

حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي: استثناء لحرية الأسعار*

Dr. MAKHTOUR Dalila,
Département de Droit,
Faculté de Droit et des Sciences Politiques,
Université de Tizi Ouzou, 15000 Tizi Ouzou, Algérie.

د. مختور دليلة،
قسم الحقوق،
كلية الحقوق والعلوم السياسية،
جامعة تيزي وزو، 15000 تيزي وزو، الجزائر.

الملخص:

يحظر المشرع الجزائري بموجب المادة 12 من الأمر المنظم للمنافسة عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل و التسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق. و بما أن المادة الرابعة من نفس الأمر، تنص على مبدأ حرية تحديد أسعار السلع و الخدمات، فهل تعتبر المادة 12 تقييدا لمبدأ حرية الأسعار؟

الكلمات المفتاحية:

المنافسة، حرية الأسعار، البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي.

Prohibition on the arbitrarily discounted sale: an exception to free prices

Abstract:

Article 12 of Ordinance n° 03-03 on Competition, amended and supplemented, stipulates that price offers or pricing practices for consumers that are abusively low in relation to the cost of production, processing and marketing are prohibited, Where those offers or practices have as their object or may have the effect of eliminating a company or one of its products from a market or preventing access to a market.

Given that Article 4 of the same Ordinance provides that the prices of goods and services are freely determined by competition, the question arises whether Article 12 of the Ordinance does not constitute an obstacle to the freedom prices?

Keywords:

Competition, Price freedom, price abusively low.

* تمّ استلام المقال بتاريخ 2017/03/08 وتمّ تحكيمه بتاريخ 2017/09/27 وقُبل للنشر بتاريخ 2017/12/10.

Interdiction de vente à des prix abusivement bas : exception à la liberté des prix**Résumé :**

L'article 12 de l'ordonnance n° 03-03 relative à la concurrence modifiée et complétée, prohibe 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.

Si l'article 4 de la même ordonnance, dispose que les prix des biens et des services sont librement déterminés par le jeu de la concurrence, est-ce que l'article 12 constitue une entrave à la liberté des prix ?

Mots clés :

Concurrence, liberté des prix, prix abusivement bas.

مقدمة

يعتبر قانون الأسعار لسنة 1989⁽¹⁾ أول نص قانوني، تم بموجبه النص على حظر الممارسات المقيدة للمنافسة، وبصدور أول قانون للمنافسة سنة 1995⁽²⁾ تم حظر تقريبا نفس الممارسات، إضافة إلى النص على مخالفات جديدة، من بينها البيع بالخسارة⁽³⁾. بعد إلغاء أمر 1995 المتعلق بالمنافسة⁽⁴⁾، نص القانون الجديد على ممارسات أخرى من بينها البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، التي حلت محل ممارسة البيع بالخسارة⁽⁵⁾.

إضافة إلى حظر الممارسات المقيدة للمنافسة بموجب مختلف قوانين المنافسة، نص المشرع صراحة على مبدأ حرية تحديد الأسعار، ومع ذلك بموجب المادة 12 تم حظر البيع عندما يكون الثمن مخفض بشكل تعسفي، و عليه نتساءل عن مدى اعتبار هذا الحظر تقييدا لحرية الممون في تحديد سعر إعادة البيع ؟

الإجابة عن هذه الإشكالية، ستتم من خلال التطرق إلى فكرة ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي (المبحث الأول) و من خلال النظر في الشروط الواجب توافرها في المخالفة لكي تصبح محظورة و معاقب عليها وفقا لقانون المنافسة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: فكرة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي

يعتبر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي مخالفة جديدة استحدثها المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم، لذا وجب قبل كل شيء تحديد مفهوم هذه المخالفة (المطلب الأول)، و أيضا تمييزها عن البيع بالخسارة بسبب تشابه الممارستين، و باعتبار أن قانون المنافسة لسنة 2003 عندما استحدثت المخالفة، تم نقل مخالفة البيع بالخسارة إلى قانون الممارسات التجارية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي

قد يتضح حظر ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، على أنه يتعارض و مبدأ حرية الأسعار المنصوص عليه صراحة بموجب قانون المنافسة، بما أنه يحق لكل مؤسسة تحديد أسعار البيع بكل حرية (الفرع الأول)، ومع ذلك في حالات استثنائية يجوز وضع قيود لهذا المبدأ، بسبب النوايا والأهداف المنتظرة من التخفيض المفرط للأسعار (الفرع الثاني).

الفرع الأول: البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي و حرية الأسعار

عندما تعرض مؤسسات متنافسة منتجات بديلة في السوق، من حقها أن تحدد ثمن بيع المنتج بكل حرية، و من الطبيعي أن يكون هناك اختلاف في الأسعار المقترحة، و هذا يعود أساسا إلى اختلاف التكاليف التي تكبدها كل منتج، التكنولوجيا المستعملة و كذلك جودة المواد في حد ذاتها، و هذا التباين في الأسعار يفيد المستهلك و يكون لصالحه و يمنحه اختيار أكبر خاصة عندما تنخفض الأسعار بسبب كثرة العرض.

للمؤسسة كمبدأ عام تحديد أسعار إعادة بيع السلع و الخدمات بكل حرية، و لا يحق أن يفرض المنتج أو أي شخص آخر سعر إعادة البيع⁽⁶⁾ و لكن استثناءً يمكن للدولة تقييد هذا المبدأ، و لكن في حالات محددة⁽⁷⁾ و عدا هذه الحالات المنصوص عليها صراحة، يحق للمتعامل الاقتصادي تحديد الأسعار بكل حرية، خاصة أن المنافسة من خلال الأسعار عادة ما تحقق ديناميكية تجارية، فهي تعبر عن رغبة التجار في التميز عن المنافسين الآخرين، و من المفروض أن المنافسة عن طريق الأسعار تشكل تعبير عن أحد الامتيازات التنافسية التي يحوزها المحترف على المنافسين له في السوق.

كقاعدة عامة البيع بسعر أقل يعبر عن أفضل منتوجية و أحسن تسيير لمختلف شبكات التوزيع، إلا أن هذه الممارسة لا تحقق دائما الأهداف المنتظرة منها، إذ كثيرا ما تعتمد كوسيلة لإبعاد منافسين جدد من دخول السوق، أو إبعاد مؤسسات منافسة، و يتم ذلك عندما تكون الأسعار المطبقة غير مطابقة لواقع السوق، و في هذه الوضعية تتحول هذه الممارسة من ممارسة مشروعة إلى ممارسة غير مشروعة⁽⁸⁾. و قد تتخذ شكل ممارسة البيع المخفض بشكل تعسفي، المنصوص عليها بموجب المادة 12 من الأمر المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم، التي نقلها المشرع الجزائري حرفيا من القانون التجاري الفرنسي، الجزء المكرس للمنافسة⁽⁹⁾، فنصت المادة على أنه :

"يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق"⁽¹⁰⁾.

يفهم أن المقصود بهذه المخالفة، هو حظر عرض أو بيع منتج للمستهلكين بسعر لا يحقق فائدة بالمقارنة مع تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، لأن هذه العملية تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة منتجاتها من الدخول إلى السوق، لذا حظر المشرع هذه الممارسة حماية لمصلحتين، من جهة حماية مصالح المؤسسات المتنافسة، لأن هذه الممارسة قد تؤدي إلى إبعاد مجموعة من التجار، وكثيرا ما تصدر هذه الممارسة قصد تحقيق احتكار في السوق، ومن جهة ثانية حماية لمصالح المستهلك، لأن هذه الممارسة وان سمحت له باقتناء سلع بأسعار مخفضة، إلا أن ذلك لن يدوم إلا لفترة قصيرة، لأن بمجرد تحقيق المؤسسة مقاصدها سترفع الأسعار، وسيتم ذلك على حساب المستهلك النهائي.

لا تعتبر ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي مجرد تخفيض بسيط في الأسعار، بل هي تحديد أسعار على مستوى منخفض إلى حد يؤدي إلى إبعاد جزئي أو كلي للمنافسين الآخرين، أو دفع منافسين جدد محتملين إلى التخلي عن دخول السوق أساسا. تهدف هذه الممارسة إلى زيادة رقم الأعمال في المستقبل، لأن مرحلة تخفيض الأسعار ستؤدي إلى مرحلة ثانية وهي مرحلة رفع الأسعار، ولا يمكن تحقيق هذا الهدف إلا إذا أدى التخفيض إلى إفلاس المنافسين أو إدماجهم في المؤسسة صاحبة الممارسة، أو من خلال دفع المنافسين الجدد إلى عدم دخول السوق أساسا⁽¹¹⁾ وما يدفع المؤسسة إلى القيام بهذا التصرف هو شعورها بوجود منافسة فعلية في السوق، فترفع من حجم انتاجها لكي تتمكن من تحفيظ أسعارها، مما يعيق بالمنافسين⁽¹²⁾.

فالبيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي ليس مجرد تخفيض بسيط في الأسعار، فهو "ذلك البيع الذي يعرض فيه العون الاقتصادي بيع سلعة أو بيع هذه السلعة فعلا للمستهلك، بسعر يقل عن سعر الإنتاج و التحويل و التسويق و ذلك إذا كان هدف او اثر ذلك تقييد المنافسة أو عرقلتها في سوق ما"⁽¹³⁾.

وقد عرف مجلس المنافسة الفرنسي هذه الممارسة في العديد من قراراته على أنها "تلك الوضعية التي تقوم من خلالها مؤسسة مهيمنة بتحديد أسعارها بشكل سيسبب لها خسائر، أم أن هذه المؤسسة تستغنى عن أرباح لمدة قصيرة بهدف إبعاد أحد أو مجموعة من المنافسين، أو جعل دخول المنافسين الجدد إلى السوق صعب، ثم تقوم المؤسسة، بعد تحقيق أهدافها بإعادة رفع أسعارها لتعويض الخسائر التي تحملتها"⁽¹⁴⁾.

الفرع الثاني: أهداف تبني أسعار مخفضة بشكل تعسفي

إن المؤسسة التي تبني أسعار مخفضة بشكل تعسفي ترمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أهمها الرغبة في حيازة وضعية هيمنة على السوق (أولا)، تحقيق سياسة احتكارية على سوق جغرافية (ثانيا) والاستفادة من انخفاض قيمة أصول الضحية (ثالثا).

أولاً: حيازة وضعية هيمنة على السوق

عرفت وضعية الهيمنة على السوق على أنها الحصول على وضعية مهمة وسلطة في السوق، حيث تمكن هذه الأخيرة صاحبها من عدم الاكتراث إلى الضغوط التنافسية، بل عكس ذلك قد تدفع المتنافسين إلى الامتثال لها⁽¹⁵⁾، كما أنها تلك القوة الاقتصادية التي تتحصل عليها مؤسسة وتتيح لها سلطة التخلص من منافسة مؤسسات أخرى، موجودة في السوق نفسها⁽¹⁶⁾، وقد عرّفها المشرع الجزائري، على أنها:

« وضعية الهيمنة: هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني، من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أوزبائنها أو مموئنها »⁽¹⁷⁾.

عرفت المحكمة الأوروبية، من خلال قرارها الشهير « Hoffmann- la roche » هذه الوضعية على أنها تلك القوة الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسة، والتي تؤدي إلى منح هذه الأخيرة سلطة عرقلة المنافسة الفعالة في السوق المرجعي، ولكن من دون أن تقضي تماما على المنافسة، على عكس ما تقوم به المؤسسة المحتكرة للسوق⁽¹⁸⁾.

تبنى أسعار مخفضة بشكل تعسفي، قد يمكن المؤسسة من أن تصبح مهيمنة على السوق، وهذا ما يمكنها من تعويض الخسائر التي تكبدتها في مرحلة أولى بكل سهولة، لأن في المرحلة الثانية من ممارستها المخلة بالمنافسة تعتمد إلى رفع غير معتاد للأسعار.

وان كانت مختلف قوانين المنافسة لا تحظر وضعية الهيمنة على السوق، بل أنها تحظر التعسف الناتج عن هذه الوضعية، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري بموجب المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والتي تنص أنه:

« يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها

قصدا:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،

- اقتسام الأسواق أو مصادر التموين،

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولانخفاضها،

- 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 »⁽¹⁹⁾.

و إن كان في الأصل ممارسة تحطيم الأسعار تتبناه مؤسسات أو مشروعات مستقرة لأجل التحكم في السوق، لكن هذا لا يمنع أن تقوم به مؤسسات جديدة داخلية في السوق، فهي تبدأ نشاطها في السوق بأسعار زهيدة بغرض احتلال حصة من السوق على حساب المشروعات القائمة. وهذا ما حدث مثلا في سوق السيارات الأمريكية بين 1985 و 1990 ، فقد استطاعت شركات السيارات اليابانية (تويوتا، نيسان و هوندا) أن تدخل السوق متخذة شعار الأسعار المنخفضة التي يتحقق معها هامش ربح زهيد، وبالفعل استطاعت أن تحتل هذه الشركات حصة معتبرة من السوق على حساب السيارات الأمريكية (فورد و جنرال موتورز...)، وبعد أن رسخت اقدامها في هذا السوق تعمدت رفع الأسعار⁽²⁰⁾.

ثانيا: تحقيق سياسة احتكارية على سوق جغرافية معينة

يؤثر الاحتكار بطريقة سلبية على المنافسة، لأن عادة ما يلجأ المحتكر إلى أساليب غير مشروعة لتحقيق وضعيته في السوق، فيستعمل أساليب متعددة لإبعاد مؤسسات متنافسة غير قادرة على مواجهة قوته الاقتصادية، كما يمنع المؤسسات الجديدة من دخول السوق، وهذا ما قد يؤدي إلى قتل المنافسة تماما و بالتالي حرمان المستهلك من منافع المنافسة. ونظرا للمخاطر التي قد تنجر عن وضعية الاحتكار نجد أن الدستور الجزائري في آخر تعديل له قد نص بموجب المادة 43 فقرة 4 على أنه : "يمنع القانون الاحتكار و المنافسة غير النزيهة"⁽²¹⁾.

إن تحقيق سياسة احتكارية على سوق جغرافية معينة تمكن المؤسسة من التحكم في تلك السوق من جهة، و من جهة ثانية تمهد للسيطرة على أسواق مرجعية أخرى من خلال استخدام سياسة الإغراق⁽²²⁾. وليس للإغراق هدف موحد، فقد يكون الغرض منه التخلص من مخزون راكد، أو غزو الأسواق أو إعاقه نشاط المنافسين و دفعهم إلى الإفلاس، و طبقا للاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية سابقا، و المنظمة العالمية للتجارة حاليا، يجوز محاربة الإغراق متى نتج عنه ضرر بالمشروعات الأخرى⁽²³⁾.

ثالثا: الاستفادة من انخفاض قيمة أصول الضحية

عادة ما يحاول مرتكب ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي الاستحواذ على أصول ضحاياه حتى يضمن عدم عودتهم إلى السوق و منافسته مرة أخرى، و ما يسهل عملية الشراء هو اضطرار المؤسسات المتضررة من الممارسة إلى تخفيض ثمن مشروعاتها، فيتم اقتنائها بأسعار زهيدة⁽²⁴⁾.

كل هذه الأغراض الغير مشروعة لممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، هي التي جعلت الممارسة محظورة، فهي لا تؤدي فقط إلى الاضرار المباشر بالمؤسسة أو مجموعة من المؤسسات التي حاولت منافستها في السوق، بل أنها تؤدي إلى الاضرار بالنظام الاقتصادي بأكمله، من خلال تغيير بنيته وتركيبته.

المطلب الثاني: تمييز البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي عن البيع بالخسارة

لم ينص الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، على ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي بل تم النص على ممارسة البيع بالخسارة، لكن بموجب قانون المنافسة لسنة 2003 حذف المشرع نص المادة 10 و المتعلقة بالبيع بالخسارة الواردة في النص القديم، و استبدالها بنص المادة 12 و المتعلقة بأسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي، أما عن نص المادة 10 المتعلقة بالبيع بالخسارة، فتحوّلت المادة 19 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل و المتمم⁽²⁵⁾.

و ان كان البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي و البيع بالخسارة يتشابهان، خاصة من حيث أن المخالفتين مرتبطتين بالأسعار، أي أن البيع يتم بسعر غير عادي و لا يتوافق مع تكلفته، فهما تختلفان من عدة جوانب، خاصة من حيث القانون المنظم للمخالفتين (الفرع الأول)، و من حيث مضمون المخالفة في حد ذاتها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: من حيث القانون المنظم للمخالفتين

تم تنظيم البيع بالخسارة بموجب المادة 19 من القانون رقم 04-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و التي تنص أنه:
"يمنع على كل عون اقتصادي بيع سلعة بسعر اقل من سعر التكلفة الحقيقي إذا كانت هذه الممارسات قد حادت من قواعد المنافسة في السوق أو يمكن أن تحد منها.
لا تطبق هذه الأحكام على:

- السلع سهلة التلف و المهتدة بالفساد السريع، و بين السلع بصفة ارادية أو حتمية نتيجة تغيير النشاط أو انهائه أو تم إثرتنفيذ قرار قضائي و بيع السلع الموسمية وكذلك بيع السلع المتقدمة أو البالية تقنيا،

- السلع التي تم التموين منها أو التي يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، و في هذه الحالة يكون السعر الحقيقي الأدنى لإعادة البيع يساوي سعر التموين الجديد،
المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف المنافسين بشرط ألا يقل سعر المنافسين عن حد البيع بالخسارة⁽²⁶⁾.

أما البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، فتم تنظيمه بموجب المادة 12 من قانون المنافسة و التي تحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق⁽²⁷⁾.

يتضح من النصين أن المشرع الجزائري قد أخضع المخالفتين لقانونين مختلفين، فتم تنظيم البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي بموجب الأمر المنظم للمنافسة، و بالتالي يكون مجلس المنافسة مختص في النزاعات التي قد تنشأ بمناسبة إرتكاب هذه المخالفة، أما ممارسة البيع بالخسارة، فقد أصبحت ممارسة تخضع لقانون الممارسات التجارية، و بالتالي تخرج هذه المخالفة عن اختصاص مجلس المنافسة، و عليه يختص في النظر في النزاعات التي قد تنشأ عن هذه الممارسة الهيئات القضائية العادية.

اخضاع مخالفة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي لقانون المنافسة، يقتضي بالضرورة أن تكون المخالفة مضرّة بالسوق و بالمنافسة الحرة، بما أن شرط الإخلال بالمنافسة شرط جوهري و أساسي في كل الممارسات المقيدة للمنافسة، فلا يكفي الإضرار بالمنافسين، بل يجب أن تكون الأضرار أكثر خطورة، أي تمس بالسوق أو على الأقل جزء منه، مما يجعل مجلس المنافسة مختص بالنظر في هذه المنازعات.

أما فيما يخص ممارسة البيع بالخسارة، المنصوص عليها بموجب قانون الممارسات التجارية، فأصبح تطبيقها يقتصر على مجال الممارسات التعسفية الصادرة من تاجر تجاه تاجر أو مجموعة من التجار، دون شرط التأثير السلبي على السوق. فيكون المشرع الجزائري بذلك قد وسع من تطبيق هذه المخالفة، التي يصعب معاقبة مرتكبيها في ظل قانون المنافسة بسبب شرط عرقلة السير العادي للمنافسة، فنادرا ما يتم معاقبة التجار الذين يمارسون بيوع بالخسارة لأن من خلال هذه الممارسة يتم إلحاق الأضرار بمتعاملين اقتصاديين منافسين، دون أن يؤدي ذلك إلى عرقلة حرية المنافسة، أو الحد منها أو الإخلال بها في السوق، لذلك عادة ما تفلت المؤسسات من العقاب.

فبموجب قانون الممارسات التجارية، يمكن لكل عون اقتصادي تضرر من بيع بالخسارة أن يلجأ إلى الهيئات القضائية، ليرفع دعوى ضد مرتكب المخالفة، و لا يقع عليه إلا عبء إثبات وقوع الممارسة، دون الحاجة إلى الرجوع إلى السوق و الآثار المترتبة عليه.

الفرع الثاني: من حيث مضمون المخالفة

لا يعتبر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي بيعاً بالخسارة، لأن في حالة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، يتخلى المتعامل الاقتصادي عن الربح الحال و الفوري لأجل الحصول على ربح أكبر في المستقبل. فالاستغناء عن الربح الفوري لا يعني خسارة، بل يعني قبول تحقيق أرباح منخفضة مقارنة بالأرباح التي كانت المؤسسة ستحققها في حالة المنافسة العادية فقط.

أما في البيع بالخسارة تتقبل المؤسسة تكبد خسارة فورية على أن تحقق أرباحاً أكيدة لاحقة، وقد اعتبر القضاء الفرنسي أن البيع بالخسارة قد يكون مشروعاً في بعض الأحوال، فميز بين وضعيتين: وضعية المؤسسة المهيمنة على السوق والتي يتم تأويل بيعها بالخسارة مباشرة على أنه يهدف للإخلال بالمنافسة والتحكم في السوق، وهو التصرف المقيد والمخل بالمنافسة، والذي يجب معاقبة مرتكبيه.

أما الوضعية الثانية، هي التصرفات الصادرة عن مؤسسات ليست مهيمنة على السوق، ففي هذه الحالة لا نحكم على المؤسسة أنها ارتكبت ممارسة مضرة ومخلة بالسوق لعدم تمتعها بالقوة الكافية للإضرار بالغير⁽²⁸⁾، ومن بين الأمثلة عن التمييز بين الوضعيتين نجد قرار مجلس المنافسة الفرنسي لسنة 1997 بشأن قضية الاسمنت الجاهز للاستعمال⁽²⁹⁾.

منع المشرع الجزائري البيع بالخسارة بلا قيد أو شرط، ودون النظر إلى ما يترتب عليها من آثار، فيجب ردع هذه الممارسة لأنها تقدم صورة مشوهة للمنافسة تجاه المستهلك، لأن من خلالها يتظاهر التاجر بأنه يمارس هوامش ربح منخفضة لصالح المستهلكين، لكن الحقيقة غير ذلك لأنه يقصد منها تحويل الزبائن، لذا القانون يحارب هذه الممارسة لحماية صغار التجار من أقوياء السوق المحافظة على مصالح المستهلكين.⁽³⁰⁾

وإن كان البيع بالخسارة يهدف إلى الإضرار بالمتعامل الاقتصادي المنافس، فإن البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي يهدف التحكم في السوق والإخلال به، ولهذا تحظر الممارسة الأولى لحماية متعامل اقتصادي من تعسف متعامل اقتصادي آخر، وتحظر الممارسة الثانية لحماية السوق وكذلك حماية المستهلك، الذي وإن انتفع من انخفاض الأسعار لمدة معينة، إلا أنه سيتضرر بعد ذلك بسبب الارتفاع الشديد الذي ستشهده الأسعار، لأجل رغبة المؤسسة في تحقيق الأرباح المنتظرة.

لكن أهم ما يميز هاتين المخالفتين هو أن البيع بالخسارة يتعلق بالفرق بين سعر الشراء بالوحدة و الحقوق و الرسوم و مصاريف النقل إذا وجدت و بين ثمن إعادة بيعها،

أما البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي يتعلق بالفرق بين تكلفة السلعة، أي تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق وبين الثمن الذي تباع به إلى المستهلك. ونشير أخيرا إلى انه إذا كان مجال البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي السلع والخدمات، فمجال البيع بالخسارة يقتصر على السلع دون الخدمات، لعدم وجود تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق في مجال الخدمات.

المبحث الثاني: شروط البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي

من خلال نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم، يمكن استنتاج مجموعة من الشروط الواجب توافرها لاعتبار البيع " بيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي" وأنه يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة و بالتالي يكون محلا للمتابعة أمام مجلس المنافسة.

من أهم هذه الشروط أن يكون سعر البيع الموجه للمستهلك مخفضا، وليس مجرد تخفيض بسيط، بل يجب أن يتم التخفيض بشكل تعسفي و فادح (المطلب الأول)، و أن يترتب عن ذلك إضرار بالمنافسة وإخلال بها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أن يكون سعر البيع مخفضا بشكل تعسفي

لكي تتحقق مخالفة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، يجب أن يكون سعر البيع ليس مجرد تخفيض بسيط، بل تخفيض فادح بالنظر إلى تكلفته الكلية، لذا يلتزم الأمر بالمقارنة بين سعر البيع الموجه للمستهلك و سعر التكلفة الكلي (الفرع الأول) و هذا ما يثير عدة إشكاليات، لأنه يصعب للمدعي معرفة التكلفة الحقيقية و الكلية، و طرق تحديد السعر النهائي، و بالتالي اثبات أن السعر مخفضا تعسفيا (الفرع الثاني).

الفرع الأول : المقارنة بين سعر البيع و سعر التكلفة الكلي

حظر البيع المخفض بشكل تعسفي، يقتضي أن تكون أسعار المنتجات المعروضة للمستهلك أقل من تكاليف إنتاجها، و تحويلها و تسويقها، و قد ورد نص المادة 12 من الأمر المنظم للمنافسة بهذه الصياغة لكي يستوعب جميع الفرضيات التي يمكن أن تبرز فيه هذه الممارسة، فسواء كان العارض أو البائع منتجا للسلعة أو محولا لها أو مسوقا لها، فإن الحظر يقع إذا كان سعر السلعة المعروض أو المطبق يقل عن المصاريف التي بذلت في إنتاجها أو تحويلها أو تسويقها⁽³¹⁾.

فلما كان البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي يتعلق ببيع مؤسسة لسلع أو خدمات أقل من السعر الذي كلفتها السلعة أو الخدمة، فهذه المخالفة تستوجب تحليل دقيق للتكاليف التي تحملتها المؤسسة و هذا ليس بالأمر البسيط⁽³²⁾ إذ يجب المقارنة بين سعر البيع للمستهلك أخذا بعين الاعتبار كل الرسوم، الثمن الفعلي الكلي للسلعة، و الذي يتضمن

سعر الإنتاج بما فيها سعر اقتناء المواد الأولية و دفع أتاوى المستخدمين و كذلك مصاريف الاستثمار التي يتحملها الموزع ليتكفل بنفسه بالمرحلة الأخيرة من إنتاج السلعة، إضافة إلى مصاريف التسويق بما فيها المصاريف اللازمة لوضع السلعة تحت تصرف المستهلك كمصاريف النقل و التخزين...

و لحساب كل هذه المصاريف يأخذ مجلس المنافسة الفرنسي بعين الاعتبار الطرق المعتادة في مجال المحاسبة، و لكي تتحقق مخالفة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، يجب أن يكون سعر المنتج منخفض بشكل فادح مقارنة بما كلفته السلعة أو الخدمة⁽³³⁾.

و يعتبر القرار الصادر من مجلس قضاء المجموعة الأوروبية في 3 جويليا 1991 في قضية « AKZO » سابقة مهمة فيما يخص تحديد عناصر المخالفة، حيث تتلخص وقائع القضية في أنه في بداية 1980 ، كانت شركة هولندية كبيرة « AKZO » و شركة بريطانية « ECS » أقل منها حجما، تنشطان في الصناعة الكيماوية، فكانت الشركتين تنتجان مادة كيميائية تسمى « Peroxyde de benzoyle » هذه المادة تستعمل في صناعة البلاستيك و كذلك لتبييض القمح.

سنة 1983، قررت الشركة البريطانية توسيع نشاطها في إنتاج المادة الكيماوية، فبعدما كانت تنتج المادة المستعملة على البلاستيك فقط، قررت توسيع نشاطها إلى مجال تبييض القمح، كما تفعل الشركة الهولندية. ردا على هذا القرار قامت الشركة الهولندية بممارسة أسعار مخفضة بشكل تعسفي على مادة « Peroxyde de benzoyle » المستعملة على القمح لمنع الشركة البريطانية من دخول السوق، و قد قامت اللجنة الأوروبية بمعاينة الشركة الهولندية في 14 ديسمبر 1985 بفرض غرامة مالية على المؤسسة المخلة بقانون المنافسة، و قد أكد مجلس قضاء المجموعة الأوروبية هذا القرار في 03 جويليا 1991 مقدا التقنيات التي يمكن الاعتماد عليها للتعرف على الأسعار المخفضة بشكل تعسفي⁽³⁴⁾.

الفرع الثاني: صعوبة إثبات أن السعر مخفض تعسفيا

قد تتخذ المؤسسة وسيلة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي حماية و دفاعا عن مصالحها و حفاظا على حصتها في السوق. كما قد تتبنى المؤسسة هذه الطريقة في البيع أو عرض الأسعار للتوسيع من حصتها في السوق على حساب المنافسين المحتملين أو المنافسين المتواجدين اصلا في السوق⁽³⁵⁾.

لكن العقوبات التي تجدها سلطات المنافسة تكمن في صعوبة إثبات سياسة الإبعاد التي تتبناها المؤسسة، كما أن الإشكال الذي يثور في هذا النوع من المخالفات هو امكانية المعرفة الحقيقية لتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق، لأنه لا يمكن معرفة معطيات

المحاسبة الداخلية للمؤسسة، و لا تقدم المؤسسة هذه المعطيات إلا إذا أرغمت على ذلك⁽³⁶⁾.

يعتبر المحللون الاقتصاديون ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، ممارسة استثنائية تضعنا أمام وضعيتين متناقضتين:

أولاً: من جهة الأسعار المخفضة بشكل تعسفي تؤدي إلى إنعاش الصالح العام من خلال الدخول المكثف للمستهلك إلى السوق، على حساب قلة عارضي السلعة أو الخدمة، و بالتالي ليس هناك أي ضرر في هذه الوضعية، لكن شرط أن لا تستغل المؤسسة صاحبة الممارسة الفرصة، أي أن بعد تحطيمها للأسعار يجب أن لا تقوم بعد ذلك بالرفع المفرط في سعر نفس السلع أو الخدمات و استغلال الفرصة لشراء أصول منافسها الذين أصبحوا في وضعية حساسة و حرجة، بسبب سياسة التوزيع التي انتهجتها⁽³⁷⁾.

ثانياً: انخفاض الأسعار يترجم بالنسبة للمؤسسة صاحبة الممارسة بارتفاع حصتها في السوق و بالتالي هي الأولى التي تجد نفسها أمام خسائر أكبر من تلك التي تعرض لها منافسها، و لهذا السبب يرى المختصين الاقتصاديين، أن استراتيجية التخفيض المفرط للأسعار-أين تكون المؤسسات المتنافسة تقريبا في نفس ظروف الإنتاج- استراتيجية غير فعالة، لأن في أغلب الحالات التخفيض في الأسعار الذي تقوم به المؤسسة يعود إلى انخفاض تكاليف الإنتاج، وليس لأسباب أخرى⁽³⁸⁾.

و لكن اذا كانت القاعدة أن التخفيض في الأسعار يعود إلى انخفاض تكاليف الإنتاج، إلا أنه استثناء يمكن أن يكون هذا التخفيض الغير عادي يعود لأغراض مخلة لقوانين المنافسة، عندما يكون بهدف عرقلة المنافسة و الحد منها.

و نشير إلى أن القانون الأوروبي يختلف عن القانون الفرنسي في مسألة تحديد معايير مخالفة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، و بالتحديد فيما يخص إعادة استرجاع الخسائر و الأضرار المالية التي لحقت بالمؤسسة المتعسفة نتيجة تخفيض اسعارها طوال المدة المعنية. فهل هذا العامل يدخل ضمن المعايير الواجب توافرها في الممارسة أم لا؟

أقر مجلس قضاء المجموعة الأوروبية في قراره الصادر في 02 أفريل 2009 أنه ليس من الضروري إثبات وجود إمكانية استعادة الخسائر التي لحقت بالمؤسسة التي ارتكبت المخالفة، فهذا ليس معيار من المعايير الواجب توافرها لقيام هذه المخالفة، عكس ما ذهب إليه مجلس المنافسة الفرنسي، لكن هذا لا يعني أن قضاء المجموعة الأوروبية لا يعطي أي أهمية لهذا العنصر إذ ليس هناك ما يمنع المجلس من الاستعانة به لإثبات الصفة التعسفية للممارسة المرتكبة من طرف المؤسسة المخلة بأحكام قانون المنافسة و هذا ما أشار إليه مثلاً في القرار الصادر في قضية « Wanadoo Interactive »⁽³⁹⁾.

أما مجلس المنافسة الفرنسي من خلال تطبيق أحكام المادة L.420-5 من القانون التجاري و المتعلقة بالبيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، نجد أن له موقفا مغايرا لقضاء المجموعة الأوروبية، إذ أنه يعتبر ان مرتكب المخالفة يمر بمرحلتين متميزتين، و يجب التمييز بين كل مرحلة لتحديد هذه المخالفة:

_ المرحلة الأولى من المخالفة و التي خلالها يتقبل مرتكب المخالفة تحمل الخسائر بهدف إبعاد متعاملين اقتصاديين منافسين له من السوق، فهنا المؤسسة تضحي بأرباحها الحالية لأجل إبعاد منافسيها، مع الإشارة أن التضحية بالأرباح ليس بالتصرف المقيد للمنافسة، بل أن التصرف المحظور هو أن يصدر هذا التصرف لأجل إبعاد المنافسين الآخرين، أي قصد الاضرار بهم.

_ المرحلة الثانية من المخالفة و التي خلالها تقوم المؤسسة باسترجاع كل ما تحملته من خسائر، فهي تضحي بالأرباح في المرحلة الأولى لأنها على يقين باسترجاعها في مرحلة ثانية⁽⁴⁰⁾ و قد نص مجلس المنافسة الفرنسي على هذه المرحلتين مثلا في قراره الصادر في 23 نوفمبر 2007⁽⁴¹⁾.

المطلب الثاني: توجيه البيع للمستهلك قصد الإضرار بالمنافسين

يشترط لتحقيق مخالفة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي أن يوجه البيع، أو حتى العرض إلى المستهلك النهائي وليس للمحترف (الفرع الأول)، و أن يكون الهدف من الممارسة إلحاق اضرار بالمنافسين المتواجدين في السوق لأنهم المستهدفين من الممارسة، و بالتالي عرقلة السوق، و أن المستهلك وسيلة لتحقيق الأهداف المنتظرة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: توجيه العرض أو البيع للمستهلك

يشترط في مخالفة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي أن يتم توجيه العرض أو البيع إلى المستهلك لا غير، و لكن ما المقصود بالعرض أو البيع؟ (أولا) و ما المقصود بالمستهلك (ثانيا).

أولا: المقصود بالعرض أو البيع

يقصد ب "العرض " التعبير عن الإرادة الصادر عن الموجب، و ليس من الضروري صدور قبول تجاه الإيجاب أو أن يتحقق البيع فعلا، فكل العروض المحددة و الصادرة دون تحفظ لتمكين البيع يمكن أخذها بعين الاعتبار.

أما "البيع"، فيقصد به العملية القانونية التي تهدف إلى نقل ملكية الشيء المبيع من البائع إلى المشتري مقابل دفع الثمن.

و بخصوص "بيع الأشياء على حالها " فهي خارج إطار تطبيق هذه المخالفة، و بالتالي يجب أن تكون السلع قد انتجت و حولت ثم تم بيعها.

فيدخل في إطار النص القانوني، البيوع التي تتم مباشرة من المنتج إلى المستهلك، و كذلك بيع المنتجات التي قام المشتري باقتنائها من المنتج ثم قام بتحويلها قبل إعادة بيعها إلى المستهلك، ويأخذ القضاء الفرنسي بالمفهوم الواسع لفكرة التحويل، فيقصد به كل الأشكال المختلفة والمتنوعة لتدخل الموزع عندما يؤدي هذا التدخل إلى تغيير شكل السلعة قبل إعادة بيعها إلى المستهلك، فيدخل في هذا الإطار كل من الطهي، التقطيع، التغليف والتركيب... إلخ⁽⁴²⁾.

ويدخل في مفهوم هذه المخالفة كذلك الخدمات، فيدخل في مجال تطبيق المادة 12 من قانون المنافسة كل من السلع والخدمات، وهذا عكس ما نص عليه قانون الممارسات التجارية بشأن البيع بالخسارة والتي تطبق على السلع دون الخدمات.

ثانياً: تحديد مفهوم المستهلك

إذا لم يكن للشخص البائع أو مقدم الخدمة أي أهمية، فيكون لشخص المشتري الاستفادة من السلعة أو الخدمة أهمية بالغة في تحديد أركان المخالفة، فيجب أن يكون الطرف الثاني في العلاقة "المستهلك"، وبالتالي لا يدخل ضمن حظر العرض أو البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي العروض أو البيوع التي تتم بين محترفين⁽⁴³⁾.

فأول شخص يشعر بمزايا المنافسة هم الأفراد، لأن عندما يتنافس المتعاملين الاقتصاديين في سوق مرجعية، كل واحد منهم يرغب أن يحوز على هذه السوق، من خلال عرض أسعار منخفضة عن تلك التي يقترحها منافسيه، والمستهلكين يجنون قبل غيرهم ثمار هذه المنافسة عن طريق الأسعار، والتي لا تقتصر على تخفيض أسعار المنتجات، بل تقديم تسهيلات أكبر في شروط البيع وخدمات أفضل في الصيانة و إجراءات أفضل في تحصيل الديون.

فالمستهلك يعتبر الجانب الأساسي في المنافسة، وعامل الحسم في الصراع التنافسي، لأن حرية المستهلك في اختيار نوع المنتج لها أثرها الكبير في تنظيم المشروع المنافس، لذا اهتم المتنافسون بالمستهلكين⁽⁴⁴⁾.

وقد أولى المشرع الجزائري أهمية للمستهلك من خلال قانون المنافسة، قانون الاستهلاك وقانون الممارسات التجارية، على الأقل من الناحية النظرية، وقد عرف قانون حماية المستهلك وقمع الغش المستهلك على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به⁽⁴⁵⁾.

أما قانون الممارسات التجارية، فعرفه على انه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت، ومجردة من كل طابع مهني⁽⁴⁶⁾.
ومن خلال تحديد مفهوم المستهلك يمكن القول أن:

- توجيه هذا النوع من البيوع إلى المستهلك النهائي يخرج من نطاق تطبيق هذه الممارسة البيع الموجه إلى شخص سيقوم بتحويل السلعة قبل إعادة بيعها في السوق.

- البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي يتعلق بعروض أسعار مطبقة على المنتجات لتلبية الحاجات الخاصة للمستهلك، و بالتالي الشراء إذا ما تعلق بتلبية حاجات مهنية لا يمكن تطبيق نص المادة 12 من قانون المنافسة، لأن هذا النص جاء لحماية المستهلك عديم الخبرة في هذا المجال، عكس ما هو عليه المحترف.

الفرع الثاني: هدف الإضرار بالمنافسين و تقييد المنافسة

إن الهدف من ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، هو إزاحة المنافسين من الطريق أو حتى منع دخول أي منافسين جدد إلى السوق، وقد تتمكن المؤسسة المرتكبة للمخالفة من تحقيق وضعية الاحتكار، و بالتالي ليس الإضرار فقط بالمتعاملين الاقتصاديين، بل الحاق أضرار خطيرة بتركيبه السوق و المساس بمبدأ حرية المنافسة و تقييدها و عرقلتها. شرط الإخلال بالمنافسة ليس حكرا على ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، بل ينطبق على كل الممارسات المقيدة للمنافسة، غير أن المشرع في هذه الممارسة نص على شكل خاص من أشكال التعسف، و الذي يتمثل في أن الممارسة تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق.

و عموما لنكون بصدد المخالفة المنصوص عليها بموجب المادة 12 من الأمر المتعلق بالمنافسة، و المتعلقة بالبيع بسعر مخفض بشكل تعسفي، يجب أن يكون هناك عرض أسعار أو بيع فعلي موجه للمستهلك، و أن يكون السعر مخفض جدا مقارنة بتكاليف السلعة أو الخدمة، و هذا لأجل القضاء على المنافسين المتواجدين في السوق أو على الأقل الإضرار بهم و اضعافهم، و هذا ما أكده مجلس المنافسة الفرنسي في أحد قراراته عندما نص أنه لكي نكون بصدد مخالفة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي المنصوص عليها بموجب قانون المنافسة، يجب توفر ثلاث شروط و المتمثلة في :

- عرض بيع موجه للمستهلك،

- عرض سعر غير كافي بالنظر إلى تكاليف الإنتاج، التحويل و التسويق،

- الغرض أو القدرة على إبعاد أحد المنافسين أو أحد المنتجات المنافسة⁽⁴⁷⁾.

لكن في الواقع نادرا ما تجد ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي تطبيقا لها، خاصة بسبب صعوبة اثبات تكاليف السلعة أو الخدمة، وبالتالي صعوبة اثبات أن البيع مخفض بشكل تعسفي، فيجد المتعامل الاقتصادي نفسه يلجأ إلى طرق أخرى أكثر فعالية. عادة ما تكون المؤسسة المعنية، أي المرتكبة للممارسة المقيدة للمنافسة في وضعية هيمنة على السوق، فيصعب تصور إمكانية لجوء مؤسسات صغيرة إلى هذا النوع من الممارسات، فأكد أن المؤسسة قوية و هيمنة على السوق، و في حالة تعسفها بسبب هيمنتها الاقتصادية يمكن اتخاذ الإجراءات القانونية ضدها و توقيع السلطات المكلفة بحماية المنافسة العقوبات المقررة قانونا.

خاتمة

ختاما يمكن القول أن المشرع الجزائري من خلال حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، أراد تكملة مختلف الأحكام القانونية التي تهدف الى حماية السوق من الممارسات المخلة بالمنافسة و المتعلقة بالأسعار، خاصة تلك التي جاءت في اطار الاتفاقات المقيدة للمنافسة و التعسف في وضعية الهيمنة الاقتصادية.

فهذه الأحكام تهدف إلى حماية السوق أساسا و النظام العام الاقتصادي التنافسي، و تهدف أيضا إلى حماية المستهلك الذي ينتفع عندما تتوفر منافسة نزيهة و شفافة، فالتنافس النزيه مفاده تعدد الاختيار للمستهلك، و توفر أسعار تنافسية .

فلا تعتبر مخالفة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي استثناء لمبدأ حرية الأسعار، المنصوص عليه بموجب قانون المنافسة، فالأسعار تحدد بكل حرية، على أن لا تؤدي هذه الحرية إلى الإضرار بالمنافسة في حد ذاتها.

الهوامش:

(1) قانون رقم 89-12، مؤرخ في 05 يوليو 1989، يتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 29، الصادر بتاريخ 19 يوليو 1989 (ملغى).

(2) أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 09، الصادر بتاريخ 22 فبراير 1995 (ملغى).

(3) المادة 10 من المرجع السابق.

(4) تم إلغاء أمر 95-06-95 المتعلق بالمنافسة بموجب أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 43، الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08-12، مؤرخ في 25 يونيو 2008، جريدة رسمية عدد 36، الصادر بتاريخ 02 يوليو 2008 والمعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 غشت 2010، جريدة رسمية عدد 46، الصادر بتاريخ 18 غشت 2010.

(5) أنظر قانون رقم 04 - 02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادر بتاريخ 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، جريدة رسمية عدد 46، الصادر بتاريخ 18 غشت 2010.

(6) الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم، مرجع سابق، المادة 1/04.

(7) المادة 2/4 من المرجع السابق.

(8) AUGUET Yvan, *Droit de la concurrence*, Ellipses, Paris, 2002, p.135.

(9) بموجب المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم نقل المشرع الجزائري حرفيا الفقرة الأولى من نص المادة 5-420L من التقنين التجاري الفرنسي المتعلقة بحظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، فتص المادة:

« 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.

Les coûts de commercialisation comportent également et impérativement tous les frais résultant des obligations légales et réglementaires liées à la sécurité des produits.

Ces dispositions ne sont pas applicables en cas de revente en l'état, à l'exception des enregistrements sonores reproduits sur supports matériels et des vidéogrammes destinés à l'usage privé du public. », Code de commerce, <https://www.legifrance.gouv.fr/>

(10) المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم، مرجع سابق.

(11) « La pratique de prédation , consiste pour une entreprise, à fixer ses prix à un niveau inférieur au coût marginal ,ce qui conduit inévitablement, soit à évincer partiellement ou totalement les concurrents en place, soit à dissuader des concurrents potentiels d'entrer sur le marché. Cette stratégie de prix bas, visant à privilégier les ventes ou le chiffre d'affaires au détriment du profit, ne sera économiquement rationnelle que si l'investissement réalisé dans la prédation se révèle effectivement rentable. Par conséquent, il faudra que la période de baisse des prix débouche ultérieurement sur une période d'augmentation des prix. L'augmentation des prix doit être rendue possible grâce au pouvoir de marché acquis ou conservé par l'entreprise, fruit de la faillite des concurrents, ou de leur acquisition par la firme prédatrice ou bien encore par une dissuasion réelle de l'entrée. », BENZONI Laurent, « Stratégies de prix- Prix prédateurs : les enseignements de l'analyse économique », Problèmes Economiques, n° 2683, octobre 2000, pp.6-15 (version révisée).

(12) CLERC Denis, « Une concurrence ni pure ni parfaite », Alternatives Economiques, n° 156, Février 1998, pp. 62-65.

(13) كتو محمد الشريف، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص. 53.

(14) « La pratique par laquelle une entreprise en position dominante fixe ses prix à un tel niveau qu'elle subit des pertes ou renonce à des profits à court terme dans le but d'évincer ou de discipliner un ou plusieurs concurrents, ou encore de rendre plus difficile l'entrée de futurs compétiteurs sur le marché afin ultérieurement de remonter ses prix pour récupérer ses pertes. », Décision n° 07-D-09 du 14 mars 2007 relative à des pratiques mises en œuvre par le laboratoire GlaxoSmithKline France, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/>

(15) MAINGUY Daniel, RESPAUD Jean-Louis et DEPINCE Malo, *Droit de la concurrence*, Litec, Paris, 2010, p.281.

(16) كتو محمد الشريف، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، مرجع سابق، ص. 45.

(17) المادة 3/ج من الأمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم، مرجع سابق.

(18) Arrêt de la cour du 13 février 1979. Hoffmann- la roche & co.AG contre commission communauté européennes, <http://eur-lex.europa.eu/>

(19) الأمر رقم 03-03، يتعلق بالمنافسة، المعدل و المتمم، مرجع سابق.

(20) عبد الباسط وفا، "سياسة تحطيم المشروعات من خلال الأسعار و انعكاساتها على الأسواق التنافسية"، مجلة حقوق حلوان للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد الرابع، يوليو-ديسمبر 2000، ص ص. 151-285، أنظر ص. 163.

(21) مرسوم رئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 7 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، جريدة رسمية عدد 76، صادر بتاريخ 8 ديسمبر 1996، المعدل و المتمم بموجب القانون

رقم 03-02 المؤرخ في 10 أفريل 2002، جريدة رسمية عدد 25، مؤرخ في 14 أفريل 2002، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 19-08 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، جريدة رسمية عدد 63، مؤرخ في 16 نوفمبر 2008، و المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 01-16 مؤرخ في 6 مارس 2016، جريدة رسمية عدد 14 مؤرخ في 7 مارس 2016.⁽²²⁾ يتمثل الإغراق في بيع المنتجات في الخارج بسعر منخفض عن السعر الداخلي للمصدر، و قد يكون هذا السعر أعلى من تكلفة الإنتاج أو أقل منها.

⁽²³⁾ VOILLENOT Dominique, *La réglementation CEE anti-dumping et anti-subsidiation*, Joly édition, Paris, 1993, pp.12-15.

⁽²⁴⁾ REY PATRICK et TIROLE Jean, « *Analyse économique de la notion de prix de prédation* », Revue Française d'Economie, n° 01, vol 12 , 1997, pp. 03-32.

⁽²⁵⁾ القانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل و المتمم، مرجع سابق، المادة 19.

⁽²⁶⁾ الأمر رقم 06-95 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق، المادة 10.

⁽²⁷⁾ الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق، المادة 12.

⁽²⁸⁾ REY PATRICK et TIROLE Jean, « *Analyse économique de la notion de prix de prédation* », op.cit, p. 25.

⁽²⁹⁾ Décision n°97-D-39 du 17 juin 1997 relative à des pratiques mises en œuvre par différentes entreprises dans le secteur du béton prêt à l'emploi dans la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, <http://lexinter.net/> كتومحمد الشريف، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، مرجع سابق، ص 101.

⁽³¹⁾ المرجع السابق، ص 54.

⁽³²⁾ ZOUAIMIA Rachid, *Le droit de la concurrence*, éditions Belkeise, Alger, 2012 , p.120.

⁽³³⁾ AUGUET Yvan, *Droit de la concurrence*, op.cit, pp.137-138.

⁽³⁴⁾ "Des prix inférieurs à la moyenne des coûts variables (...) par lesquels une entreprise dominante cherche à éliminer un concurrent doivent être considérés comme abusifs ; (...) des prix inférieurs à la moyenne des coûts totaux qui comprennent les coûts fixes et les coûts variables, mais supérieurs à la moyenne des coûts variables, doivent être considérés comme abusifs lorsqu'ils sont fixés dans le cadre d'un plan ayant pour but d'éliminer un concurrent", CJCE, 3 juillet 1991, Akzo Chemie BV C/ Commission européenne, <http://eur-lex.europa.eu/>

⁽³⁵⁾ ZOUAIMIA Rachid, *Le droit de la concurrence*, op.cit, p.122.

⁽³⁶⁾ و من بين القضايا التي عرضت على مجلس المنافسة الفرنسي في هذا الشأن، نجد مثلا قضية شركة UGC « ciné-cité أنظر: »

-Décision n° 04-D-10 du 1er avril 2004 relative à des pratiques de la société UGC Ciné-Cité mises en œuvre dans le secteur de l'exploitation des salles de cinéma, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/>

⁽³⁷⁾ BENZONI Laurent, « *Prix prédateurs : les enseignements de l'analyse économique* », op.cit, p.15.

⁽³⁸⁾ Ibid.

⁽³⁹⁾ « Il ne ressort pas de la jurisprudence de la Cour que la preuve de la possibilité de récupération des pertes subies du fait de l'application, par une entreprise en position dominante, de prix inférieurs à un certain niveau de coûts constitue une condition nécessaire afin d'établir le caractère abusif d'une telle politique de prix. En particulier, la Cour a eu l'occasion d'exclure la nécessité d'une telle preuve dans des circonstances où l'intention éliminatoire de l'entreprise en cause pouvait être présumée en considération de l'application par celle-ci de prix inférieurs à la moyenne des coûts variables ...mais la Cour "n'exclut pas, bien entendu, que la Commission puisse considérer une telle possibilité de récupération des pertes comme étant un élément pertinent dans l'appréciation du caractère abusif de la pratique en question, en ce qu'elle peut contribuer, par exemple, à exclure, en cas d'application de prix inférieurs à la moyenne des coûts variables, des justifications économiques autres que l'élimination d'un concurrent, ou à établir, en cas d'application de prix inférieurs à la moyenne des coûts totaux mais supérieurs à la moyenne des coûts variables, l'existence d'un plan ayant pour but d'éliminer un concurrent. », Décision CJCE du 16 juillet 2003 relative à une procédure d'application de l'article 82 du traité CE, COMP/38.233 –Wanadoo Interactive, <http://curia.europa.eu/>

أنظر فيما يخص التعليق على هذا القرار:

SIBONY Anne-Lise, « *Prédation : La CJCE refuse d'ériger la possibilité de récupération des pertes en condition nécessaire à la qualification de prix de prédation et confirme l'inexistence d'un droit absolu de*

s'aligner sur les prix des concurrents (France Télécom) », Revue concurrence, n° 02, avril 1999, pp.112-116.

(40) ARCELIN Linda, *Droit de la concurrence, les pratiques anticoncurrentielles en droit interne e communautaire*, 2ème édition, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 2013, p.118.

(41) Voir décision n° 07-D-39 du 23 novembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du transport ferroviaire de personnes sur la route Paris-Londres, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/>

(42) AUGUET Yvan, *Droit de la concurrence*, op.cit, p.136.

(43) Ibid, pp.136-137.

(44) معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، في ضوء المنافسة والاتفاقات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 80.

(45) القانون رقم 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009، المادة 1/03.

(46) القانون رقم 02-04، يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية، المعدل و المتمم، مرجع سابق، المادة 02/03.

(47) « *La qualification de prix abusivement bas suppose la réunion de trois conditions cumulatives : en premier lieu, le prix en question doit être un prix de vente au consommateur ; en deuxième lieu, le niveau de prix proposé doit être insuffisant au regard des coûts de production, de transformation et de commercialisation (les coûts étant évalués selon la méthode définie par la Cour de justice des communautés européennes dans l'arrêt du 3 juillet 1991, Akzo) ; en troisième lieu, le prix pratiqué doit traduire une volonté d'éviction ou bien comporter une potentialité d'éviction du concurrent ou du produit du concurrent. La pratique de prix bas doit être "accompagnée d'indices suffisamment sérieux, probants et concordants d'une volonté de capter la clientèle au détriment du concurrent. Cette volonté peut résulter des conditions dans lesquelles la pratique a été mise en œuvre, notamment lorsqu'elle relève d'un comportement qui s'écarte de la politique commerciale habituelle du distributeur et/ou parce qu'elle est clairement dirigée contre un concurrent"*, avis n° 97-A-18, Décision n° 06-D-23 du 26 juillet 2006 relative à la situation de la concurrence dans les secteurs de l'édition cartographique et de l'information touristique, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/>