي والمالي، مذكرة ماجيستر في القانون. كلية الحقوق. جامعة تيزي وزو. السنة الجامعية 2004 - 2005، ص.08.

² BELLIL Aicha. le droit de la concurrence، mémoire de fin de stages، INM année 2000/2001,p.05.

للاحتكارات القائمة آنذاك من طرف عدة شركات كانت تستعمل أساليب تسيء شركات أخرى أقل قوة منها في السوق، إلى جانب حماية المستهلك¹.

وبموجب القانون السالف الذكر تم تفكيك شركات كبرى كانت قد أساءت استخدام سلطتها الاقتصادية وقد تم تدعيم قانون شيرمان بقوانين لاحقة مثل قانون " كلايتون " المضاد للاحتكارات وقانون التجارة الفدرالية²، المكلفة بوضع الحد لهذه الممارسات وتوقيع العقاب عليها.

ب- ظهور وتطور مجلس المنافسة في القانون الفرنسي :

إن المشرع الفرنسي قد استوحى مجلس المنافسة من النموذج الأنجلوسكسوني³ ، بحيث يعتبر مجلس المنافسة العنصر المهم في قانون المنافسة الفرنسي الجديد⁴ ، الذي نظمه المشرع الفرنسي عبر ثلاث مراحل :

***المرحلة الأولى:** تتميز هذه المرحلة بظهور اللجنة التقنية للاتفاقات، والتي أصبحت بعد صدور مرسوم 09 أوت 1953 يطلق عليها باللجنة التقنية للاتفاقيات ووضعية الهيمنة، وكان هذا الجهاز يوصف بالتقني الذي له صلاحيات استشارية فقط، أين يقدم للوزير المكلف بالاقتصاد رأيه حول مدى توافر المخالفات وعليه فإن الوزير يحتكر لوحده على سلطة إخطار القاضي الجزائي، وليس لهذه اللجنة أي دور في ذلك.

¹ محمد الشريف كتور، حماية المستهلك من الممارسة المنافسة للمنافسة، مجلة الإدارة ، العدد 23، سنة 2001، ص. 55.

³ محمد الشريف كتور، حماية المستهلك من الممارسة المنافسة للمنافسة نفس المرجع، ص. 55.

³ عيساوي عز الدين. السلطة القمعية لهيئات الإدارية المستقلة في المجال الإقتصادي والمالي ، المرجع السابق ص. 08.

⁴ PIERRE Ghauthier , Bianca Lauret , Droit penal des affaires , economica , Paris 2002. P.

*المرحلة الثانية: استمر الوضع بتلك الصفة إلى غاية السبعينات أين صدر قانون

"رايمونديبار"، وذلك في 19 جويلية 1977 الذي عوض اللجنة السابقة بلجنة المنافسة la commission de la concurrence، وتتميز هذه الأخيرة عن سابقتها بكونها منظمة بشكل يضمن استقلاليتها، بحيث تتشكل من رئيس ومقررين يمارسون مهامهم بصفة دائمة ومستمرة، إلى جانب إمكانية الإخطار المباشر من الجمعيات المهنية أو المستهلكين، وفي هذا الإطار قلصت سلطات الوزير المكلف بالتجارة نوعا ما، إذ لا يمكن لهذا الأخير أن يتخذ قرارات إلا في حدود الاقتراحات المقدمة من طرف هذه اللجنة، ولكن لا يمكن لهذه اللجنة إصدار القرارات لأنها من صلاحيات وزير الاقتصاد والمالية بعد تقديم اللجنة رأيها حول ذلك¹.

وفي هذا الشأن اعتبرها الفقيه الأستاذ "جاك أزيما" أنها لا تمارس القضاء الحقيقي في المجال الاقتصادي².

أما الفقيه الفرنسي "لبري قوكانفي" "labard guy canivet"، صنفها ضمن قائمة السلطات الإدارية المستقلة³.

¹ Jlan Marc monseron. Veronique selinsky. le droit Français de la concurrence 2^{eme} édition.Litec.Paris 2000. P.140

² Jlan Marc monseron. Veronique selinsky. le droit Français de la concurrence op . cit . p.140.

Jacques azema considérait que la commission de la concurrence "n'exerçait pas une véritable magistrature économique" .

³ Marie Chantal , Boutard Guy canivet labard , Droit Français de la concurrence. LGDJ , Paris 1994, p. 173

* المرحلة الثالثة : تتميز هذه المرحلة بإحداث مجلس المنافسة الذي أنشأ بموجب

المادة 02 من الأمر رقم 1243/86 المؤرخ في أول ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، الذي عوض لجنة المنافسة، غير أن هذا الأمر لم يقدم تعريفا لمجلس المنافسة مما أثار نقاشا ساخنا بين من يرى أن مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة مثل لجنة المنافسة السابقة التي خلفها على أساس أن المعايير التي تميز هذه السلطات الإدارية المستقلة نجدها متوفرة في مجلس المنافسة، مثل تعيين أعضائه بموجب مرسوم باقتراح من وزير الاقتصاد وله دور استشاري، بحيث يستشار من طرف الحكومة والبرلمان والجماعات المحلية، فهذه مؤشرات تتعارض مع إمكانية تمتع المجلس بالطابع القضائي ويضاف إلى ذلك أن سلطته في الإخطار التلقائي تحول دون توفره على الطابع القضائي لأنه لا يمكن لمحكمة أن تخطر نفسها بنفسها.

وبين من يعتقد أن مجلس المنافسة الذي يملك سلطات خاصة في مجال الجزاء، وهو الذي يطبق القواعد الإجرائية المطبقة من طرف المحاكم كمبدأ المواجهة بين الخصوم وحقوق الدفاع، يقترب من الهيئات ذات الطابع القضائي أكثر منها إلى السلطات الإدارية المستقلة، وأن قرارته قابلة للطعن أمام مجلس الاستئناف بباريس، حيث يرى الفقيه "سيلنسكي" "selinsky" أنه من المفروض أن تكون قرارات المجلس قابلة للطعن أمام مجلس الدولة إذا كان حقيقة ليس بجهاز قضائي.

وساد الوضع كذلك إلى غاية صدور قرار من المجلس الدستوري الفرنسي المؤرخ في 24 جانفي 1987 أين كیفه بأنه سلطة إدارية مستقلة ونفى الطابع القضائي لهذا الجهاز، وفيما يخص تحويل الاختصاص بالنظر في الطعون ضد قرارات مجلس المنافسة

إلى الهيئات القضائية العادية، تم تأكيده بموجب القانون رقم 87-499 المؤرخ في 06 جويلية 1987 والمتعلق بالإجراءات المطبقة أمام مجلس المنافسة، لكن هذا التعريف المقدم من طرف المجلس الدستوري أصبح بدوره منتقدا على أساس أنه يتجاهل طابع الاستقلالية الذي يتمتع به المجلس¹.

ثانيا: ظهور وتطور مجلس المنافسة في القانون الجزائري:

إن الدولة الجزائرية طرأ عليها جملة من التحولات المؤسساتية خلال العشرية الأخيرة، أين انسحبت بصفة تدريجية من الحقل الاقتصادي الاشتراكي متوجهة إلى نظام ليبرالي، وهذا يعبر عن الانتقال من صفة الدولة المتدخلة إلى الدولة الضابطة، نظرا لأن الإدارة الكلاسيكية لم تعد قادرة اليوم لمواجهة الأوضاع فيما يخص ضبط النشاطات الاقتصادية والمالية، فإبتداء من دستور 1989 شهدت الجزائر تحرير الاقتصاد وكان أول دعامة له قانون تحرير الأسعار الذي تبعه دستور 1996 في مادته 37 التي تنص على " أن حرية الصناعة والتجارة مضمونة تمارس في إطار القانون".

وحفاظا على المنافسة الحرة وترقيتها في إطار اقتصاد السوق استحدث لأول مرة مجلس المنافسة سنة 1995، وتواصلت الإصلاحات بفتح المنافسة تدريجيا للخدمات مثل المواصلات السلكية واللاسلكية والنقل... إلخ، وتم وضع هيئات وسلطات ضبط تتمثل مهمتها في السهر الحسن للمنافسة في الأسواق ومسايرة لهذا الوضع أصدر المشرع الأمر 03-03 من أجل تعزيز صلاحيات مجلس المنافسة.

¹ محمد الشريف كتو - الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 267.

أ- مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 95-06 :

إن صدور الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 جاء لوضع الأسس والقواعد المنظمة لتصرفات الأعوان الاقتصاديين في محيط يسوده التنافس بعدما تم تحرير التجارة الخارجية.

وإن وضع هذه المنظومة التشريعية أصبح أمرا لا بد منه، خاصة أمام مرحلة تتميز بانقضاء وزوال احتكار الدولة على معظم النشاطات الاقتصادية مما يستدعي الأخذ بنظام اقتصادي جديد تكون فيه حريات التعاقد والتنافس بمثابة أسس له، وإن ممارسة هذه الحريات بصفة عامة تجد إطارها التنظيمي المرجعي في الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والذي يهدف إلى حماية وتطوير المنافسة عن طريق إنشاء مجلس المنافسة¹.

وإن تخصيص هذا الجهاز بضبط المنافسة أملت عدة أسباب وعوامل منها عدم ملائمة المحاكم الجزائرية لمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة لأن القاضي لا يملك كل المعطيات والإعلام والتكوين الضروري، ولا سيما عندما يتعلق الأمر بظاهرة اقتصادية، إلى جانب عامل إزالة التنظيم في الاقتصاد وإزالة الوصف الجزائي عن هذه النشاطات الاقتصادية التي تتسم بالحركية والتعقيد².

إذن فإن الفضل الرئيسي في إنشاء مجلس المنافسة يعود للإطار التشريعي 95-06، إلا أن المشرع لم يقد بتعريف هذا الجهاز، بحيث سار مسار المشرع الفرنسي الذي ترك

¹ محمد الشريف كتو، الممارسات المناهية للمنافسة في القانون الجزائري. نفس المرجع، ص 262.

² محمد الشريف كتو، الممارسات المناهية للمنافسة في القانون الجزائري. نفس المرجع، ص 263.

مسألة تكيفه للفقء، ومن جهة أخرى فإن هذا القانون يعاني من عدة نقائص مما دفع بالمشرع إلى إدخال تعديلات الهدف منها هو تعزيز صلاحيات مجلس المنافسة.

ب- مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم:

إن هذا الأمر جاء بقواعد لتزيد من الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة الفرد وترفع من القدرة الإنتاجية للمؤسسات وتحمي المستهلك من تواطؤ الأعوان الاقتصاديين.

وكان الهدف من وضع هذا النص الجديد هو توسيع الطابع التنافسي للأسواق والأنشطة الاقتصادية عن طريق تدعيم القواعد الهادفة إلى تصحيح الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة.

وخلافا للأمر السابق رقم 95-06 فإن الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة جعل المشرع مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة¹.

فرع ثاني: الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة

بالرجوع إلى النص الأول المنشئ لمجلس المنافسة أي الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة، نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض لمسألة تحديد الطبيعة القانونية لهذا الجهاز، بمعنى أنه لم يقم بتعريفه، وإنما اكتفى فقط بالنص على أنه يتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة إداريا، وهو ما كرسه صراحة في المادة 23 من الأمر 03-03 المذكورة أعلاه،

¹ المادة 09 من القانون 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

أما في فرنسا فقد عرفه مجلس الدولة على أنه: " جهاز إداري مستقل ذو طبيعة غير قضائية يُنصَّبُ كسلطة لمراقبة السوق"¹.

إذن فإن الطابع الإداري لمجلس المنافسة يعد مسألة لا نقاش فيها، خاصة بعدما وصفه المشرع بذلك صراحة، كما هو واضح في المادة 23 السابقة الذكر، فهناك العديد من المؤشرات، بالإضافة إلى ذلك، توحى بأنه يجب النظر إلى هذا الجهاز بهذه النظرة، فضلا عن الدور الذي يلعبه كهيئة إدارية استشارية، مهمتها تقديم المشورة فيما يتعلق بمشاريع القوانين والنصوص التنظيمية التي لها علاقة بالمنافسة (مثل النصوص المتعلقة بتحديد الأسعار من طرق الدولة مثلا)، حيث يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ القرارات وابداء الرأي حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه، سواء كان ذلك بمبادرة منه عن طريق التدخل التلقائي²، أو كلما طُلب منه ذلك من طرف الأشخاص المؤهلة لذلك قانونا، ضف إلى ذلك، أنه يملك حق اصدار مقررات وأوامر مؤقتة، تهدف إلى وضع حد لبعض الممارسات غير التنافسية³.

كما أن المشرع الجزائري نص صراحة على استقلالية المجلس من الناحية القانونية، حيث لا يخضع لأي سلطة رئاسة أو وصاية إدارية، وقد اعترف قانون المنافسة بعد التعديل الذي وقع في 2008 صراحة بالاستقلالية لمجلس المنافسة التي تبرز من خلال اعتماد معيارين أساسيين: المعيار العضوي والمعيار الوظيفي⁴.

¹ Cons-con, 24 janvier 1987, J.O?, 26 janvier 1987.

مقتبس من تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم، الجزائر، سنة 2013، ص 327.

² المادة 34 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

³ تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، ص 328.

⁴ MICHEL Pedamon , Droit Commercial - Dalloz . 2eme édition Paris .2000, p 398 .

فالمعيار العضوي يبرز استقلال مجلس المنافسة من خلال القواعد الخاصة، بتعيين أعضائه وتشكيلته، فهذه الهيئة مشكلة تشكيلا جماعيا، وأعضاؤه يستفيدون من الضمانات القانونية التي تسمح لهم بممارسة مهامهم، فهم معينون بمرسوم رئاسي، ولفترة طويلة (5 سنوات) قابلة لتجديد ولا يمكن عزلهم إلا في حالات استثنائية.

أما المعيار الوظيفي، فلا يمكن إلغاء القرارات التي يصدرها المجلس أو تعديلها أو استبدالها من طرف سلطة أعلى منه، إلا بواسطة القضاء¹.

فرع ثالث: تشكيلة مجلس المنافسة

لقد نصت المادة 24 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على أن مجلس المنافسة يتكون من تشكيلة جماعية وهذا أول عنصر الذي يميزه عن المؤسسات العامة التقليدية.

يتكون مجلس المنافسة الجزائري من 12 عضو معينين من قبل رئيس الجمهورية بموجب مرسوم رئاسي لممارسة مهامهم في إطار عهدة 4 سنوات قابلة للتجديد في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات الثلاثة التي سوف يتم ذكرها أدناه.

الفئة الأولى: تتكون من ستة أعضاء يتم اختيارهم ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ماثلة على الأقل، وخبرة مهنية مدتها ثمان 8 سنوات على الأقل في المجال القانوني و/ أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجالات المنافسة والاستهلاك والتوزيع وفي مجال الملكية الفكرية².

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.66.

² المادة 24 فقرة 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

الملاحظ أن هذه الفئة طرأ عليها تغيير بالمقارنة بكل من الأمر 1995 و 2003، حيث كانت تتكون من خمسة أعضاء عملوا أو يعملون في المحكمة العليا أو في جهات قضائية أخرى أو في مجلس المنافسة بصفة قاضي أو مستشار¹.

أما في 2003 فقد كانت تتكون من عضوان يعملان أو عملا في مجلس الدولة أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاضي أو مستشار². نلاحظ أن المشرع الجزائري قام بحذف الفئة المتعلقة بالقضاة، وبالتالي خالف المشرع الفرنسي بالرغم من أن جل أحكام القانون الجزائري مستمدة من القانون الفرنسي³.

الفئة الثانية: تتضمن الفئة الثانية أربعة أعضاء يتم اختيارهم ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين على شهادة جامعية يتمتعون بخبرة مهنية مدتها على الأقل خمس 5 سنوات في مجالات الإنتاج والتوزيع والحرف والخدمات والمهن الحرة⁴.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الفئة كان موجودة في ظل الامر 95-06 قبل أن يحذفها بموجب الأمر 03-03، وهذا يدل على تردد المشرع الجزائري وعدم ثبات موقفه، ومن ناحية أخرى أحسن الفعل بإعادة إدراجها لأن من مميزات الهيئات الإدارية المستقلة الاستعانة بخبرة المهنيين إلى جانب خبرة المتخصصين⁵.

الفئة الثالثة: تضم هذه الفئة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين⁶.

¹ المادة 29 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، السابق ذكره.

² المادة 24 من الأمر 03-03 المتعلق بقانون المنافسة قبل التعديل، السابق ذكره.

³ جلال مسعد، المرجع السابق، ص.258.

⁴ المادة 24 فقرة 2 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁵ جلال مسعد، المرجع السابق، ص.259.

⁶ المادة 24 فقرة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

أما الرئيس فيتم اختياره ضمن أعضاء الفئة الأولى المشار إليها أعلاه كما يختار نائبان له ضمن أعضاء الفئة الثانية والثالثة.

إضافة إلى الأعضاء المنصوص عليهم في الفئات الثلاثة المذكورة أعلاه، تنص المادة 26 من الأمر 03-03 المعدل بموجب القانون 08-12 على ما يلي: " يعين لدى مجلس المنافسة أمين عام ومقرر عام وخمسة مقررين بموجب مرسوم رئاسي.

يجب أن يكون المقرر العام والمقررون حائزون على الأقل شهادة ليسانس أو شهادة جامعية مماثلة وخبرة مهنية مدة خمس 5 سنوات على الأقل تتلاءم مع المهام المخولة لهم طبقاً لأحكام هذا الأمر.

يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلاً دائماً له وممثلاً مستخلفاً له لدى مجلس المنافسة، بموجب قرار، ويشارك في أشغال مجلس المنافسة دون أن يكون لهم الحق في التصويت".

أما بالنسبة لأسلوب تعيينهم فلم يوحد المشرع الجزائري أسلوب تعيين أعضاء الهيئات الإدارية المستقلة، حيث نجد أن في مجلس المنافسة، السلطة الوحيدة التي تقوم بالاختيار والتعيين وإنهاء المهام أعضائه متمثلة في شخص رئيس الجمهورية¹، عن طريق المرسوم الرئاسي، وبالتالي فإن الأسلوب التي تبناه المشرع الجزائري لتعيين واختيار أعضاء مجلس المنافسة حسب رأينا لا يخدم الاستقلالية لأن الأعضاء يخضعون للتعيين والعزل من طرف سلطة واحدة، فكان من الأجدر أن يكون الاختيار والعزل أو على الأقل الاقتراح من طرف البرلمان باعتباره ممثل الشعب. كما كان يجب أن يخضع انتخاب رئيس المجلس من طرف أعضائه كما هو معمول به في البرلمان.

¹ المادة 25 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم تنص على ما يلي: " يعين رئيس المجلس ونائبا الرئيس والأعضاء الآخرون لمجلس المنافسة، بموجب مرسوم رئاسي. وتنتهي مهامهم بالأشكال نفسها".

هذا الوضع يختلف قليلا على سلطة المنافسة في فرنسا، حيث عدد أعضائها 17 يتم تعيينهم لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد، بموجب مرسوم بعد اقتراح من الوزير المكلف بالاقتصاد، إلا أن الرئيس يتم اختياره لمؤهلاته في مجال القانون والاقتصاد بعد استشارة لجان البرلمان المختصة في ميدان المنافسة ويتم تعيينهم لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة¹.

أما في ما يتعلق بمدة عضوية أعضاء مجلس المنافسة فقد نصت المادة 25 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 على ما يلي: "... يتم تجديد عهدة أعضاء مجلس المنافسة كل أربع سنوات في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات المذكورة في المادة 24 أعلاه". وبالتالي يتم تجديد تشكيلة المجلس كل أربع سنوات في حدود نصف أعضاء كل فئة، كما أضافت الفقرة الأخيرة من المادة 24 المعدلة بموجب القانون 10-05 على ما يلي: " يمكن أعضاء مجلس المنافسة ممارسة وظائفهم بصفة دائمة"، وتطبيقا لهذه المادة جاء المرسوم رقم 12-204 الذي يحدد نظام أجور أعضاء مجلس المنافسة والأمين

¹ Article L461-1 Modifié par la loi n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 95 (V) dispose que:

"I. - L'Autorité de la concurrence est une autorité administrative indépendante. Elle veille au libre jeu de la concurrence. Elle apporte son concours au fonctionnement concurrentiel des marchés aux échelons européen et international.

II. - Les attributions confiées à l'Autorité de la concurrence sont exercées par un collège composé de dix-sept membres, dont un président, nommés pour une durée de cinq ans par décret pris sur le rapport du ministre chargé de l'économie.

Le président est nommé en raison de ses compétences dans les domaines juridique et économique, après avis des commissions du Parlement compétentes en matière de concurrence.

Le collège comprend également :

1° Six membres ou anciens membres du Conseil d'Etat, de la Cour de cassation, de la Cour des comptes ou des autres juridictions administratives ou judiciaires ;

2° Cinq personnalités choisies en raison de leur compétence en matière économique ou en matière de concurrence et de consommation ;=

=3° Cinq personnalités exerçant ou ayant exercé leurs activités dans les secteurs de la production, de la distribution, de l'artisanat, des services ou des professions libérales.

Quatre vice-présidents sont désignés parmi les membres du collège, dont au moins deux parmi les personnalités mentionnées aux 2° et 3°.

III. - Le mandat des membres du collège est renouvelable, à l'exception de celui du président qui n'est renouvelable qu'une seule fois".

العام والمقرر العام والمقررون¹ حيث يمارس رئيس مجلس المنافسة والأعضاء المصنفون في الفئة الأولى وظائفهم بصفة دائمة وبتوقيت كلي، في حين يمارس باقي الأعضاء المصنفون في الفئتين الثانية والثالثة وظائفهم بصفة غير دائمة وخلال الفترات المخصصة لمشاركتهم في أشغال المجلس، ويعتبرون في حالة غياب مرخص²، مع العلم أن القانون الفرنسي نص على أن رئيس سلطة المنافسة ونائبه هم وحدهم من يمارسون وظيفتهم بصفة دائمة³.

نص القانون الجزائري على مسألة إنهاء مهام أعضاء مجلس المنافسة ولكن دون الإشارة إلى أسبابه لكن ومن جهة أخرى، وبما أن الأعضاء يمارسون مهامهم لمدة ثمانية سنوات قابلة للتجديد فربما يقصد المشرع الجزائري أنه لا يمكن إنهاء مهام الأعضاء أثناء هذه العهدة إلا لأسباب استثنائية⁴.

مطلب ثاني: مهام مجلس المنافسة

قد يتدخل مجلس المنافسة تلقائيا أو بطلب من الأشخاص المؤهلة قانونا في جميع المسائل التي تدخل في اختصاصه، ومن أجل تحقيق مهامه يجب أن يمارس سلطته التي منحها إياه المشرع بموجب قانون المنافسة، كسلطة إبداء الرأي واتخاذ القرار⁵ إلى جانب ذلك

¹ مرسوم تنفيذي رقم 12-204 مؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق ل 6 مايو سنة 2012، يحدد نظام أجور أعضاء مجلس المنافسة والأمين العام والمقرر العام والمقررون، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29 الصادرة في 21 جمادى الثانية عام 1433 الموافق ل 13 مايو سنة 2012.

² المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-204، السابق ذكره.

³ Article L461-2 Modifié par la loi n°2017-55 du 20 janvier 2017 - art. 28 dispose que:

"Le président et les vice-présidents exercent leurs fonctions à plein temps".

⁴ جلال مسعد، المرجع السابق، ص.ص. 260-262.

⁵ المادة 34 من الأمر 03-03، السابق ذكره

فإن مجلس المنافسة يلعب دور هيئة استشارية¹، كما يتطلع إلى مهمة أخرى تتعلق بالوظيفة التنافسية.

فرع أول: الوظائف الاستشارية:

بالرجوع إلى نص المادة 36 من قانون المنافسة التي تنص على أنه: " يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها لاسيما:

- إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما إلى قيود من ناحية الكم.
- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.
- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الانتاج والتوزيع والخدمات.
- تحديد ممارسة موحدة في ميدان شروط البيع².

وبالتالي فالمجلس بهذه الصلاحيات يعتبر الخبير المختص، حيث أسقط المشرع الجزائري استشارة اللجان البرلمانية بخلاف المشرع الفرنسي، إلا أن المشرع في القانون 12-08 المعدل والمتمم للأمر 03-03 سار في نهج القانون الفرنسي فأخذ باستشارة البرلمان بقوله " يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع تشريعي ..."

إلا أنه يجب التمييز بين نوعين من الاستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة، فقد يكون وجوبيا (إلزامي) أو اختياريا³.

¹ المادة 36 من الأمر 03-03، السابق ذكره

² المادة 36 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة بموجب المادة 19 من القانون رقم 12-08، السابق ذكره.

³ شروط حسين، المرجع السابق، ص.ص. 56-58.

أولاً: الاستشارة الوجوبية:

بمقتضى المادة 19 من القانون 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 في مادته 36، فإن المشرع الجزائري أوجب على البرلمان والسلطة التنفيذية من استشارة مجلس المنافسة في المواضيع التالية.

- يستشار المجلس وجوباً في كل نص تشريعي يصدر من البرلمان ممثلاً في السلطة التشريعية.

- يستشار المجلس وجوباً حول كل مشروع تنظيمي¹ صادر عن السلطة التنفيذية، وقد يكون هذا المرسوم يحدد أسعار بعض السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات استهلاك واسع، وهذا بتقدير الدولة التي تراعي التطورات الاقتصادية والاجتماعية ومراعاة متطلبات الحياة الاجتماعية.

- يستشار في كل مشروع مرسوم أو تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الاحتكار الطبيعية.

- كل مشروع نص تشريعي و تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها لا سيما²:

¹ نلاحظ أن في المادة 05 من الأمر 03-03 قبل التعديل كان كانت تنص صراحة على استشارة مجلس المنافسة في كل نص تنظيمي يخص تحديد الاسعار وتم حذفها بموجب القانون 10-05 لكن هذا لا يعني أنه تم حذف الاستشارة بما أنه في المادة 36 تنص على استشارته في كل مشروع نص تنظيمي.

² المادة 36 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

• إخضاع ممارسة مهنية ما أو نشاط ما أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم.

• وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

• فرض شروط خاصة لمباشرة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات.

• تحديد ممارسة موحدة في ميدان شروط البيع.

فالملاحظ أن هذه الحالات هي على سبيل المثال لا الحصر لأن المشرع الجزائري استعمل عبارة "لا سيما"، وحسن ما فعل نظرا للتطورات الاقتصادية والاجتماعية السريعة، وبالتالي يمكن ظهور حالات أخرى جديدة¹.

صحيح أن الحكومة أو البرلمان ملزمون باستشارة المجلس في مواد النصوص التشريعية أو التنظيمية لكنهم غير ملزمون للأخذ برأيه، فالمجلس يمارس دور الهيئة الاستشارية لكن رأيه لا يحوز القوة الالزامية، مع الإشارة أن الرأي يجب أن يكون معللا لكي يستأنس به البرلمان أو الحكومة.

وهو نفس الشيء في فرنسا حيث أن الحكومة ملزمة باستشارة مجلس المنافسة حسب الحالات المنصوص عليها في المادة 2-462 L من قانون التجاري الفرنسي وهي حرة في الأخذ برأي المجلس².

¹ شروط حسين، المرجع السابق، ص.58.

² Article L462-2 du code de commerce français dispose que:

"L'Autorité est obligatoirement consultée par le Gouvernement sur tout projet de texte réglementaire instituant un régime nouveau ayant directement pour effet :

1° De soumettre l'exercice d'une profession ou l'accès à un marché à des restrictions quantitatives ;

2° D'établir des droits exclusifs dans certaines zones ;

3° D'imposer des pratiques uniformes en matière de prix ou de conditions de vente".

ثانيا: الاستشارة الاختيارية:

سميت بالاستشارة الاختيارية نظرا إلى أن كل شخص حر في طلب الاستشارة من المجلس أو عدم القيام بذلك¹.

فالمجلس المنافسة يمكن أن يعطي رأيه حول كل ممارسة ترتبط بالمنافسة كلما تم إخطاره مسبقا سواء من طرف البرلمان أو الحكومة أو أي شخص مؤهل كالجماعات المحلية والمؤسسات الاقتصادية والأعوان الاقتصاديين والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعية المستهلكين².

ونصت على هذا النوع من الاستشارة كل من المادة 35 و38 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، حيث تشير المادة 35 على ما يلي: " يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك، ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة.

ويمكن أن تستشير أيضا في المواضيع نفسها نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعية المستهلكين".

أما بخصوص المادة 38 فهي تؤكد ذلك من خلال نصها على: " يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر، ولا يبدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضورى، إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية".

¹ نصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية 2003-2004، ص.58.

² سبق و أن قدمت الحكومة مشروع نص تنظيمي يتضمن تنظيم أسعار سيارات الأجرة على مجلس المنافسة، لكن ظهر في الأخير أن النص النهائي يختلف تماما عن ما تضمنه المشروع المقدم للمجلس سابقا، مما أثار جدال حول أهمية هذا الاجراء.

يظهر من خلال الأحكام الواردة في المادتين، أن المشرع الجزائري قد حدد الأشخاص المؤهلون لطلب استشارة المجلس والمتمثلة في الحكومة والمؤسسات والهيئات الأخرى كما هو مذكور أعلاه، وكذا الجهات القضائية، عكس الأمر 95-06 الذي لم يكن ينص على هذه الإمكانية.

كما يظهر من خلال استقراء المادتين على اختيارية استشارة المجلس من خلال استعمال المشرع لعبارات تدل على ذلك، كعبارة " إذا طلبت منه ذلك" وعبارة " يمكن أن يستشير" وعبارة " يمكن أن تطلب الجهات القضائية"¹.

أ- الاستشارة من طرف الحكومة :

يمكن للحكومة التماس استشارة مجلس المنافسة في المسائل التي تخص المنافسة غير تقديم مشاريع القوانين أو إعداد النصوص التنظيمية بحيث يبدي المجلس رأيه لكن بشرط أن تكون هناك استشارة مسبقة من قبل الحكومة².

وتجدر الإشارة إلى أن أغلب الاستشارات التي التمتتها الحكومة من طرف مجلس المنافسة اقتصر موضوعها على الأسعار³.

ب- الاستشارة من طرف الأشخاص والمؤسسات الأخرى :

في إطار تقديم استفسارات وتوضيحات حول المسائل التي لها علاقة بالمنافسة، فإنه حسب المادة 35 في فقرتها الثانية تسرد جميع الأشخاص والمؤسسات الأخرى، التي

¹ خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 13 أكتوبر 2013، ص. 36.

² تنص المادة 35 من الأمر 03/03 على أنه " يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك..."

³ نصري نبيل، المرجع السابق، ص. 57 .

بإمكانها طلب استشارة مجلس المنافسة والمتمثلة في الجماعات المهنية والجماعات المحلية والمؤسسات الاقتصادية والمالية والجماعات النقابية وكذا جماعات المستهلكين .

ونشير إلى أن الاستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة لهؤلاء غير إلزامية إذ لها طابع إعلامي فقط¹.

ج- الاستشارة الصادرة عن الجهات القضائية :

إن القضاء بصفة عامة يحتل مكانة معتبرة في قانون المنافسة، بحيث بالرجوع إلى الأمر المتعلق بالمنافسة نجد أن المشرع منحه دورا أساسيا في رقابة وحماية المنافسة وذلك باختصاص الغرفة التجارية لدى مجلس قضاء الجزائر العاصمة بالنظر في الطعون المقدمة ضد قرارات مجلس المنافسة، فإنها يمكن لها أن تستشير المجلس حول القضايا المطروحة عليها والمتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة².

فرع ثاني: الوظيفة التنازعية

إن تبني فكرة السلطة القمعية لمجلس المنافسة في المجال الاقتصادي سمح له من الاستفادة من التدخل في مجالات سطرها له المشرع، فله سلطة القرار في الأعمال المودعة أمامه.

¹ أنظر رأي مجلس المنافسة رقم 021-2016، متعلق بطلب شركة التأمين " اليانس للتأمين" حول ممارسات مقيدة للمنافسة.

² المادة 38 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

وعليه فالوظائف التنازعية التي سطرها المشرع الجزائري لمجلس المنافسة تدخل في إطار الممارسات المقيدة للمنافسة، وهي الممارسات المذكورة في المواد 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة¹.

فتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات تنازعية المحددة في المواد المذكورة اعلاه سواء كان الإخطار تلقائيا من المجلس، أو من الأشخاص المؤهلة قانونا التي سبق الإشارة إليها، وتتمثل هذه الممارسات فيما يلي:

- الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات الصريحة والضمنية².
- التعسف الناتج عن الهيمنة على السوق³.
- التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى⁴.
- البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي⁵.

ولكن رغم هذه السلطات القمعية التي يتمتع بها مجلس المنافسة، لكنها تتوقف حدودها في حالتين:

- عدم اختصاص مجلس المنافسة في الإبطال.
- عدم اختصاص مجلس المنافسة في طلبات التعويض.

¹ شرواط حسين، المرجع السابق، ص. 60.

² المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁴ المادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁵ المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، السابق ذكره.

أولاً: عدم اختصاص مجلس المنافسة في الإبطال:

يلحظ أن الصلاحيات الممنوحة لمجلس المنافسة كما حددها المشرع، لا تتناول مسألة إبطال الممارسات المقيدة للمنافسة، ذلك أن المجلس يهتم بحماية المنافسة في السوق بالدرجة الأولى أو بالنظام العام الاقتصادي، بواسطة إصدار قرارات وأوامر ملزمة بوقف الممارسات¹، حيث يفهم من نص المادة 13 من الأمر 03-03² أن الآثار والالتزامات الناجمة عن إبرام الاتفاقات والعقود بين المؤسسات الاقتصادية تخرج من نطاق اختصاص مجلس المنافسة، ويدخل في إطار الاختصاصات التقليدية للهيئات القضائية، بحيث نص على بطلانها بقوة القانون ولو يذكر أنها تبطل من طرف مجلس المنافسة، وبالتالي يعود اختصاص إبطال الاتفاقات أو الالتزامات إلى القاضي المدني فيما يخص القضايا المدنية، وفيما يخص الاتفاقات بين التجار إلى الغرفة التجارية، حسب طبيعة العمل التجاري³.

ثانياً: الفصل في طلبات التعويض:

جاء في نص المادة 48 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: " يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرراً من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقاً للتشريع المعمول به"، حيث يفهم من هذه المادة أن المشرع الجزائري استثنى مجلس المنافسة من الفصل في

¹ محمد الشريف كتم، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.62.

² تنص المادة 13 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على ما يلي: " دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و9 من هذا الأمر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و7 و10 و11 و12 أعلاه"

³ شرواط حسين، المرجع السابق، ص. 61.

طلبات التعويض، بنص صراحة على أن هذه النوع من القضايا تختص بها الجهات القضائية حصريا¹.

مطلب ثالث: الاجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة والعقوبات المسلطة من

طرفه

إن قانون المنافسة فصل في الإجراءات المتبعة أمامه من خلال تحديد الأطراف التي يمكن لها الإخطار وكيفية الإخطار وكيفية وضع الإخطار، ومنح المشرع الحق لمجلس المنافسة ليخطر نفسه كذلك، ثم نظم كيفية التحقيق في الممارسات المختر عنها من خلال الفصل الثالث من الباب الثالث المتعلق بالمجلس المنافسة، ثم اخيرا تكلم على كيفية الفصل في القضايا المعروضة أمامه (فرع أول).

وعملا بقاعدة شرعية العقوبات فلأمر المتعلق بالمنافسة 03-03 المعدل والمتمم فرض عقوبات مالية على المؤسسات المرتكبة للممارسات المقيدة للمنافسة والتي ثبت فيها ذلك (فرع ثاني).

فرع أول: الاجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة

نظم المشرع الجزائري من خلال الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة إجراءات متابعة مجلس المنافسة للممارسات المنافية للمنافسة في المواد من 44 إلى 55 منه.

وتحريك هذه الاجراءات تستلزم ضرورة تقديم إخطار من جهات معينة لمجلس المنافسة وذلك وفق شكليات محددة حتى تتم إحالة هذا الملف على المقرر الذي يقوم بالتحقيق في الوقائع المعروضة عليه، ليتم في الاخير عرض القضية في الجلسة².

¹ شرواط حسين، نفس المرجع، ص. 62.

² بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص. 130.

وهذا ما سنوضحه أدناه من خلال العناصر الآتية الإخطار، التحقيق والجلسة.

أولاً: الإخطار

أول إجراء تبدأ به الإجراءات الإدارية هي إخطار مجلس المنافسة، إذ أن هذا الإخطار محصور لطائفة معينة من الأشخاص حددها المشرع وبشروط خاصة.

أ- أنواع الإخطار:

بالرجوع لنص المادة 44 فقرة 1 من الأمر 03-03 نجد أنها تضمنت أنواع الإخطار بنصها على ما يلي: "يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة ويمكن المجلس ان ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 02 من المادة 35 من هذا الأمر¹، إذا كانت لها مصلحة في ذلك".

وبالتالي فالإخطار يمكن أن يكون:

- الإخطار الوزاري saisine ministérielle

- الإخطار التلقائي saisine d'office

- الإخطار المباشر saisine direct

¹ الفقرة 02 من المادة 35 من الأمر 03-03 تنص على ما يلي: ". ويمكن أن تستشيرها أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين".

1- الإخطار الوزاري:

وذلك حسب نص المادة 44 من القانون 03-03 حيث يتولى الوزير المكلف بالتجارة إخطار المجلس¹ و ذلك بعد الانتهاء من التحقيق الذي تقوم به المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية، وتتولى الوزارة دراسة الملف شكلا وموضوعا فإذا ما استوفى هذه الشروط تتولى الوزارة التحضير للإخطار الوزاري لمجلس المنافسة، أما إذا أثبتت الدراسة عيبا في الملف يتم إرجاعه إلى الهيئة التي قامت بالتحقيق وذلك قصد تصحيحه².

2- الإخطار التلقائي:

يمكن لمجلس المنافسة أن يخطر نفسه بنفسه حيث تنص المادة 44 من الأمر 03-03 على ما يلي: " ...يمكن لمجلس المنافسة أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه "...، وعليه، لا يلتزم مجلس المنافسة عند اتخاذ القرار عند إخطار نفسه بنفسه بتعليل قراره³.

ويقوم مجلس المنافسة بهذا الإخطار في الحالات التي يراها تستدعي الدراسة، أي القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة⁴، أو في الحالات التي يطلب منه الاستشارة والحصول على رأي، كما يمكن أن يخطر نفسه في الحالات التي وصلت إلى علمه بواسطة إخطار تم رفضه لخطأ إجرائي ... أو التخلي عنه والتي من شأنها الإخلال بالنظام العام الاقتصادي في السوق نفسه أو في سوق أخرى غير تلك التي ارتكبت فيها الممارسة المبلغ عنها.

¹ انظر قرار مجلس المنافسة رقم 99 ق 01 ل 23 جوان 1999 المتعلق بالممارسات المرتكبة من طرف المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية (وحدة سيدي بلعباس)، أين كان الاخطار من طرف وزير التجارة.

² لعويجي عبد الله وبخروية حمزة، اختصاصات مجلس المنافسة، مداخلة بالملتقى الوطني، حرية المنافسة في القانون الجزائري، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، بتاريخ 3 و4 افريل سنة 2013، ص.5.

³ جلال مسعد، المرجع السابق، ص. 324.

⁴ لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص.316.

إن للإخطار التلقائي أهمية كبيرة تتمثل فيم يلي:

- في حالة رفض أو عدم قبول الإخطار بسبب عدم اقتناع المجلس بالعناصر التي قدمها المخطر، يستحسن في هذه الحالة دراسة السوق محل الإخطار حفظا على المنافسة الحرة والنزاهة والنظام العام الاقتصادي، حيث يحدد المجلس إن كان الأمر يستدعي الاستمرار في المتابعة أم لا¹.
- إن دراسة الملف الذي يتم تكوينه بعد إجراء الإخطار، يمكن أن يظهر احتمال وقوع ممارسات مقيدة للمنافسة في سوق أخرى غير السوق المعينة بالممارسة المبلغ عنها، حيث يمكن أن تكون هذه الممارسات مرتبطة فيما بينها.
- عندما يتحصل المجلس على معلومات التي يبزر البدء في التحقيق ينبغي عليه حرصا على حماية الصالح العام الاقتصادي، أن يخطر نفسه بنفسه بدلا من الأشخاص المؤهلين لذلك والتي امتنعت عن إخطاره².

3- الإخطار المباشر:

ويكون هذا الإخطار بواسطة المؤسسات الاقتصادية أي الأعوان الاقتصاديين، أو من الهيئات المذكورة في الفقرة الثانية من المادة 35 من الأمر 03-03 وتتمثل في :

- الجماعات المحلية.
- الهيئات الاقتصادية والمالية.
- المؤسسات.
- الجمعيات المهنية والنقابية.

¹ جلال مسعد، نفس المرجع، ص. 325.

² جلال مسعد، نفس المرجع، ص. 326.

- جمعيات المستهلكين.

فإمكانية إخطار مجلس المنافسة من طرف المؤسسات هو أمر طبيعي جدا على اعتبار أنها العامل الرئيسي الذي يحرك المنافسة¹ ، ولذلك تعد المؤسسة المتضررة مثلا من الاتفاقات المحظورة (الاتفاق على تحديد الأسعار مثلا) ذات مصلحة في طلب دراسة حالة تقييد المنافسة من المجلس، إذا ما سببت هذه الممارسة ضررا للمؤسسة². ، بل وقد ربط هذا الإخطار الذي تقدمه المؤسسات مع الإخطار الذي تقدمه الهيئات التي تمثل المصالح العامة، فكلاهما إخطار مباشر، لذلك رأى البعض وعلى رأسهم الفقيه Jean Bernard Blaise أن:

" قواعد المنافسة لا تشكل قواعد تنظيم التجارة أو ما يعرف قواعد البوليس التجاري، بل هي قانون العلاقات الخاصة بالمؤسسات"³.

وتجدر الإشارة أن نصف الإخطارات، تكون من طرف وزير التجارة والنصف الآخر من قبل المؤسسات، أما عن الإخطارات من الهيئات الأخرى التي تضمنتها المادة 35 قليلة جدا وحتى الاخطار التلقائي نادر⁴.

ب- شروط الإخطار:

من أجل قبول الإخطار يجب توافر جملة من الشروط، منها ما هو عام كالصفة والمصلحة، ومنها ما هو خاص كمنطقة اختصاص المجلس.

¹ بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.137.

² لينا حسن زكي، المرجع السابق، ص.317.

³ Jean Bernard Blaise, droit des affaires, commerçant, concurrence, distribution, manuel LGDJ, Delta,1999, p.438.

أشارت إليه بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.137.

⁴ حسب بحثنا في معظم قرارات مجلس المنافسة لم نجد أي إخطار تلقائي من طرف المجلس نفسه.

إذن فمن أجل قبول الإخطار من طرف مجلس المنافسة، لا بد من توافر الشروط

التالية:

- الصفة.
- المصلحة.
- الاختصاص.
- توافر عناصر إثبات مقنعة¹.

1- الصفة:

لا يسمح بتقديم الإخطار أمام مجلس المنافسة إلا للأشخاص التي تتمتع بصفة التقاضي، حيث حدد المشرع الجزائري قائمة من الأشخاص التي لها الحق في إخطار المجلس، وبالتالي لا يمكن لشخص معنوي مثلا فقد هذه الصفة أن يقوم بإخطار المجلس، فالمؤسسة التي فقدت صفتها كمؤسسة أو التي تم شطبها من السجل التجاري أو الجمعية التي تم سحب اعتمادها لا تتمتع بحق إخطار المجلس.

مثلا في القانون الفرنسي، عندما يصدر إخطار من مؤسسة معينة، تقوم سلطة المنافسة بالتحقق من مدى ممارسة هذه المؤسسة لنشاطاتها في السوق المعنية بالممارسات المبلغ عنها، أما فيما يتعلق بالجمعيات سواء تلك المهنية أو النقابية أو جمعية المستهلكين، فإن المجلس يتأكد من أنها تساهم في الدفاع عن المصالح التي كُلفت بها بالنظر إلى أنظمتها الداخلية وقرار اعتمادها².

¹ بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص. 138.

² جلال مسعد، نفس المرجع، ص. 327.

2- شرط المصلحة:

تضمنت ذلك المادة 1/44 من الأمر المتعلق بالمنافسة 03-03 التي جاء فيها: " يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة، ويمكن المجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من هذا الأمر، إذا كانت لها مصلحة في ذلك".

ويجب الإشارة إلى نص المادة 23 من الأمر 06-95 الملغى كان مبهما حيث يفهم منه أن توافر شرط المصلحة يشترط فقط في الإخطار المرفوع من قبل العون الاقتصادي دون الهيئات الأخرى التي يمكنها رفع الإخطار لمجلس المنافسة.

إن شرط المصلحة طبقا لنص المادة 06 من الأمر 03-03 والتي تتعلق بالاتفاقات المحظورة، يجب أن تكون حالا عند رفع الإخطار¹، إذ تنص على: "... تحظر الممارسات ... عندما تهدف أو يمكن أن تهدف..."، وهذا الحكم يمكن تعميمه على كل الممارسات المقيدة للمنافسة.

كما يستلزم أن تكون المصلحة شخصية ومباشرة، وكذا مشروعة، فلا يمكن لأي شخص من الأشخاص سواء طبيعي أو معنوي، أن يخطر المجلس يتحجج بحماية مصلحة غير شخصية وغير مباشرة وغير مشروعة².

3- شرط الاختصاص:

تضمنت المادة 3 / 44 من الأمر 03-03 شرط الاختصاص حيث جاء فيها: "يمكن أن يصرح المجلس بموجب قرار معلل بعدم قبول الإخطار إذا ما ارتأى أن الوقائع المذكورة لا تدخل ضمن اختصاصه".

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.68.

² بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.139.

فبذلك مجلس المنافسة يمكنه أن يقرر بمفرده إن كان مختصا للنظر في القضية أم لا، مما يوضح لنا أننا للمجلس سلطات واسعة جدا، وربما يمكن أن يكون سلبي حيث يمكن أن يقر بعدم الاختصاص بالرغم من أنه يدخل ضمن صلاحياته، مما قد يمس بمصالح المضرور، إلا أن المشرع لتفادي ذلك ألزم مجلس المنافسة عند التصريح بعدم الاختصاص أن يعلل قراره طبقا لنص المادة 3/44 المذكورة أعلاه، كما أن جميع قرارات مجلس المنافسة قابلة للاستئناف أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر العاصمة وذلك طبقا للمادة 36 من الأمر 03-03.

ويتحدد اختصاص مجلس المنافسة بالممارسات التالية¹:

- الاتفاقيات غير المشروعة.
- التعسف في وضعية الهيمنة.
- التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية.
- البيع بسعر منخفض تعسفيا.
- إبرام عقد شراء استثنائي لاحتكار التوزيع.
- رقابة التجميعات الاقتصادية².

¹ هذا ما جاءت به المادة 44 فقرة 2 من الأمر 03-03 بنصها: ينظر مجلس المنافسة إذا كانت الممارسات والأعمال المرفوعة إليه ضمن إطار تطبيق المواد 6 و7 و10 و11 و12 اعلاه، تستند على المادة 9 اعلاه"
² نلاحظ أن كل الممارسات التي تمس الأسعار والتي هي موضوع بحثنا تدخل نطاق اختصاص مجلس المنافسة.

4- شرط توافر عناصر الإثبات المقنعة

نصت على هذا الشرط صراحة الفقرة 3 من المادة 44 من قانون المنافسة بنصها: "يمكن أن يصرح المجلس بموجب قرار معلل بعدم قبول الإخطار إذا ما ارتأى أن الوقائع المذكورة لا تدخل ضمن اختصاصه أو غير مدعمة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية"¹.

وعليه يجب أن يكون الإخطار المرفوع أمام مجلس المنافسة مدعماً بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية، علماً أنه لا يجب أن نفهم من خلال ذلك، أنه يطلب من المؤسسة المخطرة أن تقوم بدور المحقق، لأنه دور يقوم به المجلس بعد إخطاره، حيث يتولى المقرر العام، تكليف أحد المقررين بالبحث والتحري عن الأدلة اللازمة لإثبات ارتكاب الممارسات المبلغ عنها، إلا أنه يجب على المخطر، أن يقدم الحجج الكافية والبراهين عن طريق إعطاء المؤشرات الأولية التي تسمح باقتناع المجلس وجعله يقبل الإخطار².

كما أضافت المادة 44 الفقرة الأخيرة شرطاً آخر وهو عدم تقادم الممارسات المبلغ عنها، حيث جاءت كما يلي: " لا يمكن أن ترفع إلى مجلس المنافسة الدعاوي التي تجاوز مدتها ثلاث 3 سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معاينة أو عقوبة".

لكن السؤال الذي يطرح هنا متى نبدأ حساب 3 سنوات؟ هل من تاريخ بدأ الممارسة أو من تاريخ نهايتها، وهو الذي لم يجب عليه المشرع ولم يقدّم بتعديل هذه المادة منذ 2003، وحسباً رأينا تحسب المدة من تاريخ انتهاء الممارسة، لأن المنطق أنه يمكن إخطار المجلس على ممارسة التي مازالت قائمة حتى ولو مرت ثلاث سنوات على نشوئها.

¹ أنظر قرار 01 / 2015 بين شركة FARMACPEA ضد شركة UFILAB ، حيث رفض مجلس المنافسة قبول الإخطار لعدم تقديم عناصر إثبات كافية في جلسته المنعقدة في 18 جوان 2014، النشرة الرسمية للمنافسة، عدد 8، ص.14.

² جلال مسعد، نفس المرجع، ص. 334.

ج- آثار الإخطار

عند استفاء الإخطار لجميع شروطه وقبوله من مجلس المنافسة فإنه يترتب عليه

النتائج التالية:

1- قطع التقادم المحدد ب 3 سنوات طبقا للمادة 44 فقرة أخيرة المذكورة اعلاه، أما

في القانون الفرنسي فهي محددة ب 5 سنوات¹.

2- قيام مجلس المنافسة بتكليف الوقائع من خلال عريضة الإخطار المقدمة له.

وتجدر الإشارة أنه مهما كان نوع الإخطار، فالمجلس غير ملزم بالأخذ بالتكليف

القانوني للجهة المخطرة².

3- قيام المجلس بالتصرف في الدعوى إما ب:

عدم تدخله، إذ يلاحظ أن الممارسة لا تستدعي تدخله، وهو ما نصت عليه المادة

08 من الأمر 03-03.

إما يقوم مجلس المنافسة بإحالة القضية إلى التحقيق لتبدأ المرحلة الثانية من

إجراءات تسوية النزاعات المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات³.

ثانيا: مرحلة التحقيق

بعد إخطار مجلس المنافسة وقبوله لهذا الإجراء، تبدأ مرحلة ثانية والمتمثلة في

مرحلة التحقيق، حيث نص المشرع الجزائري عن الأشخاص الذين توكل لهم مهمة البحث

¹ Article L462-7 du code de commerce français Modifié par Ordonnance n°2017-303 du 9 mars 2017 - art. 5 dispose que:="

"L'Autorité ne peut être saisie de faits remontant à plus de cinq ans s'il n'a été fait aucun acte tendant à leur recherche, leur constatation ou leur sanction".

² بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.143.

³ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.71.

والتحقيق في الممارسات المنافسة للمنافسة، وحدد بصورة دقيقة الإجراءات الضرورية الواجب مراعاتها في تلك المهمة، وكيفية إجرائها حفاظا على مصالح الأطراف وحقوق الدفاع.

أ- الأعدان المؤهلون للتحري والتحقيق¹:

يؤهل للقيام بالتحري والتحقيق في الممارسات المقيدة للمنافسة، الأشخاص المذكورين في المادة 49 مكرر من الأمر 03-03 التي تنص على أنه: " علاوة على ضباط وأعدان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، يؤهل للقيام بالتحقيقات المتعلقة بتطبيق هذا الأمر ومعاينة مخالفة أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم:

- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

- الأعدان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

- المقرر العام والمقررون لدى مجلس المنافسة".

ب- كيفية التحري والتحقيق:

في حال وجود مؤشرات جديرة لإجراء التحقيق بعد الدراسة يتولى المقرر تنظيم اجتماع داخل المصلحة التي يشرف عليها من أجل القيام بالتحقيق الذي يسير عبر مرحلتين:

1- مرحلة تحضير التحقيق:

خلال هذه المرحلة يتولى المقرر تحرير تقرير أولي يتضمن عرض الوقائع والتحقيقات التي تم إجراؤها²، وكذا المآخذ المسجلة، ويبلغ رئيس المجلس التقرير إلى

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 68.

² قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص 71.

الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة، وكذا إلى جميع الأطراف ذات المصلحة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز ثلاث أشهر¹.

2- مرحلة غلق التحقيق:

بعد انتهاء مرحلة تحضير التحقيق يتولى المقرر التأكد من صحة الملف من حيث الشكل والموضوع وأخيراً²، عند اختتام التحقيق بإيداع تقرير معل لدى مجلس المنافسة يتضمن المآخذ المسجلة ومرجع المخالفات المرتكبة واقتراح القرار وعند الاقتضاء اقتراح تدابير تنظيمية - طبقاً لأحكام المادة 37³ عندئذ يتولى رئيس مجلس المنافسة دوره بتبليغ التقرير إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين ويحدد لهم كذلك تاريخ الجلسة وذلك قبل 15 يوماً من تاريخ الجلسة، كما يمكن للمقرر إبداء رأيه في الملاحظات المحتملة المذكورة سابقاً⁴.

ثالثاً: الفصل في القضايا

بعد الانتهاء من إجراءات التحقيق، تكون القضية جاهزة للفصل فيها، حيث يعقد مجلس المنافسة جلسة لاتخاذ القرار الملائم في القضية، في ضوء ما ورد في أوراق الملف والملاحظات التي أبدأها الأطراف أثناء الجلسة.

¹ نظر المادتين 51 و 52 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.=

= حيث تنص المادة 51 على أنه: " يمكن المقرر القيام بفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع من ذلك بحجة السر المهني.

ويمكنه أن يطلب باستلام أية وثيقة حيثما وجدت ومهما تكن طبيعتها وحجز المستندات التي تساعد على أداء مهامه، وتضاف المستندات المحجوزة إلى التقرير أو ترجع في نهاية التحقيق.

يمكن أن يطلب المقرر كل المعلومات الضرورية لتحقيقه من أي مؤسسة أو أي شخص آخر، ويحدد الآجال التي يجب أن تسلم له فيها هذه المعلومات".

أما المادة 52 فتتص على: " يحرر المقرر تقريراً أولياً يتضمن عرض الوقائع وكذا المآخذ المسجل ويبلغ رئيس المجلس التقرير إلى الأطراف المعنية، وإلى الوزير المكلف بالتجارة وكذا إلى جميع الأطراف ذات المصلحة، الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز ثلاثة (3) أشهر".

² لعويجي عبد الله وبخروبة حمزة، المرجع السابق، ص.15.

³ أنظر المادة 54 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

⁴ أنظر المادة 55 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

أ- جلسات المجلس:

جلسات المجلس لا تصح قانوناً إلا باكتمال النصاب القانوني والمتمثل في ثمانية أعضاء على الأقل¹، يتأكد بعدها رئيس المجلس طبقاً للمادة 29 من قانون المنافسة، فيما إذا وجدت حالة من حالات التنافي بالنسبة لأعضاء المجلس، كأن يكون لأحدهم علاقة بصاحب القضية المطروحة أمامه من حيث المصلحة أو القرابة لغاية الدرجة الرابعة، أو يمثل أحد أطراف القضية، فكل هذه الحالات تمنع هذا العضو من الحضور في جلسات المجلس².

وتكون الجلسات سرية، لا يحضرها إلا الأطراف المعنية، التي يستمع إليها المجلس حضورياً³، متى تقدمت بمذكرة بذلك، ويمكن أن ينيب ممثل عنها لحضور الجلسات، أو تحضر مع محاميها أو مع أي شخص تختاره، وكذلك يحضر الجلسات، ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة.

ويحق للأطراف ولممثل الوزير، الاطلاع على ملف القضية، والحصول على نسخة منه، إلا أنه يمكن لرئيس المجلس بمبادرة منه، أو بطلب من الأطراف المعنية، رفض تسليم المستندات أو الوثائق التي تمس سرية المهنة، وفي هذه الحالة تسحب هذه الوثائق من الملف، ولا يمكن أن يكون قرار المجلس مؤسساً على المستندات والوثائق المسحوبة منه⁴.

تجدر الإشارة إلى أن المادة 30 تتعارض نوعاً ما مع المادة 51 التي تحدد مهام المقرر أثناء التحقيق والتي تمنح له الحق في الاطلاع على كل وثيقة ولا يمكن الاحتجاج

¹ أنظر المادة 28 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة السابق ذكره.

² بوقندورة عبد الحفيظ، الرقابة القضائية على منازعات مجلس المنافسة وحق الطعن، مجلة المفكر، العدد الرابع عشر، سنة 2006، جامعة محمد خيضر-بسكرة، ص337.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.70.

⁴ أنظر المادة 30 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

أمامه بالسر المهني، أما المادة 30 تبيح للأطراف أو لرئيس المجلس الحق باستبعاد هذه الوثائق أثناء الفصل في القضية، إذا السؤال المطروح: كيف يسمح باستبعاد وثائق متعلقة بالسر المهني والتي استند عليها المقرر أثناء التحقيق؟.

ب- مداوات المجلس

بعد انتهاء أشغال الجلسة، ينسحب المجلس لإجراء المداولة وإصدار القرار، الذي يتخذ بالأغلبية البسيطة، وفي حالة التساوي في عدد الأصوات، يكون صوت الرئيس مرجحاً.

ج- قرار المجلس

يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار، أو أي عمل أو تدبير، من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة¹، وبناءً عليه يمكن تنوع القرارات بحسب ما يقدره المجلس، ولا يشترط في هذه القرارات أي شكل معين، بينما يجب أن تبلغ هذه القرارات إلى الأطراف المعنية بطريقة مضمونة.

يمكن تصنيف القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة حسب الكيفية الآتية²:

- الحفظ ويصدر هذا القرار عندما يتنازل صاحب الإخطار عن ادعاءاته.
- قرار انتفاء وجه الدعوى، وذلك عندما لا يؤدي التحقيق إلى إثبات وجود ممارسات مقيدة للمنافسة.
- قرار رفض الإخطار، وذلك عندما تكون الوقائع المسجلة لا تدخل ضمن اختصاص المجلس، أو لم تكن مدعمة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية.

¹ أنظر المادة 34 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرارات ... ضمان السير الحسن للمنافسة..."

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.71.

- قرار رفض الإخطار، عندما لا تكون لصاحبه صفة التقاضي¹، أو عندما لا يتمسك المجلس بالماخذ التي تم التبليغ بها.
- قرار تعليق الفصل في القضية، عندما يتطلب الأمر إجراء تحقيق تكميلي، أو في حالة انتظار حكم محكمة قضائية أو إدارية، التي قد تكون قد أخطرت هي الأخرى، بنفس الوقائع.
- القرار التنازعي، ويصدر المجلس مثل هذا القرار عندما يحكم على الأطراف المعنية المرتكبة للممارسات المقيدة للمنافسة، بالعقوبات المقررة لها.
- قرار قبول أو رفض الإجراءات التحفظية وذلك تطبيقاً لنص المادة 46 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة².

فرع ثاني: الجزاءات الصادرة عن مجلس المنافسة

بعد استنفاد إجراءات انعقاد الجلسة، وصولاً إلى تقديم كل طرف ادعاءاته، يرفع رئيس المنافسة الجلسة، ويشير على الأطراف وممثليهم بالانسحاب من أجل مداولة المجلس³، ويبقى ممثل الوزير دون تقديم اقتراح أو التصويت⁴، كما أشرنا أعلاه.

إذا أثبتت التحقيقات، أن الأفعال المرتكبة تشكل إحدى الممارسات المقيدة للمنافسة، فإن مجلس المنافسة، يملك إلى جانب صلاحياته في إصدار الأوامر لوقف تلك الممارسات،

¹ أنظر المادة 44 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.72.

³ بوقندورة عبد الحفيظ، المرجع السابق، ص.166.

⁴ المادة 26 الفقرة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلاً دائماً له وممثلاً مستخفاً له لدى مجلس المنافسة، بموجب قرار، ويشارك في أشغال مجلس المنافسة دون أن يكون لهم الحق في التصويت".

سلطة توقيع العقوبات المالية، كما يمكن للهيئات القضائية الحكم بعقوبات مناسبة على مرتكبي هذه الممارسات.

أولاً: الأوامر الواجبة التنفيذ:

يوجه مجلس المنافسة أوامر injonctions إلى المؤسسات المتهمه بالممارسات المقيدة للمنافسة، بعد تأكده من وجودها (أي الممارسات)، وفي هذه الحالة يكون لمجلس المنافسة صلاحية إصدار الأوامر تختلف باختلاف المعطيات المتوفرة وتحدد مهلة للتنفيذ، وإن لم تستجب لها المؤسسات المخالفة، يتدخل المجلس لفرض احترام هذه الأوامر.

هذا وقد نصت المادة 45 من قانون المنافسة على ذلك بقولها " يتخذ مجلس المنافسة أوامر معللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المعاينة المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض والملفات المرفوعة إليه أو التي يبادر هو بها من اختصاصه.

كما يمكن أن يقرر المجلس عقوبات مالية إما نافذة فوراً وإما في الآجال التي يحددها عند عدم تطبيق الأوامر"

ويمكن لمجلس المنافسة، إذا لم تنفذ الأوامر والاجراءات المؤقتة، أن يحكم بغرامات تهديدية، لا تقل عن مبلغ مائة وخمسين ألف دينار عن كل يوم تأخير¹.

ويعتبر إصدار الأوامر، كيفية أخرى لسلطة العقاب المخولة لمجلس المنافسة إلى جانب صلاحية إصدار قرارات تتضمن الإجراءات المؤقتة².

¹ المادة 58 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم: " يمكن مجلس المنافسة إذا لم تنفذ الأوامر والاجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 من هذا الأمر، في الآجال المحددة، أن يحكم بغرامات تهديدية لا تقل عن مبلغ مائة وخمسين الف دينار (150.000 دج) عن كل يوم تأخير".

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.ص. 72،73.

ثانيا: العقوبات المالية

كما ذكرنا يقرر المجلس غرامات عند عدم تطبيق الأوامر، وعندما ينتقل إلى العقوبات المالية التي تكون نافذة فورا أو بأجال ويرجع تقدير ذلك إلى ما يراه المجلس حسب المادة 45 فقرة المذكورة أعلاه.

أ- معايير تقدير العقوبة

وبالرجوع إلى المادة 62 مكرر 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم¹، فإنه يجب على مجلس المنافسة عند تسليطه للعقوبة ان يعلل ذلك وفق مجموعة من المعايير:

- الخطورة.
- الضرر.
- الفوائد المجمعة من مرتكبي المخالفة.
- مدى تعاون المؤسسات المهيمنة مع مجلس المنافسة.

لكن هذا لا يمنع من أن مجلس المنافسة من الاعتماد على معايير أخرى لأن المشرع في المادة 62 مكرر 1 جاء بها على سبيل المثال من خلال استعمال عبارة "لاسيما".

والقرار يجب أن يصدر مسببا، والمؤسسة المخالفة لها حق الطعن كما سبق الذكر¹.

¹ المادة 62 مكرر 1 تنص على ما يلي: "تقرر العقوبات المنصوص عليها في المواد 56 إلى 62 من هذا الأمر، من قبل مجلس المنافسة على أساس معايير متعلقة، لا سيما بخطورة الممارسة المرتكبة، والضرر الذي لحق بالاقتصاد، والفوائد المجمعة من طرف مرتكبي المخالفة ومدى تعاون المؤسسات المتهممة مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية وأهمية وضعية المؤسسة المهيمنة على السوق".

ولقد تم النص على العقوبات المالية المطبقة من طرف مجلس المنافسة في الأمر 03-03 المعدل والمتمم في الفصل الرابع من الباب الثالث المتعلق بمجلس المنافسة في المواد 56 إلى 62.

ب- طبيعة العقوبة المالية

هذه العقوبات هي عبارة غرامات مالية تُوقع على المؤسسات المخالفة، وحسب المادة 56 من الأمر 03-03 يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة بغرامة لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحققة في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، على أن لا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد²، فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار³.

إن قانون المنافسة الذي سلط العقوبات على المؤسسات يمكنه تسليط عقوبات على الأشخاص الطبيعية، بحيث جاء في المادة 57 من الأمر 03-03 أن كل شخص طبيعي ساهم شخصيا وبصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة أو أثناء تنفيذ هذه الممارسات يعاقب بغرامة تقدر بمليون (2.000.000 دج) دينار جزائري.

والملاحظ أن المشرع قد تساهل في فرض عقوبة الغرامة على الأشخاص الطبيعية فقط دون الأشخاص المعنوية، وكذا في اشتراط المساهمة الشخصية في تنظيم وتنفيذ الممارسات المقيدة للمنافسة.

¹ شروط حسين، لمرجع السابق، ص.65.

² تخص تلك المؤسسات الخاضعة لنظام الضريبة الجزافية، عكس المؤسسات الخاضعة لنظام الحقيقي الذي يكون لها رقم أعمال محدد.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.74.

فكان على المشرع هنا استعمال حرف العطف "أو" وليس "و" فمن المفروض عقاب من ساهم في تنظيم أو تنفيذ هذه الممارسات.

فالمادة 57 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تسمح للكثير من الإفلات من العقاب، خاصة أن المادة تشترط المساهمة الشخصية، فهي لا تكتفي بالمساهمة غير المباشرة للشخص الطبيعي في تنظيم وتنفيذ الممارسة.

فإثبات المساهمة الشخصية والاحتمالية أمر صعب جدا خاصة أن عنصر سوء النية شرط جوهري لفرض العقوبة¹.

كما يمكن لمجلس المنافسة أن يقر غرامات تهديدية لا تقل عن مبلغ مائة وخمسون ألف دينار جزائري (150.000 دج) كما سبق القول عن كل يوم تأخير عن تنفيذ الأوامر والاجراءات المؤقتة في الآجال المحددة طبقا لقانون المنافسة².

عند عرقلة أعمال الرقابة التي تسند للمؤسسات يمكن لمجلس المنافسة إصدار عقوبات لا تتجاوز ثمانية مئة ألف دينار (800.000 دج) كتقديم المعلومات الخاطئة أو الغير الكاملة (بشكل متعمد)، التهاون وعدم تقديمها في الآجال المحددة من قبل المقرر، بالإضافة إلى غرامة تهديدية لا تقل عن مائة ألف (100.000 دج) دينار عن كل يوم تأخير³.

المادة 60 من قانون المنافسة، تتمثل في إمكان مجلس المنافسة تقرير تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء

¹ بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص.181.

² المادة 27 من القانون 08-12 التي تعدل المادة 58 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة السابق ذكره.

³ المادة 59 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

التحقيق في القضية وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر¹.

وفي الواقع ، فإن هذا الحكم في غاية الأهمية من حيث كونه يعطي الفرصة للمؤسسات المرتكبة للمخالفات المتعلقة بالمنافسة لتصحيح وضعيتها وتقادي العقوبات التي يمكن أن تلحقها والتي قد تؤدي إلى إقصائها من العملية التنافسية، كما أن هذه الإضافة تبدو مفيدة من حيث كونها تشكل بديلا عن شل نشاط المؤسسة التي ارتكبت المخالفة عن طريق توقيع العقوبة أو على الأقل بديلا عن تأثير هذه العقوبة على هذا النشاط.

كما أن أهمية هذا الحكم تبدو من زاوية أخرى في كون المشرع لم يتغاض عن وجود المخالفة الماسة بالمنافسة ولا عن مسؤولية مرتكبيها، بل جعل من الاعتراف بوجود المخالفة من قبل المجلس وكذا من قبل المؤسسة المسؤولة عنها شرطا ضروريا للاستفادة من حكم هذا النص، ولقد جاء في اقتراح مشروع القانون المتعلق بالمنافسة الغرض من تقرير هذا الحكم، والمتمثل في محاولة تجاوز الطابع المتشدد في إقرار العقوبة الذي ميز أمر 95-06 وذلك عن طريق تخفيض قيمتها أو إلغائها تماما.

غير انه ومع أهمية هذا الحكم، إلا أن المشرع لم يوضح الكيفية العملية التي يمكن أن تستفيد من خلالها المؤسسات المعنية من هذا الإعفاء، فهل يكون ذلك عن طريق تقديم طلب من المؤسسة التي ارتكبت المخالفة يكون موضوع نظر المجلس وعلى أساسه يقرر هذا الإعفاء؟ أم أن ذلك لا يستدعي تقديم الطلب وإنما يقرره المجلس من السياق التحقيق أين تمارس المؤسسة المدعى عليها حقوقها في الدفاع محاولة الاستفادة من هذا الحكم؟².

ثالثا: عقوبات أخرى صادرة عن الهيئات القضائية

إن قانون المنافسة لا يرمي إلى حماية الصالح العام الاقتصادي فحسب، بل يرمي أيضا إلى حماية المصالح الخاصة للمؤسسات، وغيرها من الأشخاص (جمعيات حماية

¹ لعويجي عبد الله وبخروبة حمزة، المرجع السابق، ص.19.

² نفس المرجع، ص.20.

المستهلكين مثالا) التي يمكن أن تتضرر من جراء ارتكاب هذه الممارسات، وهكذا بالإضافة إلى الإجراءات الخاصة التي تسمح لمجلس المنافسة بتوجيه أوامره وتسييل عقوبات مالية ضد الممارسات المقيدة للمنافسة الواردة في المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12، من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، فإن الهيئات القضائية تعتبر أيضا مختصة في تسييل عقوبات مدنية على المؤسسات المتورطة في هذه الممارسات¹.

فرع ثالث: الطعن في القرار

إن جملة الاختصاصات التي منحها المشرع لمجلس المنافسة وجملة الوسائل التي حولها إياه للقيام بهذه الاختصاصات، لا تعني أبدا أن القرارات الصادرة عن المجلس غير قابلة للمراجعة، ولا أنها تطبق آليا، بل انه وتجسيدا لمبادئ حقوق الدفاع، فقد رتب المشرع وضمن الامر 03-03 إمكانية الطعن في هذه القرارات الصادرة عن المجلس، هذه المكنة التي قررها المشرع لصالح المؤسسات التي صدر القرار في حقها تجعلنا نتساءل عن إجراءات هذه الطعون وكذا الجهة المختصة بنظرها....

لقد تناول المشرع إجراءات الطعن في قرارات مجلس المنافسة ضمن الفصل الخامس من الباب الثالث من أمر 03-03، معتبرا جميع قرارات المجلس قابلة للطعن وذلك مهما كانت طبيعتها وبذلك يخرج عن مفهوم القرار جملة الأوامر التي يصدرها المجلس والتي لها علاقة بمجريات التحقيق في القضية والتي تعتبر من الأعمال الداخلية لسير المجلس كقرار وقف النظر إلى حين القيام بالخبرة أو استكمال التحقيق....

أما عن الأشخاص المؤهلة لتقديم الطعن، فقد ذكرتهم المادة 63 بقولها: "تكون قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن... من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة..."².

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.76.

² المادة 63 من الأمر 03-03 المعدلة بموجب المادة 31 من القانون رقم 08-12، السابق ذكره.

إن يبدو من خلال هذا النص إن الأشخاص المعنية بتقديم الطعن هي على سبيل الحصر أطراف القضية وكذا الوزير المكلف بالتجارة أو بعبارة أخرى تلك التي صدر القرار في حقها أو من شأنه التأثير على المصلحة العامة.

إن المشرع وعندما رتب على قرارات مجلس المنافسة حق الطعن فيها، قد بين الجهة المختصة بنظر الطعن وهي مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية، أو بعبارة أخرى أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر¹.

إن إعطاء اختصاص النظر في الطعون ضد قرارات مجلس المنافسة للغرفة التجارية على مستوى المجلس يبدو بالنظر إلى طبيعة القضايا المتعلقة بالمنافسة وهي تلك الماسة بنشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات، وهذه النشاطات الاقتصادية لا يمكن النظر فيها إلا من طرف الجهة القضائية المختصة في المواد التجارية، ومع ذلك فإن الغرفة التجارية على مستوى المجلس القضائي لا يعود لها الاختصاص بنظر في الطعون ضد أي قرار صادر عن المجلس والقاضي برفض منح الترخيص بالتجميع والتي يعود الاختصاص بنظر الطعون ضدها إلى القضاء الإداري وتحديدا إلى مجلس الدولة.

هذا إن عن اختصاص النوعي، أما الاختصاص المحلي فإن عقد الاختصاص لمجلس قضاء الجزائر ضد قرارات مجلس المنافسة يرجع إلى طبيعة مجلس المنافسة الذي يعود له الاختصاص بنظر هذه القضايا على المستوى الوطني، فكان منطقيا أن يختص مجلس قضاء الجزائر العاصمة بنظر هذه الطعون².

إن المشرع وبالرغم من نصه في المادة 64 من أمر 03-03 إن يرفع الطعن أمام مجلس قضاء الجزائر ضد قرارات مجلس المنافسة من قبل أطراف القضية طبقا لإحكام قانون الإجراءات المدنية، فإنه نص ضمن الأمر نفسه على مواعيد الطعن في هذه القرارات حيث حددها في نص المادة 63 بشهر واحد يبدأ حسابه من تاريخ استلام القرار، هذا الميعاد الذي يجب أن يتضمنه القرار المبلغ نفسه، حيث يعتبر ذلك شرطا جوهريا لصحة

¹ لعويجي عبد الله وبخروبة حمزة، المرجع السابق، ص.16.

² بوقندورة عبد الحفيظ، المرجع السابق، ص.340.

القرار وهذا ما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 47، يضاف إلى هذا أن المشرع قد حدد ميعادا للطعن في الإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادة 46، حيث تكون هذه التدابير قابلة للطعن فيها خلال 20 يوما يبدأ حسابها من تاريخ استلام الأمر بتنفيذها¹.

إن قابلية قرارات مجلس المنافسة للطعن، وإن كان يشكل تجسيدا لمبادئ حقوق الدفاع فإن هذا الطعن ومن جهة أخرى لا يمس بدور المجلس و بالرغبة في توسيع هذا الدور بقابلية قراراته للتنفيذ.

لذلك وخروجا عن القواعد العامة في الطعون والمتمثلة في أثرها الموقوف للحكم² قرر المشروع في نص الفقرة الثانية من المادة 63 "بألا يترتب على الطعن لدى مجلس قضاء الجزائر أي أثر موقوف لقرارات مجلس المنافسة" ومع ذلك فإن هذا الحكم ليس مطلقا، إذ يمكن لرئيس مجلس قضاء الجزائر في أجل لا يتجاوز خمسة عشر (15) يوما أن يوقف تنفيذ التدابير المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 أعلاه، الصادر عن مجلس المنافسة عندما تقتضي ذلك الظروف أو الوقائع الخطيرة."

إن المشرع، وكما حدد ميعادا للطعن، حدد أيضا ميعادا لمجلس قضاء الجزائر من أجل وقف تنفيذ هذه القرارات، وذلك تحت طائلة تعرض قرار مجلس قضاء الجزائر للطعن بالنقض لوروده خارج الميعاد، وقد حدد هذا الأخير بخمسة عشر (15) يوما، ورغم أن المشرع لم يبين بداية حساب الميعاد، إلا أنه من الواضح أنه يبدأ حسابها من تاريخ تقديم الطعن.

وتجدر الإشارة في هذا الشأن إلى أن سلطة مجلس قضاء الجزائر بوقف تنفيذ التدابير المنصوص عليها في المادتين السابق الإشارة إليهما هي سلطة مقيدة بضرورة وجود ظروف أو وقائع خطيرة.

¹ المادة 63 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

² لعويجي عبد الله وبخروية حمزة، المرجع السابق، ص.18.

وهكذا إذن تبقى سلطة التقدير كاملة غير منقوصة لمجلس قضاء الجزائر وتبعا للظروف والوقائع من أجل وقف التنفيذ ومن أجل الوصول إلى ذلك يمكن للمجلس طلب رأي الوزير المكلف بالتجارة عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية¹.

مبحث ثاني: متابعة الممارسات المتعلقة بالأسعار الخاصة بقانون 04-02

إن تمكين السلطات العمومية من الكشف ومعاقبة الممارسات المخلة بشفافية المعاملات التجارية ونزاهتها، يتطلب اتباع اجراءات صارمة تسمح بإثبات المخالفات ومتابعتها، مما يحفظ حقوق الدفاع² (المطلب الأول).

وقد راعى المشرع عندما قرر العقوبات المتعلقة بالممارسات المخلة بقواعد الشفافية والنزاهة في المعاملات التجارية، خصوصية هذا النوع من المخالفات، حيث أنه صدرت بمناسبة ممارسة النشاط الاقتصادي ومرتبطة بمحيط الحياة الاقتصادية، فكان من الملائم أن تكون العقوبات المقررة لها مناسبة لهذا النشاط، وذات طبيعة اقتصادية، مثل الغرامات المالية ومصادرة السلع وحجز الأموال محل الجريمة وغلق المحلات التي وقعت فيها المخالفات، ولهذا نجد أن المشرع استبعد العقوبات القاسية السالبة للحرية، باستثناء جنحة معارضة الرقابة، نظرا لخطورتها، لاسيما عندما تتخللها عملية العنف الجسدي، وحالة العود التي تعني قيام العون الاقتصادي، بمخافة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط³، وإضافة إلى هاته العقوبات، يمكن لأي متضرر من الممارسات الممنوعة، طلب التعويض عما لحقه من ضرر بسببها (المطلب الثاني)⁴.

¹ المادة 69 فقرة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.125.

³ المادة 47 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁴ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.125.

مطلب أول: إثبات المخالفات ومتابعتها

إن الكشف ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، يتم بواسطة الأعوان المذكورون في المادة 49 من القانون، وتتم المتابعة، حسب الأوضاع والشروط المحددة قانوناً، وذلك من طرف وكيل الجمهورية أو المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة.

فرع أول: البحث والمعاينة

تجب الإشارة أن المادة 49 مكرر فقرة 4 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة¹ حتى هي تحيلنا في مجال مراقبة ومعاينة المخالفات المتعلقة بالمنافسة إلى القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ونصوصه التطبيقية، وبالتالي فهذه الأحكام التي سوف ندرسها تطبق حتى على الممارسات المنافية للمنافسة.

حدد القانون الموظفين المؤهلين لإجراء التحريات المتعلقة بالمخالفات، كم حدد الصلاحيات التي يتمتعون بها في هذا المجال، ومنع أية معارضة لأداء المهام الموكلة لهم، واستلزم تحرير محاضر أو تقارير عند كل تدخل يقومون به، وإرسالها إلى الجهات المعنية للقيام بالمتابعات الضرورية².

أولاً: الموظفون المؤهلون للقيام بالتحقيق والمعاينة

حددت المادة 49 من القانون 04-02 الأشخاص المؤهلين للقيام بالبحث والتحقيق عن المخالفات وهم:

¹ المادة 49 فقرة 4 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتم تنص على أنه: "تتم كفيات مراقبة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها بموجب هذا الأمر طبقاً لنفس الشروط والأشكال التي تم تحديدها في القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية نصوصها التطبيقية".

² أنظر المادة 55 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره.

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية¹.
 - المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
 - الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
 - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.
- يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية، اليمين وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها.
- يجب على الموظفون المذكورون أعلاه، خلال القيام بمهامهم، أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل.

¹ المادة 15 من قانون الاجراءات الجزائية تنص على: " يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية:

- 1- رؤساء المجالس الشعبية البلدية.
 - 2- ضباط الدرك الوطني
 - 3- الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمراقبين ومحافظي وضباط الشرطة للأمن الوطني..
 - 4- ذوو الرتب في الدرك، ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة.
 - 5- الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمفتشين وحفاظ وأعوان الشرطة للأمن الوطني الذين أمضوا ثلاث سنوات على الأقل بهذه الصفة والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك بين وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية، بعد موافقة لجنة خاصة.
 - 6- ضباط وضبط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.
- يحدد تكوين اللجان المنصوص عليها في هذه المادة وتسييرها بموجب مرسوم.

ثانيا: صلاحيات الأعوان المكلفون بالتحقيق

حدد القانون رقم 04-02 صلاحيات الأعوان المكلفين بالتحقيق في المخالفات التي

نص عليها القانون المذكور أعلاه والأمر 03-03، وهي صلاحيات واسعة تتمثل في:

أ- الاطلاع على المستندات وطلب الحصول عليها والحجز عليها:

يمكن لأعوان التحري أن يسطلعوا على المستندات الإدارية والتجارية أو المالية أو المحاسبية، سواء كانت ورقية أو معلوماتية أو مغناطيسية¹، وأن المستندات الإجبارية للتاجر أن يمتلكها كالدفاتر التجارية الإلزامية² والفواتير وكذا الوثائق المحاسبية، يلتزم التاجر بتقديمها دون حاجة لإثبات وجودها من طرف الأعوان، أما الدفاتر الاختيارية فعلى العون إثبات وجودها من أجل أن يستند عليها.

بالإضافة إلى ذلك يمكن للأعوان المعنيين في المادة 49 من القانون 04-02

الحصول على هذه الوثائق، وإن اقتضى الأمر الحجز عليها³.

وفي الأخير يتم تحرير محاضر الجرد أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم

نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة⁴.

¹ المادة 50 فقرة 1 من القانون 04-02 تنص: " يمكن الموظفون المذكورون في المادة 49 أعلاه، القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعو بذلك بحجة السر المهني".

² المادة 09 و10 من القانون التجاري، حيث تنص المادة 09 على: " كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر اليومية يقيد فيه يوما بيوم عمليات المقاوله أو أن يراجع على الأقل هذه العمليات شهريا بشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا.

المادة 10 من القانون التجاري تنص: " يجب عليه أيضا أن يجري سنويا جردا لعناصر أصول وخصوم مقاولته وأن يقفل كافة حساباته بقصد إعداد الميزانية وحساب النتائج وتنسخ بعد ذلك هذه الميزانية وحساب النتائج في دفتر الجرد.

³ المادة 50 فقرة 2 من القانون 04-02 تنص على أنه: " ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها".

⁴ أنظر المادة 50 فقرة 4 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره.

ب- الدخول إلى الأماكن ذات الاستعمال المهني:

تنص المادة 52 من القانون 04-02 على أنه: " للموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقاً لأحكام قانون الاجراءات الجزائية".

وبالتالي نجد أن المشرع الجزائري أعطى للأعوان المكلفون بالتحري الحق والحرية في الدخول إلى الأماكن ذات الاستعمال المهني إذ حددها على سبيل المثال بالمحلات التجارية والمكاتب وأماكن التخزين، حيث أن دخول هذه الأماكن يكون بدون إتباع الاجراءات المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية أي بدون إذن من وكيل الجمهورية أو اتباع وقت محدد، مع الإشارة أنه من المنطقي أن دخول هذه الأماكن ذات الاستعمال المهني يكون وقت العمل الخاص بكل مؤسسة معنية بالمخالفة¹.

أما الأماكن السكنية فهي تخضع للضوابط المنصوص عليها في قانون الاجراءات الجزائية².

ج- فتح الطرود أو أي متاع:

يمكن للأعوان المكلفون بالتحري أن يقوموا كذلك خلال نقل البضائع بفتح الطرود أو المتاع لكن بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل³.

¹ قارة سليمان محمد خليل، المرجع السابق، ص.ص. 61، 62.

² المادة 45 من قانون الاجراءات الجزائية تنص على: " لا يجوز البدء في تفتيش المساكن ومعاينتها قبل الساعة الخامسة صباحاً ولا بعد الساعة الثامنة مساءً إلا إذا طلب صاحب المنزل ذلك أو وجهت نداءات من الداخل أو في الاحوال الاستثنائية المقررة قانوناً".

³ أنظر المادة 52 فقرة 2 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره.

ثالثاً: معارضة التحقيق

منع القانون أي معارضة للمراقبة، حيث نصت المادة 53 على أن كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرق الموظفين المؤهلين لذلك، يعاقب عليها بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين، وبغرامة بين مائة ألف دينار إلى مليون دينار، أو بإحدى هاتين العقوبتين، ويعتبر كمعارضة للمراقبة الأفعال التالية¹:

- رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم.
- منع الموظفين من الدخول الحر، لأي مكان غير محل السكن.
- رفض الاستجابة عمدا لاستدعاءاتهم.
- توقيف عون اقتصادي لنشاطه، أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة.
- استعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة، بأي شكل لإنجاز التحقيقات.
- إهانتهم وتهديدهم أو كل شتم أو سب اتجاههم.
- العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم، أو بسبب وظائفهم.

وفي الحالتين الأخيرتين، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، مع مراعاة احكام المصالحة².

¹ أنظر المادة 54 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.128.

رابعاً: إجراءات معاينة المخالفات

حسب المادة 55 من القانون 04-02¹، تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق وتثبت المخالفات في محاضر.

أ- تحرير المحاضر

تبين المحاضر التي يحررها الأعوان المؤهلون لذلك في ظرف ثمانية أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، نوع المعاينات المسجلة، وتصنف المخالفة حسب أحكام القانون 04-02 ويذكر فيها أن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير².

وتكون للمحاضر وتقارير التحقيق، حجية قانونية حتى يطعن فيه بالتزوير³.

مع الإشارة أن هذه المحاضر المحررة من طرف الأعوان المؤهلون تكون دون شطب أو إضافة أو قيد في الهامش، ويجب أن تتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وهوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم⁴،

¹ المادة 55 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم تنص على: "تطبيقاً لأحكام هذا القانون، تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم.

تثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة 40 من هذا القانون".

² أنظر المادة 57 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ المادة 58 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم تنص على: "مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون،

تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير".

⁴ أنظر المادة 56 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

ويتم تصنيف المخالفة حسب أحكام قانون 02-04 ويتم اقتراح العقوبة من طرف الأعوان الذين حرروا المحضر عندما تقل الغرامة على مليون دينار أي في حدود المصالحة¹.

كما تسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، في سجل خاص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية².

ب- إرسال المحاضر إلى المدير الولائي للتجارة:

إن المحاضر المحررة طبقاً للقانون 02-04 ترسل مباشرة إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة، الذي له أن يتابع أولاً يتابع القضية، فإذا تبين له أن الوقائع لا تشكل مخالفة من المخالفات المنصوص عليها في القانون، أو أن أدلة الإثبات منعدمة أو غير كافية، يمكنه حفظ المحضر³، وإذا تبين له أن عناصر المخالفة متوفرة، فإن المادة 60 فقرة 2 من القانون رقم 02-04 بينت أن المدير الولائي يمكنه أن يقبل بمصالحة الأعوان الاقتصاديين المخالفين، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار استناداً إلى المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهلين⁴.

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة، تفوق مليون دينار ونقل عن ثلاثة ملايين دينار، يمكن للوزير المكلف بالتجارة، أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة،

¹ أنظر المادة 56 فقرة 4 و 5 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² أنظر المادة 59 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص. 128.

⁴ أنظر المادة 60 فقرة 2 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين، والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة¹.

نلاحظ أن المشرع الجزائري أعطى الحق في إبرام المصالحة مع الأعوان الاقتصاديين إلى المدير الولائي للتجارة لوحده إذا كانت الغرامة لا تتعدى مليون دينار جزائري وللوزير المكلف بالتجارة إذا كانت الغرامة ما بين مليون دينار جزائري وثلاثة ملايين دينار، وحسب رأينا كان لابد من منح هذا الحق إلى لجنة مختصة تتولى المصالحة وتسمى لجنة المصالحة، حيث يمكن أن يتم تقديم الطلب إليها من طرف العون الاقتصادي المخالف من أجل المصالحة، وهي وحدها لها الحق في تقريرها أو لا.

فرع ثاني: متابعة المخالفات

تطبيقا للمادة 55 فقرة 2 من القانون 02-04 التي تنص على: " تثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا مع مراعاة أحكام الواردة في المادة 60 من هذا القانون". والمادة 60 تجيز للمدير الولائي والوزير المكلفان بالتجارة، باقتراح غرامة مصالحة على مرتكب المخالفة بدون اللجوء إلى القضاء²، حيث تنص على: " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية.

غير انه، يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج) استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.

¹ أنظر المادة 60 فقرة 3 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.129.

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، يمكن لوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بالمصالحة، استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.

عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية".

ومن خلال المادتين 55 فقرة 2 والمادة 60، نستنتج أنه إذا تم إثبات المخالفات، فإن الفصل فيها يكون بطريقتين: الطريق القضائي والطريق الودي¹.

أولاً: الطريق القضائي

جاءت المادة 60 بمبدأ عام في مجال اختصاص بالفصل في المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون وجعلته من صلاحيات القضاء حيث نصت: " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية".

إذا يتلقى وكيل الجمهورية محاضر المعاينة المثبتة للمخالفات من المدير الولائي المكلف بالتجارة ويقرر ما يتخذه بشأنها، إما بحفظها أو إحالتها للمحكمة للفصل فيها قضائياً.

ويتلقى وكيل الجمهورية محاضر المخالفات في حالات محددة كما يلي:

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، دار هومه، الجزائر، سنة 2006، ص.246.

- عندما تكون المخافة تفوق ثلاثة ملايين دينار، فإن المحضر المعد من طرف الأعدان المؤهلون لذلك، يرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة، إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، قصد المتابعات القضائية¹.
- عندما يرفض المخالف دفع الغرامة المقترحة، في أجل خمسة وأربعين يوما من تاريخ المصالحة، ورفض دفع الغرامة مطلقا².
- في حالة العود، يرسل المحضر مباشرة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا³.

ثانيا: الطريق الودي

بما ان لا مصالحة إلا بنص القانون، فإن القانون 04-02 كغيره من القوانين الاقتصادية لم يخلوا من النص على امكانية اللجوء إلى المصالحة، وقد تم ذلك بموجب المادة 60 من المذكورة أعلاه⁴.

فتعتبر المصالحة بديلا عن الفصل في النزاع عن طريق القضاء، ويقترح الموظفون المؤهلون الذين حرروا المحضر على مرتكبي المخالفات في حدود الغرامات المالية المنصوص عليها في القانون، ولهم قبول العرض، أو قبوله مع تحفظ على مبلغ الغرامة

¹ أنظر المادة 60 فقرة 4 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² أنظر المادة 61 فقرة 6 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ أنظر المادة 62 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁴ كوسر عثمانية، خصوصية العقوبات في جرائم المنافسة في التشريع الجزائري، مداخلة قدمت في ملتقى " قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، يومي 16 و 17 مارس 2015، ص.19.

المقترحة، ولهم رفض المصالحة، وكل هذه الخيارات ترفع إلى السلطة المختصة بمنح المصالحة¹.

أ- شروط قيام المصالحة:

حتى تكون المصالحة التي تتم بين الإدارة والمؤسسة صحيحة ومنتجة لآثارها فيجب أن تتوفر جملة من الشروط تتمثل في :

1- شروط تتعلق بطرفي المصالحة:

- يجب أن نكون الإدارة المعنية بالمصالحة ممثلة بشخص مختص قانونا لإجرائها ومؤهل هذا الغرض، ونظرات للطابع الاستثنائي للمصالحة ولقوتها غير المألوفة، فإن الاختصاص يكون صحيحا بمقتضى نص قانوني يعين بصفة دقيقة السلطات المختصة بإجرائها وقد حددتهم المادة 60 من القانون 04-02 وهم اثنين: المدير الولائي المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالتجارة.

- يجب أن يتمتع الشخص المتصالح مع الإدارة بالأهلية اللازمة لعقد الصلح، فإذا كان شخصا طبيعيا فيجب أن تكون أهليته الجزائية كاملة يوم ارتكاب الجريمة، باعتبار أن المصالحة في الجرائم الجزائية بوجه عام جزء إداري سواء من حيث مصدرها - ارتكاب الجريمة- أو من حيث أثرها - انقضاء الدعوى العمومية².

أما إذا كان الشخص معنويا والذي قد يكون مؤسسة اقتصادية أو خاصة فممثله الشرعي هو من يتولى التصالح مع الإدارة سواء كان منتخبا أو معيناً³.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.130.

² سميحة علال، المرجع السابق، ص.159.

³ كوسر عثمانية، المرجع السابق، ص.21.

2- الشروط المتعلقة بمضمون الصلح:

يتحدد مضمون عقد الصلح من جهتين، الأولى من نطاق الجرائم التي يجوز فيها الصلح حيث اجازت المادة 60 من القانون 04-02 المصالحة في جميع المخالفات ما عدا الحالة التي تكون فيها المؤسسة المخالفة في حالة عود¹، ومن جهة أخرى يجب أن يكون مضمون الصلح في حدود مقدار الغرامة المحددة قانوناً².

ب- اجراءات المصالحة:

بعد القيام بعملية المراقبة وبعد اجراء التحقيقات اللازمة التي تسمح للموظفين المؤهلين بتصنيف المخالفات بشأنها أم لا، وعند تحقق الشروط من أجل إجراء المصالحة، يتم تحديد قيمة غرامة الصلح الواجب دفعها من طرف المؤسسة المخالفة إلى الخزينة العمومية حتى تتخلص من المتابعة القضائية.

ما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام أن تحديد مقدار الغرامة لا يخضع لمعايير قانونية بحتة، وإنما يخضع للسلطة التقديرية للإدارة والتي غالباً ما تأخذ بعين الاعتبار نوع النشاط الذي تمارسه المؤسسة المخالفة، كما يراعي أيضاً القيمة الاجمالية للمخالفة المرتكبة. لكن بما أن المصالحة ليست حقا لمرتكب المخالفة، ولا هي إجراء الزامي بالنسبة للإدارة وإنما هي مكنة جعلها المشرع في متناولهما، فإنه يتعين على المؤسسة المخالفة تقديم طلب لإجرائها، كما يتعين على الإدارة ابداء موافقتها³.

¹ أنظر المادة 62 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² أنظر المادة 60 فقرة 2 و 3 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ كوسر عثمانية، نفس المرجع، ص.22.

إذا كان الصلح لا ينعقد إلا إذا اتفق الطرفين ، الإدارة والمؤسسة المخالفة، ومع ذلك فإن رضا المؤسسة يكون شكليا، حيث تعتبر في هذه الحالة الطرف الضعيف الذي يخاف من المتابعة القضائية، حيث هناك من يصنف المصالحة بعقد الإذعان، وبالتالي يؤدي بالضرورة خضوع المؤسسة المخالفة لأحكام الممارسات المتعلقة بالأسعار إلى الشروط التي تملئها الإدارة¹.

كما للأعوان الاقتصاديين الحق في المعارضة، أي يعارضوا غرامة المصالحة، أمام المدير الولائي للتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة، ويحدد أجل ثمانية أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة².

ويمكن للوزير المكلف بالتجارة وكذلك لمدير الولائي للتجارة، تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة، من طرف الأعوان المؤهلين الذين حرروا المحضر، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في قانون 02-04، كما يمكن للسلطات المختصة المذكورة، رفض تعديل غرامة المصالحة المحددة³.

وفي حالة موافقة الأشخاص المتابعين على للمصالحة، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20 في المئة من مبلغ الغرامة المحتسبة⁴.

¹ إيهاب الروسان، خصائص الجريمة الاقتصادية- دراسة في المفهوم والأركان-، مجلة دفا تر السياسة والقانون، العدد السابع، جامعة ورقلة، سنة 2013، ص.100.

² أنظر المادة 61 فقرة 1 و 2 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ أنظر المادة 61 فقرة 3 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

⁴ أنظر المادة 61 فقرة 4 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

ويترتب على المصالحة انقضاء الدعوى القضائية وهو ما نصت عليه صراحة المادة 61 فقرة 5 من القانون 02-04 على أنه: " تنهي المصالحة المتابعات القضائية"، وحسب القواعد العامة فإن المصالحة تؤدي إلى انقضاء الدعوى القضائية سواء تمت المتابعة القضائية أو بعدها أو حتى بعد صدور حكم قضائي ما لم يحز على قوة الشيء المقضي¹.

غير أنه في قانون الممارسات التجارية 02-04 حصر المصالحة في الفقرة ما قبل ارسال محضر اثبات المخالفة إلى وكيل الجمهورية، وعليه بمجرد مرور 45 يوما المحددة لدفع غرامة المصالحة يفقد العون الاقتصادي المرتكب لإحدى الممارسات المتعلقة بالأسعار امكانية التصالح مع الإدارة نظرا لإحالة الملف إلى وكيل الجمهورية²، غير أن هذا من شأنه أن يحرم المؤسسة المخالفة من امكانية عدم صدور عقوبة قضائية ضدها هذا من جهة، ومن جهة ثانية فإنه يفوت على الإدارة تحصيل اموال معتبرة تعود بالفائدة على الدولة، فضلا عن إرسال الملف إلى وكيل الجمهورية من شأنه أن يزيد من أعباء القضاء³.

مطلب ثاني: الجزاءات المقررة للممارسات التجارية المتعلقة بالأسعار

نص الباب الرابع من القانون 02-04 المعدل والمتمم، على العقوبات المقررة للمخالفات المتعلقة بالأسعار المنصوص عليها في هذا القانون، ووضع لكل ممارسة غير مشروعة العقوبة المناسبة له، كما يمكن للمتضررين من الممارسات التجارية غير المشروعة، المطالبة بإبطال تلك المعاملات، والتعويض عن الأضرار التي لحقتها⁴.

¹ كوسر عثمانية، نفس المرجع، ص.23.

² أنظر المادة 61 فقرة 6 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

³ كوسر عثمانية، نفس المرجع، ص.24.

⁴ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.132.

فرع أول: العقوبات الجزائية

إن الأشخاص الخاضعين للعقوبة، يتمثلون في المرتكب الفعلي للمخالفة، حيث أن العقوبة تخضع لمبدأ التفريد وكل شخص مسؤول عن فعله.

وأجاز القانون متابعة مديري ومسؤولي المؤسسات في حالة ارتكابهم خطأ عمدياً، ويمكن متابعة الشخص المعنوي في حالة ارتكابه مخالفة للقانون رقم 04-02، علماً أن قانون العقوبات أصبح يعترف بالمسؤولية الجنائية بالشخص المعنوي.

ويمكن تصنيف العقوبات التي يتعرض إليها هؤلاء الأشخاص، إلى عقوبات أساسية وعقوبات تكميلية¹.

أولاً: العقوبات الأساسية

نص القانون على عقوبات مناسبة حسب نوع كل مخالفة، ويلاحظ أن المشرع رفع من قيمة الغرامة المقررة لعدم الفوترة، كما رفع من مدة توقيف النشاط، ورفع مدة عقوبة الحبس في حالة العود وذلك في التعديل الأخير لقانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية².

وباعتبارنا أننا سبق وأن تعرضنا إلى الغرامات التي تطبق على كل مخالفة متعلقة بالأسعار سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة فلا داعي للتكرار، ويمكن الرجوع إليها في الفصل الأول من الباب الثاني.

¹ نفس المرجع، ص. 133.

² قانون 06-10 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010 الذي يعدل القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره.

ثانيا: العقوبات التكميلية

إضافة إلى الغرامات المقررة للممارسات التي تمس شفافية الممارسات ونزاهتها، ويمكن اتخاذ عقوبات اخرى اختيارية وهي:

أ- حجز البضائع¹:

يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد من المادة 4 إلى المادة 14 والمواد 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 27 فقرة 2 و 7 و 28 من القانون 02-04، أيا كان مكان وجودها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استخدمت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية، ويجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع جرد وفق الاجراءات المحددة في المرسوم التنفيذي رقم 05-472².

ب- مصادرة السلع المحجوزة³:

لا يقضي بعقوبة المصادرة إلا في الحالات التي ينص عليها القانون، وهذا تطبيقا لمبدأ شرعية العقوبة، فهو عقوبة شخصية لا تلحق إلا بالجاني ولا تصيب إلا الأشياء المملوكة له شخصيا، فلا تنصرف إلى ورثته أو المسؤولين مدنيا أو الغير الحسن النية.

كما عرفت المادة 15 من قانون العقوبات المصادرة بأنها: " الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة من الأموال...".

¹ أنظر المادة 39 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² مرسوم تنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 11 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 13 ديسمبر سنة 2005، يتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، المنشور في ج.ر. عدد 81 ل 12 ذو القعدة عام 1426 الموافق ل 14 ديسمبر سنة 2005، ص.ص.12، 15.

³ أنظر المادة 44 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

والمصادرة كعقوبة تكميلية من الحلول الناجحة التي تلجأ إليها الدولة، لذا لم يخلوا قانون 02-04 منها حيث نصت للمادة 44 على أن : " زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون يمكن القاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة..

بما أن المصادرة لا تجوز في مواد الجرح والمخالفات إلا بنص القانون، فإنه لا يمكن للقاضي النطق بهذه العقوبة التكميلية حسب هذا النص القانوني، إلا إذا ارتكبت المؤسسة جريمة اعادة البيع بالخسارة مثلا التي نصت عليها المادة 19 من القانون 04-02¹.

ج- غلق المحلات:

قد خول القانون للوالي المختص اقليميا وبناءا على مقترح من المدير الولائي المكلف بالتجارة صلاحية اتخاذ قرار غلق المحلات التجارية، وذلك من أجل منع المؤسسة المرتكبة للممارسة الممنوعة من مزاوله النشاط الذي يساعدها على ارتكابها وقد حددت المادة 46 من القانون 02-04 مدة الغلق ب 60 يوما².

كذلك أجاز القانون للوالي اللجوء إلى هذه المخالفة حتى في حالة العود، حيث نصت المادة 47: " تتخذ اجراءات الغلق الإدارية، المنصوص عليها في المادة 46 أعلاه، وفق الشروط نفسها في حالة العود، لكل مخالف لأحكام هذا القانون.

¹ سميحة علال ، المرجع السابق، ص.159.

² المادة 46 من القانون 02-04 عدلت بموجب المادة 10 من القانون 10-06، السابق ذكره، حيث كانت المدة القصوى للغلق هي 30 يوما وتم رفعها إلى 60 يوما.

يعد حالة العود في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط...¹.

وبالتالي فإنه حتى تكون المؤسسة في حالة عود لا بد من توافر شرطين:

1- أن يحكم على المؤسسة المخالفة بعقوبة مهما كان نوعها إدارية أو قضائية، على أن يكون الحكم الصادر ضدها نهائي حاز على حجية الأمر المقضي فيه.

2- أن ترتكب المؤسسة مخالفة جديدة في ظرف سنتين من صدور الحكم الأول.

ولذا يعتبر العود ظرفا مشددا يبرر تشديد العقوبة على العائد لأن العقوبة الأولى لم تحقق الردع الخاص بالمؤسسة المخالفة².

د- المنع المؤقت من ممارسة النشاط:

يمكن في حالة العود، أن يمنع القاضي العون الاقتصادي المحكوم عليه، من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 بصفة مؤقتة لا تزيد عن عشر سنوات³.

وتعتبر من العقوبات الأكثر فعالية في جرائم الأسعار لأن أهمية هذه العقوبة تكمن في الآلام الذي يصيب الجاني في نفسه، كما أنها تقضي على أسباب الجريمة فتحول دون تكرارها في المستقبل.

ولم يكتفي المشرع بمضاعفة العقوبة في حالة العود ومنعها من ممارسة نشاطها بصفة مؤقتة بل تعدى ذلك وخول القاضي إمكانية النطق بعقوبة الحبس والذي حدد مدتها

¹ المادة 47 من القانون 04-02 عدلت بموجب المادة 11 من القانون 10-06، السابق ذكره

² كوسر عثمانية، نفس المرجع، ص.12.

³ أنظر المادة 47 فقرة 3 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم،

السابق ذكره.

من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات، ومثل هذا الجزاء من شأنه ضمان احترام القواعد القانونية وبالتالي المحافظة على استقرار المعاملات التجارية¹.

هـ - نشر قرار الإدانة:

يمكن للوالي المختص إقليميا، وكذلك القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها².

وتعتبر هذه العقوبة معنوية، حيث تعتبر نوع من الإشهار للمؤسسة المخالفة لتعاملها غير المشروع.

فرع ثاني: الجزاءات المدنية

إن متابعة الممارسات المنصوص عليها في القانون 02-04 من طرف القاضي أو الجهات الإدارية المختصة، والحكم على المخالف بالعقوبات الأصلية أو التكميلية المقررة لها، لا يحول دون حق كل شخص طبيعي أو معنوي، أو جمعية حماية المستهلكين أو الجهات المعنية، برفع دعوى أمام العدالة ضد أي عون اقتصادي قام بمخالفة هذا القانون، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم.

وفتحت المادة 63 من هذا القانون، المجال للممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا، أن يقدم أمام الجهات القضائية، طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية المتعلقة بتطبيق هذا القانون.

¹ أنظر المادة 47 فقرة 4 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

² أنظر المادة 48 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، السابق ذكره.

أولاً: حق المضرور في رفع الدعوى

كل من تضرر من الممارسات التجارية الممنوعة، يحق له رفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بوقف الممارسات التجارية الممنوعة وإبطالها، وطلب التعويض عما سببته له من أضرار.

وهو ما نصت عليه المادة 65 من القانون 04-02 على أنه: " دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الاجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلكين، والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقاً للقانون، وكذا كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".

ويشترط لرفع الدعوى ضد الممارسات التجارية غير المشروعة، أن تكون للأشخاص المذكورة في المادة 65، مصلحة لرفع الدعوى، والمصلحة تعد متوفرة إذا أثبت الشخص أن ضرراً ما لحقه من جراء الممارسة المشتكى منها.

وعلى حسب المادة 1 فقرة 1 من قانون الاجراءات الجزائية¹، فإنه يجوز لطرف المضرور، أن يحرك دعوى عمومية، كما، المادة 2 من نفس القانون تعطي حق الادعاء المدني لكل من أصابه ضرر مباشر نتج عن الجريمة.

فمثلاً إذا ترتب عن الممارسة التجارية الغير مشروعة ضرر لأي شخص سواء كان تاجراً منافساً أو مورد أو غيرهما، يمكنه رفع دعوى للمطالبة بالتعويض¹.

¹ الأمر رقم 66-165 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 8 يونيو سنة 1966، الذي يتضمن قانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم، المنشور في ج.ر عدد 48 ل 20 صفر عام 1386 الموافق ل 10 يونيو سنة 1966.

إن إعادة البيع بالخسارة مثلا، يمكن أن تمس بمصالح جميع المتدخلين في السوق، فإن القضاء في فرنسا يقبل دعوى المنافسة غير المشروعة للنقابات المهنية، وتقبل محكمة النقض الفرنسية أيضا، دعاوي جمعيات حماية المستهلك، بخصوص تلك الممارسة على أساس المادة 1-421 لتقنين الاستهلاك²، وتحكم لهم بالتعويض عن الضرر الذي لحق بالمصلحة الجماعية للمستهلكين والناج عن مجرد معاينة وقائع ممارسة إعادة البيع بالخسارة³.

ثانيا: التدخل في الدعوى من طرف ممثل الوزارة المكلفة بالتجارة

تنص المادة 63 من القانون 04-02 على أنه: " يمكن ممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم امام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام هذا القانون"، ونظرا للواقع العملي، وقصد السماح بالمتابعة الجديدة من طرف مصالح الرقابة للدعاوى على مستوى الهيئات القضائية، وتقديم مساعداتهم الضرورية للقضاة، فإنه يمكن لممثل وزير التجارة تقديم ملاحظات مكتوبة أو شفوية للهيئات القضائية، حتى وإن لم تكن إدارة التجارة طرفا في الدعوى، كما يمكن لممثل الوزير أن

¹ حكمت محكمة النقض الفرنسية على أن المورد له مصلحة في رفع الدعوى، نتيجة للممارسة التي تمثلت في إعادة البيع بالخسارة، التي ارتكبها الموزع، لأن من شأن هذه الممارسة أن تعرض منتج محل العقد إلى تشويه صورته، وإلى بث الشكوك لدى موزعي المورد، حول بيوع تمييزية للموزع مرتكب المخالفة، مما يهدد السياسة التجارية للمورد للخطر. Cass.com, 20 juin 1995, no 93-20.643,RJDA 1995, no8/9, p.795.

مقتبس من محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص.136.

² Article L421-1 du code de consommation dispose que:

"Les associations régulièrement déclarées ayant pour objet statutaire explicite la défense des intérêts des consommateurs peuvent, si elles ont été agréées à cette fin, exercer les droits reconnus à la partie civile relativement aux faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif des consommateurs".

³ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، نفس المرجع، ص.137.

يطلب وقف الممارسات والتحقق من بطلان البنود والعقود غير القانونية، التي تخل بنزاهة الممارسات التجارية وشفافيتها، وهذا للمحافظة على النظام العام الاقتصادي.

كما يستطيع ممثل الوزارة مقاضاة المخالفين حتى في حالة دعوى موازية لضحية الممارسات الجارية غير الشرعية¹.

وفي رأينا كان على المشرع أن تنص على حق التدخل للإدارة المكلفة بالتجارة المختصة إقليمياً عوض ذكر ممثل الوزير لأن مدير التجارة يعتبر كـممثل الوزارة على المستوى المحلي.

¹ نفس المرجع، ص.137.

خاتمة الباب الثاني

إن المشرع الجزائري بنصه على الممارسات المنافسة للمنافسة والمتعلقة بالأسعار، سوء تلك المنصوص عليها في الأمر 03-03 أو القانون 02-04، أراد من خلاله ضبط السوق وحماية المستهلك بالدرجة الأولى، وإن كان على المشرع عدم التفرقة بين الأمر 03-03 والقانون 02-04، لصعوبة التمييز بين معظم الممارسات، وبالتالي صعوبة إخضاعها لنظامها القانوني الخاص بها.

كذلك نص المشرع على الأجهزة الخاصة بمراقبة وقمع هذه الممارسات من مجلس المنافسة والموظفون المؤهلون للمراقبة ومديرية التجارة وحتى وزارة التجارة، ونص على العقوبات المقررة لها والتي تعتبر في بعض الأحيان مبالغ فيها ، لأنها قد تؤدي إلى تدمير النشاط التجاري وبالتالي انتقاص من المنافسة في السوق.

في الأخير يستحسن على المشرع الجزائري مراعاة التوازن بين ضبط السوق وعدم تدمير المشاريع التجارية، لأن هذا يمكن أن يؤدي إلى احتكارات وهيمنة على السوق، في حالة غلق المؤسسات بتشديد العقوبات عليها، فيجب أن تكون العقوبات مؤثرة ولكن ليست عادمة للمشروع.

تقوم المنافسة الفعالة والشرعية على أسس سليمة ينص عليها القانون وكذا العرف التجاري باعتباره من مصادر المعاملات التجارية، فالمنافسة هي الضمانة التي توفر المناخ الصحي اللازم لتوسيع نطاق السوق وزيادة قدرة الاستثمارات الجديدة على اتخاذ قراراتها الاستثمارية دون تأثير من المؤسسات القائمة بالفعل في السوق مما يعود بالمنفعة على المستهلك الذي يعد هدفا لكل نشاط تجاري، وكذا وجود عدد كافي من المتعاملين الاقتصاديين الذين يتنافسون منافسة حقيقية على إرضائه بالمنتج الجيد وخاصة السعر المعقول الذي يعتبر ضرورة لبناء قاعدة تجارية قوية لتحقيق النمو الاقتصادي المنشود.

وقد أصبح من المسلم به في الدول المتقدمة أن تقييد المنافسة لا يمكن أن يسمح بتكوين قاعدة العريضة من المنتجين، تقوم مشاريعهم بتحقيق حجم الانتاج المناسب، وبالتالي لا يسمح بالنمو المطلوب لتحقيق التقدم الاقتصادي المنشود.

ورغم إملاءات الدول الكبرى على المشرع الجزائري للقيام بإصلاحات اقتصادية، وإرشاد سياستها في مختلف الميادين، إلا أنه اتبع نهج خاص لما لقانون المنافسة من مميزات أهمها قانون اقتصادي لأنه يجمع بين قواعد القانون وقواعد الاقتصاد، ومتغير بحسب قوة النشاط الصناعي والتجاري وهذا ما يوحي بأنه تطوري، كما أنه يحمي السوق والمتنافسين مما يعود إيجابا على حماية المصالح الاقتصادية فيه، بل ويتعدى ذلك إلى المجال الاجتماعي بتأثير على المستهلك بصورة مباشرة.

وقد اتفق معظم الباحثين على أن قانون المنافسة يتماشى مع القيم الروحية للشعوب الاسلامية باعتباره يهدف إلى نيل الاحتكار والمضاربة والغش والثورة على ثقافة الامتيازات المكتسبة، وبالتالي إمكانية النفوذ إلى الأسواق سواء للأفراد أو المؤسسات دون أن يكون

ضحية للممارسات غير المشروعة، وترسيخ ثقافة المنافسة، وهذا يجعل آليات السوق من عرض وطلب هي المحدد أو المعيار الرئيسي والوحيد لسعر السلعة أو الخدمة، وتحقيق ديمقراطية اقتصادية تجعل كلمة الفصل للمستهلك وحماية هذا الأخير يعتبر تجسيدا للمفهوم الحقيقي لحقوق الإنسان.

إن تكريس مبدأ حرية الأسعار في الجزائر كمبدأ أساسي في المنظومة القانونية الجزائرية وأساس جوهرية لحرية التجارة والصناعة المنصوص عليه في دستور 2016 لم يكن وليد الصدفة، إذ جاء نتيجة لعوامل داخلية أهمها فشل التجربة الاقتصادية المتمثلة في الإيديولوجية الاشتراكية، أما العوامل الدولية الخارجية تمثلت في ضغوطات دولية منها: شروط صندوق النقد الدولي، شروط الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

ورغم إقرار هذا المبدأ في قانون المنافسة إلا أن التكريس الفعلي له في السوق ما زال ضعيفا أو على الأقل بعيد التحقيق، ذلك ما تشهده السوق من فوضى واحتكار الذي يمثل حوالي 75 بالمئة منه، ومضاربة وسوق موازية لا يمكن التحكم فيها ولا في أسعار المنتجات الموجودة فيها، وأكثر من 86 مليار دينار سنويا غير مفوترة، كل هذا أدى إلى اختلالات واضطرابات في السوق خاصة ارتفاع الفاحش في الأسعار والتي أصبحت ظاهرة تأثر في القدرة الشرائية للمستهلك وكذا على الاقتصاد الوطني.

هذا وإن كان المشرع الجزائري أقر سلطة الدولة في تحديد أسعار بعض السلع والخدمات بل ووسع من دائرة تدخلها بموجب التعديل الأخير لقانون المنافسة (قانون 10-05) وعزز في تدخلها كسلطة عمومية ضابطة ومنظمة وبصفة إلزامية، ذلك لحماية القدرة الشرائية للمواطن، لكن مع ذلك تبقى الأساليب غير النزيهة وغير الشرعية التي يمارسها الأعوان الاقتصاديين ونقص المراقبة من طرف المصالح المختصة للدولة، تأثر في فعالية هذه الآليات، بل أكثر من ذلك تستفيد بعض الأطراف منها دون الأخرى.

إن الآليات الخاص بتحديد الأسعار في بعض الحالات لا تأتي بثمارها حتى ولو تم تطبيقها بصورة حقيقية، فمثلا آلية التحديد أو التسقيف والتي يمكن أن تلجأ إليها الدولة في بعض المواد الأساسية وتقوم بتدعيم الأسعار، فهنا تكون لها بعض الآثار السلبية حيث يستفاد من التدعيم الغني والفقير بنفس الدرجة وهذا ما يتنافى مع العدالة الاجتماعية، كذلك يستفيد من هذه التدابير السائح الأجنبي بالرغم من أنها موجهة لحماية وتدعيم القدرة الشرائية للمواطن، والأكثر من ذلك وهو ما يوجد في الجزائر كثيرا خاصة في المناطق الحدودية، هو التشجيع على تهريب هذه المواد والحصول على الربح من فارق السعر المدعم والسعر الحقيقي، حيث لوحظ في أحد الفترات أن مدينة مغنية مثلا كانت تستهلك المواد الغذائية أكثر مما تستهلكه الجزائر العاصمة، فهنا لا بد على المشرع الوطني إعادة النظر في سياسة الدعم لتوجيهها إلى المستفيدين الحقيقيين فقط.

إن المشرع الجزائري لم يضبط السوق إلا من خلال تحديد اسعار بعض السلع والخدمات بل منع عدة ممارسات التي يمكن أن تؤثر في السير الحسن للسوق، وهذا بموجب الأمر 03-03 المتعلق بقانون المنافسة المعدل والمتمم والقانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ومعظم الممارسات الممنوعة متعلقة بالأسعار سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، والملاحظ أن هذه الممارسات تتميز بصعوبة الكشف والتعرف عليها، كما أن تقدير وقائعها وتكييفها على ضوء النصوص والقواعد الموضوعية يحتاج إلى خبرة ودراية، مما اقتضى إنشاء جهاز مختص ومتكامل يضطلع بحماية المنافسة في السوق وقمع المخالفات المرتكبة، وهو من المفروض دور مجلس المنافسة الذي خول له صلاحيات تمكنه من تنظيم وضبط المنافسة في السوق ومحاربة التجاوزات المرتكبة في حقها من خلال سلطته القمعية التي تمكنه من توجيه أوامر للتوقف عن الممارسات المشتكى منها مع إمكانية التهديد بعقوبات مالية في حالة عدم احترامها أو بإصدار هذه العقوبات المالية مباشرة كنتيجة لإدانة المؤسسة المتورطة في المخالفة وكذلك

تقديم استشارات تخص المعاملات التجارية، ولكن في الواقع أنه لم يتم بدوره بالشكل المطلوب حيث أنه بين سنة 2016 و سنة 2017 قدم 6 استشارات فقط.

والملاحظ هنا هو أن المشرع في الأمر 03-03 قلص من دور القاضي الجزائري بالرغم من الدور الردي والجزري الذي لعبه هذا القاضي في مجال الممارسات المنافسة للمنافسة في ظل الأمر 06-95 الملغى، وهذا ما ننثي به على المشرع الجزائري ، باعتبار أن المعاملات التجارية يلزمها السرعة وهو ما لا يضمنه القضاء من خلال البطء في دراسة الملفات، وأيضا حسن ما فعل المشرع كذلك لأنه من خلال النظر إلى أعضاء مجلس المنافسة فنجدهم مختصين في مجال المنافسة ومهمتهم تتمثل فقط المحافظة على السير الحسن للسوق، وكذلك العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة لا تعدم المؤسسة المخالفة بل تعاقبها عقابا ماليا لا يؤثر في حياتها عكس العقوبات الجزائية التي يمكن أن تهدم المشروع التجاري برمته.

لكن ما يعاب على المشرع الجزائري ازدواجية القوانين المتعلقة بالمنافسة ونقصد بها الأمر 03-03 والقانون 02-04، حيث توجد بعض الممارسات تتشابه فيما بينها أو تعتبر جزء منها كإعادة البيع بالخسارة والبيع بأسعار مخفضة، فكما سبق الذكر أن هذه الممارسات تتميز بصعوبة الكشف عنها، وبالتالي فتصنيفها إلى ممارسات منافسة للمنافسة أو ممارسات تجارية غير شرعية يعتبر أمرا صعبا جدا في بعض الحالات، وهذا ما قد يؤدي إلى ظهور مشكلة الاختصاص في النظر فيها، لأن مجلس المنافسة ينظر فقط في الممارسات المذكورة في الأمر 03-03.

وبعد هذا العرض الموجز للنقائص وبعض المحاسن الموجودة في قانون المنافسة وكذلك لأهم النتائج التي تم التوصل إليها يجدر بنا أن نقدم بعض التوصيات والتي هي كالاتي:

- ينبغي إعادة النظر في بعض الأحكام المنصوص عليها في القانون المتعلق بالمنافسة بشكل يدعم استقلالية مجلس المنافسة وبالتالي فاعليته وصرامته في أداء مهامه المختلفة.
- تطهير التجارة من تلوث الذي قد يصيبها ومنع الدخول في التجارة عامة عن طريق النفوذ.
- تفعيل الاحصائيات ووضع شرطة الاستهلاك على مستوى عالٍ وخضوعها لرئيس الجمهورية مباشرة.
- تحكم أكثر في عملية التوزيع.
- يستحسن على المشرع الجزائري توحيد قانون المنافسة أي الأمر 03-03 والقانون 02-04 وإخضاعهما لنظام واحد.
- إن لجوء المشرع إلى تحديد الأسعار لبعض السلع والخدمات لمحاربة ارتفاع أسعارها، ربما قد لا يكون الحل الأنجع والفعال، بل ترك الأسعار تخضع لقانون العرض والطلب لكن بشروط معينة وهي:
 - تنظيم الأسواق الوطنية وإنجاز فضاءات تجارية وأسواق جوارية ومراقبة سير المنافسة فيها باستمرار.
 - إنجاز أسواق حرة لا تخضع للضرائب (مناطق التبادل الحر الوطنية) من أجل تشجيع الإنتاج الوطني وانخفاض الأسعار.
 - تفعيل دور مجلس المنافسة وتوسيع صلاحياته.

- إنشاء غرف إقليمية أو محلية لمجلس المنافسة من أجل المتابعة عن قرب للممارسات المقيدة للمنافسة بصفة عامة وتلك المتعلقة بالأسعار بصفة خاصة.
- تشجيع الاستثمار الوطني في المواد المحدد سعرها من أجل وقف التحديد مع الوصول إلى الاكتفاء الذاتي.
- القضاء على احتكار بعض المؤسسات على المواد الضرورية وفتح المنافسة لمختلف المتعاملين الاقتصاديين، من خلال التدعيم الفعلي للمؤسسات المتوسطة والصغيرة (التسهيلات الجبائية... الخ) .
- إعادة النظر في المؤسسات العمومية التي تمت خصصتها ولم تحقق النتائج المرجوة.
- دخول الدولة كشريك اقتصادي ومنافس في السوق الوطنية بدل دعم الأسعار.
- دعم حقوق الأعوان الاقتصاديين امام القضاء العادي وذلك لوجود بعض النقائص في الضمانات القانونية المقررة خاصة ما يتعلق منها بحماية الأسرار التجارية.
- التشدد بشأن البيع بالمكافأة الذي كثيرا ما يغرر بالمستهلك، وتبسيط إجراءات المتابعة ليساهم المتضرر منها في القضاء على هذا النوع من الممارسات.
- وضع رقم أخضر للتبليغ عن الممارسات المناهية للمنافسة خاصة تلك المتعلقة بالأسعار.
- الرقابة المتسمرة للبيوع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات، وتشديد العقوبة لكل من يخالف أحكامها.

- النص على الفاتورة الالكترونية وتنظيمها لكثرة التعاملات التجارية الالكترونية، أو وضع أرضية الكترونية خاصة بالفوترة، لمراقبة حركة الأموال والسلع.

إن قانون المنافسة هو قانون متبلور ومتطور يحرك العالم الاقتصادي ويعتبر الركيزة الأساسية لكل نظام اقتصادي، ولمسايرة هذا التطور تبين أن المنافسة الحرة تتأثر كذلك بمهام المرفق العام وصلاحيات السلطة العامة، فينبغي على المشرع أن يتابع دوماً هذه المفاهيم لضمان أحسن للنشاط التجاري وبالتالي المساهمة الفعالة في نمو الاقتصاد الوطني.

- تم بفضل الله وعونه-

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: قائمة المصادر

- القرآن الكريم، برواية ورش عن نافع.

أ- الدساتير:

1. قانون 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى 1437 الموافق ل 06 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 14 المنشورة في 27 جمادى الأولى 1437 الموافق ل 07 مارس 2016.
2. دستور 08 سبتمبر 1963 الجريدة الرسمية العدد 64 الصادرة بتاريخ 1963/09/10

ب- الأوامر والقوانين والمراسيم التشريعية:

1. قانون 1962/12/31 المنشور في الجريدة الرسمية العدد 2 لسنة 1962.
2. أمر رقم 66-165 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 8 يونيو سنة 1966، الذي يتضمن قانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم، المنشور في ج.ر عدد 48 ل 20 صفر عام 1386 الموافق ل 10 يونيو سنة 1966
3. أمر 75-37 مؤرخ في 17 ربيع الثاني 1395 الموافق ل 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات المتعلقة بتنظيم الأسعار المنشور في الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 01 جمادى الأولى 1395 الموافق ل 13 ماي 1975.
4. أمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل 30 سبتمبر سنة 1975.
5. أمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 24 رمضان عام 1395 الموافق ل 30 سبتمبر سنة 1975.

قائمة المصادر والمراجع

6. قانون رقم 79-09 المؤرخ في 29 شعبان عام 1399 الموافق ل 21 يوليو سنة 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 30 المؤرخة في 29 شعبان عام 1399 الموافق ل 24 يوليو سنة 1979
7. قانون رقم 89-12 المؤرخ في 02 ذي الحجة 1409 الموافق ل 05 جويلية يتعلق بالأسعار 1989 الملغى، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 16 ذي الحجة 1409 الموافق ل 19 جويلية 1989.
8. مرسوم رئاسي رقم 89-18 المؤرخ في 22 رجب عام 1409 الموافق ل 28 فبراير سنة 1989، يتعلق بنشر نص تعديل الدستور الموافق عليه في استفتاء 23 فبراير سنة 1989 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 9 ل 23 رجب عام 1409 الموافق ل أول مارس سنة 1989.
9. أمر 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق ل 25 جانفي سنة 1995، المتعلق بالمنافسة (الملغى)، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 9 ل 22 رمضان عام 1415 الموافق ل 24 فبراير سنة 1995.
10. أمر رقم 96-01 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق ل 10 يناير سنة 1996 المتضمن القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 23 شعبان عام 1416 الموافق ل 14 يناير سنة 1996، ص.ص. 03-11.
11. مرسوم رئاسي رقم 96-438، المؤرخ في 26 رجب عام 1417 الموافق ل 7 ديسمبر سنة 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 76 ل 27 رجب عام 1417 الموافق ل 8 ديسمبر سنة 1996.
12. قانون 2000-03 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل 05 غشت سنة 2000، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 48 المؤرخة في 06 جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل 06 غشت سنة 2000.

قائمة المصادر والمراجع

13. قانون 01-02 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1422 الموافق ل 5 فبراير سنة 2002، يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 08 المؤرخة في 23 ذي القعدة عام 1422 الموافق ل 6 فبراير سنة 2002.
14. قانون المالية رقم 02-11 لسنة 2003 المؤرخ في 20 شوال عام 1423 الموافق ل 24 ديسمبر سنة 2002 الجريدة الرسمية عدد 86 ل 21 شوال عام 1423 الموافق ل 25 ديسمبر سنة 2002
15. أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 43 ل 20 جمادى الأولى عام 1414 الموافق ل 20 يوليو سنة 2003.
16. أمر 03-11 مؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق ل 26 غشت سنة 2003 المتعلق بالقرض والنقد المنشور في الجريدة الرسمية عدد 52 المؤرخة في 28 جمادى الثانية عام 1424 الموافق ل 27 غشت سنة 2003.
17. قانون 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41، ل 9 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 27 يونيو سنة 2004.
18. أمر 04-07 مؤرخ في 6 شعبان 1428 الموافق ل 19 فشت سنة 2007، يتعلق بإعفاء مؤقت لعمليات استيراد البطاطا الطازجة والمبردة والموجهة للاستهلاك، من الحقوق الجمركية ومن الرسم على القيمة المضافة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 52 المؤرخة في 6 شعبان عام 1428 الموافق ل 07 غشت سنة 2007.
19. قانون رقم 08-12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008، الذي يعدل ويتم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 36 ل 28 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 2 يوليو سنة 2008.

قائمة المصادر والمراجع

20. قانون 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 11 ربيع الاول عام 1430 الموافق ل 08 مارس سنة 2009.

21. قانون 05-10 مؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق ل 15 غشت سنة 2010 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 46 ل 8 رمضان عام 1431 الموافق ل 18 غشت سنة 2010.

22. قانون عضوي رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 02 ل 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012، ص.ص. 21-33.

23. قانون 06-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012، المتعلق بالجمعيات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 02 المؤرخة في 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012.

24. قانون رقم 11-17 مؤرخ في 08 ربيع الثاني عام 1439 الموافق ل 27 ديسمبر سنة 2017 يتضمن قانون المالية لسنة 2018 المنشور في ج.ر. عدد 76 ل 09 ربيع الثاني عام 1439 الموافق ل 28 ديسمبر سنة 2017.

ج- القرارات والمراسيم التنفيذية:

1. قرار مؤرخ في 23 رمضان عام 1434 الموافق ل 1 غشت سنة 2013، يحدد مفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة والفواتير المجاملة وكذا كيفية تطبيق العقوبات المقررة عليها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 30 ل 21 رجب عام 1434 الموافق ل 21 ماي سنة 2014 ص.ص. 9،10.

2. مرسوم تنفيذي 66-114 المؤرخ في 21 محرم 1386 الموافق ل 12 ماي 1966 يتعلق بالمنتجات والخدمات الموضوعة تحت نظام التصديق على الأسعار المرسوم المنشور في الجريدة الرسمية رقم 42 بتاريخ 06 صفر 1386 الموافق ل 27 ماي 1966

قائمة المصادر والمراجع

3. قرار مؤرخ في 23 شعبان 1410 الموافق ل 20 مارس 1990 ، يتعلق بإشهار الأسعار، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 21 الصادرة في 28 شوال عام 1410 الموافق ل 23 ماي 1990، ص.ص.723-726.
4. مرسوم تنفيذي 66-124 المؤرخ في 06 صفر 1386 الموافق ل 28 ماي 1966 المتضمن تحديد السعر وكيفية تأدية ثمن "أرز البادي" وخزنه وإعادة بيعه في موسم سنة 1965-1966 المرسوم منشور في الجريدة الرسمية رقم 43 المؤرخة في 10 صفر 1386 الموافق ل 31 ماي 1966.
5. مرسوم رقم 66-112 بتاريخ 21 محرم 1386 الموافق ل 12/05/1966 المتضمن تقنين الشروط العامة لتحديد أسعار المنتجات من صنع المحلي المرسوم منشور في الجريدة الرسمية رقم 39 في 26 محرم سنة 1386 الموافق ل 18 ماي 1966
6. مرسوم رقم 66-113 بتاريخ 21 محرم 1386 الموافق ل 12-05-1966 يتعلق بتحديد أسعار المنتجات المستوردة والمعاد بيعها على حالها المرسوم المنشور في الجريدة الرسمية رقم 42 بتاريخ 06 صفر 1386 الموافق ل 27 ماي 1966
7. مرسوم تنفيذي 74-88 المؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1394 الموافق ل 25 أبريل سنة 1974، يتضمن تحديد سعر الأسمدة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 37 المؤرخة في 15 ربيع الثاني عام 1394 الموافق ل 7 مايو سنة 1974، ص.505.
8. مرسوم رقم 82-450 مؤرخ في 25 عام 1403 الموافق ل 11 ديسمبر 1982 المحدد لقائمة المواد الخاضعة للاقتطاع والنسب المطبقة بعنوان الرسم التعويضي وقائمة المواد الخاضعة لهذا الرسم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 52 المؤرخة في 28 صفر 1403 الموافق ل 14 ديسمبر 1982.
9. مرسوم تنفيذي رقم 84-23 المؤرخ في 02 جمادى الأولى 1404 الموافق ل 04 فبراير 1984 يحدد كفاءات تسيير حسب التعيين الخاص رقم 041-302 الذي عنوانه صندوق التقاص المنشور في الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 05 جمادى الأولى 1404 الموافق ل 07 فبراير 1984.
10. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المنشور في الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في

قائمة المصادر والمراجع

- 04 رجب عام 1410 الموافق ل 31 يناير سنة 1990 ص.ص.202-207 الملغى
ضمنيا بقانون الاستهلاك
11. مرسوم تنفيذي رقم 95-301 مؤرخ في 09 جمادى الأولى 1416 الموافق ل 04
أكتوبر سنة 1995، يحدد كفاءات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخبزينة رقم 302-
041 و المعنون ب "صندوق تعويض تكاليف النقل".
12. مرسوم تنفيذي رقم 96-39 المؤرخ في 24 شعبان عام 1416 الموافق ل 15 يناير
سنة 1996 ، يتضمن تعريفه نقل الركاب برا (خدمة الركاب)، المنشور في الجريدة الرسمية
عدد 4 المؤرخة في 26 شعبان عام 1416 الموافق ل 17 يناير 1996.
13. مرسوم تنفيذي رقم 97-247 مؤرخ في 03 ربيع الأول عام 1418 الموافق ل 08
يوليو سنة 1997، يتضمن انشاء الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، المنشور في
الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 04 ربيع الأول عام 1418 الموافق ل 09 يوليو سنة
1997
14. مرسوم تنفيذي رقم 97-53 مؤرخ في 5 شوال عام 1417 الموافق ل 12 فبراير سنة
1997، يحدد كفاءات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 302-041 الذي عنوانه
"صندوق تعويض تكاليف النقل".
15. مرسوم تنفيذي رقم 98-237 المؤرخ في 4 ربيع الثاني عام 1416 الموافق ل 28
يوليو سنة 1998، يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي
في السكن والذي تملكه الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، المنشور
في الجريدة الرسمية عدد 55 المؤرخة في 5 ربيع الثاني عام 1419 الموافق ل 29 يوليو
1998
16. مرسوم تنفيذي رقم 98-269 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل
29 غشت سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة
الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 65 المؤرخة في 11
جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 02 سبتمبر 1998

قائمة المصادر والمراجع

17. مرسوم تنفيذي رقم 98-329 المؤرخ في 22 جمادى الثانية عام 1419 الموافق ل 13 أكتوبر سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل البضائع الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 77 المؤرخة في 23 جمادى الثانية سنة 1419 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 1998
18. مرسوم تنفيذي رقم 98-44 مؤرخ في 4 شوال عام 1418 الموافق ل 01 فيفري سنة 1998، يتعلق بحدود الريح القصوى عند الانتاج والتوضيب والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5 المؤرخة في 7 شوال عام 1418 الموافق ل 4 فيفري سنة 1998
19. مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 25 صفر عام 1411 الموافق ل 15 سبتمبر سنة 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 40 المؤرخة في 29 صفر عام 1990 الموافق ل 19 سبتمبر 1990.
20. مرسوم تنفيذي رقم 95-301 المؤرخ في 9 جمادى الأولى عام 1416 الموافق ل 4 أكتوبر سنة 1995، يحدد كفاءات وضع نظام تسديد أعباء النقل البري للبضائع المرتبطة بتموين مقار الولايات وبالتوزيع داخل الولاية في مناطق جنوب البلاد، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 58 المؤرخة في 13 جمادى الأولى عام 1416 الموافق ل 8 أكتوبر سنة 1995.
21. مرسوم تنفيذي رقم 96-132 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1416 الموافق ل 13 أبريل 1996، يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 23 المؤرخة في 26 ذي القعدة عام 1416 الموافق ل 14 أبريل سنة 1996.
22. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 25 محرم عام 1418 الموافق ل 1 جوان 1997، يحدد قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف النقل المرتبطة بالتموين بين الولايات و داخلها في مناطق الجنوب.

قائمة المصادر والمراجع

23. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1420 الموافق 6 أكتوبر سنة 1999، يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات و داخلها، المرتبطة بتموين مناطق الجنوب.
24. مرسوم تنفيذي رقم 314-2000 مؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 61 بتاريخ 20 رجب عام 1421 الموافق ل 18 أكتوبر سنة 2000.
25. مرسوم تنفيذي 02-488 مؤرخ في 13 شوال عام 1423 الموافق ل 17 ديسمبر سنة 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" ، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 18 شوال عام 1423 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2002، ص.ص.5.7. مرسوم تنفيذي رقم 02-141 المؤرخ في 03 صفر عام 1423 الموافق ل 16 أبريل سنة 2002، يحدد القواعد التي يطبقها متعاملو الشبكات العمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية من أجل تحديد تعرفه الخدمات المقدمة للجمهور، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 28 المؤرخة في 08 صفر عام 1423 الموافق ل 21 أبريل سنة 2002
26. مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق ل 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 85 ل 18 شوال عام 1423 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 2002
27. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 24 جويلية سنة 2003، يضيف مواد البناء (الإسمنت، الخرسانة و الخشب) ضمن قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف نقلها، تنفيذًا لتعليمة المجلس الوزاري المشترك المؤرخ في 19 ماي 2003 المكرسة السوق الوطنية للإسمنت.
28. مرسوم تنفيذي رقم 05-13 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق ل 09 يناير سنة 2005، يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب

قائمة المصادر والمراجع

- والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 05 المؤرخة في 02 ذي الحجة عام 1425 الموافق ل 12 يناير سنة 2005 .
29. مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق ل 09 يناير سنة 2005، يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 05 المؤرخة في 02 ذي الحجة عام 1425 الموافق ل 12 يناير سنة 2005.
30. مرسوم تنفيذي رقم 05-128 مؤرخ في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق ل 24 أبريل سنة 2005، يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29، مؤرخة في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق ل 24 أبريل سنة 2005، المادة 02 و 03.
31. مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق ل 12 مايو سنة 2005، يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة الاقتصادية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 35 المؤرخة في 9 ربيع الثاني عام 1426 الموافق ل 18 مايو سنة 2005.
32. مرسوم تنفيذي رقم 05-313 مؤرخ في 6 شعبان عام 1426 الموافق ل 10 سبتمبر سنة 2005 ، يحدد حد الريح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي المضغوط كوقود، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 62 المؤرخة في 07 شعبان عام 1426 الموافق ل 11 سبتمبر سنة 2005.
33. مرسوم تنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 11 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 13 ديسمبر سنة 2005، يتعلق بإجراءات حجز المواد المحجوزة المنشور في الجريدة الرسمية عدد 81 المؤرخة في 12 ذو القعدة عام 1426 الموافق ل 14 ديسمبر سنة 2005.
34. مرسوم التنفيذ رقم 05-468 المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفاءات ذلك، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 80 ل 09 ذي القعدة عام 1424 الموافق ل 11 ديسمبر سنة 2005.

قائمة المصادر والمراجع

35. مرسوم تنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 11 ذي القعدة عام 1426 الموافق ل 13 ديسمبر سنة 2005، يتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، المنشور في ج.ر. عدد 81 ل 12 ذو القعدة عام 1426 الموافق ل 14 ديسمبر سنة 2005.
36. مرسوم تنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1427 الموافق ل 18 يونيو سنة 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 41، المؤرخة في 25 جمادى الأولى عام 1427 الموافق ل 21 يونيو سنة 2006.
37. مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1428 الموافق ل 25 ديسمبر سنة 2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه، المنشور في الجريدة الرسمية رقم 80 المؤرخة في 17 ذي الحجة عام 1428 الموافق ل 26 ديسمبر سنة 2007.
38. مرسوم تنفيذي رقم 07-60 المؤرخ في 23 محرم 1428 الموافق ل 11 فبراير سنة 2007، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة وحدود الربح عند التوزيع وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 11 المؤرخة في 27 محرم عام 1428 الموافق ل 15 فبراير سنة 2007.
39. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 08 أكتوبر سنة 2007، يتم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 06 أكتوبر سنة 1999، يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات وداخلها المتعلقة بتمويل مناطق الجنوب.
40. مرسوم تنفيذي رقم 07-216 مؤرخ في 25 جمادى الثانية عام 1428 الموافق ل 10 يوليو سنة 2007 الذي يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص عنوانه "صندوق تعويض تكاليف النقل".
41. مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق ل 19 أوت سنة 2008، المعدل للمرسوم التنفيذي رقم 05-454، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 48 ل 22 شعبان عام 1429 الموافق ل 24 غشت سنة 2008.

قائمة المصادر والمراجع

42. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 4 صفر عام 1429 الموافق 11 فبراير سنة 2008، يتم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1420 الموافق 6 أكتوبر سنة 1999 الذي يحدد جدول تسديد أعباء النقل البري بين الولايات و داخلها المتعلقة بتموين مناطق الجنوب.
43. مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق ل 07 فبراير سنة 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 10 ل 15 صفر عام 1430 الموافق ل 11 فبراير سنة 2009.
44. مرسوم تنفيذي رقم 09-234 مؤرخ في 29 رجب عام 1430 الموافق ل 22 يوليو سنة 2009، يحدد هوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة على الاسمنت البورتلاندي المركب الموضب، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 04 شعبان عام 1430 الموافق ل 26 يوليو سنة 2009.
45. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1428 الموافق ل 3 ديسمبر سنة 2007، يحدد قائمة المواد القابلة لتعويض تكاليف النقل.
46. مرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في أول ربيع الثاني عام 1432 الموافق ل 06 مارس سنة 2011، يحدد اليعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 04 ربيع الثاني عام 1432 الموافق ل 06 مارس 2001.
47. مرسوم تنفيذي رقم 11-04 مؤرخ في 04 صفر عام 1432 الموافق ل 09 يناير سنة 2011، المعدل والمتمم للمرسوم 02-454، المنشور في ج.ر عدد 02 ل 7 صفر عام 1432 الموافق ل 12 يناير سنة 2011.
48. مرسوم تنفيذي رقم 12-204 مؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق ل 6 مايو سنة 2012، يحدد نظام أجور أعضاء مجلس المنافسة والأمين العام والمقرر العام

قائمة المصادر والمراجع

والمقررون، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 29 الصادرة في 21 جمادى الثانية عام 1433 الموافق ل 13 مايو سنة 2012.

49. مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق ل 09 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 58 ل 14 محرم عام 1435 الموافق ل 18 نوفمبر سنة 2013.

50. مرسوم تنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 الموافق ل 21 يناير سنة 2014، المعدل والمتمم ل المرسوم التنفيذي 02-454، المنشور في ج.ر عدد 04 ل 24 ربيع الأول عام 1435 الموافق ل 26 يناير سنة 2014.

51. مرسوم تنفيذي رقم 16-65 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 16 فبراير سنة 2016، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1421 الموافق ل 12 فبراير سنة 2001، والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 9 المؤرخة في 08 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 17 فبراير سنة 2016.

52. مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1434، الموافق ل 16 فبراير سنة 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمون بالتعامل بها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 13 جمادى الأولى عام 1437 الموافق ل 22 فبراير سنة 2016..

53. نظام رقم 09-02 مؤرخ في 01 جمادى الثانية عام 1430 الموافق ل 26 مايو 2009، يتعلق بعمليات السياسة النقدية وأدواتها وإجراءاتها، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 53 المؤرخة في 23 رمضان عام 1430 الموافق ل 13 سبتمبر سنة 2009.

قرارات مجلس المنافسة:

1. قرار مجلس المنافسة رقم 99 ق 01 ل 23 جوان 1999 المتعلق بالممارسات المرتكبة من طرف المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية (وحدة سيدي بلعباس).

2. قرار 01/2015 بين شركة FARMACPEA ضد شركة UFILAB ، جلسته المنعقدة في 18 جوان 2014، النشرة الرسمية للمنافسة، عدد8.

د-القوانين الأجنبية:

1. Ordonnance n°45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix. Créé par Ordonnance 45-1483 1945-06-30 JORF 8 juillet 1945 rectificatif JORF 21 juillet et 8 septembre 1945
2. Ordonnance n°45-1484 du 30 juin 1945 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique, Créé par Ordonnance 45-1484 1945-06-30 JORF 8 juillet 1945 rectificatif JORF 8 septembre 1945

ثانيا: قائمة المراجع:

أ: المراجع باللغة العربية

1- الكتب:

1-1 المراجع العامة:

1. أبي عمر يوسف بن عبد الله بي محمد بن عبد البر النمري القرطبي، كتاب الكافي في فقه أهل المدينة المالكي، مكتبة الرياض الحديثة، الرياض، د.س.ن.
2. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، دار هومه، الجزائر، سنة 2006.
3. الإمام أبي زكرياء محي الدين بن شرف النووي، كتاب المجموع- شرح المهذب للشرازي- مكتبة الإرشاد، جدة، المملكة العربية السعودية د.س.ن..
4. الإمام الحافظ ابن العربي المالكي، عارضة الاحوذى بشرح صحيح الترميذي، دار الباز للطباعة و النشر، د.س.ن..
5. بن عبد الرحمان الدمشقي العثماني الشافعي، رحمة الأمة في اختلاف الأئمة، المكتبة التوفيقية.
6. بن عصمان محفوظ، مدخل في الإقتصاد الحديث، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

7. ريبير، ر. روبلو، ترجمة منصور القاضي، المطول في القانون التجاري، "مجد" المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، الجزء الأول، المجلد 1، سنة 2007.
8. الشيخ شمس الدين محمد بن الخطيب الشربيني، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، اعتنى به محمد خليل العيتاني، دار المعرفة، بيروت، لبنان.
9. عبد الرزاق السنهوري، مصادر الإلتزام، الجزء الأول العقد، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1981.
10. العربي بلحاج، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة)، دار وائل للنشر، 2010.
11. ناجي بين حسن بن صالح الحضري، الحسية النظرين والعملية عند شيخ الإسلام ابن تيمية، دار الفضيلة، الرياض، السعودية، الطبعة الأولى، 2005.

1-2 المراجع المتخصصة:

1. أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، سنة 2005.
2. أحمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، 2008.
3. إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، سنة 2014.
4. اسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، سنة 1999.
5. أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق في القرن الواحد والعشرين، دار قباء، القاهرة مصر، 2003.
6. بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومه، الجزائر، سنة 2012.

7. بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، دار الورثة للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1999.
8. توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، دار النهضة العربية، مصر، 1997.
9. جوزف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة- دراسة قانونية مقارنة، عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991.
10. حسن حسين البشايرة، سياسة تدخل الدولة في الاقتصاد الاسلامي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2015.
11. حسين الماحي، حماية المنافسة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، مصر 2007.
12. خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2016.
13. خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية "دراسة مقارنة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.
14. خبابة عبد الله، السياسية السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، سنة 2009.
15. دونالدس واتسن، ماري هولمن، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر واستخداماتها، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، الجزء 2، سنة 2007.
16. زكي خليل المساعد، التسويق، المفهوم الشامل، دار الزهدان، الأردن، 1997.
17. سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2012.
18. شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، سنة 2012.
19. صلاح الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة - المفهوم والاستراتيجي -، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.
20. عبد السلام أبو قحف، التسويق، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.س.ن.
21. عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية، مصر، 2012.

22. علي الجياشي، التسعير-مدخل التسويق-،مكتبة الراتب العلمية، عمان الأردن، 2002.
23. عماد عبد العاطي عبد الفتاح هدى، الاحتكار واثره في غلاء الأسعار- دراسة فقهية مقارنة-، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، سنة 2016.
24. عمار خبابي، قانون المنافسة والأسعار، مجلة القضاء والتشريع، العدد 8، مركز الدراسات القانونية والقضائية، وزارة العدل، أرييس للطباعة، تونس، سنة 1996.
25. عمر محمد حماد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة- دراسة تحليلية مقارنة-، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2009.
26. ق.العبدلي، ق. العلق، إدارة التسويق، مكتبة الجامعة الأردنية، عمان، 1999.
27. لينا حسن زكي، قانون حماية المنافسة ومنع الإحتكار- دراسة مقارنة في القانون المصري والفرنسي والأوروبي، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص.114
28. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيوز آبادي، القاموس المحيط، ، دار الحديث، القاهرة، 2008.
29. محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
30. محمد أبو هدى اليعقوبي الحني، أحكام التسعير في الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار البشائر الإسلامية، 2000.
31. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2010 .
32. محمد تيورسي ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومه، الجزائر، سنة 2013.
33. محمد جواد بن محمد الحسيني العاملي، مفتاح الكرامة في شرح قواعد العلامة، مصر، 1916.
34. محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2004.
35. محمد عبد الكريم بودالي، حماية المستهلك في القانون الجزائري والمقارن، دار الكتاب الحديث، طبعة 2006.

36. محمد علي السويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الاجرائية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، سنة 2015.
37. محمد علي سويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرائية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، الطبعة الأولى، سنة 2015.
38. محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
39. محمود محمد عبد العزيز الزيتي، جرائم التسعير الجبري، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصرن 2010.
40. معين فندي الشناق، الاحتكارات والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004.
41. ياسر السيد الحديدي، عقد الفرانشايز التجاري في ضوء التشريعات المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية-دراسة مقارنة-، درا النهضة العربية، القاهرة، 2012.
42. يسري محمد ابو العلا، سياسات التسعير في التشريع الجزائري مقارنا بالتشريع الاقتصادي المعاصر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2008.
43. يوسف أبو الفارة، سياسات التسعير، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، د.ط، سنة 2013.

2- مذكرات ورسائل:

1. ابراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، السنة الجامعية 2013/2012.
2. بخاري لطيفة، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2012-2012.
3. بوقطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في قانون الجزائري، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2012، 2013.

قائمة المصادر والمراجع

4. تيورسي محمد، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، السنة الجامعية 2010-2011.
5. جاسم محمد راشد، مظاهر السلوك الاحتكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، رسالة دكتوراه في القانون التجاري، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، سنة 2011-2012، ص.16.
6. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2002/2001.
7. جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق، نوقشت في 2012/12/06.
8. حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2008-2009.
9. حتوت زين العابدين، الرقابة على التعسف في وضعية الهيمنة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة، نوقشت في 2016-10-04.
10. خباية عبد الله، سياسة الأسعار في ظل العولمة الاقتصادية- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
11. خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر بباتنة، السنة الجامعية 2015-2016.
12. خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 13 أكتوبر 2013.
13. دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني- حالة مجمع صيدال-، رسالة دكتوراه، جامعة دالي ابراهيم الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

14. زبيري بن قويدر، "حماية المستهلك من الممارسات الغير شرعية في ضوء القانون 02-04"، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006.
15. زواري عبد القادر، الحماية الجزائرية للمستهلك في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن احمد، وهران 2، السنة الجامعية : 2015-2016.
16. زواري عبد القادر، الحماية الجزائرية للمستهلك في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، السنة الجامعية 2015-2016.
17. شبيرة نوال، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2013-2014.
18. شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان حماية المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية: 2011/2012.
19. عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي - دراسة في القانون الجزائري- رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، سنة 2015-2016.
20. عامر لمياء، مذكرة ماجستير، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر.
- عرباني عمر، أثر المحيط الدولي على استراتيجية التسويق في المؤسسة الجزائرية حالة مؤسستي حمود بوعلام وموبيليس رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، كلية العوم الاقتصادية والعلوم التسيير.
21. علال سميحة، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة، السنة 2004-2005.
22. علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، كلية الحقوق والعلوم السياسية، نوقشت في 2012/06/23.
23. عياد كرافة أبو بكر، الاتفاقات المحظورة في قانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، نوقشت في 2013/06/24.

قائمة المصادر والمراجع

24. عيساوي عز الدين. السلطة القمعية للهيئات الإدارية المستقلة في المجال الإقتصادي والمالي , مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون. كلية الحقوق. جامعة تيزي وزو. السنة الجامعية 2004 - 2005.
25. قارة سليمان محمد خليل، الممارسات التجارية التدليسية وقانون المنافسة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، نوقشت في 11/05/2017.
26. قني سعدية، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك - دراسة مقارنة-، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2008-2009.
27. كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، السنو الجامعية 2010-2011.
28. لسبط سعد، أثر سعر الخدمة على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي، شهادة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2011-2012.
29. لطاش نجية، مبدا الشفافية في قانون المنافسة في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2003/2004.
30. لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2013/2014.
31. لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2013-2014.
32. ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية: 2008-2009.

قائمة المصادر والمراجع

33. محمد الخطيب نمر، مذكرة ماجستير، إعتداد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح، قالمة، نوقشت في 19 مارس 2006.
34. محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2004-2005.
35. مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة على عقود التوزيع، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، نوقشت في 24 جانفي 2015.
36. مروان فوزية، وظائف الضبط - دراسة حالة الديوان الوطني المهني للحليب ومشقاته، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق .
37. مهري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة جزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2016-2017.
38. ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية 2003-2004
39. نورالدين بوكريدي، أحكام الربح بين الفقه الإسلامي والاقتصاد الوضعي، أطروحة دكتوراه في العلوم الإسلامية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية

3- مقالات:

1. أحمد حسن، التسعير في الفقه الإسلامي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 22، العدد الأول، 2006.
2. أشرف وفا، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 72، سنة .

3. إيهاب الروسان، خصائص الجريمة الاقتصادية- دراسة في المفهوم والأركان-، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد السابع، جامعة ورقلة، سنة 2013.
4. بطاهر علي، سياسات التحرير والاصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الاول .
5. بلخيري حنان، التعسف في تخفيض الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانونيين كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، المجلد 14، العدد 02، سنة 2016.
6. بوقندورة عبد الحفيظ، الرقابة القضائية على منازعات مجلس المنافسة وحق الطعن، مجلة المفكر، العدد الرابع عشر، ، جامعة محمد خيضر-بسكرة- ، سنة 2006.
7. حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء قانون 04-02 المؤرخ في 23 يوليو 2004، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، العدد 11 ، السنة 2011.
8. جاسم محمد الراشد، مظاهر السلوك الاحنكاري وآليات مكافحته في القانون الكويتي والمصري، مجلة مجلس النشر العلمي، طبعة 1، سنة 2016.
9. قاسم الحمودي، رياض المومني، مفهوم الاحتكار بين الفقه الاسلامي والاقتصاد الرأسمالي، حوليات كلية الشريعة والقانون والدراسات المعمقة، جامعة قطر، سنة 1996، العدد 14.
10. لعور بدره، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد العشر.
11. محمد الشريف كتور، حماية المستهلك من الممارسة المنافية للمنافسة، مجلة الإدارة ، العدد 23، سنة 2001.

12. محمد تيورسي، فكرة النظام العام الاقتصادي كنقطة التقاء بين قواعد المنافسة والحرية التجارية، مجلة القانون الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان.
13. مزغيش عبير، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11، سنة 2016.
14. موالك بختة، التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة (الجزء الأول)، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 41 عدد 01، سنة 2004.
15. موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك بالتشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، الجزء 37، سنة 1999.
16. لياس بروك، تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، مخبر حقوق الإنسان، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، العدد 5، جوان 2016.
- 4- محاضرات ومدخلات:**
1. أحمد عرفة، التسعير وأحكامه دراية فقهية مقارنة، محاضرات قدمت في جامعة الأزهر
2. بيومي محمد عمارة، سياسات التسعير وخصومات البيع، برنامج مهارات البيع والتسويق، جامعة بنها، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، 2010/2009
3. كوسر عثمانية، خصوصية العقوبات في جرائم المنافسة في التشريع الجزائري، مداخلة قدمت في ملتقى " قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، يومي 16 و 17 مارس 2015.
4. ماهر حامد محمد الحولي ، التسعير شرطه حكمه دراسة فقهية مقارنة، بحث مقدم لليوم الدراسي المنعقد في كلية الشريعة الإسلامية والقانون بالجامعة الإسلامية بغزة، يوم

2006/08/08 ببعنوان تحديد السعر والأرباح في الفقه التحديد السعر والأرباح في الفقه الإسلامي.

5. لعويجي عبد الله وبخروية حمزة، اختصاصات مجلس المنافسة، مداخلة بالملتقى الوطني، حرية المنافسة في القانون الجزائري، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، بتاريخ 3 و4 افريل سنة 2013.
ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

A- OUVRAGES:

1. ARCELIN Linda, droit de concurrence– les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire, presses universitaires de RENNES.
2. Auvélieu CONDOMINES, droit français de la concurrence, éditions jurismanager, 2007.
3. BELLIL Aicha. le droit de la concurrence , mémoire de fin de stages , INM année 2000/2001.
4. C.J.C.E. affaire continental , 21/02/1973,gaz.pal 1973.1–356
5. Chapute Yves ,le droit de la concurrence "que sais-je ?" paris, 1991.
6. Claude DEUMEURE, Marketing, 2^{ème} édition, édition Sirey, Paris,2001.
7. Geneviève GIUDICELLI–DELAGE, droit pénal des affaires, 6^{ème} édition, Dalloz, France,2006.
8. Guy CANIVET, Laurence IDOT, l'ordonnance de 1^{er} décembre 1986, évolution et perspectives, Litec, paris.

9. Hamid BALI, inflation, et mal développement en Algérie, édition O.P.U. Algérie .
10. Jean François RUNUCCI, droit pénal économique, masson Armand colin, Paris, 1995.
11. Jlan Marc monseron. Veronique selinsky. le droit Français de la concurrence 2^{ème} édition.Litec.Paris 2000.
12. Kotler Dubois DELPHINE, Marketing management, Pearson édition, Paris France, 11^{ème} édition, 2004.
13. Lamy droit économique, concurrence, distribution et consommation, LAMY, 1998.
14. Liala BIDAUD, la d'élimination du marché pertinent en doit français de la concurrence, Litec, paris.
15. Marie Chantal , Boutard Guy canivet labard , Droit Français de la concurrence. LGDJ , Paris 1994.
16. Marie MALAURIE–VIGNAL, droit de la concurrence, 2^{ème} édition, Armand COLIN, 2003.
17. MENOUEUR Mustapha, droit de la concurrence, Berti édition, Alger,2013.
18. MICHEL Pedamon , Droit Commercial – Dalloz . 2eme édition Paris .2000.
19. PIERRE Ghauthier , Bianca Lauret , Droit penal des affaires , economica , Paris 2002.
20. Stéphane PIEDELIEVE? Droit commercial, 9^{ème} édition, Dalloz, France, 2013.

21. Sylvie Martin VEDRIN, initiation en marketing, édition organisation, Paris, France, 2005.

B- Articles et thèses:

1. CLAMOUR Guylain, intérêt général et concurrence, thèse de doctorat en droit, université de Montpellier 1, soutenue le 18/12/2004,
2. Julien CARMINATI, la loyauté dans les relations commerciales au sens de code commerce, Thèse de doctorat, université de Toulouse, France, Année universitaire: 2013/2014.
3. MENOUEUR Mustapha, droit de la concurrence, Berti édition, Alger, 2013.
4. ZOUAIMIA Rachid, le régime des ententes en droit algérien de concurrence; revue académique de la recherche juridique, volume 5, num 1, faculté de droit et de sciences politiques, université de bejaia, 2012.

ثالثا: المواقع الالكترونية:

1. http://memoireconomique.blogspot.com/2011/08/blog-post_9029.html LE 04/08/2016 a 15h52
2. <http://sciencesjuridiques.ahlamontada.net/t1436-topic> في 2016/12/17.45
3. <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/92d26.pdf> , le 26/04/2017 à 16:25
4. <http://www.definitions-marketing.com/definition/prix-predateur/>, le 06/05/2017 à 15:57.

5. <http://www.echoroukonline.com/ara/feed/articles/16062.txt> le 01/03/2016 à 15:10
6. <http://www.juricaf.org/arret/FRANCE-COURDECASSATION-19950214-9318178> le 28/04/2017
7. -<http://www.salmanalodah.com/main/1172-3-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%85%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D8%B1.html>
في الساعة 15:45 2016/08/08
8. <http://www.tejarh.com/subject/3065> le 02/08/2016 à 15h30
9. <https://ar.wikiversity.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D8%B9%D9%8A%D8%B1> في الساعة 15:45 2016/08/11
10. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000333548>
11. www.eur-lex.europa.eu le 14/04/2017 à 17h15
12. www.eur-lex.europa.eu le 14/04/2017 à 17h15

فهرس:

قائمة أهم المختصرات

- 1.....:مقدمة
- 12.....:الباب الأول: الإطار المفاهيمي للأسعار وعلاقتها بالمنافسة
- 14.....:فصل أول: الأسعار ومبدأ حرية تحديدها
- 15.....:مبحث أول : ماهية السعر
- 16.....:مطلب أول: مفهوم السعر
- 16.....:فرع أول: تعريفات السعر
- 16.....:أولا:تعريف السعر لغة:
- 18.....:ثانيا: تعريف السعر اصطلاحا:
- 22.....:فرع ثاني: الفرق بين السعر، الثمن والقيمة
- 24.....:فرع ثالث: الأنواع المختلفة للأسعار
- 24.....:أولا: أسعار القيادة
- 25.....:ثانيا: التسعير النفسي
- 26.....:ثالثا: الأسعار المحددة من طرف العرف:
- 27.....:رابعا: أسعار الاستدراج
- 27.....:خامسا: الأسعار الموسمية

28	سادسا : الاسعار الرمزية
28	سابعا: السعر الترويجي
29	ثامنا: الأسعار المهنية
29	فرع رابع: أهداف وأهمية السعر
29	أولا: أهداف السعر
35	ثانيا: أهمية السعر
38	فرع خامس: العوامل المؤثرة في تحديد السعر والمشاكل التي تؤثر فيه
38	أولا: العوامل الداخلية:
40	ثانيا: العوامل الخارجية
44	مطلب ثاني: حرية الأسعار في القانون الجزائري
45	فرع أول :ماهية حرية تحديد الأسعار
46	أولا: مضمون مبدأ حرية الأسعار
59	فرع ثاني : تطور مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري
62	أولا: مرحلة النظام الاقتصادي الاشتراكي
87	ثانيا: مرحلة تبني النظام الاقتصادي الليبرالي
108	مبحث ثاني: الأساليب الأساسية لتحديد السعر
108	مطلب أول: تحديد السعر على أساس التكلفة
108	فرع أول: التسعير على أساس التكلفة الكلية

110	فرع ثاني: التسعير على أساس العائد على الاستثمار
111	فرع ثالث: التسعير على أساس التكلفة الحدية
112	مطلب ثاني: التسعير على أساس الطلب
113	فرع ثاني: الطرق المختلفة لتحليل وتقدير الطلب
113	أولاً: الحكم الشخصي وأخذ رأي الخبراء الآخرين
115	ثانياً: الطرق الاقتصادية
115	ثالثاً: الطرق الإحصائية
115	مطلب ثالث: التسعير على أساس أسعار المنافسين
116	فرع أول: التسعير في مستوى المنافسين
117	فرع ثاني: التسعير بأقل من مستوى المنافسين
118	فرع ثالث: التسعير أعلى من أسعار المنافسين
118	فصل ثاني: ضوابط مبدأ حرية تحديد الأسعار
120	مبحث أول: شفافية الأسعار كأساس لمبدأ حرية الأسعار
121	مطلب أول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع
121	فرع أول: الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات
122	أولاً: المقصود بالإعلام
124	ثانياً: طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات
136	فرع ثاني: الإعلام بشروط البيع
137	أولاً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة الأعوان الاقتصاديين

142	ثانيا: الالتزام في مواجهة المستهلكين
146	مطلب ثاني: الالتزام بتسليم الفاتورة كوسيلة لتحقيق شفافية الأسعار
147	فرع أول: مفهوم الفاتورة
148	أولا: تعريف الفاتورة
151	ثانيا: ضبط المصطلحات القريبة من مصطلح الفاتورة
152	فرع ثاني: نطاق الفاتورة
153	أولا: النطاق الشخصي للفاتورة
159	ثانيا: النطاق الموضوعي للفاتورة
160	ثالثا: النطاق الزمني للفاتورة
162	فرع ثالث: الممارسات المخالفة لشرعية الفاتورة
162	أولا: جريمة عدم الفوترة
164	ثانيا: جريمة عدم مطابقة الفاتورة للقوانين والأنظمة
165	ثالثا: جنح أخرى متعلقة بالالتزام بالفوترة
167	مبحث ثاني: تدخل الدولة في تحديد الأسعار
167	مطلب أول: موقف الشريعة الإسلامية من تدخل الدولة في تحديد الأسعار
169	فرع أول: ماهية التسعير
169	أولا: تعريف التسعير لغة
170	ثانيا: التسعير اصطلاحا
172	ثالثا: تعريف التسعير في المذاهب الفقهية

174	رابعاً: تعريف التسعير في الاقتصاد الوضعي.....
175	خامساً: التعريف المختار:.....
175	سادساً: تقييم سياسة التسعير الجبري وتحديد الأرباح.....
177	سابعاً: حكم التسعير في الشريعة الإسلامية.....
181	فرع ثاني: حاجة المجتمع إلى التسعير وحالات التسعير.....
181	أولاً: حاجة المجتمع إلى التسعير.....
183	ثانياً: حالات التسعير.....
186	مطلب ثاني: تدخل الدولة في تحديد الأسعار في التشريع الجزائري.....
187	فرع أول: آليات تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية.....
189	أولاً: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات.....
194	ثانياً: آليات تقنين أسعار السلع والخدمات الضرورية.....
212	فرع ثاني: التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار وأسبابها.....
214	فرع ثالث: أسباب ضبط الدولة للأسعار.....
219	خاتمة الباب الأول.....
220	الباب الثاني: البعد القانوني للجرائم المتعلقة بالأسعار.....
222	فصل أول: الجرائم المتعلقة بالأسعار.....
222	مبحث أول: جرائم المتعلقة بالأسعار في ظل قانون المنافسة.....
223	المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار بطريقة غير مباشرة.....
224	فرع أول: الاتفاقات المقيدة للمنافسة.....

- أولاً: شروط الاتفاق المحظور..... 230
- ثانياً: اثار الاتفاقات المحظورة على الأسعار..... 243
- ثالثاً: الاستثناءات الواردة على مبدأ حظر الاتفاقات المنافية للمنافسة 250
- الفرع ثاني: التعسف في وضعية الهيمنة على السوق..... 261
- أولاً: مفهوم التعسف في الهيمنة الاقتصادية والاحتكار 263
- ثانياً: تمييز وضعية الهيمنة عن بعض الممارسات المشابهة له..... 268
- ثالثاً: خصائص التعسف في وضعية الهيمنة..... 272
- رابعاً: تأثير التعسف في وضعية الهيمنة على الأسعار 277
- فرع ثالث: الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية..... 285
- أولاً: شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية..... 286
- ثانياً: معايير التحقق من وجود وضعية التبعية الاقتصادية..... 290
- ثالثاً: تأثير التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية على الأسعار..... 294
- مطلب ثاني: حظر ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً..... 300
- فرع أول: ماهية عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً..... 301
- أولاً: مفهوم عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً 301
- ثانياً: تمييز ممارسة بيع مخفض تعسفياً والبيع بالخسارة:..... 303
- فرع ثاني: عناصر التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين 306
- أولاً: انحصارها في عقد البيع..... 306
- ثانياً: أن يكون السعر المعروض أو الممارس جد منخفض..... 309

- 310 ثالثا: توجيه العرض أو البيع للمستهلك
- 311 رابعا: تقييد المنافسة
- 31302-04 مبحث ثاني: الممارسات التجارية الممنوعة المتعلقة بالأسعار بموجب القانون
- 315 مطلب أول: منع الممارسات التجارية غير الشرعية المتعلقة بالأسعار
- 315 فرع أول: البيع بالمكافأة
- 315 أولا: مفهوم ممارسة البيع بالمكافأة
- 317 ثانيا: شروط حظر ممارسة عرض أو البيع بالمكافأة
- 320 ثالثا: حالات إباحة البيع بالمكافأة
- 323 فرع ثاني: ممارسة نفوذ من طرف عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر
- 324 أولا : مجال تطبيق ممارسة نفوذ من طرف عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر .
- 325 ثانيا: شروط تحقق التمييز
- 326 ثالثا: أساليب التمييز
- 327 فرع ثالث: إعادة البيع بالخسارة أو بسعر أدنى من سعر التكلفة
- 328 أولا: مفهوم إعادة البيع بالخسارة
- 329 ثانيا: مجال حظر ممارسة إعادة البيع بالخسارة
- 332 ثالثا: حالات إباحة إعادة البيع بالخسارة
- 336 فرع رابع: مراقبة البيوع خارج المحلات وعند مخازن المعامل وبالتخفيض وعند تصفية المخزونات
- 337 أولا: البيع بالتخفيض

- 339 ثانيا: البيع الترويجي:
- 340 ثالثا: البيع في حالة تصفية المخزونات
- 341 رابعا: البيع عند مخازن المعامل
- 342 خامسا: البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود
- 343 مطلب ثاني: منع ممارسة أسعار غير شرعية والتدليسية.
- 343 فرع أول: ممارسة أسعار غير شرعية.
- 343 أولا: البيع بسعر أقل من السعر المقنن
- 345 ثانيا: التصريحات المزيفة للأسعار
- 345 ثالثا: إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار
- 346 رابعا: الإبقاء على ارتفاع الأسعار وعدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل
- 347 خامسا: عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا:
- 347 سادسا: تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق
- 348 سابعا: انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع
- فرع ثاني: الممارسات التجارية التدليسية المتعلقة بالأسعار (حيازة مخزون من المنتجات
- 350 بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار)
- 351 فصل ثاني: الآليات القانونية لمتابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار.
- 353 مبحث أول : متابعة الجرائم المتعلقة بالأسعار الموجودة في قانون المنافسة.
- 354 مطلب أول: ماهية مجلس المنافسة.
- 355 فرع أول: التطور التاريخي لمجلس المنافسة:

- أولاً: ظهور وتطور مجلس المنافسة في التشريعات المقارنة:..... 356
- ثانياً: ظهور وتطور مجلس المنافسة في القانون الجزائري:..... 360
- فرع ثاني: الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة..... 362
- فرع ثالث: تشكيلة مجلس المنافسة..... 364
- مطلب ثاني: مهام مجلس المنافسة..... 368
- فرع أول: الوظائف الاستشارية:..... 369
- أولاً: الاستشارة الوجوبية:..... 370
- ثانياً: الاستشارة الاختيارية:..... 372
- فرع ثاني: الوظيفة التنازعية..... 374
- أولاً: عدم اختصاص مجلس المنافسة في الإبطال:..... 376
- ثانياً: الفصل في طلبات التعويض:..... 376
- مطلب ثالث: الاجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة والعقوبات المسلطة من طرفه ... 377
- فرع أول: الاجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة..... 377
- أولاً: الإخطار 378
- ثانياً: مرحلة التحقيق..... 386
- ثالثاً: الفصل في القضايا..... 388
- فرع ثاني: الجزاءات الصادرة عن مجلس المنافسة..... 391
- أولاً: الأوامر الواجبة التنفيذ:..... 392
- ثانياً: العقوبات المالية..... 393

- 396 ثالثا: عقوبات أخرى صادرة عن الهيئات القضائية
- 397 رابعا: الطعن في القرار
- 400 مبحث ثاني: متابعة الممارسات المتعلقة بالأسعار الخاصة بقانون 02-04
- 401 مطلب أول: إثبات المخالفات ومتابعتها
- 401 فرع أول: البحث والمعاينة
- 401 أولا: الموظفون المؤهلون للقيام بالتحقيق والمعاينة
- 403 ثانيا: صلاحيات الأعوان المكلفون بالتحقيق
- 405 ثالثا: معارضة التحقيق
- 406 رابعا: اجراءات معاينة المخالفات
- 408 فرع ثاني: متابعة المخالفات
- 409 أولا: الطريق القضائي
- 410 ثانيا: الطريق الودي
- 414 مطلب ثاني: الجزاءات المقررة للممارسات التجارية المتعلقة بالأسعار
- 415 فرع أول: العقوبات الجزائية
- 415 أولا: العقوبات الأساسية
- 416 ثانيا: العقوبات التكميلية
- 419 فرع ثاني: الجزاءات المدنية
- 420 أولا: حق المضرور في رفع الدعوى
- 421 ثانيا: التدخل في الدعوى من طرف ممثل الوزارة المكلفة بالتجارة

423 خاتمة الباب الثاني
424 خاتمة
431 قائمة المصادر والمراجع:
458 فهرس:

ملخص:

أصبحت المنافسة أمراً طبيعياً ومبدأً أساسياً في علم الاقتصاد حيث أن حرية التجارة وحرية المنافسة وجهان لعملة واحدة، ومن دعائم المنافسة الحرة والنزيهة التي جاء بها قانون المنافسة هو حرية الأسعار، حيث لا وجود لمنافسة في السوق بدون تحرير الأسعار من كل القيود الممكنة، ولكن هذه الحرية غير مطلقة بل قيدها المشرع ببعض القيود، سواء من خلال تحديد أسعار بعض المواد والخدمات، أو تجريم بعض الممارسات الماسة بالمنافسة والمتعلقة بتحديد الأسعار، وهذا تحت رقابة مجلس المنافسة الذي يعتبر سلطة ضبط للممارسات المنافية للمنافسة، وتعتبر قرارته ملزمة في مواجهة الأعوان الاقتصاديين.

الكلمات المفتاحية: المنافسة، السوق، حرية الأسعار، الممارسات التجارية، التسعير، مجلس المنافسة.

Résumé

La concurrence est devenue un principe naturel et fondamental dans l'économie, car la liberté du commerce et de concurrence sont deux aspects pour une seule monnaie, la liberté des prix est considérée parmi l'un des piliers de la concurrence libre et loyale édictée par la loi de la concurrence, donc il n'existe pas de concurrence sur le marché sans libéralisation des prix de toutes les contraintes possibles, mais cette liberté n'est pas absolue, le législateur la limite par certaines restrictions, soit en fixant les prix de certains produits et services, soit en criminalisant certaines pratiques liées à la concurrence relatives à la fixation des prix, sous le contrôle du conseil de la concurrence, qui est considéré comme une autorité de contrôle des pratiques anticoncurrentielles, dont ses décisions sont contraignantes face aux agents économiques.

Mots clés : concurrence, marché, liberté des prix, pratiques commerciales, tarification, Conseil de la concurrence

Abstract:

Competition has become a natural and fundamental principle in the economy, as freedom of trade and competition are two aspects for a single currency, freedom of prices is considered one of the pillars of free and fair competition. the law of competition, so there is no competition on the market without liberalization of prices of all possible constraints, but this freedom is not absolute, the legislator limits it by certain restrictions, either by fixing the prices of certain materials and services, either by criminalizing certain pricing-related competitive practices, under the control of the Competition Council, which is considered to be a supervisory authority for anticompetitive practices, whose decisions are binding on agents economic.'

Key words: competition, market, price freedom, commercial practices, pricing, Competition Council