

حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيا

أ. حوت فيروز

المركز الجامعي مرسلي

عبد الله تيبازة

الملخص:

حظر المشرع الجزائري البيع بأسعار منخفضة تعسفيا، وإعتبره أحد صور الممارسات المقيّدة للمنافسة، فإذا كان الأصل أنّ تحديد السعر حق للعون الإقتصادي يمارسه بكلّ حرية، إلا أنّ هذه الحرية مقيّدة بنصوص تنظيمية، وعليه يحظر البيع بأقل الأسعار إذا كان يرمي إلى تقييد المنافسة. حيث نجد أنّ بعض التجار ينتهجون هذه الممارسة المحظورة، لكن ليس تحقيقا للخسارة إنّما بهدف إبعاد متعاملين إقتصاديين آخرين وإخراجهم من السوق، كما أنّها عملية ترويجية لجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، وبعدها يستحوذون على السوق ليرفعوا الأسعار ويتحكمون فيها بعد ذلك. ويظهر تضرر المستهلك من هذه الممارسة بعد استحواذ المؤسسة القائمة بعملية البيع على السوق أين يجعل منها مهيمنة، مسيطرة، محتكرة والأكثر من ذلك رفعها للأسعار لتعويض الخسارة، حيث يجد المستهلك نفسه مسير في اقتناؤه للسلع حيث لا يجد البديل.

Abstract :

Algerian law prohibits sale at arbitrary low prices and considers it to be one of the forms of restrictive practices. If the origin is that the determination of price is a right of economic aid, it is freely exercised, but this freedom is restricted by regulatory provisions. Some traders pursue this prohibited practice, but not to lose, but to keep other traders away from the market. It is a promotional process to attract as many customers as possible, and then they take over the market to raise prices and then control them. The consumer is affected by this practice after the existing institution has taken the sale on the market where it makes it dominant, dominant, monopolistic

and more so to raise prices to compensate for the loss, as the consumer finds himself in the process of acquiring the goods where he can not find the alternative.

مقدمة:

مما لا ريب فيه أن المشرع الجزائري أعاد النظر في قانون المنافسة بعد الإصلاحات التي باشرتها الدولة الجزائرية وذلك قصد بعث الفعالية الإقتصادية وكذا تحسين معيشة المستهلكين.

أصبح تكريس مبدأ حرية الصناعة والتجارة دافعا للتنافس وتحقيق الربح في إطار حرية السوق، خاصة بعد تنظيم قانون المنافسة لمسألة تحديد الأسعار أين يخضع تقديرها للسوق وفقا لمبدأ العرض والطلب، حيث أصبح من البديهي بالنسبة للمتعاملين الإقتصاديين السعي وراء الربح السريع بشتى الطرق.

إنتهج إثر ذلك المتعاملين الإقتصاديين سبل من شأنها شل حركة النشاط الإقتصادي وكذا السعي وراء الإحتكار خاصة فيما يتعلق بمسألة "خفض الأسعار إلى ما دون سعر التكلفة" وذلك بصفة تعسفية، مما جعل العديد من المتنافسين يخرجون من السوق لعدم قدرتهم على تحمل الخسارة. وبما أنّ المستهلك هو المعني الأول بالعملية التنافسية لما توفره له من سلع وكذا ما تحققه له من خفض للأسعار، الأمر الذي ساعد على رفع قدراته الشرائية، فإننا ننوه إلى أنّ ممارسة البيع بأسعار منخفضة تعسفيا يعتبر ممارسة مقيّدة للمنافسة إذ يخرجها عن مسارها الطبيعي ويعتبر بذلك عملا غير مشروع لأنّه يفقد السوق توازنه.

وعليه نقول، إذا عدّ البيع بأسعار منخفضة تعسفيا محظورا لأنّه يقيد المنافسة، ويعرقل

مسار التنمية الإقتصادية، فهل يمس كذلك المستهلك؟

إن الإجابة على هذه الإشكالية تتطلب منا التطرق إلى تبيان تنظيم البيع بأسعار منخفضة تعسفا (المحور الأول)، وأهم صور هذه الممارسة (المحور الثاني)، لتتطرق بعدها للجزاء المترتبة على ذلك (المحور الثالث).

المحور الأول: تنظيم حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفا

تناول المشرع الجزائري الممارسات المقيّدة للمنافسة في الفصل الثاني من قانون المنافسة¹، حيث أدرج مجموعة من الصور ذكرها على سبيل المثال، ليذهب إلى أبعد من ذلك أين خص الممارسات الأكثر إنتشارا بنصوص خاصة، كل على حدى.

حظر المشرع الجزائري البيع بأسعار منخفضة تعسفا، وإعتبره أحد صور الممارسات المقيّدة للمنافسة، هذا بدليل المادة 12 من الأمر 03-03، والتي نصت على: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج أو التحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق". يتضح من خلال نص المادة أعلاه أنّ المشرع الجزائري جعل البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي أحد صور الممارسات المقيّدة للمنافسة التي نص عليها في المادة 6 من نفس القانون. ونوه أنّ هذه المادة تعتبر إعادة صياغة للمادة 1/10 من الأمر رقم 95-06²، المتعلق بالمنافسة والتي نصت على: "يمنع على كلّ عون إقتصادي بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي إذا كانت هذه الممارسات قد حادت عن قواعد المنافسة في السوق أو يمكن أن تحيد عنها".

حيث نصت هذه المادة على مبدأ منع البيع بالخسارة أي بيع سلعة أقل من سعر التكلفة الحقيقي إذا كانت هذه الممارسة من شأنها المساس الفعلي أو المتوقع بقواعد المنافسة في السوق³. ولتبيان كيفية تنظيم أحكام البيع المنخفض بشكل تعسفي يجب التطرق إلى مفهومه، ثم تبيان بعض صورته.

أولاً: مفهوم البيع بأسعار منخفضة تعسفياً

يخضع تقدير الأسعار في السوق لمبدأ العرض والطلب، حيث نصت المادة 4 من قانون المنافسة⁴ على أنه: "تحدّد أسعار السلع والخدمات بصفة حرّة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة".

تعسف العون الإقتصادي في تحديد السعر، يعني أنّه قد مس بنزاهة المنافسة، فإذا كان الأصل أنّ تحديد السعر حق للعون الإقتصادي يمارسه بكلّ حرية، إلّا أنّ هذه الحرية مقيدة بنصوص تنظيمية، وعليه يحظر البيع بأقل الأسعار إذا كان يرمي إلى تقييد المنافسة. لذلك سنحاول تبيان معنى البيع بأسعار منخفضة تعسفياً وكذا تحديد عناصره، دون تجاهل الشروط الواجب توافرها لإعتبار البيع محظوراً.

1- معنى البيع بأسعار منخفضة تعسفياً

يقودنا المقصود بعرض الأسعار أو ممارسة بيع بأسعار منخفضة تعسفياً إلى أمرين:

- الأمر الأول: هو قيام العون الإقتصادي بعرض أو بيع سلع ومنتجات للمستهلك بأسعار تكون منخفضة إلى ما دون سعر تكلفة الإنتاج أو التحويل والتسويق لتلك السلعة المراد بيعها⁵.
- الأمر الثاني: هو معيار التعسف الذي يصاحب العرض أو الممارسة والذي بدوره يجعلها محظورة.

يظهر التعسف من خلال قيام مؤسسة ما تتمتع بسلطة إقتصادية في السوق المعني بتخفيض الأسعار إلى ما دون سعر التكلفة (إنتاج، تحويل، تسويق)، وكذا إغراق السوق بذلك المنتج، وإن كان هذا التخفيض لا يؤثر على هذه المؤسسة لقوّتها الإقتصادية، فإنّه سيدفع المؤسسات الضعيفة أو الأقل قوة إلى الخروج من السوق ثم تعود بعد ذلك إلى

رفع الأسعار بشكل مضاعف حتى تعوض الخسارة التي لحقتها من جراء التخفيض المتعمد.⁶

يتجلى التعسف أيضا في رغبة العون الإقتصادي في إستحواذ السوق وتقييد المنافسة وشل حركة النشاط التجاري وبالتالي عقم التنمية الإقتصادية.

يتضح جليا أنه لنكون بصدد ممارسة بيع بأسعار منخفضة تعسفا؛ لابد من توافر العنصر المادي والمعنوي، أما الأول فيظهر من خلال عرض السلع أو ممارسة البيع بأقل من كلفة الإنتاج أو التحويل والتسويق. في حين يظهر العنصر المعنوي من خلال الهدف الذي يتمخض في إبعاد المتعاملين الإقتصاديين من السوق و محاولة جلب أكبر قدر ممكن من الزبائن (المستهلكين).

نخلص من خلال ما سبق إلى تعريف للبيع بأسعار منخفضة تعسفا: "هو قيام العون الإقتصادي بعرض منتج أو بيعه بأقل تكلفة، من أجل تقييد المنافسة ومن ثم جلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، ليرفع بعدها الأسعار حسب رغبته وذلك لإستحواذه على السوق".

قد يعتقد المستهلك أنّ هذه الممارسة تخدم مصالحه وتمكنه من تحصيل القدرة الشرائية، وذلك بالحصول على كم هائل من السلع بأسعار منخفضة، غير أنّ الحقيقة غير ذلك، بدليل قول بعض الفقهاء عن هذا النوع من الممارسات بأنّه:

"جزيرة من الخسائر في محيط من الأرباح" **« Un îlot de pertes dans un océan de profits »**⁷، لأنّ المؤسسة تتعمد تخفيض الأسعار إلى ما دون القيمة الحقيقية في سبيل دفع المؤسسات الضعيفة المنافسة لها إلى الإفلاس والخروج من السوق ثم تقوم برفع الأسعار بعد ذلك حسب رغبته⁸.

يلاحظ أنّ المستهلك الذي تعرض عليه أسعار بيع منخفضة، يعتبرها فرصة جيّدة للتعاقد لا يجوز تفويتها دون أن يفكر في الأضرار التي ستنجم عن مثل هذا العرض⁹.

نخلص للقول أنّ البيع بأسعار منخفضة تعسفيا هو " لجوء عون أو مجموعة من الأعوان ذات مركز إقتصادي قوي إلى خفض الأسعار عن السعر العام في السوق، الذي يحدّده مبدأ العرض والطلب، حيث تمنع هذه الممارسة من دخول وخروج سائر التجار المنافسين من السوق فتتفرد به في آخر الأمر".

ممارسة البيع بأسعار منخفضة لا تقتصر على التاجر مشتري السلعة فحسب، لذلك مدّ المشرع نطاق الحظر إلى المنتج والمحوّل اللذين قد يتعسفان في تخفيض أسعار السلع المباعة من طرفهما مباشرة إلى المستهلك، إلى حدّ يقل عن تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق¹⁰. نجد بعض التجار ينتهجون هذه الممارسة المحظورة، ليس تحقيقا للخسارة إنّما بهدف إبعاد متعاملين إقتصاديين آخرين وإخراجهم من السوق، كما أنّها عملية ترويجية لجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، مع الأمل في إغرائهم بإقتناء منتجات أخرى ذات هوامش معتبرة¹¹.

2- عناصر البيع بأسعار منخفضة تعسفيا

يجب أن يتوافر عقد البيع على جملة من الأركان والشروط، غير أنّ ما يختص به البيع بأسعار منخفضة تعسفيا هو أطرافه وكذا محله. إثر ذلك نطرح التساؤل الآتي: هل البيع بأسعار منخفضة تعسفيا يُوجّه إلى أيّ كان (مؤسسات و مستهلكين)، وهل يرد على كلّ المنتوجات (سلع وخدمات)؟

للإجابة على هذا التساؤل لا بد من تبيان أطراف العلاقة، ثم تحديد المحل.

2-1: أطراف عملية البيع

أ- المستهلك: نصت المادة 12 من الأمر 03-03، على توجيه العرض أو ممارسة البيع للمستهلكين، بمفهوم المخالفة لنص المادة، يتضح أنّ المشرع الجزائري إستثنى صراحة

المعاملة القائمة فيما بين المؤسسات، إذ حصرها بين المؤسسات والمستهلكين. غير أننا نقول إذا كان العرض موجهاً إلى المستهلك، فمن هو هذا المستهلك يا ترى؟ بالرجوع للأمر 03-03 لا نجد تعريفاً له، ولنزيل الغموض فيما إذا كان المشرع الجزائري في نص المادة 12 قصد المستهلك النهائي أم الوسيط، يستوجب علينا الرجوع لنص المادة 9 من القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹² التي تعرف المستهلك على أنه:

"شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". يتضح من خلال نص المادة 9 أعلاه أنّ المشرع الجزائري جعل المستهلك هو المستعمل النهائي الذي يلبي حاجاته الشخصية أو حاجات عائلته أو من في كفالته، وعليه لا يدخل في نطاق دراستنا المهني، لماذا؟

حسب رأينا لو جعل المشرع المهني مستهلكاً لأصبحت العلاقة فيما بين المؤسسات تخضع لأحكام المادة 12 السالفة الذكر وهذا غير صحيح. حيث يتضح أنّ البيوع التي تقوم بين المؤسسات تخرج عن نطاق المادة 12، وهذا ما أكدّه حكم مجلس المنافسة الفرنسي الذي جاء فيه:

يجب أن يكون البيع بأسعار منخفضة تعسفاً موجهاً إلى المستهلكين، ولا يدخل في حضم المادة 1/10 من الأمر 96-588، الصادر في 01 جويلية 1996، البيوع المبرمة فيما بين المؤسسات (قضية Lasier)¹³. يكون بذلك المقصود من المستهلك حسب المادة 12 من الأمر 03-03 هو المستهلك النهائي دون الوسيط¹⁴.

ب- المؤسسة: نصت المادة 3 من الأمر 03-03 معدلة بموجب القانون رقم 08-12 على أنّ: "المؤسسة هي كلّ شخص طبيعي أو معنوي أيّاً كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو الخدمات أو الإستيراد".

تتمثل المؤسسة في العون الإقتصادي الذي يقوم بعملية البيع، وبالرجوع لنص المادة 1/3 من القانون رقم 02-04¹⁵ نجد ما تعرف العون الإقتصادي بنصها: "العون الإقتصادي هو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أياً كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها". يقصد المشرع بعبارة "مهما كانت صفته"، مهما كان الشكل الذي يتخذه (شخص فرداً، مؤسسة وشركة مهما كان نوعها)¹⁶.

2-2- محل البيع: بالرجوع لنص المادة 12 من الأمر 03-03، نجد أنّها أوردت الحظر على عملية البيع بسعر منخفض تعسفياً. حيث يشمل البيع المنتوجات بما فيها (السلع والخدمات).

أ- المنتج: نصت عليه المادة 1/3 من القانون رقم 03-09، وهو "كل سلعة أو خدمة تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً"، وعليه يجب التطرق لتعريف كل من السلع والخدمات.

ب- السلع: نصت المادة 16/3 من القانون رقم 03-09، على أنّ: "السلعة هي كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً".

ت- الخدمات: نصت المادة 15/3 من القانون رقم 03-09، على أنّ: "الخدمة هي عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا ومدعما للخدمة المقدمة".

نقول بهذا أنّ الخدمة هي كل مجهود يمكن أن يقوم بمقابل على أن لا يكون مال منقول، والخدمة قد تكون ذات طابع مادي كالتصليح، التنظيف، الفندقية، النقل، أو ذات طابع إقتصادي كالتأمين والقرض، أو ذات طابع فكري كالعلاج الطبي والإستشارة القانونية¹⁷. حصرت المادة 1/10 من الأمر رقم 06-95، مجال تطبيق البيع في السلع دون الخدمات، في حين نجد المادة 12 من الأمر رقم 03-03، لم تميّز بينهما بل شملتهما معاً،

وهذا ما يتماشى مع أحكام المادة 2 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة التي نصت على أنه: "يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات والإستيراد." أخذ مجلس المنافسة الفرنسي بنفس الحكم، أين وسع من مجال تطبيق المادة 5-420L من القانون التجاري التي تضمنت ممارسة البيع بسعر منخفض جداً ليشمل الحظر تأدية الخدمات¹⁸.

يكون موضوع معاملة بين المستهلك والمهني كل سلعة أو خدمة محل عرض للإستهلاك سواءً كانت بمقابل أو مجاناً، تتوفر على مجموع الخصائص التقنية المرتبطة بصحة وسلامة المستهلك¹⁹.

ثانياً: شروط البيع بأسعار منخفضة تعسفياً

يسعى المستهلك دوماً لإقتناء أكبر قدر ممكن من السلع بأقل قدر ممكن من الأسعار، وهذا لتحصيل القدرة الشرائية، كما أنّ المتعامل الإقتصادي هو الآخر نجده يسعى جاهداً لبيع أكبر قدر من السلع في أقل مدّة ممكنة، إذ قد يلجأ بذلك لسلك طرق غير مشروعة منها "تخفيض السعر بقصد الإضرار بمنافسيه". لذلك نقول أنه لنكون بصدد بيع منخفض بشكل تعسفي لا بد من توافر جملة من الشروط، تتمثل في:

1- عرض أو ممارسة بيع بأسعار منخفضة: يقصد بعرض المنتج للإستهلاك جميع المراحل من طور الإنشاء الأولى إلى العرض النهائي للإستهلاك قبل الإقتناء من قبل المستهلك²⁰، حيث نصت المادة 1/15 من قانون 02-04²¹، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: "تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع".

سوى المشرع الجزائري في نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03، بين عرض المنتج وممارسة بيع بأسعار منخفضة تعسفياً، وهو ما يبيّن الطابع الوقائي لنص المادة.

لنكون بصدد عرض منتج لا بد أن يكون هناك عرض للأسعار عن طريق إشهارها بأية وسيلة كانت²²، فالبيع بأسعار منخفضة تعسفياً يكون مسبقاً بإشهار من خلال

وضع رسالة إعلانية قصد التأثير على جمهور المستهلكين، من خلال جذب إهتمامهم وإقناعهم بإتخاذ قرار الشراء²³.

جعل المشرع الجزائري الحظر قائما إذا تعلق الأمر بالبيع سواءً تحقق ركن الرضا "بتطابق الإيجاب والقبول" أو بصدور الإيجاب من قبل المؤسسة دون أن يقترن بقبول أي مستهلك، وهو ما يستفاد من عبارة "عرض" أي صدور الإيجاب ينتظر بدوره قبول أي مستهلك ليصبح عقد بيع مستوفيا لجميع شروطه وأركانه.

يقصد بمصطلح العرض الذي تضمنته المادة 12 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة الخطوة الأولى للتعبير عن الإرادة، فبذلك المشرع لم يشترط أنه تمّ فعلا ممارسة سعر منخفض جدا، أي لا يهم إن كان العرض قد قبل أو البيع قد تحقق، فبمجرد العرض تعدد الممارسة مرتكبة²⁴.

2- توجيه العرض إلى جمهور المستهلكين

"يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين...".

هذا ما جاء في نص المادة 12 من الأمر 03-03، بمعنى أنه خص العلاقة في البيع المنخفض تعسفا بين المستهلك والمؤسسات الضخمة، وعليه يتم استبعاد مثل هذه الممارسة إذا تمّ حدوثها بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم، أي تعتبر عملية بيع بأسعار منخفضة تعسفا تلك التي تتم فقط بين المستهلك ومؤسسة أو عون إقتصادي²⁵.

نظرا لخطورة هذه الظاهرة وما تخلفه من آثار سلبية بالمنافسة الحرة، دفع المشرع إلى حظر هذه الممارسة معتبرا أنّ عملية البيع هي تلك الموجهة للمستهلكين من قبل المؤسسات الإقتصادية وليس بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم²⁶.

لقد تعرضنا في أطراف البيع إلى تبيان أنّ العلاقة في البيع المنخفض بشكل تعسفي تخص المستهلك والمؤسسة، باعتبار أنّ المستهلك في نظر المشرع الجزائري هو المستعمل النهائي، وهنا يظهر الاختلاف بين البيع وإعادة البيع، إذ هذه الأخيرة تخص العلاقة بين المؤسسات (المهنيين).

يظهر تضرر المستهلك من هذه الممارسة بعد إستحواذ المؤسسة القائمة بعملية البيع على السوق أين يجعل منها مهيمنة، مهيمنة، مسيطرة، محتكرة والأكثر من ذلك رفعها للأسعار لتعويض الخسارة، حيث يجد المستهلك نفسه مسير في إقتناؤه للسلع حيث لا يجد البديل.

3- البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي

نكون بصدد بيع محظور إذا كان البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي، وقد حدّدت المادة 12 من الأمر 03-03، الحالات التي يكون فيها البيع محظورا سواء كان القائم بالبيع منتجا أو مسوقا أو محولا. حيث يكون سعر السلعة المعروض أو المطبق يقل عن المصاريف التي بذلت في إنتاجها أو تحويلها وتسويقها²⁷. و يقصد بسعر التكلفة الحقيقي: "سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الإقتضاء أعباء النقل"²⁸، هذا ويعتبر سعر التكلفة الحقيقي بمثابة عتبة المنافسة.

نقول أنّه عندما يلجأ العون الإقتصادي إلى بيع سلعته بسعر أدنى من سعر التكلفة الحقيقي المتمثل في الثمن المسجل على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الإقتضاء أعباء النقل، فإنّه بدون شك يؤثر على الأعوان الإقتصاديين المنافسين له في الأسواق خاصة الأقل منه قوّة²⁹. ولا نكون بصدد بيع بأسعار منخفضة تعسفيا إلاّ من خلال ثلاث حالات³⁰:

أ- الإنتاج: هو جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول³¹، إذ في مرحلة الإنتاج يكون البيع من

المنتج إلى الموزع، فالمنتج لا يهيمه البيع بالخسارة ولا يخسر قط في بيعه لأنه لا يعط ثمن التكلفة الحقيقي للسلعة. أما مرحلة التوزيع فالسلعة تكون بيدّ الموزع ويقوم هذا الأخير ببيعها من جديد قصد تسويق المنتج الذي لديه، فيهمه جدّا البيع بالخسارة لأنه يحقق به إغراق السوق³².

ب- التسويق: هو مجموع العمليات التي تتمثل في فرز كلّ المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة، ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها ومنها الإستيراد والتصدير وتقدير الخدمات³³.

التحويل: يبين ضرورة عدم بيع المنتج على الحالة الأولى. ونوه إلى أنّ إعادة بيع المنتج على حاله الأصلي يخرج من نطاق الممارسات المقيدة للمنافسة.

4- تقييد المنافسة

بالرجوع لنص المادة 12 من الأمر 03-03، نجد أنها نصت على أنّه يحظر البيع؛ "إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".

يعني ذلك ضرورة توافر العنصر المعنوي وهو نية الإضرار، أي قصد العون الإقتصادي عرقلة نشاط السوق حيث أنّ هذه الممارسة تجعل المتنافسين يتعدون عن السوق، وكذا عدم تمكنهم من إدخال منتوجاتهم إليه، وعليه تشل حركة المنافسة ومنه الحد من نشاط السوق. ونجد أنّ المشرع الجزائري ذهب إلى أبعد من ذلك، حيث لم يشترط تحقق الضرر، إنّما جعل الممارسة محظورة بمجرد إمكانية تحقيق ذلك مستقبلا. فالعبرة بتقييد المنافسة سواء تحقق هدف الممارسة وأثرها أو لم يتحقق³⁴. حيث أنّه لا خلاف أنّ البيع بأسعار منخفضة في مواسم التصفية السنوية، أو خلال بعض المناسبات الدينية أو الوطنية كالأعياد

ومهرجانات السياحة والتسوق، لا يعدّ من قبيل المنافسة غير المشروعية، ذلك لأنّ الغرض من البيع بسعر منخفض في هذه الأحوال ليس إحداث خلل بالسوق ولكن التخلص من بعض السلع³⁵. وقد نظم المشرع الجزائري الحالات التي يجوز فيها البيع بأسعار منخفضة، ومن ذلك لبيع بالتخفيض أو البيع الترويجي وبيع التصفية³⁶ أو عن طريق التصرف في السلع السهلة التلف أو المهتدة بالفساد... إلخ³⁷.

المحور الثاني: أهم صور البيع بأسعار منخفضة تعسفا

يظهر البيع بأسعار منخفضة تعسفا في مجموعة من الصور منظمة قانونا، جاء بها المشرع الجزائري محاولة منه التصدي صراحة للممارسات المنافية للمنافسة، وتماشيا مع مختلف الأنظمة القانونية المنظمة لذلك سواء قانون المنافسة أو قانون الممارسات التجارية... إلخ. من أهم هذه الصور نجد الإغراق والتدعيم.

أولاً: الإغراق

يعتبر الإغراق ممارسة مقيدة للمنافسة، من خلال الآثار السلبية الناجمة عنه، سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي، ويقال أن الإغراق سلاح الضعفاء³⁸.

1- تعريف الإغراق

الإغراق هو بيع سلعة في الأسواق الخارجية بسعر أقل عن سعر بيعها في الأسواق المحلية في نفس الوقت، وتحت نفس ظروف الإنتاج مع الأخذ بعين الاعتبار كلفة النقل أو على أساس التكلفة أي هو بيع السلعة في السوق الأجنبية بسعر أقل من سعر تكلفة إنتاجها³⁹. نلاحظ من خلال تعريف الإغراق أنّه يتعلق بالممارسة التي تكون بين الدول، غير أنّ الواقع يثبت وجود حالات إغراق حتى على المستوى المحلي. إثر ذلك وجب علينا التطرق إلى أنواع الإغراق.

2- أنواع الإغراق

إن كان الحديث عن الإغراق الخارجي هو الأصل، فإنّ هذا لا يعني عدم وجود أنواع أخرى له.

أ- **إغراق داخلي:** ويتجلى ذلك في حالة قيام شركة بطرح سلعة في السوق المحلي بسعر يقل عن تكاليف إنتاجها، لإخراج المنافسين المحليين، وفي هذه الحالة تتبع الشركة خطة، "دع السوق يتنافس صناعيا، وحطم عظام المتنافسين حتى يستسلم السوق، وموت المنافسون ثم تبيع السلعة بالسعر الذي تحدده"⁴⁰.

ب- **إغراق خارجي:** يتجلى في حالة قيام دولة ما بإغراق أسواق دول أخرى من خلال قيامها بتصدير سلع بأسعار تقل عن تكاليف إنتاجها. ويعتبر الإغراق الخارجي أشهر أنواع الإغراق، لذلك المشرع الجزائري نظمه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-222⁴¹، حيث نصت المادة 10 منه على أنه: "يوجد إغراق عندما يدخل منتج بلد ما إلى السوق الوطنية بسعر أدنى من القيمة العادية لمنتج مماثل.

ويكون هامش الإغراق هو الفرق بين سعر تصدير هذا المنتج نحو السوق الوطنية والقيمة العادية لمنتج مماثل"⁴².

المنتج المماثل هو: "منتج مشابه من كلّ الجوانب للمنتج المعني، أو في غياب هذا المنتج، منتج آخر وإن كان غير مماثل من كلّ الجوانب إلاّ أنّه يتصف بنفس المواصفات المشابهة تماما للمنتج المعني"⁴³. يحدّد الإغراق على وقائع فعلية"⁴⁴.

ت- **إغراق مؤقت:** هو الإغراق الذي تلجأ إليه الدول عندما تمرّ بظروف إقتصادية غير مواتية مثل حالات الكساد والأزمات"⁴⁵.

3- آثار الإغراق:

يكون الإغراق في فائدة المستهلك على المدى القصير لكن سرعان ما يضر به، وذلك بإدخال سلع رديئة على المدى الطويل. ويؤثر الإغراق على المؤسسات المحلية لأنّها لا تقوى على المنافسة وقد تغلق أبوابها. وحينها يتم التحكم في السوق، وبالتالي رفع الأسعار من

قبل المؤسسات التي مارست الإغراق، لأنها تصبح مسيطرة على السوق، ولا يخفى على أحد مضار السيطرة والإحتكار على المستهلك⁴⁶. كما لا يخفى علينا أنّ الإغراق يلحق أضرارا بالمنتجات المحلية المثلية في الدولة المستوردة لهذه المنتجات⁴⁷.

أجازت المادة 12/6 من إتفاقية الجات الصادرة عام 1994 لممثلي منظمات المستهلكين، إذا كان المنتج يباع بالتجزئة، تقديم المعلومات ذات الصلة بالتحقيق، وذلك حماية لمصالح المستهلكين في مكافحة الإغراق الضار⁴⁸، حيث أنّ وجود الضرر يتحقق عندما تحدث واردات أو تهدد بحدوث تحت تأثير الإغراق، ضرر كبير لفرع إنتاج وطني قائم أو تؤخر إنشاء فرع وطني⁴⁹.

إنّ تأخر الإنتاج الوطني وإبعاد فروع وتأخرها يعدّ ممارسة منافية للمنافسة، تضر المستهلك الذي لا يجد سلع بديلة تخدم متطلباته، فدخول منتج من بلد أجنبي إلى السوق المحلية (الوطنية) بسعر أدنى من قيمة المنتج المماثل يعدّ إغراقا، ويشكل بذلك ممارسة منافية للمنافسة.

ثانيا: التدعيم

نصت المادة 9 من المرسوم التنفيذي 05-221⁵⁰: "يعتبر الدعم موجودا إذا خول إمتياز بالوقائع الآتية:

- . مساهمة مالية من السلطات العمومية.
- . أي شكل من دعم السلطات العمومية للمداخيل أو الأسعار.
- . التخلي عن مداخيل عمومية تكون عادة مستحقة التحصيل أو عدم تحصيلها.
- . تقديم السلطات العمومية أو شرائها سلعا أو خدمات بمقابل لا يتناسب مع شروط السوق في البلد المصدر.

1-تعريف التدعيم

يتبين من نص المادة أعلاه؛ أنّ موضوع تطبيق الحق التعويضي ينحصر في الدعم الخاص، ويعتبر دعما خاصا كلّ دعم خصص لمؤسسة أو مجموعة مؤسسات لفرع أو إنتاج أو مجموعة إنتاج⁵¹.

يكون التدعيم في نوع معيّن من السلع، حيث لا يتناسب سعر السلع المدعّمة مع سعر السوق، بل نجد هناك فارق كبير (بين السلع المدعّمة ومثيلتها من السلع في السوق)، مما يلحق ضررا بالمتنافسين الآخرين.

2- شروط تحقق التدعيم

- يتحقق التدعيم إذا ألحق ضررا بالسوق.
- وجود واردات تحدث أو تهدّد بحدوث الضرر لفرع إنتاج وطني قائم أو تأخر فرع إنتاج وطني إنطلاقا من وقائع فعلية⁵².
- زيادة الصادرات المدعّمة في السوق الوطنية.
- أثر الواردات المدعّمة على الأسعار وتأثيرها في السوق الوطنية.
- أثر الواردات كذلك على فرع الإنتاج الوطني للمنتوج المماثل والعوامل والمؤثرات الإقتصادية الهامة التي تؤثر على وضعية الإنتاج الوطني⁵³.
- أن يكون حجم الواردات معتبرا (أي ليس ضئيلا)، إذ يجب أن يفوق مستوى النزر اليسير⁵⁴.

يتضح مما سبق أنّ التدعيم كي يكون ممارسة منافية للمنافسة، لا بدّ من أن يتوفر فيه عنصر الضرر، حيث تشل حركة النشاط التجاري، ويخرج المتعاملين من السوق، ناهيك عن مساسه بالمستهلك الذي لا يجد سلعا بديلة بعد الإستحواذ على السوق.

المحور الثالث: الجزاءات المترتبة على ممارسة البيع بأسعار منخفضة تعسفا

أقرّ المشرع الجزائري على توقيع عقوبات على ممارسي البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي، من خلال تحويل الحق لمجلس المنافسة بالنظر في ذلك، وتختلف هذه العقوبة بحسب

ما إذا كان رقم الأعمال عند مرتكبي الممارسة المحظورة محدّدا (أولا)، أو غير محدّد (ثانيا)، مع توسيع سلطة المجلس في تحديد العقوبة (ثالثا).

أولا: حالة تحديد رقم الأعمال

تنص المادة 56 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، على أنه: "يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة، بغرامة مالية لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، على أن لا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح".

يعني هذا أنّ المشرع الجزائري أعطى السلطة التقديرية لمجلس المنافسة في تحديد العقوبة، بحيث يكون قد سهل عليه عملية التقدير بعدما كانت ضمن الأمر السابق⁵⁵ على قدر من الصعوبة، حيث كان لا بد أن يركز التقدير على الربح بواسطة الممارسات غير المشروعة⁵⁶.

يتضح مما سبق أن توقيع العقوبة في هذه الحالة يتمخض في إمكائيتين:

- 1- غرامة مالية لا تتجاوز قيمة 12% من رقم الأعمال.
- 2- غرامة مالية تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق من الممارسة المنافية للمنافسة، شريطة عدم تجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف الربح المحقق.

ثانيا: حالة عدم تحديد رقم الأعمال

تضيف المادة 56 من الأمر 03-03 بنصها في العقوبة على:

"إذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدّد، فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار(6.000.000)".

يتضح من نص المادة أعلاه أنّ المتعامل الاقتصادي الذي يرتكب ممارسة منافية للمنافسة، ولم يكن لديه رقم أعمال محدّد، فإن المشرع الجزائري أعطى السلطة التقديرية لمجلس المنافسة

في توقيع الغرامة، لكنه قيّد هذه السلطة من خلال تحديده للحد الأقصى، أي عدم تجاوز الغرامة المالية لمبلغ ستة ملايين.

ثالثاً: توسيع سلطة المجلس في تحديد العقوبة

نص المشرع الجزائري على عقوبات توقع على مرتكبي الممارسات المنافية للمنافسة ومن بينها البيع بأسعار منخفضة تعسفياً، إلا أنه جعل لهم إمكانية الاستفادة من التخفيف، حرصاً من المشرع على توطيد العلاقات فيما بين المتعاملين الإقتصاديين، وحماية للمستهلكين، وهذا يعدّ دفعا للتنمية الإقتصادية بالنهوض، من حيث عدم تقليص عدد المتعاملين في السوق.

إنّ العقوبات المنصوص عليها بموجب المادة 56 من الأمر 03-03، وإن كانت ضرورية لمواجهة الممارسات المقيّدة للمنافسة، فإنّ المشرع الجزائري قد جاء بالجديد في هذا الأمر في نص المادة 60 منه بنصها:

"يمكن مجلس المنافسة أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية، وتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر.

لا تطبق أحكام الفقرة أعلاه، في حالة العود مهما تكن طبيعة المخالفات المرتكبة".
بيّن المشرع الجزائري صراحة السلطة التقديرية الواسعة التي يتمتع بها مجلس المنافسة، من خلال تخويله صلاحية تخفيض مبلغ الغرامة الموقع، وإمكانية الإعفاء من الحكم، لكن هذا لن يكون إلاّ بتوافر جملة من الشروط الواجب التمتع بها من قبل الشخص المرتكب للمخالفة. والتي تتمثل في:

- إقرار مرتكب المخالفة (البيع بأسعار منخفضة تعسفياً)، أثناء التحقيق في القضية.
- تعاون مرتكب المخالفة في الإسراع بالتحقيق في القضية.

- تعهد مرتكب المخالفة بعدم ارتكاب المخالفات التي تمس المنافسة. يعتبر هذا الحكم غاية في الأهمية من خلال إعطاء الفرصة للمؤسسات المرتكبة للمخالفات المتعلقة بالمنافسة لتصحيح وضعيتها وتفادي العقوبات التي يمكن أن تلحقها والتي قد تؤدي إلى إقصائها من العملية التنافسية⁵⁷.

نستخلص مما سبق أنّ المشرع الجزائري اعتبر عملية البيع بأسعار منخفضة تعسفيا ممارسة محظورة معاقب عليها، وقد جاء بنصوص قانونية تبين أشكال هذه الممارسة.

خاتمة:

يتجلى لنا أنّ البيع بأسعار منخفضة لا يعدّ محظور إلا إذا مورس بشكل تعسفي، ومبدأ الحظر يعتبر رقابة قانونية أوجبها المشرع الجزائري لحماية المستهلك بصفة أولية، بإعتباره يسعى دوما لإقتناء أكبر قدر من المشتريات بأسعار منخفضة، وهذا من أجل تحصيل القدرة الشرائية على وجه الخصوص، على إعتبار أنّ الممارس لهذا البيع يستحوذ على السوق، أين يجد المستهلك نفسه أمام سلع مفروضة عليه حيث لا يجد له بديلا، مما يعدم سلطة الخيار لديه.

أما المتعامل الاقتصادي فيجد نفسه مقيدا لا محالة، لأنّ ممارسة البيع بالتخفيض تشل حركته التجارية، بإعتبار أنّ المؤسسة التي تلجأ إلى هذه الممارسة تتمتع لا محالة بقدر كبير من القدرة والهيمنة، مما يجعل منها المسيطرة والمستحوذة على السوق، ومنه تقضي على بقية المتعاملين الإقتصاديين.

حول المشرع الجزائري للمستهلك حماية قبلية، لأنّه جعل مجرد عرض السلعة دون إقتناءها تقييد للمنافسة، كما حول للمتضرر من هذه الممارسة الحق في رفع دعوى قضائية، ولكي تتعرض المؤسسة المرتكبة لهذه الممارسة -البيع المنخفض- للمساءلة لابد من إيجاد خلفية قانونية لنسقط عليها نص المادة 12 من قانون المنافسة، وهي ضرورة التأكد من تجاوز عتبة المنافسة، التي تقاس بالمقارنة مع سعر التكلفة الحقيقي، لأنّ ذلك ينجر عنه خروج المنافسين

من السوق الذين يفقدون أحد العناصر المهمة للمحل التجاري (الزبائن) ومن ثم تكسب سلعهم لإنعدام الطلب هذا من جهة.

نلمس تضرر المستهلك من جهة أخرى الذي يصطدم بارتفاع رهيب في الأسعار على المدى الطويل، اللهم إلا إذا مارست المؤسسة هذا البيع في إطار قانوني أين يكون البيع بأسعار منخفضة مباحا، أي لا ينطبق عليه المعيار التعسفي في المعاملة.

حضر المشرع لأي إتفاق يهدف إلى تقييد المنافسة، يعني حرص المشرع على منع هذه الممارسة قبل وقوعها. وهو ما يبين الطابع الوقائي للمادة 12 من قانون المنافسة.

نخلص للقول أنّ ممارسة البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي، يمس المتعاملين الإقتصاديين والمستهلك على حدّ سواء، كما يمس بذلك التنمية الإقتصادية (الإقتصاد الوطني)، لأنّ تقييد المنافسة سيؤدي إلى إختلال التوازن في السوق المحلية. لذلك كان مجلس المنافسة دور فعال من خلال ممارسته لإجراءات عقابية لهذه الممارسة.

الهوامش:

1- أمر رقم 03-03، مؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43، صادرة في 20 جويلية 2003، معدل و متمم بمقتضى القانون رقم 08-12، مؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر عدد 36، صادرة في 2 يونيو 2008، وبمقتضى الأمر رقم 10-05، المؤرخ في 15 غشت 2010، المصادق عليه بمقتضى القانون رقم 03-12، مؤرخ في 25 أكتوبر 2003، ج د عدد 64، صادرة في 26 أكتوبر 2003.

2- أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09، صادرة في 25 جانفي 1995. (ملغى).

3- لخضاري أعمر: إجراءات قمع الممارسات المنافية للمنافسة في القانونين الجزائري والفرنسي (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع "قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2004، ص 23.

4- أمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

- 5- عماري بلقاسم: مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، المدرسة العليا للقضاء، غليزان 2005-2006، ص 67.
- 6- بوحلايس إلهام: الإختصاص في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، "فرع قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة منتوري 2004-2005، ص 27.
- 7- أرزقي زوبير: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011، ص 107.
انظر أيضا:
- 8- Burst Jean-Jacques et Kovar Robert : Droit de la concurrence, éditions Economica, Paris, 1981, p34.
- 9- كتو محمد الشريف: « حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة » ، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، (إدارة)، عدد 23، 2003، ص 65
- 10- علال سميحة: جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة 2004-2005، ص 39.
- 11- كتو محمد الشريف: قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، دار البغداداي، للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2011، ص 53.
- 12- ناصري نبيل: (تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك)، أعمال الملتقى الوطني للمنافسة وحماية المستهلك، نظم بجامعة عبد الرحمن ميرة، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، ص 148.
- 13- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 29 صفر 1430، موافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009.
- 13- Il doit s'agir de prix de vente aux consommateurs les transactions entre entreprises ne relèvent pas l'article 10-01 de l'ordonnance (cons, conc, dés, n°= 96-d-01, nov 1996, Lasier), cité par, Guedj Alain, Pratique du Droit de concurrence national et communautaire, Editions L.T.E.C , Paris, 2000, p43.

- 14 - كتبو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية ...، مرجع سابق، ص 55.
- 15- قانون رقم 04-02، مؤرخ في 5 جمادى الأولى 1425، موافق ل 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، صادرة في 27 يونيو 2004، معدّل ومتمم بمقتضى الأمر رقم 10-06، المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46، صادرة في 18 غشت 2010.
- 16- لحراري (شالح) وبزه: حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، " فرع قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011-2012، ص 18.
- 17- نفس المرجع، ص 25.
- 18- بن وطاس إيمان: مسؤولية العون الإقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر 2012، ص 97.
- 19- أرزقي زوبير: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة...، مرجع سابق، ص 51.
- 20- فناك علي: تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية (مصر) 2007، ص 454.
- 21- قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية...، مرجع سابق.
- 22- كتبو محمد الشريف: قانون المنافسة والممارسات التجارية...، مرجع سابق، ص 54.
- 23- أرزقي زوبير: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة...، مرجع سابق، ص 108.
- 24- علال سميحة: جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية...، مرجع سابق، ص 39.
- 25- عماري بلقاسم: مجلس المنافسة...، مرجع سابق، ص 67.
- 26- شرواط حسين: شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05، ووفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، الجزائر 2012، ص 85.
- 27- محمد الشريف كتبو: قانون المنافسة والممارسات التجارية...، مرجع سابق. ص 54.

28- المادة 19 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ...، مرجع سابق.

29- عيساوي محمد: القانون الإجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2004-2005، ص106.

30 « Le pris abusivement bas est apprécié par rapport a trois types de couts, a s'avoir les couts de production, de transformation et de commercialisation, ses derniers englobent impérativement tous les fais résultant des obligations l'égales et règlementaires liées a la sécurité des produits », cité par, Gabriel Guery, Droit des affaires, 8ème édition, Gualino Editeur, Paris, 1999, p160. -« des pris inferieures aux couts totaux (production, transformation et commercialisation), mais les règles sont identique à ce qui est appliqué en matiere de pris prédateurs, (avis du conseil de concurrence 97-18 du 08 juillet 1997, relatif au secteur du disque », cité par ,Guedj Alain, Pratique du Droit de concurrence national..., op, cit, p43

31- المادة 3 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك...، مرجع سابق.

32- أرزقي زويبر: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة...، مرجع سابق، ص109.

33- كتو محمد الشريف: قانون المنافسة والممارسات التجارية...، مرجع سابق، ص55.

34- المادة 7/2 من المرسوم تنفيذي رقم 90 - 39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد41، صادرة في 31 جانفي 1990.

35- محمد سلمان الغريب: الإحتكار والمنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة 2004، ص 88.

36- مرسوم تنفيذي رقم 06-215، مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1427، موافق ل 18 يونيو 2006، المحدد لشروط وكيفيات البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات بواسطة فتح الطرود، ج ر عدد41، صادرة في 21 يونيو 2006.

- 37- المادة 19 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ...، مرجع سابق.
- 38- أيمن علي عمر: قرارات في سلوك المستهلك، دار الجامعة، الإسكندرية (مصر)، 2006، ص 259.
- 39- عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت (لبنان) 2007، ص 121.
- 40- أيمن علي عمر: قرارات في سلوك المستهلك، مرجع سابق، ص 260.
- 41- مرسوم تنفيذي رقم 05-222، مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق ضد الإغراق وكيفياته، ج ر عدد 43، صادرة في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005.
- 42- مثال: قيام الشركة "س" بفرنسا بتصدير 1000 طن من القمح إلى الجزائر بقيمة إجمالية 150000 دولار، بمعنى أنّ سعر القمح في للجزائر يبلغ 150 دولار للطن الواحد، واتضح من فحص بيانات الشركة المنتجة "س"، أن سعر بيع الطن بالسوق المحلي لها للقمح يقدر ب 200 دولار للطن، وعليه يكون مقدار الإغراق هو: $200 - 150 = 50$ طن.
- 43- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 05-222، المحدد لشروط تنفيذ الحق ضد الإغراق ...، مرجع سابق.
- 44- المادة 11 من نفس المرسوم.
- 45- أيمن علي عمر: قرارات في سلوك المستهلك، دار الجامعة، الإسكندرية (مصر)، 2006، ص 260.
- 46- عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك ...، مرجع سابق، ص 122.
- 47- أيمن علي عمر: قرارات في سلوك المستهلك، مرجع سابق، ص 259.
- 48- عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك ...، مرجع سابق، ص 122.
- 49- المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 05-222، المحدد لشروط تنفيذ الحق ضد الإغراق وكيفياته، مرجع سابق.

- 50- مرسوم تنفيذي رقم 05-221، مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق التعويضي وكيفياته، ج ر عدد 43، صادرة في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005.
- 51- المادة 10 من نفس المرسوم.
- 52- المادة 11 من نفس المرسوم.
- 53- المادة 12 من نفس المرسوم.
- 54- يقصد بالنزر اليسير أن يكون مبلغ الدعم أقل من 1% بالنسبة لسعر تصدير المنتج موضوع التحقيق، المادة 13 من نفس المرسوم.
- 55- أنظر المادة 14 من الأمر رقم 95-06، المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.
- 56- بوحلايس إلهام: الإختصاص في مجال المنافسة، مرجع سابق، ص 67.
- 57- نفس المرجع، ص 69.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية:

I. الكتب:

- 1- أيمن علي عمر: قرارات في سلوك المستهلك، دار الجامعية الإسكندرية (مصر) 2006.
- 2- بن وطاس إيمان: مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر 2012.
- 3- شرواط حسين: شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05 ووفقا لقرارات مجلس الدولة، دار الهدى، عين مليلة (الجزائر)، 2012.
- 4- عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت (لبنان) 2007.
- 5- فتاك علي: تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية (مصر) 2007.

- 6- كتبو محمد الشريف: قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون رقم 04 - 02، دار البغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2011.
- 7- محمد سلمان الغريب: الإحتكار والمنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة 2004.

II. المذكرات:

- 1- أرزقي زويبر: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، " فرع المسؤولية المهنية "، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011.
- 2- بوحلايس إلهام: الإختصاص في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، " فرع قانون الأعمال "، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة 2004-2005.
- 3- عماري بلقاسم: مجلس المنافسة، مذكرة لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة 14 المدرسة العليا للقضاء، غليزان 2005-2006.
- 4- علال سميحة: جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، " فرع المسؤولية المهنية "، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة 2004-2005.
- 5- عيساوي محمد: القانون الإجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، " فرع قانون الأعمال "، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2004 - 2005.
- 6- حراري (شالح) ويزه: حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، " فرع قانون الأعمال "، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011-2012.
- 7- لخضاري أعمار: إجراءات قمع الممارسات المنافية للمنافسة في القانونين الجزائري والفرنسي (دراسة نقدية مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، " فرع قانون الأعمال "، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2003-2004.

III. المقالات:

- كتبو محمد الشريف: « حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة », مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 23، 2003، ص ص (73-53).

IV. المدخلات:

- ناصري نبيل: (تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك)، أعمال الملتقى الوطني للمنافسة وحماية المستهلك، نظم بجامعة عبد الرحمان ميرة، أيام 18.17 نوفمبر 2009، ص ص (155-141).

V. النصوص القانونية:

1- النصوص التشريعية:

- 1- أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09، صادرة في 25 جانفي 1995. (ملغى).
- 2- أمر رقم 03-03، مؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43، صادرة في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بمقتضى القانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 يونيو 2008 ج ر عدد 36، صادرة في 2 يونيو 2008، وبمقتضى الأمر رقم 10-05، المؤرخ في 15 غشت 2010، المصادق عليه بمقتضى القانون رقم 03-12، مؤرخ في 25 أكتوبر 2003، ج ر عدد 64، صادرة في 26 أكتوبر 2003.
- 3- قانون رقم 04-02، مؤرخ في 5 جمادى الأولى 1425، موافق ل 23 يونيو 2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، صادرة في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بمقتضى الأمر رقم 10-06، المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46، صادرة في 18 غشت 2010.
- 4- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 29 صفر 1430، موافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009.

3- المراسيم التنفيذية:

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 41، صادرة في 31 جانفي 1990 .
 - 2- مرسوم تنفيذي رقم 05-221، مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق التعويضي وكيفياته، ج ر عدد 43، صادرة في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005.
 - 3- مرسوم تنفيذي رقم 05-222، مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق ضد الإغراق وكيفياته، ج ر عدد 43، صادرة في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل 22 يونيو 2005.
 - 4- مرسوم تنفيذي رقم 06-215، مؤرخ في 22 جمادى الأولى 1427، موافق ل 18 يونيو 2006، المحدد لشروط وكيفيات البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات بواسطة فتح الطرود، ج ر عدد 41، صادرة في 21 يونيو 2006.
- ثانيا: باللغة الفرنسية:

Ouvrages :

- 1- Burst Jean-Jacques et Kovar Robert: Droit de la concurrence, éditions Economica, Paris 1981, p34
- 2- Gabriel Guery: Droit des affaires, 8ème éditions, Gualino Editeur, Paris 1999.
- 3- Guedj Alain: Pratique du Droit de concurrence national et communautaire, éditions Litec, Paris,