

جامعة التكوين المتواصل
مركز بن عكنون - الجزائر-



محاضرات في مقياس المنافسة وحماية المستهلك

فرع الماجستير عن بعد
تخصص قانون الأعمال
السنة الأولى - السداسي الأول

من إعداد الدكتورة:

عروس مريم

رئيس المجلس العلمي للجامعة

أ.د. راجح شريط



السنة الجامعية: 2022-2023

جامعة التكوين المتواصل
مركز بن عكنون - الجزائر-



محاضرات في مقياس المنافسة و حماية المستهلك

فرع الماستر عن بعد
تخصص قانون الأعمال
السنة الأولى - السداسي II

من إعداد الدكتورة:

عروس مريم

السنة الجامعية: 2021-2022

مقدمة

يعتبر التّحول إلى نظام إقتصاد السّوق الحر من أهم الدّعائم الأساسية لدفع عجلة التنمية ورفع مستوى الإنتاج في جميع القطاعات الصناعية المختلفة في الدولة الحديث ، وحتى يكون هذا التّحول ناجحاً ومحققاً لأهدافه التنموية يتوجب استيفاء ودراسة كامل الأركان والجوانب الأساسية لمثل هذا التّحول، ويأتي في مقدمة هذه الأركان وضع السياسات الملائمة لانضباط السّوق واستقراره، وهذا بتسخير كافة آليات الحماية لجميع أطرافه الفاعلة خاصة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف، لحمايته من تقلبات السّوق واحتكار فئات معينة للأسعار والسلع، وكذا حظوظ الإنتاج على المستوى المحلي، وهذا ما سعت الأمم المتحدة إلى ترسيخه من خلال ما أدرجته في مبادئها المعروفة بمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك¹، وهذه المبادئ كانت مصدر إلهام لعدد كبير من القوانين الوطنية لحماية المستهلك في مختلف الدول، والتي سعت الأمم المتحدة من خلالها إلى إحترام مصالح واحتياجات المستهلكين في جميع البلدان، ولا سيما المستهلكين في البلدان النامية، وكانت هذه المبادئ مصدر إلهام لعدد كبير من القوانين الوطنية لحماية المستهلك في مختلف الدول².

أمّا في شأن النصوص الخاصة في التشريع الجزائري، أصدر المشرع الجزائري جملة من القوانين والمراسيم التنفيذية بهذا الخصوص، خاصة في الفترة الأخيرة بحيث أنتبه

¹ تمثل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك مجموعة من المبادئ التي تبين الخصائص الرئيسية للتشريع الفعال لحماية المستهلك ولمؤسسات الإنفاذ ولمساعدة الدول الأعضاء المهتمة في صياغة K وإنفاذ القوانين المحلية والإقليمية والقواعد واللوائح التي تناسب ظروفها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فضلاً عن تعزيز التعاون في مجال الإنفاذ على الصعيد الدولي بين الدول الأعضاء وتشجيع تبادل الخبرات في مجال حماية المستهلك.

² مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك بصيغتها الموسعة في عام 1999 ، الفقرة "ب" (كانت هذه المبادئ التوجيهية قد أعدها في الأساس المجلس الاقتصادي والاجتماعي واعتمدها الجمعية العامة في عام 1998 ثم قام المجلس الاقتصادي والاجتماعي بتوسيع نطاقها في عام 1999).

التقرير التنفيذي المرفق بهذه المبادئ، مرفوع على الرابط الالكتروني التالي :

http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/UN-DESA_GCP1999_ar.pdf

المشرع الجزائري إلى ضرورة حماية المستهلك من الشروط التعسفية حيث جاء بالقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹، والذي بموجبه ألغى أحكام القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك² وأعاد هيكلة المنظومة القانونية الخاصة بحماية المستهلك بنظرة أكثر دقة وشمولية ومواكبة لمستجدات العصر في مقابل تنامي وتطور متطلبات المستهلك فكان القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بمثابة اللبنة الأساسية في إرساء منظومة قانونية خاصة بحماية المستهلك الجزائري لتليه سلسلة من القوانين الداعمة لمبادئ حماية المستهلك من بينها القانون رقم 90-266 المتعلق بضمان المتوجات والخدمات³، وكذا القانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة⁴، ثم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁵، والمرسوم التنفيذي رقم 06 - 306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية⁶، وغيرها من القوانين والتي من خلالها تتضح رغبة المشرع في القضاء على الشروط التعسفية .

¹ القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15 الصادرة في 08/03/2009.

² القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الملغى بموجب قانون الجديد لحماية المستهلك وقمع الغش 09-03 .

³ القانون رقم 90 - 266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المتوجات والخدمات ، الجريدة الرسمية عدد 40 الصادرة في 19/09/1990.

⁴ القانون رقم 95-06 المؤرخ في 25/01/1995، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 الصادرة في 22/02/1995

⁵ القانون رقم 04_02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 41 الصادرة في 2004.

⁶ المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، الجريدة الرسمية عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 .

سنتطرق في هذه المطبوعة في المحور الأول إلى: علاقة المنافسة بحماية المستهلك، وفي المحور الثاني إلى: الحماية القانونية للمستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

المحور الأول: علاقة المنافسة بحماية المستهلك

ما يجب ننوه إليه أن حماية المستهلك مرهونة بتنظيم المنافسة وضبطها حيث أن الحرية الممنوحة للأعوان الاقتصادية في إطار معاملاتهم مع المستهلك لا تضمن حقوق هذا الأخير، فكثيرا ما يكون المستهلك هو المستهدف بالدرجة الأولى من الممارسات غير المشروعة و المنافسة للمنافسة .

وإن رجعنا إلى الهيئات الإدارية والقضائية المكلفة بالدفاع وحماية المستهلك في الجزائر، نجد أنها تتجاوز مع الأحداث التي تصيب المستهلك بكل بساطة خاصة عندما يتعلق الأمر بالرقابة المفروضة على عملية الإنتاج، وكذا الرقابة المفروضة على السلع المستوردة لدى دخولها التراب الوطني، فعلى هذه الهيئات إن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة الممارسة غير المشروعة والقيام بالتحقيقات المعمقة لاكتشاف الجرائم الاقتصادية والسرعة في تنفيذها.

فعلى الرغم من الإختلاف الجوهرى بين مفهوم المنافسة ومفهوم حماية المستهلك، إلاّ أنهما يلتقيان في كثير من المجالات التي تجعل اقترانهما ممكناً من النواحي العملية، فالمنافسة هي مزاولة الأنشطة الاقتصادية وفقاً لآليات السوق دون تأثير أو تقييد لتلك الآليات يلحق آثاراً ضارة بالتجارة والتنمية، ولا عجب أن يهدف قانون المنافسة إلى توفير بيئة محفزة للمنشآت من أجل تعزيز الفاعلية والتنافسية ومصصلحة المستهلك وتحقيق تنمية مستدامة بالدولة.

ومن الواضح أن المنافسة النزيهة تساهم في حماية المستهلك، وخاصة من جشع بعض التجار، وتساعد على تحقيق أسعار عادلة للسلع والخدمات، ومن الملاحظ عالمياً عند الجهات الرقابية والإشرافية أن العديد من دول العالم¹ قد قرنت دوائر المنافسة وحماية المستهلك في إطار إداري ورقابي وإشرافي واحد، أمّا على الصعيد المحلي بالجزائر، فإن مجلس المنافسة وحماية المستهلك يشرف على التنسيق والتصدي لكل أشكال الأنشطة والممارسات المخالفة للقانون ومبادئ المنافسة النزيهة وخاصة الهيمنة الاقتصادية بالأسواق، بالإضافة إلى تصديها للممارسات التجارية غير المشروعة، وهي حسب صلاحياتها تراقب حركة الأسعار فيما يساهم في حماية المستهلك.

وتجتمع المنافسة في الكثير من مفاهيمها وتطبيقاتها مع المفاهيم والتطبيقات المتعلقة بحماية المستهلك، ولعل موضوع أسعار السلع والخدمات من أكثر نقاط الالتقاء، ففي مسألة ما يسمى «الوضع المهيمن» في موضوع المنافسة، وهو الوضع الذي يمكن أية منشأة بنفسها أو بالاشتراك مع المنشآت الأخرى من التحكم والتأثير على السوق المعنية، فإن ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر هو الهاجس الأكبر ليس فقط لإمكانية إضراره بالمستهلك، بل أيضاً لخرقه لآليات السوق، حيث قد تؤدي الهيمنة إلى افتعال الزيادة والخفض بالأسعار، والتواطؤ في العطاءات وعروض المزايدات والمناقصات والحد من حرية تدفق السلع والخدمات، أو إخفائها أو تقاسم الأسواق على أسس جغرافية أو اتخاذ إجراءات لعرقلة دخول منشآت إلى السوق أو إقصائها، وكل ذلك له تأثير بشكل مباشر أو غير مباشر على أسعار السلع والخدمات .

بينما ومن ناحية أخرى، فإن حماية المستهلك تتطلب الرقابة على الأسعار واتخاذ الإجراءات والتدابير لوقف الزيادات غير المبررة بها، ومكافحة الاحتكار، و ورد في أدبيات

¹ مثل أستراليا وأيرلندا والدنمارك.

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لسنة 2012¹ أن كلاً من سياسات حماية المستهلكين وسياسات المنافسة يعزز رفاه المستهلكين، وكلاهما يتناول هذا الهدف من منظور مختلف، وكثيراً ما يتداعى الجانبان وإن كان ثمة اختلافات مهمة في كيفية التنفيذ لدى هذين النوعين من السياسات، وورد أيضاً أن تقوم التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين على استنتاج مفاده أن العلاقة بين المستهلكين والشركات التي يتعاملون معها غالباً ما تكون غير متكافئة من حيث الوضع الاقتصادي والمستوى التعليمي والقدرة على المساومة.

ولذلك فإن قانون حماية المستهلكين يسعى إلى الحيلولة دون وقوع خسائر وأضرار على المستهلكين بسبب هذا الموقف الأضعف، وتتباين سبل تحقيق هذا الهدف تبايناً كبيراً بين البلدان المختلفة، والمؤكد أنه ما من شك بأنّ عموم التشريعات والممارسات المتعلقة بحماية المستهلكين هي أكثر تنوعاً من التشريعات والممارسات المتعلقة بالمنافسة، وذلك بسبب طبيعة كل موضوع، ففي الجزائر، وعلى سبيل المثال، لا تقتصر تشريعات وممارسات حماية المستهلك على ما يتعلق بالأسعار والاحتكار والتضخم، بل إنها تشمل أموراً كثيرة أخرى مثل التصدي للسلع المغشوشة والفاسدة، ومكافحة التضليل في العقود، والاسترداد (استرجاع السلع المعيبة)، والتعويض، والصلح في المنازعات، وغير ذلك .

وأخيراً، فإن الإشراف والرقابة الحكومية على كل ما يتعلق بموضوعي المنافسة وحماية المستهلك هي تكاملية وليست منفصلة وكلها تسعى بالنهاية لمحاولة المساهمة في إسعاد المستهلك.

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، مجلس التجارة والتنمية، إجتماع الخبراء المخصص المعني بحماية المستهلك، جنيف، 13/12 تموز/يوليه 2012.

(إذ يشير إلى مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، والاحكام المتصلة بقضايا حماية المستهلك التي اعتمدها الاونكتاد الثالث عشر في اطار الدوحة.)

لابد من عدم الخلط بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك، حيث أن مجال هذا الأخير هو تنظيم العلاقات التي تنشأ فيما بين المؤسسة من جهة والمستهلك من جهة أخرى، بما يتضمنه من أحكام وجدت لحماية مصلحة المستهلك.

بينما مجال تدخل قانون المنافسة هو تنظيم العلاقات التنافسية بين المؤسسات فيما بينها داخل السوق الواحدة.

وما تجدر الإشارة إليه أن القانونين يلتقيان في حماية المستهلك، لكن لكل قانون مجال خاص بالحماية، فإذا كان قانون المنافسة يهدف بالأساس إلى حماية القدرة الشرائية للمستهلك من خلال منع الاحتكار وما يترتب عنه من ارتفاع للأسعار فإن قانون حماية المستهلك يهدف إلى حماية صحة المستهلك بالأساس.

وترتبط المنافسة ارتباطاً وثيقاً بالاقتصاد حيث لا يمكن أن نتصور واحد منهما دون الآخر فلا اقتصاد دون منافسة و العكس صحيح، فالمنافسة تجبر كل عون اقتصادي على بذل قصار جهده لتحسين طرق ووسائل تخفيض تكاليف المنتجات و الخدمات الموجهة للاستهلاك، فالمستهلك هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك أي هو الشخص الذي يسعى إلى الحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات، وهنا تظهر العلاقة بين المنافسة و الاستهلاك.

و بالتالي فإن المستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية لما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع و الخدمات و بما تحققه من خفض للأسعار تساعد على رفع قدرته الشرائية، و هنا يظهر التأثير المباشر للمنافسة على المستهلك.

و بالتالي سوف نقسم هذا المحور إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول: ماهية المنافسة و في المبحث الثاني ماهية المستهلك.

المبحث الأول: مفهوم المنافسة

العديد من الفقهاء لم يقدموا تعريفاً موحّداً للمنافسة إلا أنهم يجمعون على أن المنافسة قبل كل شيء هي عبارة عن ظاهرة اقتصادية يسعى إليها كل المتدخلين في الحياة الاقتصادية إذ لا يمكن أن نفرض البحث عن تحقيق الربح و الرقي الاقتصادي دون وجود منافسة من الأطراف الأخرى التي تطمح إلى تحقيق نفس الهدف والغاية فكل مؤسسة يجب أن تتمكن من لعب دورها مهما كانت قوتها أو ضعفها، باعتبار أن المنافسة هي طريقة للتنظيم الاجتماعي تكون فيها المبادرة غير الممركزة للأعوان الاقتصاديين من شأنها ضمان الفعالية المثلى في توزيع الموارد النادرة للمجموعة .

وعليه فالمنافسة ليس كما يعرفها البعض تعمل للمصلحة الفردية للشخص بين البائع والمشتري في أي منتج وفي أي سوق، وإنما هي آلية للتنظيم الاجتماعي تفرض على الأعوان الاقتصادية سلسلة من المناهج والمفاهيم حددتها النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة، غايتها توزيع الموارد النادرة بطريقة عقلانية وتحسين طرق الإنتاج وتجويد المنتجات وتشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجيا، حيث تفرض المنافسة كل عون اقتصادي بذل قصارى جهده لتحسين طرق ووسائل تخفيض تكاليف إنتاج المنتجات والخدمات إلى أدنى سعر ممكن، وعليه فالمنافسة تعتبر مناهج متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الاقتصادي والاجتماعي.

سوف نقسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، نتطرق في المطلب الأول إلى: مفهوم قانون المنافسة نشأته وتطوره، ثم نتعرض في المطلب الثاني إلى: مضمون قانون المنافسة أهدافه و مصادره، و ننتهي في المطلب الثالث إلى دراسة: مجال تطبيق قانون المنافسة وضبطها.

المطلب الأول: تعريف قانون المنافسة نشأته و تطوره

إن المنافسة تتمثل أساسا في تلك المنافسة القائمة بين الشركات التي تنشط في نفس القطاع الصناعي أو تقوم بإنتاج نفس المنتجات أو الخدمات ولا بد من الإشارة إلى أن المنافسة تختلف من قطاع إلى آخر، حيث تعرف بعض القطاعات منافسة شديدة وأخرى تعرف منافسة محدودة أو ما يسمى باحتكار القلة¹ والبعض الآخر الاحتكار حسب عدد المؤسسات المتدخلة في السوق وإمكانية المتدخلين.

هذا ويعتبر قانون المنافسة فرع من فروع قانون الأعمال، وهذا الأخير هو القانون التجاري في حُلته الجديدة التي هي جُملة من القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية التي في جوهرها أنشطة تتعلق بشكل أساسي بالصناعة والخدمات، ويتبع في شأنها طريقة الإنتاج الرأسمالي ولقد قيل بحق المنافسة هي قانون التجارة، كونه يطبق على فئة معينة وهم الأعوان الاقتصاديون وعلى مجال معين هو الأعمال التجارية، فقانون المنافسة له علاقة وطيدة بحماية المستهلك، إذ يهدف أساسًا لحماية وإشباع حاجاته ورغباته بأقل تكلفة وفي أحسن الظروف وهو الهدف الذي يصبو إليه كل اقتصاد.

وإستمر العمل بالقوانين الفرنسية في الجزائر غداة الاستقلال مباشرة إلاّ ما تعارض منه مع السيادة الوطنية وفق أحكام القانون رقم 62-157² إلى غاية صدور الأحكام

¹ هو أحد اشكال احتكار السوق، وهو حالة يكون السوق محكوما من قبل عدد قليل من الموفرين للبضاعة، بسبب وجود عدد قليل من المشاركين في مثل هذا الشكل من السوق، فإن كل محتكر قلّة يكون واعيا ومتيقظا لتحركات المنافسين. والأسواق الخاضعة لهذا الشكل من الاحتكار تتميز بالتأثر المتبادل. أي قرار يتخذه أحد اطراف الاحتكار يؤثر على البقية والعكس صحيح.

التفاصيل على رابط الانترنت:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%84%D8%A9

² بموجب الأمر 62-157 المؤرخ في 31/12/1962 قرّر المشرع الجزائري تمديد العمل بالقوانين الفرنسية السائدة باستثناء ما يتعارض مع السيادة الوطنية أو يشمل قواعد التمييز العنصري، وبذلك تمّ الاستمرار في العمل بالمرسوم الفرنسي الصادر في 31/12/1958 الذي دخل حيّز التطبيق في الجزائر بموجب المرسوم رقم 650-60 الصادر بتاريخ 06/09/1960.

القانونية ذات المرجعية الإشتراكية، التي أظهرت بوضوح وجهة المشرع الجزائري، ومن ثم لم يعرف الاقتصاد الجزائري عمليات المنافسة إلا في منتصف التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت تعتمد على النهج الأحادي الذي كان قائمًا على الاحتكار الذي لا يمكن الاعتراف بنقيضه وهو المنافسة.

الفرع الأول: تعريف قانون المنافسة

المنافسة تعني "تزامم"¹ وتعني : مزاحمة بين تجار وأرباب صناعات يحاولون جذب الزبائن نحوهم باستعمال بعض التقنيات منها جودة السلعة مع السعر المعقول ومكان المحل التجاري... الخ²

ومن زاوية أخرى، فقد عرفت المنافسة على أنها: "تزامم التجار أو الصّناع على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم من خلال جذب أكبر عدد من العملاء، ويحقق التجار هذه الغاية مستندين إلى حرية المنافسة فيما بينهم، وحرية الاختيار لدى المستهلكين، وإذا تحقق هذا التنافس بشرف ووفقًا لأحكام القانون والعادات التجارية والاتفاقيات الخاصة أدى ذلك إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الأسعار مع إرتفاع القيمة الحقيقية للنقود وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات وبالتالي إزدهار التجارة واضحة للجمهور³.

¹ د.يوسف شلاله، المعجم العلمي للمصطلحات القانونية والتجارية و المالية، منشأة المعارف، الإسكندرية، دون سنة طبع، ص 206.

² أ.إبتسام القرام، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري، قصر الكتاب، الجزائر، 1988، ص 59.

³ د.عبد الفتاح مراد، شرح قانون حماية المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية، دار الهناء، القاهرة، دون سنة طبع، ص17.

كما عرفت المنافسة أيضًا على أنها: "التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات و الخدمات ضمانًا لازدهار التجارة ازدهارًا يؤدي إلى بقاء الإصلاح"¹

و باعتبار أن المنافسة تعتبر منهاج متكامل ونظام محكم لبلوغ التقدم الاقتصادي والاجتماعي هذه الحالة تجعل السلطة العامة مجبرة على أن تتدخل بصورة غير مباشرة لوضع حد لكل ما قد يؤدي إلى زوال أو الاخلال بالمنافسة، وهو ما يطلق عليه حاليًا في أغلب الدول بقانون المنافسة.

ويمكن أن يعرف قانون المنافسة بأنه "مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم الأنشطة الممارسة من قبل الأعوان الاقتصادية في إطار البحث والمحافظة على الزبائن" كما يمكن أن يعتبر قانون المنافسة من القواعد التي تهدف إلى كسب حصة في السوق ، و هناك من الفقهاء من يعتبر قانون المنافسة أنه قانون الأنشطة الاقتصادية بمفهومها الواسع².

كما يعرف قانون المنافسة بأنه مجموعة من القواعد القانونية الموضوعية من قبل السلطة العامة قصد تنظيم الحياة الاقتصادية فيما بين المتعاملين الإقتصاديين مع ضمان حقوقها والتزاماتها فيما بينها ومع غيرها، وعليه فقانون المنافسة جاء بعد الإصلاحات التي باشرتها الدولة الجزائرية قصد بعث الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، إذ أن المستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية بما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات وبما تحققه من خفض للأسعار لرفع قدراته الشرائية، لذا فإن تقييد

¹ أ.زينة غانم عبد الجبار، دراسة مقارنة، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 16 .

² أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2010-2011، ص 17

المنافسة وإنحرافها من مسارها الطبيعي يعتبر عملاً غير مشروع وسلوكًا محظورًا يُخل بأهداف المنافسة كوسيلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.¹

إن الاهتمام بالمنافسة في وقتنا الحالي لا يمكن أن ينظر إليه من جهة النصوص القانونية الموضوعية من قبل المشرع لتأكيد هذا المبدأ ، وإنما لا بدّ من النظر إليها من أرضية الواقع حيث إذا أردنا أن نقيس قوة المنافسة لبلدٍ ما لا بدّ من الرجوع إلى ميزان السوق.

فبالرجوع إلى الأسواق الجزائرية يمكن أن نُقرّ بصعوبة تطبيق النصوص القانونية، سواءً المتعلقة بتنظيم الجانب الاقتصادي، وذلك لعدّة أسباب خطيرة تضرّ لا محالة بالاقتصاد بصفة عامة وبالمستهلك بصفة خاصة، ويمكن ضرب أمثلة عنها كتلك المتعلقة بظهور الأسواق غير الرسمية، حيث أن هذه الظاهرة تهدّد الاقتصاد والمجتمع معًا، فمعظم الشوارع أصبحت مملوءة بالباعة الذين يمارسون التجارة دون أي التزام قانوني، وفي أماكن عامة أو وسط التجمعات السكانية وأمام المراكز التجارية، الأمر الذي لا يمكن أن نعبر عنه بأيّ رأي أو نبحت عن الحجج لتبرير ذلك لأنّ القضية تنعكس بصفة سلبية على صحة وسلامة المستهلك، فكثيرًا ما تؤدي السلع المعروضة في هذه الأسواق إلى الإضرار بالمستهلك نظرًا لعدم خضوعها للرقابة في أغلب الأحيان، ولا تحترم شروط الحفظ والنظافة كذلك الإضرار بالتجار الخاضعين لهذا العبء الضريبي في المقابل يتمتع التجار غير الخاضعين لهذا العبء بأرباح طائلة وهو ما يشكل منافسة غير مشروعة.²

إن حماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق، ولن يتحقق ذلك إلاّ باحترام المبادئ والنصوص القانونية الموضوعية من قبل المشرع، وكذلك تكاثف كل فئات المجتمع بما فيهم الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، فذلك يؤدي إلى إرساء الثقة في

¹- د.كتو محمد الشريف، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة، مجلة الإدارة عدد 23، 2002، ص53.

² أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 18.

كل طرف يريد حماية مصالحه الاقتصادية والاجتماعية معًا ، كما لا يمنع هذا من تدخل الدولة في تنظيم القطاع الاقتصادي خاصة بعض القطاعات الحساسة قصد حمايتها من المنافسة غير المشروعة.

ويمكن إعطاء مثال عن ذلك تلك المؤسسات المتوسطة والصغيرة التي لها طابع إنتاجي، حيث يجب أن توفر لها جميع المساعدات حتى تبرز موقعها في السوق الوطنية، وكذا سن قوانين من شأنها حماية هذه المؤسسات من خطر الزوال بسبب تعرضها لمنافسة غير مشروعة من طرف المؤسسات الأخرى، التي لها قوة إقتصادية في نفس المجال، ويبقى أن نشير بأن قانون المنافسة ينفرد بجملة من الخصائص تجعله يتميز عن غيره من القوانين التي سنشير إليها فيما يلي:

- هو قانون اقتصادي يجمع بين قواعد القانون وقواعد الاقتصاد (النظريات الاقتصادية).
- قانون تطويري يتغير حسب قوة النشاط الصناعي والتجاري ، حيث لا يعرف الثبات والاستقرار في الأسعار كونها مرتبطة بالعرض والطلب.
- يعمل على حماية السوق و كل المتنافسين فيه.
- يسهر على حماية المصالح الإقتصادية للدولة.
- يؤثر على الطبقة الاجتماعية [المستهلك]¹ .

الفرع الثاني: نشأة و تطور قانون المنافسة

يقع التمييز بصدد نشأة و تطور قانون المنافسة بين الوضع على المستوى الدولي ثم الوضع بالنسبة للجزائر.

¹-أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 19 .

أولاً : نشأة و تطور قانون المنافسة في التشريعات الدولية

برزت أولى بوادر قانون المنافسة إلى أواخر القرن 19 بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي فترة بداية صدور القوانين التي تحظر الممارسات الاحتكارية والمنتافية مع حرية المنافسة، وهي بالخصوص 3 قوانين، عرفت بقوانين حظر التجمعات الاحتكارية، فصدر عام 1890 قانون شارمان¹، الذي يحظر الإحتكار، ثم قانون كلايتون سنة 1914²، والذي يحظر اللجوء للأسعار التمييزية، و بمقتضاه صدر في ذات السنة القانون المؤسس للجنة التجارة الفيدرالية³، الذي يحظر اللجوء لأعمال المنافسة غير المشروعة، أمّا في أوروبا فإن قانون المنافسة يعد أكثر حداثة، على إعتبار أنه متزامن مع إنشاء السوق الأوروبية المشتركة⁴ سنة 1958 بمقتضى إتفاقية روما لسنة 1957⁵، و إن تأخر بالنسبة للقانون الفرنسي حتى سنة 1986، حتى وإن كان القضاء الفرنسي قد عرف دعوى المنافسة غير المشروعة قبل هذا التاريخ من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة تأسيساً على

¹ قانون شرمان لمنع الإحتكار، 2 يوليو، هو أحد معالم القوانين الاتحادية في تشريع فدرالي رئيسي ضمن قانون المنافسة الأمريكية صدق عليه الكونجرس عام 1890 الذي يمنع هذا التشريع أنشطة تجارية معينة يعتبرها منظمو الحكومة الفدرالية أنها خارج المنافسة، ويتطلب من الحكومة الفدرالية التحقيق وتعقب الودائع، الشركات، والمنظمات المشتبه في انتهاكها للقانون. كان هذا أول تشريع فدرالي يحجم الكارتلات والاحتكارات، ولا يزال حتى اليوم يشكل الأساس لمعظم دعاوى الحكومة الفدرالية الأمريكية.

² أقر الكونغرس في عام 1914 تعديلاً لقانون شيرمان يسمى قانون كلايتون لمكافحة الإحتكار، وقع الرئيس وودرو ويلسون مشروع القانون ليصبح قانوناً في 15 أكتوبر 1914.

³ في عام 1914، سن الكونغرس قانون لجنة التجارة الفيدرالية الذي يحظر على جميع الشركات استخدام أساليب المنافسة غير المشروعة وأفعال أو ممارسات مصممة لخداع المستهلكين.

⁴ تهدف إلى توسيع التجارة من خلال إزالة القيود مثل التعريفات داخل المنطقة، وتحرير حركة رأس المال والقوى العاملة، ووضع تعريفات خارجية مشتركة وتحقيق التكامل الاقتصادي داخل المنطقة

⁵ إتفاقية روما سنة 1957 تعتبر شكلت نواة التكتل الاقتصادي الأوروبي و التي بموجبها تم تأسيس المجموعة الأوروبية الاقتصادية الأولى و التي نصت على إنشاء سوق أوروبية مشتركة حتى يتم الاستفادة من المنتجات الأوروبية و خلق تكتل اقتصادي و سياسي بين الدول الأوروبية قبل أن تتحول إلى ما يعرف حالياً بالاتحاد الأوروبي.

مبادئ المسؤولية التقصيرية وأحكام المسؤولية الجنائية، لا سيما فيما يتعلق بتحويل العملاء عن طريق التقليد المنتج أو العلامة التجارية للمتعامل المنافس¹.

ثانياً: تطور قانون المنافسة في الجزائر

يرتبط ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية بانتهاج إقتصاد حر تكون المنافسة داخلية إحدى أهم مقوماته، وعلى هذا الأساس لم يكن من المتوقع ظهور قانون للمنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل تسعينات القرن الماضي على اعتبار سيادة المذهب الاشتراكي، وبالتالي نظام إقتصادي إحتكاري تزاوّل من خلاله الدولة نشاط التوزيع والإنتاج دون مزاحمة من الكيانات الاقتصادية الخاصة¹ و عليه لم يظهر أول قانون المنافسة في الجزائر إلا سنة 1995 من خلال القانون 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، إلا أن هذا القانون ألغي واستُخلف بالقانون 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003²، حيث يلاحظ أنّ المشرع الجزائري فصل بموجب هذا القانون بين الممارسات التجارية التي أفرد لها قانوناً خاصاً يتمثل في القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبق على الممارسات التجارية، وخصص قانون المنافسة للأحكام المتعلقة بمبادئ المنافسة ومجلس المنافسة.³

¹ - أ . ساسان رشيد، محاضرات في قانون المنافسة الجزائري، منشور على الموقع الإلكتروني التالي :

Dr.Sassane.over-blog.com/article-97075468.html

² - تم إلغاء القانون 95-06 بالأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010 و المتعلق بالمنافسة ، ج ر عدد 46، الصادرة في أوت 2010.

³ - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادي الأول عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

المطلب الثاني : مضمون قانون المنافسة غاياته و مصادره

يعد قانون المنافسة أحد مظاهر التنظيم الحر للإقتصاد، بما يفترض معه من الحرية التنافسية بين الأعوان الاقتصاديين وحرية الوصول إلا العملاء لكن هذا الوضع لا يتحقق في الواقع إلا إذا كانت شروط المنافسة المثالية متاحة لجميع الأعوان الاقتصاديين لا سيما حرية الدخول للسوق و نزاهة الممارسة التجارية والصناعية، وتمثل شروطها بالنسبة لجميع الكيانات المتنافسة، وهي الشروط التي لا يمكن أن تتحقق في الواقع ما يدعو إلى تدخل الدولة بغرض ضبط العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين المتنافسين من خلال أحكام قانونية ذات مضامين و غايات متعددة كما لا يختلف قانون المنافسة من حيث مصادره الرسمية عن غيره من فروع القانون في المنظومة القانونية الجزائرية، حتى وإن كان للمصادر الدولية في مجال المنافسة عموماً دور جوهري، وعليه يمكن التمييز بصدد مصادر قانون المنافسة بين المصادر الوطنية و المصادر الدولية.

الفرع الأول: مضمون قانون المنافسة

يتطلب ضمان أقل قدر من شروط المنافسة الحرة تدخل المشرع بهدف تصحيح بعض الوضعيات التي من شأنها استمرارها أن يخل بالمساواة بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق في الوصول إلى العملاء، ويتحقق هذا التدخل من خلال فئتين من الأحكام موضوعية و شكلية.¹

فقانون المنافسة هو قانون ضبط سلوكيات الأعوان الاقتصاديين داخل السوق من خلال حظر الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة الحرة، وينطبق هذا الأمر بالنسبة لحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، ومن بينها ما هو منصوص عليه بمقتضى المادة 6

¹-ساسان رشيد، المرجع السابق، بدون ترقيم.

من القانون 03-103 لا سيما عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار، من خلال الإحتكار أو إنخفاضها من خلال الإغراق، وكذا الممارسات التمييزية، المتمثلة خصوصًا في تطبيق شروط غير متكافئة لنفس خدمات إزاء الشركاء التجاريين، والأعمال المضيقّة للمنافسة المتمثلة خصوصًا في الحد من الدُخول في السوق أو في ممارسات النشاطات التجارية و كذلك بالنسبة لمراقبة التجمعات الإقتصادية و حظرها في حال ما إذا ترتب عنها تضييقًا من مجال المنافسة.

كما يتضمّن قانون المنافسة إلى جانب التدخل لأجل ضبط سلوكيات الأعوان الإقتصاديين، أحكامًا تعني بالجوانب الهيكلية في تنظيم المنافسة، ويظهر ذلك من خلال إنشاء مجلس المنافسة باعتباره السلطة الإدارية المخولة لضمان السير الحسن للمنافسة، وتشجيعها من خلال تمكينه من بعض السلطات لا سيما الرقابة على التجمعات الاقتصادية، ومدى تأثيرها على المنافسة وإمكانية إبداء الرأي في بعض المسائل المرتبطة بالمنافسة لا سيما النصوص التنظيمية، ومعالجة القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة إلى جانب سلطة التحقيق في مدى تطبيق النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بالمنافسة²

الفرع الثاني : أهداف قانون المنافسة

لا يتوقف قانون المنافسة عند أهدافه الأصلية في حماية المنافسة داخل السوق، وإنما يمتد أثره إلى حماية الكيانات الاقتصادية المتنافسة وحماية المستهلك.

¹ -تنص المادة 6 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة انه : "تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه...".

² - ساسان رشيد، المرجع السابق، بدون ترقيم.

أولاً: حماية المنافسة

تظهر أهمية قانون المنافسة في حماية مبدأ المنافسة الحرة في ذاته بما يتبعه ذلك من حماية السوق باعتباره مجال هذه المنافسة، وتبرز هذه الحماية من خلال حظر الممارسات المقيدة للمنافسة ، والمنظمة في الفصل الثاني من القانون 03/03، حيث أن الحظر وارد على هذه الممارسات بغض النظر عن آثارها الفعلية على السوق، وهو الأمر الذي يمكن إستنتاجه من نص المادة 6 من قانون المنافسة : " تُحظر الممارسات و الأعمال المدبرة و الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الخدمات أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه..."¹

ثانياً: حماية المتنافسين

تتحقق من خلال حماية المشرع لمبدأ المنافسة الحرة للأعوان الاقتصاديين داخل السوق، لا سيما أمام بعض التصرفات التي حظرها المشرع و يدخل في هذا الإطار حظر التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية مثلما ورد النص عليها بمقتضى المادة 7 من قانون المنافسة، والتعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية والتي قد تأخذ العديد من الأشكال أوردتها المادة 11 من قانون المنافسة، وتتمثل على الخصوص في رفض البيع بدون مبرر شرعي، البيع المتلازم أو التمييزي البيع المشروط باقتناء كمية دنيا، الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى، وقطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة.

¹ - المادة 6 من القانون رقم 03/03 السالف الذكر.

ثالثاً: حماية المستهلك :

يختلف قانون المنافسة عن قانون حماية المستهلك في مجال أعمال كليهما، حيث يتحرر مجال قانون المنافسة في ضبط العلاقات فيما بين الأعوان الإقتصاديين داخل السوق.

أمّا قانون حماية المستهلك فيضبط علاقات المحترفين بالمستهلكين، غير أن حماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق قد تستتبع بالضرورة حماية المستهلك، و يتضح ذلك من خلال حظر عمليات الاحتكار بهدف رفع الأسعار والبيع بخسارة التي قد تعرقل المنافسة، بما قد يؤدي إلى انسحاب الأعوان الإقتصاديين الأقل قدرة اقتصادية، وبالتالي هيمنة الأعوان الإقتصاديين الأكثر قدرة على السوق، بما يستتبعه ذلك من معاودة ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر إقتصادياً.¹

الفرع الثالث: مصادر قانون المنافسة

لا يختلف قانون المنافسة من حيث مصادره الرسمية عن غيره من فروع القانون في المنظومة القانونية الجزائرية، حتى وإن كان للمصادر الدولية في مجال المنافسة و الأعمال عموماً دور جوهري و عليه يمكن التمييز بصدد قانون المنافسة بين المصادر الوطنية و المصادر الدولية.

أولاً : المصادر الداخلية

بالرغم من أن المشرع الجزائري أفرد للمنافسة قانوناً خاصاً من خلال القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة إلا أن تعدد مضامين هذا الفرع من القانون يجعل من الممكن امتداده إلى نصوص أخرى ذات صلة بالنشاط الاقتصادي و التعاقدية و يمكن أن نشير في هذا الخصوص إلى أعمال قواعد النظرية العامة للالتزامات لا سيما منها أحكام المسؤولية

¹ -أ.ساسان رشيد، محاضرات في قانون المنافسة (الجزء الأول)، بدون ترقيم ، المرجع السابق.

المدنية، كما أن القانون التجاري باعتباره الإطار القانون العام للنشاط التجاري الممارس من قبل الأعوان الاقتصاديين، كما لا يمكن في هذا الشأن إغفال القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، خاصة في أحكام المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية و التنظيمية للأسعار و الشأن ذاته بالنسبة للأمر 04/03 المتعلق بالقواعد المطبقة على عمليات استيراد البضائع و تصديرها.¹

ثانيا: المصادر الدولية

يقصد بالمصادر الدولية الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بمجال الأعمال عموماً، لا سيما اتفاقيات الشراكة، والأسواق المشتركة، وفي هذا الشأن ينبغي الإشارة إلى أهمية الاتفاقيات المتوسطة المنشئة للشراكة الجزائرية الأوروبية الموقعة بفلانسيا بتاريخ 22 أفريل 2002 المصادق عليها من طرف الجزائر بتاريخ 27/04/2005،² والتي تم بموجبها إنشاء منطقة تبادل حر بين الجزائر والمجموعة الأوروبية بما يعنيه ذلك من إندماج السوق الجزائري باعتباره فضاء للمنافسة ضمن السوق الأوروبي، والأمر ذاته بالنسبة للسوق العربية المشتركة حتى و إن لم يكتمل هيكله القانون بالنسبة للجزائر.

¹ - الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع و تصديرها، ج ر عدد 43، الصادر 20 يوليو 2003.

² تتدرج هذه الاتفاقية في إطار مشوار برشلونة الذي دعت إليه المجموعة الأوروبية بغرض تطوير علاقات التعاون مع بلدان الضفة الجنوبية للبحر الأبيض المتوسط و بغرض إنشاء "منطقة ازدهار مشتركة" على المدى الطويل، تلك الاتفاقية التي تم الإمضاء عليها في فالنسيا (اسبانيا) بتاريخ افريل 2002، ودخلت اتفاقية الشراكة حيز التنفيذ في 01 سبتمبر 2005، ولا تنحصر على إنشاء منطقة التبادل الحر فحسب بل تشمل كذلك جوانب اقتصادية (فرع تجاري، تعاون اقتصادي و مالي، تدفقات استثمارية) و جوانب سياسية واجتماعية و ثقافية ضرورية لتنمية مستدامة، وتتمثل أهمية هذه الاتفاقية بالنسبة للجزائر في التعاملات التجارية الخارجية التي تبلغ نسبة 60 % مع المجموعة الأوروبية.

المطلب الثالث: مجال تطبيق قانون المنافسة وضبطها

يتحدد مجال تطبيق قانون المنافسة بالاستناد إلى معيارين أولهما النشاط الاقتصادي و ثانيهما مرتبط بطبيعة الممارسات في حد ذاتها.

الفرع الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة

نظرًا لأهمية تأثير المنافسة على السوق بصفة عامة و على المستهلك بصفة خاصة، فإن تطبيق قانون المنافسة يشمل عدة مجالات وسوف نذكر تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي، ومن حيث الأشخاص.

أولاً: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي

إن فكرة النشاط الاقتصادي التي أقرتها المادة 2 من قانون المنافسة لا تعني بالضرورة أن يكون ثمة مقابل مالي للنشاط، و تكون العبرة في مدى تأثير النشاط على سوق السلعة و الخدمة، من ذلك ما ذهب إليه القضاء في فرنسا من "إعارة الشركات المنتجة للوقود لموزعي منتجاتها المعتمدين خزانات الوقود بدون مقابل مالي يخضع لأحكام الأمر المتضمن قانون المنافسة " بل أن مجال قانون المنافسة قد يمدد إلى تجمعات غير ربحية مثل النقابات و التعاونيات، متى كان لنشاطها تأثير على سوق الخدمة أو السلعة، مثلما هو الأمر بالنسبة لقرار تنظيم نقابي بمقاطعة بضاعة معينة.¹

كما يعتبر من قبيل الأعمال المدبرة الاتفاقات المعقودة بين المؤسسات الإستشفائية حول أسعار الخدمات الطبية، وعليه يكون معيار أعمال قانون المنافسة هو مدى تأثير النشاط الاقتصادي على السوق.

¹ حيث قد يعتبر ذلك من الأعمال المدبرة حسب مفهوم المادة من القانون، والتي قد تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها، أو الإخلال بها من خلال التأثير على مستوى الطلب.

إنّ القول بمعيار تأثير النشاط الاقتصادي على السوق كأساس لإعمال قواعد حماية المنافسة كفيل بإخراج بعض الأنشطة الاقتصادية من مجال الخضوع لقانون المنافسة متى لم تؤثر على السوق محل الحماية، و يدخل في هذا الإطار اتفاقيات التصدير إن كان محل الاتفاق موجها لغير السوق الوطنية حتى و إن تم الاتفاق بين أعوان اقتصاديين و وطنيين.¹

ثانيا: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

بموجب القانون 03/03 أورد المشرع الجزائري من خلال المادة الثانية من القانون: "يُطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون إذا كانت لا تندرج ضمن إطار الممارسة لصلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام"،² وبالتالي يكون النشاط الاقتصادي الصرف سواء الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي هو العبرة عند تحديد مجال إعمال قانون المنافسة، مهما كانت طبيعة العون الاقتصادي الممارس لهذا النشاط من حيث كونه شخصا خاصا أو عاما.

ماعدا الحالات التي يتدخل فيها هذا الأخير كونه سلطة عامة حسب ما يتضح في قانون الصفقات العمومية في الكثير من الأحكام، كالامتيازات الممنوحة للمنتج الجزائري على حساب المنتجات الأجنبية أو الشركات الجزائرية على حساب الشركات الأجنبية، و كذلك الأمر بالنسبة للاستثناءات المقررة قانونا لمصلحة دعم أسعار السلع للمنتجات واسعة الاستهلاك أو التدابير المتضمنة تحديد هوامش الربح للسلع التي تعرف ارتفاعا مفرطا و غير مبرر لأسعارها مثلما ورد بمقتضى الفقرة الأولى من المادة 5 المعدلة بمقتضى المادة 4 من القانون 05³/10 حيث "...يمكن أن تحدد هوامش الربح وأسعار السلع وقانون الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها

¹ - أساسان رشيد، محاضرات في قانون المنافسة (الجزء الأول)، بدون ترقيم ، المرجع السابق.

² - المادة 2 من القانون رقم 03-03 السالف الذكر.

³ أمر رقم 05-10 مؤرخ في 26 غشت سنة 2010، يتم القانون رقم 06-01 المؤرخ في 20 فبراير سنة 2006 والمتعلق بالوقاية من الفساد و مكافحته، (ج ر رقم 50 المؤرخة في 01 سبتمبر 2010)

عن طريق التنظيم...." بما من شأنه أن يشكّل إستثناء من مبدأ حرية الأسعار والمنافسة الحرة.

والجدير بالذكر أنه، لا يمكن قصر مصطلح المؤسسة بمفهوم قانون المنافسة على الأشخاص الطبيعية أو المعنوية الخاصة بل يمتد إلى كل شخص يمارس نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات، حسب المفهوم الوارد في المادة 3 من قانون 03/03 متى ثبت قيامه بنشاط اقتصادي متمثل في منح سلعة أو تقديم خدمة داخل نطاق سوق معين، ما لم يتقرر ارتباط النشاط بمصلحة عامة أو كان ضروريا لتحقيقها.¹

الفرع الثاني: ضبط المنافسة

إن إزالة التنظيم و انسحاب الدولة من قطاعات اقتصادية هامة لفائدة السوق يقتضي ضبط النشاط الاقتصادي، و قد ظهرت هذه الفكرة بالموازنة مع بروز ظاهرة العولمة التي تحمل في طياتها قواعد جديدة يستوجب الأخذ بها لضرورة إدماج البلد المعني في الاقتصاد العالمي وعلى حسب الأستاذ J.Chevalliel فإن الضبط يهدف إلى ضمان سير الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية المعقدة، وذلك بتحقيق الانسجام والتناسق لوجهات النظر المختلفة والقيام بالتحكيم فيما بين المصالح القائمة.

تعمل الدولة في هذا النظام الجديد إلى الموازنة بين المصالح المتعارضة بين الأعوان الاقتصاديين والشريحة الاجتماعية التي تتمثل في فئة المستهلكين، علماً أنّ أغلب النشاطات الاقتصادية بإيجابياتها وسلبياتها تكون موجهة إلى جمهور المستهلكين، فكان لزاماً على الدولة التدخل ضمن آليات جديدة لم تكن معروفة سابقاً لحماية المستهلكين، فتدخل الدولة

¹ أ.ساسان رشيد، محاضرات في قانون المنافسة (الجزء الاول)، بدون ترقيم ، بوابة الميزان، على رابط الانترنت

https://www.elmizaine.com/2018/06/blog-post.html#google_vignette

في هذا الإطار ليس تدخلاً في تسيير وتوجيه المنافسة، ولكن تدخلاً ضابطاً للمنافسة ومنظماً لها.¹

إن كانت حماية المستهلك وتنظيم المنافسة يمثلان أهم أهداف الرقابة على الأسواق، فإنه ينبغي النظر إلى هذه الرقابة على أنها تدخلاً في عمل الأسواق بالمعنى الذي يفقدها حرية المبادرة و التكيف على المحيطات الاقتصادية المحيطة بها و إنما الرقابة من خلال الهيئات المستحدثة لذلك هدفها مواجهة كل الممارسات التي من شأنها الإضرار بالمستهلك.²

فضبط المنافسة لمواجهة العراقيل والقيود التي تهددها لا يعني تدخل مجلس المنافسة باعتباره هيئة إدارية مستقلة تتمتع بسلطة ضبط المنافسة من لعب الدور المعروف لدى المحاكم كالفصل في المنازعات بين المتخاصمين، و ليس تدخلاً لتسيير المنافسة و إنما يتمثل دوره في ضبط كل المخالفات التي تنجم عن الممارسات المنافية و المقيدة للمنافسة.

والجدير بالملاحظة أن ضبط المنافسة من طرف مجلس المنافسة لا يعني أنه انتقاء للمؤسسات والأعوان الاقتصاديين في صورة طرح تراخيص للدخول إلى سوق المادة أو الخدمة المعنية ثم متابعتها ميدانياً كما تفعل بعض سلطات الضبط القطاعية الأخرى كسلطة البريد والمواصلات ولجنة البورصة واللجنة المصرفية.

كذلك فضبط قطاع من مختلف القطاعات الاقتصادية من طرف مجلس المنافسة لا يعني تقييد المنافسة ولا يتعارض ذلك مع مبدأ حرية التجارة والصناعة المكرسة دستورياً³،

¹ فالضبط الاجتماعي والإقتصادي هو الذي يبرر إنشاء السلطات المستقلة التي تهدف إلى تأطير قطاع معين من مختلف قطاعات الحياة الاجتماعية، وذلك باحترام المساواة أو التوازن بين المصالح المراد حمايتها من طرف المشرع والتي تكون تابعة لمختلف القوى الاجتماعية وكذلك حماية الأفراد والمصلحة العامة.

² ناصري نبيل، تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية و حماية المستهلك، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص29.

³ المرسوم الرئاسي رقم 20-442 مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، يتعلق باصدار التعديل الدستوري، المصادق عليه في استفتاء 2020/11/1، ج ر عدد 82، الصادر في 2020/12/30.

ففي إطار حماية المستهلك قد تتدخل حتى السلطة العامة لوضع تنظيم و تقنين على بعض الأنشطة الاقتصادية و المالية تفادياً لكل إضرار أو مساس بصحة و سلامة المستهلكين، و من ثم فإن هذا القانون يشتمل ليس فقط على القواعد القانونية التي تطبق على العلاقات التي تنشأ بين المستهلك و المهني، بل يشتمل أيضاً على تلك القواعد التي من شأنها حماية المستهلك و لو بطريقة غير مباشرة، وبالتالي يدخل في نطاق حماية المستهلك التشريعات المتعلقة بتنظيم المنافسة بين المنتجين الأمر الذي يؤكد الطبيعة الاقتصادية لقانون حماية المستهلك.¹

كذلك القانون الاقتصادي الذي هو مجموعة النصوص التي تنظم إنتاج و توزيع و استهلاك السلع و الخدمات، فانه يجرم الأفعال التي تمثل اعتداء على السياسة الاقتصادية في الدولة باعتبار أن هذا القانون يمثل الأداة التشريعية التي تسعى الدولة إلى تنمية اقتصادية و بالتالي فإن ضبط هذا المجال من شأنه أن يساهم في حماية المستهلك نظراً للتقارب الموجود بين هذا القانون و قانون حماية المستهلك.

هذا ونظراً لسرعة تطور الأمور الاقتصادية في وقتنا الحاضر وإستمرار التحول إلى آلية السوق و المصاحبة بالتقدم التكنولوجي في كافة المجالات، إزداد حجم و نوعية الجرائم الاقتصادية التي أضحت تمثل تهديداً مباشراً و غير مباشر لأمن المستهلك، الأمر الذي لا بد من التصدي له بكافة الوسائل، ولعل بعضها يكمن في ضبط المنافسة حتى لا تخرج عن الإطار السليم الواجب السير عليه.

¹- عبد الله عبد العزيز الصعدي، حماية المستهلك في اقتصاد السوق بحث مقدم لندوة حماية المستهلك بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص 6 .

كما تعمل الدولة الليبرالية على تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، وذلك بدفع المتدخلين في الحياة الاقتصادية على تحسين و تطوير منتجاتهم و عرضها بالثمن المناسب و من ثم تسمح بقيام توازن بين العرض والطلب والذي يفهم منه وجود توازن بين الإنتاج والاستهلاك، فكل ما قد يؤدي إلى نتائج سلبية خاصة وإن السنوات الأخيرة أبان في الكثير من الأحيان لجوء المتدخلين لأساليب وممارسات غير مشروعة، تهدف إلى تقييد المنافسة أو عرقلتها الأمر الذي قد يضر بالمصلحة العامة ومصلحة المستهلك.¹

المبحث الثاني: مفهوم المستهلك

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 89-202 الصادر في 7 فبراير 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و هذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني والذي يطلق عليه بالمشترى، فتغير مدلول المصطلحات كانت تبعاً للظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى، وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية خاصة، وأنه حتى مفهوم التاجر تطور ويكاد أن ينسى لولا قواعد القانون التجاري التي احتفظت بهذه التسمية إذ ظهرت نصوص قانونية خاصة تطلق عليه تسمية عون اقتصادي أو المؤسسة أو المتدخل...إلخ، وهذا راجع لتنوع المهام الذي يلعبه في وضع المنتج للاستهلاك إذ لا ينظر إليه فقط كبائع للمنتجات وإنما كمسؤول عن العملية الإنتاجية إلى غاية وصولها إلى المستهلك، وارتأينا أن نقسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، نتناول في المطلب الأول مفهوم المستهلك في التشريعات المقارنة، وفي المطلب الثاني تعريف

¹-أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 22 .

² - القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 409 الموافق ل 7 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بموجب القانون رقم 09-03 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر الصادرة سنة 2009 .

المستهلك في فقهاً و قضاءً ، أمّا في المطب الثالث فنتناول تعريف المستهلك في ظل القانون الجزائري .

المطلب الأول : مفهوم المستهلك في التشريعات المقارنة

لم يحضى مفهوم المستهلك باهتمام الفقه القانوني حتى بداية النصف الثاني من القرن العشرين حيث كان هذا المفهوم مستعملاً فقط من قبل علماء الاقتصاد، لكن تزايد استعمال المصطلح في اللغة القانونية خاصة مع بداية حركة الدفاع عن المستهلكين ومع تبلور فكرة حماية المستهلكين التي انطلقت من الولايات المتحدة ثم وانتقلت بعد ذلك إلى الدول الأوروبية لتصبح اليوم هذه الظاهرة بمثابة الشغل الشاغل في معظم الدول وكانت الجزائر من بين الدول التي سعت لتطبيقه في قوانينها إلا أن ذلك أثار جدلاً فقهيًا وقضائيًا حادا حول مفهومه القانوني الذي يتنازع في جانبه الفقهي حول مفهومان المفهوم الموسع والمفهوم المضيق للمستهلك.¹

فلم يعرف المستهلك في قانون الإستهلاك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993، وكذلك الحال بالنسبة للمرسوم الفرنسي رقم 741 لسنة 2001 الخاص بحماية المستهلك²، حيث لم يحدد تعريفاً معيناً للمستهلك.

وقد عرف بعض الفقهاء الفرنسيين المستهلك في الإتجاه الضيق بأنه " الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل، أو يستعمل المال، أو الخدمة لغرض غير المزود"³، كما عرفه البعض الآخر من الفقهاء الفرنسيين بأنه " الشخص الذي من أجل حاجاته الشخصية غير المزودة يصبح طرفاً في عقد توريد أموال أو خدمات"⁴.

¹سي الطيب محمد الأمين، مرجع سابق، ص14

² Ordonnance n 2001 – 741 du 23 aout 2001 portant transposition de directives communautaires et adaptation au droit communautaires en matière de la consommation, J.O, 25 aout 2001.

³ J. CALAIS-AULOY et F. STEINMETZ, Droit de la consommation, 5^e éd., Dalloz, 2000, op. cit., p 7 .

نقلًا عن بدر أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى ، جامعة طنطا، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر . 2005. ص 76.

وعليه فالمشرع الفنلندي كغيره لاقى عدة إشكالات في تحديد مفهوم المستهلك الذي يعتبر كشخص عادي الذي يشتري سلعة أو يحصل على خدمة لتلبية رغباته الشخصية أو من هو تحت ولايته .

أما القانون رقم 196/95 الصادر في 04/02/1995 والمتعلق بالشروط التعسفية فقد نص في مادته 132 فقرة على انه: " تعتبر شروطا تعسفية في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين، الشروط التي يكون موضوعها أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق والتزامات أطراف العقد..." فهذه المادة تشترط الاستفادة من الحماية التي تكون العلاقة بين المستهلك المهني، أما العقود المبرمة بين المستهلكين فقط فلا تقوم هذه الحماية.¹

كذلك تطرقت لمفهوم المستهلك التوجيه الأوروبية الصادرة في 20ماي 1997 المتعلقة بحماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد إلى اعتبار المستهلك كل شخص طبيعي الذي يتصرف خارج نشاطاته المهنية، و تعتبر كل شخص خارج هذه القاعدة معفى من الحماية المقررة للمستهلك و لو كان الشخص الذي يتصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا، مع أنه يلزم المشرع الفرنسي تحديد بصفة دقيقة الأشخاص الطبيعية المستفيدة من الحماية المقررة في هذه التوجيهية .

كذلك المشرع اللبناني عرف المستهلك من خلال قانون حماية المستهلك بأنه " المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني"² في القانون السويسري فقد نصت المادة 120 من القانون الدولي الخاص السويسري الصادر في 18/12/1987 على أنه: " العقود التي تتعلق بأداء استهلاكي معد للاستعمال الشخصي أو العائلي للمستهلك و التي لا تربط بالنشاط المهني أو التجاري له".³

¹-د. خالد عبد الفتاح، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص24.

² بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الجزائر، بدون رقم طبعة، 2005، ص 25.

³-د. خالد عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 26 .

فيلاحظ من خلال المادة أنّها حددت بصفة أكثر الهدف من استعمال السلعة ألا و هو إشباع الحاجيات العائلية للمستهلك.

أما فيما يخص الاتفاقيات المبرمة في هذا الصدد يمكن أن نذكر :

• اتفاقية بروكسل لعام 1968 و التي عرفت المادة 13 منها المستهلك بأنه: " الشخص

الذي يتصرف في إطار نشاط يعد غريبا عن نشاطه المهني "

• اتفاقية فيينا المتعلقة بالبيع الدولي للبضائع لعام 1980،¹ والتي تعرضنا لتعريف

المستهلك في مادته الأولى، و ذلك عندما نصت على استبعاد من هذه البيوع

البضائع التي تشتري للاستعمال الخاص أو العائلي أو المنزلي.

• اتفاقية روما سنة 1980 المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية،

حيث نصت في المادة الخامسة منها على أنه : " تطبيق هذه المادة على العقود

التي يكون موضوعها توريد منقولات مادية أو خدمات إلى شخص المستهلك من

أجل استعمال يعد غريبا عن نشاطه المهني"

وعليه فأغلب الاتفاقيات المذكورة أعلاه فإنها تتفق في تعريف المستهلك على أنه ذلك

الشخص الذي يتعاقد قصد الحصول على السلع أو الخدمات تلبية لحاجياته أو حاجيات

عائلته و ذلك خارج نشاطه المعتاد.²

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك فقهاً و قضاءً

لقد اختلفت وتعددت مواقف القضاء والفقهاء في تحديد مفهوم موحد للمستهلك، ويعود

السبب بالدرجة الأولى في ذلك إلى التطور الاقتصادي الذي يشهده مفهوم هذا الأخير،

¹ اتفاقية الأمم المتحدة بشأن عقود البيع الدولي للبضائع (اتفاقية البيع أو اتفاقية فيينا) هي معاهدة بشأن قانون المبيعات الدولية الموحدة. اعتباراً من سبتمبر 2014 تم التصديق عليها من قبل 83 دولة تمثل نسبة كبيرة من التجارة العالمية مما يجعلها واحدة من القوانين الموحدة الدولية الأكثر نجاحاً.

² -أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 38 .

كذلك تضارب المواقف بشأن النصوص القانونية المتخذة في هذا الصدد، الأمر الذي جعل من القضاء خاصة يختلف موقفه من حكم لآخر، ولا يخفى علينا صعوبة ذلك أمام ظهور فئتين، فئة تنادي بضرورة تبني مفهوم موسع لنظرية المستهلك و فئة تنادي بضرورة اعتماد مفهوم ضيق جد محكم في تحديد مفهوم المستهلك، مع التأكيد أن تحديد مفهوم محدد للمستهلك بطبيعة الحال سيؤدي إلى وضع الإطار الذي سيطبق فيه قانون الاستهلاك.

لقد اتجهت محكمة النقض الفرنسية في البداية إلى تبني المفهوم الضيق على أساس أن: "من يحق له الاستفادة من الحماية القانونية هو فقط من يبرم عقد الاستهلاك من أجل تلبية حاجاته الشخصية و العائلية"، لذا فإن هذا التعريف يبقى محدودا مادام يقتصر فقط على من يلبي حاجاته دون أن يكون لذلك صلة بنشاطه.

لم تمر سنة واحدة من ذلك حتى جاءت محكمة النقض بموقف مخالف لسابقها وذلك في قضية أقرت فيها لوكيل عقاري قام بشراء جهاز إنذار لمحلاته، و ذلك بوصفها إياه بالمستهلك الذي يستفيد من الحماية ضد الشروط التعسفية الواردة في العقد، و أنها في إحدى الحيليات اعتبرت هذا الوكيل كمستهلك عادي الذي يكون في حالة جهل فهكذا كرس القضاء الفرنسي مفهوماً جديداً للمستهلك و هو المحترف المستهلك.

في بداية 1995 أصبحت محكمة النقض الفرنسية تستعمل صيغة جديدة مضمونها "لا يعتبر مستهلكا ولا يستفيد من القواعد الحمائية الشخص الذي يبرم عقد له علاقة مباشرة مع نشاطه المهني.¹

¹ - أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص ص 39-40 .

وعليه فيعتبر مثل هذا القرار بمثابة عودة محكمة النقض إلى الأصل الذي يقرر الحماية للشخص الذي يُبرم عقد استهلاك خارج نشاطه المهني وليس له أي علاقة بذلك أي إعتقاد مفهومًا ضيقًا للمستهلك.¹

بالرجوع إلى موقف المجموعة الأوروبية فإنها ترفض صراحة امتداد لمفهوم الموسع للمستهلك، فمختلف التوجيهات الصادرة عنها تحمي المستهلك بمفهومه الضيق، ألا وهو كل شخص طبيعي، أما بشأن الأشخاص المعنوية فقد طرح السؤال على محكمة العدل الأوروبية وكان لها الجواب في سنة 2001 أين تبنت نفس الموقف بشأن أغلبية التوجيهات التي تعترف بالمستهلك الذي يكون شخصًا طبيعيًا.

كذلك هناك حكم صادر عن محكمة العدل الأوروبية في 1997/07/03 تضمن مفهومها للمستهلك، وذلك في قضية تتعلق بتحديد الاختصاص القضائي في مجال العقود المبرمة بواسطة مستهلكين طبقت فيه المحكمة المواد 13،14،15 من اتفاقية بروكسل والمتعلقة بحماية المستهلك في مجال الاختصاص القضائي، فأكدت المحكمة على أنه لا يعتبر مستهلكًا الشخص الذي يبرم عقدًا من أجل ممارسة أنشطة مهنية، ذلك أن المادة 13 من اتفاقية بروكسل تعرف المستهلك بأنه الشخص الذي يتصرف في إطار نشاط يعدّ غريبًا عن نشاطه المهني.

هذا وإن كانت أغلب التشريعات المقارنة تتفق في أن المستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي الذي يتعاقد مع المحترف خارج مجال مهنته، قصد إشباع حاجاته أو حاجيات عائلته، فإن الفقه قد ذهب نفس الإتجاه في ذلك إذ يقر معظمهم على اتخاذ وإعتقاد نفس المبادئ في تعريف المستهلك، والذي يجب أن يقوم على ثلاث أركان هي :

¹ لكن يبقى حسب البعض أن مفهوم المستهلك يتغير بتغيير نصوص الحماية مما يؤدي إلى تذبذب القضاء في ذلك.

- الشخص الذي يستعمل أو يحصل على شيء.
- السلعة أو الخدمة محل التعاقد.
- الاستعمال الشخصي للسلعة أو الخدمة.

كما نذكر التعريف الذي اعتمده الدكتور "جمال الدين نكاس" في شأن المستهلك أنه: "ذلك الشخص الذي يبرم عقودًا مختلفة في شراء وإيجار وغيرها، من أجل توفير ما يحتاجه إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الآنية والمستقبلية دون أن تكون له نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع (التاجر) ودون أن تتوفر له القدرة الفنية لمعالجة الأشياء وإصلاحها.¹

وقد عرف الدكتور شريف لطفي المستهلكين على أنهم: "أولئك الذين يستخدمون السلع المختلفة سواء للإستهلاك النهائي أو الوسيطى وسواء كان ذلك يتعلق بسلع إستهلاكية أو استثمارية وكذلك سواء كان هذا الإستخدام عن طريق الشراء أو التأجير وحتى بصورة مجانية، وهم يشملون أيضًا أولئك الذين يستخدمون الخدمات المختلفة سواء بمقابل أو بغير مقابل وسواء كانت هذه الخدمات مقدمة من الحكومة بمختلف فروعها أو من قطاع الأعمال أو من المهنيين بفئاتهم المختلفة أو من أية جهات أخرى.

تتفق جملة التعريفات التي ذكرناها والتي قيلت بشأن تحديد مفهوم المستهلك الذي هو محل حماية في قوانين الاستهلاك، وفي هذا الصدد نذكر ما جاء في بطاقة أحد العاملين بشركة IBMAUSTIN على أن المستهلك هو:

- أهم شخص في أي ميدان عمل.
- نحن نعتمد عليه و هو يعتمد علينا.

¹-د. خالد عبد الفتاح ، المرجع السابق، ص 34.

- إنه لا يعطل أعمالنا، إنه هدف أعمالنا.
- إنه إنسان له مشاعر و عواطف وأحاسيس مثلنا.
- شخص يأتي إلينا له حاجيات ورغبات ومهمتنا هي إشباع هذه الحاجات والرغبات.
- يستحق أي خدمة تقدم له، ويستحق منا الإحترام والتقدير وحسب المعاملة.
- هو شريان الحياة بالنسبة لأي عمل، ومن دون المستهلك ستغلق أبوابنا ونخرج من ميدان العمل.¹

وعليه فالاهتمام بالمستهلك ليس فقط من قبل رجال القانون والقضاء، وإنما حتى من قبل المهنيين وأكثرهم رجال التسويق الذين يستعملون جل الوسائل والطرق للوصول إلى معرفة الأسلوب الذي ينتهجه المستهلك لحل مشاكله الإستهلاكية، فإذا كانت هذه مواقف القضاء والفقهاء وكذا التشريعات المقارنة التي تناولت موضوع المستهلك، فلا بد علينا تبيان موقف المشرع الجزائري وما هو المعيار المتخذ لتحديد مفهوم المستهلك.

المطلب الثالث : مفهوم المستهلك في القانون الجزائري

يعتبر التشريع الجزائري من بين التشريعات التي تأثرت بالموقف الفرنسي في تحديد مفهوم المستهلك على الرغم من أنه لم يرد تعريف للمستهلك في أول قانون جزائري يخص حماية المستهلك الذي صدر في سنة 1989.²

لكن تدارك المشرع الجزائري الأمر بعد ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش،³ حيث عرفت المادة الثانية فقرة 09 منه المستهلك على أنه : "كل شخص يقطني بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للإستعمال الوسيطى والنهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

¹- كامل حبيبة ، حماية المستهلك ، رسالة ماجستير ، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1 .

²- قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، السالف الذكر .

³- ج ر عدد 05، الصادر سنة 1990 .

كذلك جاء القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 المجدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، محددًا لمفهوم المستهلك في المادة الثالثة منه حيث تنص الفقرة الثالثة منها، "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقطن سلعة قدم للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

يلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشتمل كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الطابع المهني لها، فاعتراف المشرع لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك وهو نفس الموقف الذي يلجأ إليه المشرع الفرنسي قبل أن يعود بعد ذلك و يعتمد المفهوم الضيق كمبدأ أساسي لتعريف المستهلك.

أما القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش¹ الصادر في 25 فبراير 2009 فإنه تطرق إلى مفهوم المستهلك في المادة 03 فقرة 2 منه حيث تنص :
"المستهلك، كل شخص طبيعي يقطن، بمقابل أو مجابا، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" و عليه فهذه المادة جاءت كتأكيد لموقف المشرع من التعارف السابقة و كذلك لموقفه اتجاه التشريعات المقارنة، مع الرغم من أن المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن تعريف ملائم.

إذا كانت المادتين الثالثة من قانون 09-03 المعدل والمتمم والمادة الثالثة من القانون 04-02² تعرف للشخص المعنوي بالحماية القانونية إلى جانب الشخص الطبيعي بشرط أن يكون إقتناء السلعة أو الخدمة للإستعمال النهائي، فبالتمتع في مضمون المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39³، فإنها تثير العديد من الشكوك، وذلك بنصها على

¹ القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004).

³ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 هجرية، الموافق 30 يناير سنة 1990، يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم.

الإستعمال "الوسطي" للمنتوج فلاشك في أن يكون الشخص الذي يفتتي سلع من أجمل استعمالها الوسطي شخصا مهنيا وبالتالي فيمكن أن يكون المستهلك أيضا محترفا و مثال ذلك شراء معدات ما لإعادة التصنيع، أو شراء منتج لعرض المهنة وليس للإستهلاك فلعل المشرع قد قصد توسيع مفهوم المستهلك بالرغم من أن المواد الأخرى تتعارض مع هذه الصفة لكن يمكن الإستئناس من أن ذلك سهواً منه النص الجديد هو الساري المفعول المادة 3 من القانون 09-03¹ ، كذلك بالنسبة للأشخاص المعنوية التي تستفيد من الحماية، فإنّه من الصعب جدا معرفة ما إذا كان شخص معنوي الذي يبرم عقود مع الغير للحصول على منتوجات لأغراض مهنية أم لا، كذلك معرفة ذلك سيؤدي بالمنتج لأن يسأل عن الوجهة التي سيعتعمل فيها هذا الشخص المعنوي السلعة إلى اقتنائها، إذ أنّ معرفة الهدف المهني من عدمه أمر مهم، لأنه سيؤدي إلى التفرقة بين المستهلك الحقيقي والمهني من خلال الغرض من التعاقد.

حتى يكون الشخص مستهلكاً لابد:

- أن تكون هناك سلعة أو خدمة.
- إقتنائها من طرف شخص طبيعي أو معنوي.
- الإستهلاك النهائي للمنتوج (سد حاجات شخصية أو عائلية أو الحيوان).²

وعليه فبا اعتماد المشرع لهذه النقاط الثلاث للوصول إلى إعطاء تعريف للمستهلك، فإن الإعتراف للأشخاص المعنوية بصفة المستهلك، وكذا استعادتها من الحماية المقررة للمستهلك العادي يبقى يثير العديد من التناقضات، نظراً لما لهذه الأشخاص المعنوية من وسائل وقدرات كبيرة تساعد على تحقيق أهدافها عند تعاقدتها مع غيرها، ومما لا شك فيه أنه يقع لزاماً على المشرع أن يبين من هي الأشخاص المعنوية التي تستفيد من الحماية؟ فمثلا

¹ القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

² - أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 44 .

بالرجوع إلى نص المادة 04 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه: "يتولى البائع وجوبًا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع".

فهنا المشرع استعمل مصطلح عام سوى فيه بين جميع أطراف العلاقة الاستهلاكية، فيفهم من كلمة الزبائن كل من المستهلك الذي يكون شخص طبيعي أو معنوي، فيمكن لجميع أطراف العلاقة التعاقدية في هذه الحالة الاستفادة من الحماية المقررة.

كذلك اعترف المشرع الجزائري للأشخاص بالحماية يمكن أن يفسر ذلك التأثر بالمشرع الفرنسي من الحماية المقررة ضمن الشروط التعسفية قبل وبعد صدور التوجيه الأوروبية في 5 أفريل 1993 مع العلم أن القانون الفرنسي محل نقد شديد من طرف أعضاء الإتحاد الأوروبي نظرًا لما تقوم به فرنسا من مخالفة صريحة لأحكام التوجيه الأوروبية.¹

فإذا كان هذا موقف المشرع الفرنسي نظرًا لغموض مفهوم المستهلك المراد حمايته فإنه كان لزامًا على المشرع الجزائري إما أن يعترف بهذه الحماية في هذا المجال (الشروط التعسفية) أو أن يعفي هذه الأشخاص المعنوية منها.

فالمستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني، وهذه المنتجات تقدم لهم من طرف شخص آخر غالبًا ما يكون محترفًا، والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الإستهلاك.

لكن ليس الأمر كذلك، كون أن منتج محل شراء من طرف شخص ما يمكن مثلاً استعماله من قبل أفراد العائلة الذين هم بالنسبة لعقد البيع من الغير، هذا الغير هو أيضًا مستهلك من نفس الوقت لكنه يكون على الهامش من زاوية حق مرتبط بمفهوم العقد، إمّا

¹ إلى جانب ذلك فإن فرنسا تعترف فقط للأشخاص المعنوية من الحماية المقررة ضد الشروط التعسفية الأمر الذي دفع بها إلى إنشاء لجنة مكافحة الشروط التعسفية.

أن يحصل أو يستعمل فالمستهلك يعتبر دائماً شخصاً طبيعياً والهدف الغير مهني يقتضى وجود إحتياجات خاصة التي هي أساساً إحتياجات الأشخاص الطبيعيين، ولهذا السبب فإن فائدة بعض نصوص قانون الاستهلاك تخص فقط الأشخاص الطبيعيين لكن يمكن أن نعترف لبعض الأشخاص المعنوية بصفة المستهلك متى كان نشاطها غير مهني ولا يهدف إلى تحقيق الربح من ذلك.

واستخلاصاً لما سبق، إنّ كل الشركات والضمانات تسعى لأن تكون الرائدة في مجالها والجميع يسعى لأن يكون متميزاً وأن يكون قائداً للسوق في مجاله، وهذا لا يتحقق إلا من خلال وضع إستراتيجية للمنافسة بالشكل الذي يجعلها تحتل الصدارة في أعلى هرم السوق ، و يكون هذا عن طريق المزاومة التي يفتعلها المنتجون قصد تصريف منتوجاتهم. فالمنافسة ليست وفقاً على التجار والمنتجين فقط وإنما قد تتعداهم في بعض الأحيان إلى المستهلكين الذين يتنافسون على اقتناء السلعة بأرخص الأثمان قد ينذر وجودها بالمستقبل القريب، وتصبح غالية الثمن أو تختفي من السوق .

وبالتالي فإنّ عرض المنتج أو الخدمة في السوق يعني أنّها موجهة إلى المستهلك الذي يكون في حاجة إلى إقتناء هذه المنتوجات والخدمات، وهنا تظهر العلاقة المباشرة بين المنافسة والمستهلك وتأثير كل منهما على الآخر، وبالرغم من العلاقة الموجودة بين المنافسة والمستهلك إلا أنّ هناك إختلاف في مجال إعمال كليهما لأنّ مجال إعمال قانون المنافسة هو ضبط العلاقات فيما بين الأعوان الاقتصاديين داخل السوق أمّا قانون المستهلك فيضبط علاقة المحترفين بالمستهلكين .

المحور الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في ظل قانون المنافسة

لعل من المفيد أن نؤكد أنّ موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي يجب الإهتمام بها و خاصة في الوقت الحاضر بإعتبار أن للإستهلاك دور أساسي في الحياة الإقتصادية، كما أن له تأثير على الحياة اليومية للشخص.

إن لجوء الأعوان الإقتصاديين إلى إتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق و كذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الإقتصاديين الآخرين، دفع بالمشرع إلى إتخاذ التدابير اللازمة لحظر مثل هذه الأعمال غير الشرعية، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى إستعمال مثل هذه الأنشطة، كما كان لازماً البحث عن آليات قانونية تتماشى وواقع الحال و تحمي المستهلك وتقيه، مما قد يسبب له أضراراً من جراء اقتتاهه منتوجات و سلع، وحتى خدمات لا تلبى الرغبة المشروعة لهذا الأخير، والتي سعى المشرع لإيجاد التدابير الفعالة التي تقي المستهلك وتحميه في ظل اقتصاد السوق والحرية الاقتصادية، التي تتطلب فتح المجال لحركية السلع والخدمات، وبالتالي إرتأينا أن نقسم هذا المحور إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، وفي المبحث الثاني الهيئات القانونية المكلفة بحماية المستهلك.

المبحث الأول: حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة

لقد إهتم قانون المنافسة بتحديد ومنع الممارسات المنافسة للمنافسة، والتي تقع تحت طائلة البطلان، وذلك من خلال المواد، 6،7،10،11،12، ولعلّ الملاحظة الأولية بخصوص هذه الممارسات تتعلق بتوسيع المشرع مجال الممارسات المنافسة للمنافسة مقارنة بالأمر 95-06¹، وذلك عن طريق إدخال بعض الممارسات ضمن قائمة الممارسات المحظورة، وعليه فإن الممارسات المنافسة للمنافسة تتمثل حسب الأمر 03-03² المتعلقة بالمنافسة في :

- حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة
 - حظر التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق
 - حظر الاحتكار
 - حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية
 - حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيًا.
- و سوف نتطرق إلى هذه النقاط من خلال خمس مطالب.

المطلب الأول : الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

تُعتبر قاعدة منع الاتفاقيات المقيدة للمنافسة أقدم وأهم وسائل محاربة الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة، وتكمن أهميتها كونها الركيزة والدعامة الأساسية التي يستند عليها وجود المنافسة، فهي تعمل على تحقيق إستقلالية المنافس وعدم خضوعهم لأحد .

¹ القانون 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، والذي صدر لإرساء قواعد وأسس المنافسة الحرة داخل السوق، ولقد اعترف هذا القانون بحرية المنافسة وتحديد الأسعار حسب قواعد السوق باستثناء بعض السلع الواسعة الاستهلاك كما كرس حرية المبادرة الاقتصادية .

² أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر. رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003).

تترجم الأهمية التي منحت لقاعدة الاتفاقيات المحظورة¹ في سنها المواد الأولى لقانون المنافسة سواء في القانون الدولي أو في القانون الداخلي وأحسن مثال على ذلك هو القانون الأمريكي باعتباره أول قانون جاء ليحارب هذه الاتفاقيات، وليحمي المنافسة حيث أنه يعتبر أن حرية المنافسة هي أفضل وسيلة لضمان التقدم الاقتصادي، يمثل قانون شيرمان الذي صدر في سنة 1890²، أول محاولة من جانب الحكومة الفيدرالية لتقييد الاحتكار في الولايات المتحدة الأمريكية،³ حيث يعتبر عمل غير قانوني مايلي:

1- كل عقد أو تجمع أو تأمر بغرض تقييد التجارة سواء بين الولايات أو في التجارة الخارجية.

2- كل إحتكار أو تجارة أو تأمر مع آخرين في محاولة احتكار أي جزء من التجارة بين الولايات أو في التجارة الخارجية.⁴

¹ تعتبر قاعدة منع الاتفاقيات المقيدة للمنافسة أقدم وأهم وسائل محاربة الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة وتكمن أهميتها في أنها الركيزة الأساسية التي يستند عليها وجود المنافسة فهي تعمل على تحقيق استقلالية المنافسين وعدم خضوعهم لأحدهم و تهدف الاتفاقات إما الى تنظيم المنافسة او الى عرقلتها.

² قانون شيرمان لمكافحة الاحتكار لعام 1890 ، التشريع الأول الذي سنه الكونجرس الأمريكي (1890) للحد من تركيزات القوة التي تتداخل مع التجارة وتقليل المنافسة الاقتصادية، تم تسميته على اسم السناتور الأمريكي جون شيرمان من ولاية أوهايو ، الذي كان خبيراً في تنظيم التجارة، جامعة جنوب كاليفورنيا، فهو قانون مكافحة الاحتكار بالولايات المتحدة التي تنص على قاعدة المنافسة الحرة بين أولئك الذين يعملون في التجارة التي أقرها الكونجرس تحت رئاسة بنيامين هاريسون، سميت باسم السناتور جون شيرمان، مؤلفها الرئيسي.

يحظر قانون شيرمان على نطاق واسع:

(1) الاتفاقات المانعة للمنافسة.

(2) السلوك الأحادي الذي يحتكر أو يحاول إحتكار السوق ذات الصلة.

- طورت المحاكم الفيدرالية مجموعة من القوانين بموجب قانون شيرمان تجعل أنواعاً معينة من السلوك المضاد للمنافسة في حد ذاتها غير قانونية ، وإخضاع أنواع أخرى من السلوك لتحليل كل حالة على حدى فيما يتعلق بما إذا كان السلوك يقيد التجارة بشكل غير معقول.

³ يُعتبر قانون مكافحة الاحتكار في الولايات المتحدة مجموعة من القوانين الفيدرالية في الغالب، التي تنظم سلوك وتنظيم الشركات التجارية، وتهدف بشكل عام إلى تعزيز المنافسة ومنع الاحتكارات.

⁴ جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تيزي وزو، 2012، ص40.

هذا وقد نص المشرع الجزائري في المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتمم بالمادة الخامسة من القانون رقم 12-08¹ على ما يلي: "تحضر الممارسات والأعمال المديرية والإتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة أو الحد أو الإخلال بحرية المنافسة في سوق أو في جزء جوهري منه، لا سيما ما ترمي إلى:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها.
 - تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الإستثمارات أو التطور التقني.
 - إقتسام الأسواق أو مصادر التموين.
 - عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار أو لإنخفاضها.
 - 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 التجارية.
 - السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة.
- إنّ تطبيق نص هذه المادة يثير الكثير من الإشكالات، إذ لا بد من توفر شروط معينة حتى نعتبر إتفاق محظور، وإلا فيعتبر ذلك مساساً بحرية أعمال الأعوان الإقتصادييين في مزاولتهم نشاطهم، ومن جملة الشروط التي يجب توفرها حتى يمكن لمجلس المنافسة من متابعة و معاقبة مرتكبيها نذكر:

الفرع الأول : شرط الإتفاق

إن إعطاء تعريف قانوني للإتفاق المقيد للمنافسة شيء صعب و قد أشار إلى هذه الصعوبة الكثير من الفقهاء عند دراستهم للإتفاقيات الاقتصادية.

¹ قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة.

- الإتفاق هو العقد المبرم بين عدة أطراف مستقلة وهو كذلك عقد مبرم بين مؤسسات متنافسة أو بين مؤسسات غير منافسة، مثل اتفاق التوزيع.¹

كما يقصد بالإتفاق تبني خطة مشتركة بين مجموعة من الأعوان الإقتصادييين تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع و الخدمات و لا يقوم الإتفاق في غياب هذا الشرط.²

استخلاصًا لما سلف أن للإتفاق عناصر رئيسية تدور جميعها حول إستقلالية المؤسسات وهي ثلاث عناصر، عنصر توافق الإرادات بين مؤسسات مستقلة، عنصر حرية التراضي وعنصر حرية إتخاذ القرار، فمسألة إستقلالية إدارة الأطراف ذات أهمية في تكييف الاتفاق بحيث تطرح أساسًا في العلاقات القائمة بين المؤسسات التابعة لنفس التجمع كذلك تلك العلاقات التي تربط الشركة الأم بأحد فروعها، ولا سيما إذا كانت الشركة الأم هي التي تراقب أعمال فروعها، فهذه الصورة إذن تقلت من تطبيق أحكام المادة 06 من قانون المنافسة .

فمن حيث طبيعته يستوي أن يكون تعاقدًا أو في صورة ترتيبات ودية بين الأطراف المتواطئة يجري مراعاتها للقوانين الداخلية للمؤسسات المعنية أو للمواثيق المهنية أو النقابية، و من حيث الشكل يستوي أن يكون الإتفاق صريحًا أو ضمنياً، ظاهرًا أو مستترا³ بالنسبة للقائمين بالتشاور، فإنه مهما كانت طبيعتها فلا تأثير لها حول الإتفاق سواء تعلق الأمر بأشخاص معنوية أو بأشخاص طبيعية، لكن بشرط أن تمارس نشاط إقتصادي.

¹ جلال مسعد، المرجع السابق، ص 42.

² يتحقق هذا الاتفاق بمجرد انصراف إرادة كل مؤسسة معينة بسلطة القرار إلى الانضمام أو الانخراط في قالب مشترك يشكل سلوك جماعي لمجموعة من المؤسسات مما قد يؤثر على الإستقلالية المعترفة لكل منها.

³ د.كتو محمد شريف، المرجع السابق، ص 59.

الفرع الثاني: مساس الإتفاق بأحكام المنافسة

نقصد بمساس الإتفاق بقواعد المنافسة عدم مشروعيتها من هذه الناحية، مع الإشارة إلى أن عدم المشروعية تقدر وفقا لقواعد المنافسة، وعليه فإن أطراف الاتفاق قد تراعى فيه الأنظمة الداخلية للمؤسسات المعنية، وكذا المواثيق النقابية أو المهنية الخاضعة لها الأطراف المتفقة.

و مع ذلك يكون هذا الاتفاق غير مشروع إذا كان يهدف مباشرة إلى المساس بالمنافسة أو يمكن أن يؤثر عليها أو يحد منها، و إن كان لا يهدف مباشرة إلى ذلك، وهذا بالضبط ما نصت عليه المادة 6 من الأمر 03-03¹ وإن كان يعاب عليها من حيث الصياغة أنها استعملت عبارة "يهدف" أو "يمكن أن يهدف" والأصح أن الاتفاق يمكن أن يهدف من البداية إلى عرقلة المنافسة، ولكنه يؤثر عليها بطريقة غير مباشرة ومهما يكن، فالمقصود هو توافر شرط التأثير على المنافسة سواء أكان هذا التأثير حقيقياً أو مفترضاً.

غير أنه إذا كان الإجماع حاصل حول عدم مشروعية الاتفاق عندما يؤدي إلى المساس بقواعد المنافسة، فإن نصوص قانون المنافسة لم تحدّد درجة هذا الإخلال حتى يعتبر الاتفاق مخالفة تستوجب العقوبة الأمر الذي يجعل السلطة المختصة تتردد في تقدير وجود المخالفة.²

وفي هذا الإطار فإن الاجتهاد الفرنسي قد قرر رفض تطبيق المادة 7 من قانون المنافسة الفرنسي التي تقابل المادة 6 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة في نزاع يتعلق بإتفاق رأت بأنه لا يتضمن سوى تأثير محدودا على المنافسة في السوق المعني.

¹ أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر. رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003).

² بوحلايس إلهام، الإختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة منتوري، 2004-2005، ص 10 .

و على ما يبدو أن هذا الاجتهاد في محله، حيث لا يمكن من وجهة نظر منطقية أن تكون مراقبة المنافسة في مستوى يؤدي إلى تقييدها بطريقة تتنافى مع المبدأ العام وهو حرية المنافسة وإستعمال جملة الوسائل للحفاظ على هذا المبدأ.

وتماشياً مع ما تم ذكره فإن التأثير على المنافسة يعتبر الشرط الجوهري لعدم مشروعية هذه الاتفاقات، وذلك مهما كانت طريقة التأثير على المنافسة، سواء أكان على الصعيد الأفقي أو الرأسي، فالأول يقصد به تلك الاتفاقات التي تربط بين متعاملين من نفس القطاع، مثلاً إتفاقات الإنتاج المشترك أو بين مؤسسات توزيع... إلخ، أما الثاني فالمقصود به تلك الاتفاقات التي تربط بين متعاملي قطاعات مختلفة كاتفاقات التوزيع الحصري أو الانتقائي، و عقود التموين.

الفرع الثالث: العلاقة السببية بين الاتفاق والمساس بالمنافسة

يعتبر عنصر السببية من الأمور التي تساعد مجلس المنافسة في معرفة اتجاه إرادة المتعاملين الاقتصاديين إلى تحقيق مقصد غير مشروع من وراء الاتفاق المبرم فيها بينهم، إذ لا يمكن اللجوء مباشرة إلى تجريم الاتفاقيات المبرمة بين الأطراف المتواطئة فيه دون أن يثبت وجود عرقلة أو آثار سلبية على حرية المنافسة.

فمتى ثبت وجود عرقلة لحرية التجارة في السوق أو أدى ذلك الاتفاق إلى المساس و لو بجزء جوهري من السوق فهو دليل على تحقيق شرط الإتفاق المعاقب عليه، مع العلم أن قانون المنافسة في مادته السادسة نص على الاتفاقات غير المشروعة على سبيل المثال فقط لا على سبيل الحصر.¹

الأمر الذي قد يثير مخاوف المتعاملين الاقتصاديين عند إبرام الاتفاقيات فيما بينهم حتى و لو كان غرضها مشروع، إذ يمكن ذلك المساس بمصالح و أعمال هذه الأخيرة الأمر الذي دفع بالمشرع في قانون المنافسة إلى ضرورة إرفاق عريضة إخطار مجلس المنافسة

¹ حيث يمكن للسلطات المعنية كمجلس المنافسة في هذه القضايا أن يعاقب كل ممارسة تجارية قامت بتقييد المنافسة الحرة توصف بأنها أخذت شكل اتفاقية.

بعناصر إثبات مفهومة لا يمكن أن تكون مجرد تقديم لبعض العناصر التي من شأنها احتمال وقوع ممارسات غير نزيهة، فالسلطة المكلفة بالمتابعة هي التي يجب عليها إثبات الممارسات، وهذا المبدأ تقليدي في قانون العقوبات ونقل إلى مجال تطبيق قانون المنافسة رغم أن هذا له طابعًا جنائيًا.¹

إذا كان الاتفاق في حد ذاته محظورًا كما ذكرنا سابقًا متى كان الغرض منه أو الآثار التي تنتج عنه وغير مشروعة تمس بحرية المنافسة النزيهة، فإنه لا يمكن أن يأخذ هذا المبدأ بحذافيره وإنما هناك استثناء من القاعدة العامة، إذ أوردت المادة 9 من قانون المنافسة جواز الاتفاق على نشاط معين متى يهدف هذا الأخير تطور اقتصادي أو تقني أو يساهم في تحسين التشغيل أو من شأنها السماح للمؤسسات بتحسين وضعها في السوق، وكذا الحصول على ترخيص مسبق من قبل مجلس المنافسة.²

المطلب الثاني: التعسف الناتج عن الهيمنة أو الاحتكار في السوق

تعتبر من قبيل الممارسات المنافية للمنافسة تلك الممارسات التعسفية الناتجة عن الهيمنة أو الاحتكار في السوق، حيث ينجم عن ذلك إضرار بالسوق مما ينعكس سلبًا على المستهلك الذي يكون مجبرًا على الرضوخ لمطالب المعترف في تعاملاته به، هذا وقد تطرق المشرع الجزائري لهاتين الحالتين بموجب المادة 7 من قانون المنافسة.

الفرع الأول: التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق

لقد تطرق قانون المنافسة للتعسف الناتج عن الهيمنة في السوق من خلال المادة 07 من الأمر 03-03 والتي تنص على أنه: "يُحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على الأسواق أو الاحتكار لما أو على جزء منها قصد...".³

1 - أرزقي زويبير، المرجع السابق، ص 99.

2 - مضمون المادة 9 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم .

3 المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة (ج.ر رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003).

تعتبر الهيمنة بمثابة القوة الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة ما، والتي بها أو بموجبها تستطيع أن تعرقل المنافسة في السوق (المنافسة الفعلية) مع إنتهاج سلوك منها يتسم بقدرٍ كافٍ من الاستقلال في مواجهة منافسيها، وكذا عملائها وفي الأخير في مواجهة المستهلكين.

إذا عرف السوق بأنه تلك السلع والخدمات التي يعرضها العون الاقتصادي، والسلع والخدمات البديلة التي يمكن أن يحصل عليها المتعاملون أو المنافسون في نفس المنطقة الجغرافية.¹

بعد تعريف السوق لا بد من تحديد السوق المعنية إذ يعتبر بمثابة قاعدة أساسية في قانون المنافسة لقياس مقدار المنافسة الواقعة أو المحتملة، الأمر الذي يسمح بقياس سلطة الهيمنة لمؤسسة ما، ثم إن استخدام مصطلح السوق السلعي يفترض البحث عن الموضوع المشترك للعرض والطلب، كذلك البحث عن المجال الإقليمي الذي يلتقيان فيه، أي أنه لا يمكن الوقوف على موقع الهيمنة إلا بإبراز المعايير التي ستساعد على تحديد السوق، وعليه فحماية لمصالح المستهلك لا بدّ من التصدي للممارسات التي تكون محل هيمنة في السوق، لأنّ ذلك يؤدي إلى إنعدام أو قلة السلع في السوق وعدم تمكين المستهلك من قدرة الاختيار بما يتناسب مع رغباته، وإن وجدت كذلك سلع بديلة في نفس الوقت قد تكون محل زيادة في ثمنها.²

¹ فهناك معيار لتحديد السوق وهو معيار المبادلة، إذ قابلية السلع أو الخدمات للاستبدال تكتسي أهمية كبيرة في تحديد سوق معينة و مثال ذلك نذكر سوق البن إذ يمكن أن يوجد منتج يحل محلها عند ندرتها و هي الشاي، أو سوق الدهنيات فيمكن أن تحل المارجرين محل الزبدة إذا كانت منعدمة في السوق...إلخ .

² والواقع يثبت مثل هذه التصرفات حيث غالبًا ما يؤدي غياب سلعة ما في السوق إلى استعمال المؤسسات الاقتصادية بعرض منتجات بديلة لكن ليست بقدر من الجودة مع أنها تحتفظ بأسعار باهظة تطبق على البضائع الأصلية التي تكون نادرة في السوق أو تكون في أسواق أخرى بعيدة.

صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-175¹ المؤرخ في 12 مايو سنة 2005 الذي يجيد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات، ووضعية الهيمنة على السوق،² فهذا التصريح يقدمه مجلس المنافسة بناء على طلب من المؤسسات المعنية بهدف عدم التدخل لانعدام السبب في ذلك، متى كان الطلب موجها من طرف المؤسسات المعنية مباشرة، أما إذا كان الطلب مقدما من قبل ممثلوا هذه الأخيرة فلا بد من استظهار تفويضا مكتوبا يبين فيه الصفة التمثيلية المخولة لهم.

الفرع الثاني: التعسف بسبب احتكار السوق

إن وضعية الاحتكار قد تمثل وضعية هيمنة في السوق إذا كانت المؤسسة تشمل على جميع حصص السوق، الأمر الذي يجعلها لا تخضع إلى أية منافسة، و بالتالي تكون بهذه الصفة قد حققت تمركزا أكيدا للقوة الاقتصادية .

ففي هذه الحالة فإن الفعل المحظور لا يتجسد في مجرد الهيمنة على السوق، وإنما يتمثل في استغلال هذه الهيمنة، فكما هو معروف منذ القدم فإن كان من يحوز على السلطة يكون قابلاً للتعسف بها، لأن كل متعامل اقتصادي يسعى دائما وراء تحقيق موقع هيمنة و سيطرة في السوق، ولا شك أن السعي لتحقيق ذلك يساعد كثيرا على تفعيل المنافسة إن لم يكن مقترنا بالتعسف في استعمالها.³

¹ مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005، يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق (ج.ر رقم 35-2005).

² المرسوم التنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005، يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق، ج ر عدد 35، الصادرة سنة 2005 .

³ لقد أدرج المشرع موضوع الاحتكار ضمن المادة 07 إلى جانب التعسف في وضعية الهيمنة على السوق، و لعل الحكمة من ذلك هو رغبة المشرع في تحقيق توازن في العقود المبرمة بين أطراف غير متكافئة في القوة، و ذلك عن طريق منع إساءة استعمال القوة الاقتصادية التي يحوزها الطرف القوي المحتكر لجميع حصص السوق أو جزء منها.

والجدير بالذر أنّ موضوع الاحتكار من الناحية العملية يكفي أن يكون العون الإقتصادي المُحتكر للسوق متعسفاً، حيث أنّ الإنفراد بالسّوق أو بأغلب حصصه يجعل كل من السّلع والسعر الذي تباع به محل تغيير ودراسة كل مرة من المحتكر، ولا يمكن أن يعتمد على معيار العرض والطلب، كما أنّ المستهلك الذي يكون بحاجة للسلعة أو للخدمة نظراً لظورتها قد لا يبحث عن نظريتها في السّوق، لأنّه يعلم مسبقاً بأنّ المورد والمورّع الوحيد هو الذي يملك صلاحية تحديد ثمنها، الأمر الذي قد يكون بمثابة الطرف الضعيف ألا وهو المستهلك، أمّا إذ استتبع الاحتكار بتعسف نتيجة ممارسات ظاهرة في السّوق يكون بمثابة بعث اضطرت في السوق الأمر الذي لا بد للهيئة المكلفة بالمنافسة من العمل على عدم حصوله لأنّها الضابط الأول والأخير للسوق، ولا يمكن للمتعاقل الإقتصادي أن يفرض قانونه في السوق.¹

المطلب الثالث: إستغلال وضعيّة التبعيّة الإقتصادية

إنّ ممارسة التعسف في إستغلال وضعيّة التبعيّة الإقتصادية، تعدّ من قبيل الممارسات المقيدة للمنافسة التي أضافها الأمر 03-03 في مادته 11، و بمقتضى هذه الأخيرة فإنه: " يُحظر على كل مؤسسة التعسف في إستغلال وضعيّة التبعيّة لمؤسسة أخرى بصفقتها زبونا أو مموناً إذا كان ذلك يخلّ بقواعد المنافسة".

يتجلى من خلال النص أنّ ممارسة التعسف في إستغلال وضعيّة التبعيّة الإقتصادية، يقتضي وجود وضعيّة تبعيّة من مؤسسة لمؤسسة أخرى أولاً، وثانياً إستغلال هذه الوضعيّة استغلالاً تعسفياً، بحيث يؤثر ذلك على قواعد المنافسة، وهذا ما ستم التطرّق إليه في الفرعين الآتين:

¹ أرزقي زوبير ، المرجع السابق، ص 104 .

الفرع الأول: وضعية التبعية الاقتصادية

لقد أعطت المادّة الثالثة مفهومًا لوضعية التبعية الاقتصادية بوصفها "العلاقة التي يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونًا أو مموّنًا".

إنّ وضعية التبعية الاقتصادية وفقًا لمفهوم النصّ تفترض وجود علاقة تجارية بين المؤسسة التابعة و المتبوعة، هذه العلاقة حدتها المادة السابقة من زاوية المؤسسة المتبوعة، فذكرت بأنها قد تكون زبونًا أو مموّنًا، الأمر الذي يوحي بإتساع نطاق وضعية التبعية الاقتصادية بإمكان تحقيقها في شتى العلاقات التجارية.¹

وفي الواقع، فإن هذه العلاقة التجارية قد تترجم في صيغ متعددة، إذ أنّها قد تتحقق بتبعية موزع لممون، كما في الحالة التي يمثل فيها منتج الممون نسبة كبيرة من رقم أعمال الموزع، بحيث لا يمكنه إلا أن يكون في وضعية تبعية، كما قد يحدث العكس وتتحقق تبعية ممون لموزع، كأن تشكل المؤسسة الموزع أهمية كبيرة في تجارة الممون.

وما يجب أن ننوه إليه أنه حتى نميز بين وضعية التبعية الاقتصادية، وغيرها من الاتفاقات لا بد من التطرق الى شرط آخر جاء في المادة الثالثة يتمثل في وجود حالة ضرورة- إن صحّ التعبير- هذه الضرورة عبرت عنها المادة "بعدم وجود بديل مقارن".

إنّ هذا الشرط يذكرنا بذلك الذي تضمنه القانون المدني بخصوص الإكراه كعيب من عيوب الرضا، والمتمثل في سلطان الرهبة البينة بين تصور للطرف المتعاقد أن خطرًا جسيمًا محققًا يتهدهده.²

غير أن ما يميز حالة الضرورة في التبعية الاقتصادية هو أنّ هذه العلاقة التجارية ليست ناتجة عن ضغط أو إكراه، وإنّما استندعتها ظروف الحال التي دفعت المؤسسة التابعة

¹ - بوحلايس إلهام، المرجع السابق، ص 24.

² - المادة 88 من الأمر 75-56 المتضمن القانون المدني .

إلى قبول شروط التعاقد المقروضة من المؤسسة المتبوعة تحت طائلة تحقيق خسارة أكيدة في جانب المؤسسة التابعة.

الفرع الثاني: التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية

شأنها شأن باقي الممارسات المقيدة للمنافسة، فإنّ وضعية التبعية الاقتصادية ليست في حدّ ذاتها تشكل ممارسة مقيدة للمنافسة، بل لابدّ من وجود عنصر آخر هو التعسف في استغلال هذه الوضعية بشكل يخلّ بقواعد المنافسة، وأنّ هذا المعيار أي الإخلال بقواعد المنافسة يجب أن يكون على درجة معقولة لذلك ، فإنّ المشرّع وحتى تسهل عملية تحديد مدى وجود هذه الممارسة، فقد جاء في المادة 11 من الأمر 03-03 على سبيل المثال بعض أوجه التعسف في إستغلال وضعية التبعية الاقتصادية تتمثل هذه الأوجه على الخصوص في:

• رفض البيع دون مُبرر شرعي

فإذا كانت القاعدة العامة وحرية الصناعة والتجارة تقتضيان حرية كل مؤسسة في إختيار متعاقدتها، فإنّ قانون المنافسة إعتبر من قبيل التعسف رفض البيع دون مبرر شرعي.¹

• البيع المتلازم أو التمييزي

يتمثل البيع المتلازم في ذلك البيع الذي يكون فيه حصول البائع على المنتج الذي يطلبه مشروطا بإقتنائه منتجًا آخر لذات البائع. أما البيع التمييزي، فهو ذلك البيع الذي يتحقق في كل حالة تحصل فيها مؤسسة أو عدة مؤسسات دون الأخرى على شروط خاصة للبيع، تتمثل في منحها إمتيازات تتمثل في أسعار خاصة، أو تسهيلات في الدفع... مما يجعلها في وضعية أفضل من غيرها من المؤسسات.

¹ و ما تجدر الإشارة إليه، هو أنّ رفض البيع إستنادًا إلى مبرر شرعي يُزيل عنه صفة التعسف كوجود مثلا رفض البيع الناتج عن وجود إتفاق سابق مع مؤسسة أخرى.

• البيع المشروط بإقتناء كمية دنيا

إن مبرر منع هذا البيع، واعتباره مؤثراً في المنافسة هو إمكانية مساسه بمبدأ أساسي تضمنه قانون المنافسة، و هو مبدأ تحديد الأسعار بصفة حرة اعتماداً على قواعد المنافسة، وذلك عن طريق خرق معادلة العرض والطلب بطرح كمية قليلة من المنتج في السوق، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار أو الحفاظ عليها مرتفعة، وإستفادة المؤسسة صاحبة المنتج على حساب العملية التنافسية في السوق.¹

• الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

يتحقق هذا البيع في الحالة التي يفرض فيها المنتج مثلاً على الموزع الذي يتعامل معه أن يعيد هذا الأخير بيع المنتج بحد أدنى لا يجوز له النزول عنه، مما يؤدي إلى تقوية وضعية المنتج تجاه الموزع، ويؤدي إلى وجود حاجز يعرقل إمكانية انخفاض الأسعار وفقاً للسوق.

• قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة

ومعنى ذلك أن توجد علاقة تجارية بين متعاملين، وأن يقوم أحدهما مهما كانت صفته بقطع هذه العلاقة لمجرد رفض المتعامل الآخر الخضوع لشروط غير مبررة.

المطلب الرابع: البيع بأسعار منخفضة تعسفيًا

الجدير بالملاحظة أنه نظرًا لغياب تعريف سواء تشريعي أو فقهي أو قضائي فإننا نعد إلى استنباط مفهوم لهذه الممارسة من خلال نص المادة المنظمة لها، إذ تنص المادة الثانية أنه "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقله أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق".²

¹ - بوحلايس إلهام، المرجع السابق، ص 27.

² تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر 2013، ص 231.

ولعل أهم ما جاء في نص هذه المادة:

- حظر البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي.
- حظر ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي.
- قيام الممارسة بين المؤسسة والمستهلك بقصد الإضرار بمؤسسة منافسة.
- المعيار المعتمد لإعتبار الأسعار منخفضة هو تكاليف الإنتاج و التحويل والتسويق.
- المعيار المعتمد لإعتبار الممارسات أو العروض تعسفية هو معيار الغاية أو الهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق.
- قيام الممارسات بشكل قطعي أو احتمالي كلاهما سواء في اعتبارها من الممارسات المقيدة للمنافسة.

وعليه يمكن أن نضع التعريف التالي لهذه الممارسة: "هي كل فعل قام به عون اقتصادي خاصة الموزعين الكبار، سواء بصفة منفردة أو جماعيًا ينصب على عنصر السعر إذ يقوم بالتعامل بأسعار تتحدى كل منافسة تجعله يتحمل هو أيضا نتائج الخسارة من خلال البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي".

ولكن بالنظر إلى المشرع الجزائري ضبط عدم شرعية الفعل في عرض السعر أو ممارسة فإننا نميل إلى التعريف التالي: "هي ممارسة مقيدة للمنافسة ترتكبها مؤسسة ضد مؤسسة أخرى من خلال عرض أو ممارسة لأسعار بيع منخفضة للمستهلك إنخفاضاً يصل إلى درجة البيع بسعر يقل عن سعر التكلفة الإجمالية مما يخل بمبادئ المنافسة الحرة".

واستخلاصاً لما سلف، يمكن إستنتاج أنّ التعسف في عرض أو ممارسة أسعار البيع منخفضة للمستهلكين ممارسة مقيدة للحرية التنافسية الهدف منها إزاحة المنافسين الآخرين والسيطرة على السوق والعودة بعد ذلك إلى السعر العادي إن لم يكن أكثر ارتفاعاً لتدارك هامش الخسارة.

وإنطلاقاً من كون قانون المنافسة أتى لتكريس لمبدأ تحرير الأسعار بمعنى أن التحديد يجب أن يكون تلقائياً من قبل السوق، وبالتالي على كل مؤسسة احترام هذا التحديد، أي يمنع عليه البيع بسعر آخر منخفض لأن ذلك من شأنه أن يفقد السوق توازنه مما يمس بمصالح بقية المؤسسات، واحتلال مبادئ المنافسة وعدم استقرار الأسعار وتذبذب مصالح المستهلكين كون أن المستهلك يصبح مسيراً لا مختياراً.

كما أن هناك من يرى أنها وسيلة إشهار تؤدي إذا أحسن استعمالها إلى إرتفاع المبيعات و كثيرا ما تجد هذه الممارسة تطبيقها في المراكز الكبرى للتوزيع حيث تعرض بعض السلع أو المنتجات للبيع بأسعار زهيدة لكن في الوقت ذاته وبالتوازي تعرض سلع بأسعار معقولة وبهوامش ربح معتبرة بموجبها فيقع المستهلك في هذا الفخ.¹

الفرع الأول : مقياس التعسف والتخفيض للأسعار عند المشرع الجزائري

في نص المادة 12 من الأمر 03-03 نجد أن المشرع الجزائري تبنى معيار سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق كهامش مرجعي فكل الأسعار التي تعرض أو تمارس وهي أقل من سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق هي ممارسة تعسفية مقيدة للمنافسة. هذا وقد عرف المشرع الجزائري سعر التكلفة الحقيقي بأنه " سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق و الرسوم و عند الاقتضاء أعباء النقل"، يقاس على ذلك سعر تكاليف الإنتاج أو سعر تكاليف التحويل أو سعر تكاليف التحويل أو سعر تكاليف التسويق وفي واقع الأمر فإن السعر لن يحدد عن صورة من الصور التالية.

إمّا أن يكون سعر بيع المنتجات يساوي أو يفوق سعر تكلفة الإنتاج والتحويل والتسويق وهنا تكون أمام أسعار شرعية قانونية بمعنى منافسة شرعية حتى ولو كانت أقل من أسعار باقي المؤسسات إذ العبرة بأسعار تكلفة الإنتاج والتحويل والتسويق، وإمّا أن تكون

¹ لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2013، ص 360 .

الأسعار منخفضة إنخفاضاً مفرطاً لدرجة أنها تقل عن تكلفة الإنتاج والتحويل والتسويق، وهو أمر لا عقلاني عادة يوحي بالتعسف الذي يلحق ضرراً بالمؤسسة.

ويرى البعض أن إتماد المشرع لسعر التكلفة الحقيقي بدل سعر الشراء الحقيقي يطرح إشكالية التحديد، فإن 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 إنجاز مثل هذه العملية ليس بالأمر الهين.¹

المطلب الخامس: التجمعات الاقتصادية

تعرف الحياة الاقتصادية الجديدة ظاهرة التركيز الاقتصادي كضرورة اقتصادية فرضتها المشاكل و الصعوبات التي تعيق تقدم المشروعات الصغيرة و المتوسطة و تحول دون تحقيق أهدافها في مواجهة المشروعات الضخمة التي تسيطر على قطاعات عريضة من النشاط الاقتصادي، و كان على المشرع أن يجد ضمن نصوص قانون المنافسة ما من شأنه أن يمنع هذا التركيز الاقتصادي من التأثير سلباً على المنافسة .

وتحقيقاً لهذا الهدف تناول الأمر 03-03 التركيز الاقتصادي بشيء من التفصيل حيث أفرد له فصلاً كاملاً تحت عنوان التجمعات الاقتصادية .

ويعرف مفهوم التركيز الاقتصادي بأنه "كل تغيير في التحكم أو التأثير المادي في شخص أو عدة أشخاص، والذي يكون ناتجاً عن اندماج شخص أو أكثر في شخص قائم يحتفظ بشخصيته القانونية عقب الاندماج، أو إنشاء شخص جديد عن طريق مزج اثنين على الأقل من الأشخاص، التي كانت مستقلة سابقاً، وانقضاء شخصيتها القانونية، أو أي من أجزائها".²

¹ لعور بدر، المرجع السابق، ص 368.

² الدكتور محمود ممتاز، رئيس جهاز حماية المنافسة، إقتصاد وبورصة، 2021، بدون ترقيم، رابط الانترنت:

<https://www.youm7.com>

لقد عرف المشرع في نص المادة 15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة التجميع الاقتصادي، وإن كان ذلك بطريقة مختلفة عن المؤلف بصدد التعاريف، حيث لم يعط مفهوما للتجميع الاقتصادي كما فعل مثلا بشأن وضعية الهيمنة أو التبعية الاقتصادية، وإنما اقتصر على إبراز الوسائل التي يتحقق بها التجميع في قانون المنافسة.¹

الفرع الأول : نطاق مراقبة التجميع

لقد نصت المادة 18 من قانون المنافسة على أنه: "تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة". يفهم من نص هذه المادة أنّ المشرع وضع حداً أو نسبة مئوية لا يجوز للأعوان الاقتصاديين تجاوزها وهي 40% ممّا يعني أن العمليات التي تقل عن ذلك لا تخضع للمراقبة.

أمّا عن صور وحالات التجميع فقد نصت عليها المادة 15،² والتي تنص على أنه: "يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا:"

- اندمجت مؤسستان أو أكثر أو كانت مستقلة من قبل.
- حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو جزء منها، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى.
- أنشئت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة.

الفرع الثاني: شروط ممارسة الرقابة على التجميع

حتى تكون مراقبة التجميع مشروعة لا بد من توفير شروط وإلا كانت باطلة، ومن جملة الشروط الواجب توافرها حتى يقع التجميع تحت طائلة المراقبة نذكر:

¹ بوحلايس الهام ، المرجع السابق، ص 32.

- المادة 15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، السالف الذكر .²

الشرط الأول: أن يكون تعزيز لوضعية الهيمنة في السوق

لبلوغ المؤسسة الاقتصادية لتعزيز وضعيتها حتى تهيمن في السوق لابد من أن يكون لها حصة معينة في السوق المرجعي الذي تزاوّل فيه نشاطها، وكما أشرنا سابقاً أنه لابد لممارسة الرقابة على التجميع أن يكون هذا الأخير محققاً لنسبة 40 % فما أكثر من المبيعات أو المشتريات المنجزة في السوق، فلما كان تقدير حجم التجميع يعود إلى السوق فإنه يعتمد في ذلك على عدة عناصر منها على وجه الخصوص تقييم الاستهلاك الوطني للمنتوج المهني بالإضافة إلى تحديد رقم الأعمال المنجزة في السوق من طرف المعنيين بعملية التجميع.

بينما نجد أن القانون الفرنسي المتعلق بالمنافسة والأسعار يعتمد في تنظيم و مراقبة التجمعات أو التمرّكات الإقتصادية على معيار رقم الأعمال، بالإضافة إلى اشتراط نسبة المبيعات بـ 25% والذي تحدد قيمته بسبعة ملايين فرنك فرنسي دون احتساب الرسوم، على أن تحقق مؤسستين عضوة في التمرّك الأقل رقم أعمال لا يقل قيمة على مليارين فرنك فرنسي.

وبالتالي فالقانون الفرنسي يعتمد على وجه الخصوص بنسبة رقم الأعمال، والقيمة المطلقة التي تقتضي تحقيق رقم أعمال محدد من طرف المؤسسات المعنية على مستوى السوق الوطنية كما أنه يأخذ في الحساب رقم الأعمال للمؤسسات المعنية التي تكون طرفاً في العملية دون ذلك الذي يخص المجموعة التي تتشكل منها.¹

الشرط الثاني: المساس بالمنافسة

يعتبر شرط المساس بالمنافسة من أهم السلوكات التي تسمح لمجلس المنافسة بالتدخل لمراقبة التجميع، حيث أنه لا تخضع مشاريع أو عمليات التجميع للمراقبة إلا إذا كان من شأنها إلحاق الضرر بالمنافسة، وهذا ما نصت عليه المادة 17 من قانون المنافسة

¹ BOUTARD-labarde, MARIE chantal, CANIVET GUY , Droit Français de la concurrence, edition L.G.D.J ?, Pris 1994.

على أن : "كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، ولا سيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما..."

والجدير بالملاحظة أنّ مراقبة التجميع لا يعني بالضرورة معاقبة الأعوان الإقتصاديين الذين أقاموا التجميع، وإنّما ضبط هذا النشاط لحظر التعسّف الذي قد ينجم عن التجميع.

وفي هذا الإطار يمكن لمجلس المنافسة وفقًا لأحكام المادة 19 من قانون المنافسة أن يرخّص بالتجميع أو يرفضه ذلك بمقرر معلّل، أمّا الفقرة الثانية من نفس المادة تنص على إمكانية قبول التجميع بشرط أن يهدف هذا الأخير إلى تخفيف آثاره على المنافسة. فهنا الأمر لا يتعلق بممارسة منافية للمنافسة وإنما ممارسة تساهم في ترقية المنافسة، كما أن شرط تخفيف أثر التجميع يمكن أن يفهم منه كسب في قبول التجميع.¹

كذلك يمكن قبول التجميع وأن يرخّص به من قبل الحكومة تلقائيًا، حتى لو كان محل رفض من طرف مجلس المنافسة متى كانت المصلحة العامة في ذلك.²

أكثر من ذلك، فإنه إذا أثبت أصحاب التجميع بأنه سيؤدي إلى تحسين القدرات التنافسية في السوق أو أنه يساهم في تحسين التشغيل أو يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز مكانتها في السوق، فإنّه يعفى من متابعة أصحاب التجميع ويضفي عليه الطابع المشروع حتى وإن تم تحقيق ما قدره 40 % أو أكثر، هذا ما تؤكدته المادة 21 مكرر فقرة 02 من قانون المنافسة على أنّه: "بالإضافة إلى ذلك لا يُطبق الحد المنصوص عليه في المادة 18 أعلاه على التجميعات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنّها تؤدي لا سيما إلى تطوير قدراتها التنافسية أو تساهم في تحسين التشغيل أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق."

¹ مضمون المادة 19 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم .

² مضمون المادة 21 من القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

ولا بد من الإشارة أنّه، لا يطبق نص هذه المادة إلا على التجميعات التي كانت محل ترخيص من قبل مجلس المنافسة وفقًا للشروط المذكورة سابقًا في المواد 17 و18 و19 من قانون المنافسة.¹

ونتيجة ذلك وفي إطار منح ترخيص التجميع أو رفضه، لا بدّ على الهيئة المكلفة مراعاة كل العوامل الاقتصادية منعا من إغلاق باب المنافسة أمام صغار المنتجين أو الموزعين، الأمر الذي قد يؤدي لرفع معدلات أرباح أصحاب التجميعات، فتُصبح المُبالغة في إرتفاع الأسعار نتيجة التّحكم في السّوق كسبب في الإضرار بالمُستهلك التي لا يكون لديه فرص في الحُصول على السّلع أو معرفة قيمتها الحقيقية، أو يمنع ذلك من الإبتكار التكنولوجي الذي يساعد على تحسين وتطوير المنتجات نظرًا لإنعدام المنافسة.

المبحث الثاني : الهيئات القانونية المكلفة بحماية المستهلك

لقد كلفت الهيئات القانونية بجملة من الصّلاحيات في إطار الدّفاع عن المستهلك وحمائته، ويختلف دورها حسب الغرض الذي أنشأت لأجله، فقد كلفت بسلطة الرقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية سواء على المستوى الوطني أو المحلي، وذلك حسب الصّلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له، فنجد هناك هيئات إدارية وأخرى قضائية، هذا وقد ظهرت هيئات أخرى إحتلت مكانة جدّ هامة لدى المستهلك، نظرًا للتأثير الذي تمارسه عليه وهي جمعيات حماية المستهلك ، والتي سنتطرق لدراسة أهم الهيئات المكلفة بالدفاع عن المستهلك لمعرفة الدور الذي تلعبه في إطار حماية المستهلك ومدى فاعليتها لمواجهة أهم المخاطر التي تحيط به، سنقسم هذا المبحث كالآتي: الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

¹ لقد صدر مرسوم تنفيذي تطبيقًا لذلك و يتعلق الأمر بالمرسوم التنفيذي رقم 05-219 الصادر في 22 يونيو سنة 2005 المتعلق بالترخيص لعمليات التجميع، ج ر عدد 43 الصادرة سنة 2005.

(مطلب أول)، الهيئات القضائية المكلفة بحماية المستهلك (مطلب ثان)، ثم نتطرق إلى دور جمعيات المجتمع المدني في حماية المستهلك (مطلب ثالث).

المطلب الأول : الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

تحرص الهيئات الإدارية على تنظيم السوق و منع بث الفوضى و الاضطراب فيه، وذلك في إطار حماية المستهلك قصد توفير متطلباته وحاجاته بعيداً على كل الممارسات المنافسة وغير النزيهة التي قد يلجأ إليها المحترف لتحقيق منافع وأرباح من جراء ذلك.

وبناءً على ذلك، فإنّ تدخل الهيئات الإدارية في تنظيم السوق حماية ودفاعاً عن المستهلك ما هو إلا تنفيذاً للأدوار المكلفة به قصد توفير حماية شاملة سواء على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة بذلك، إذ تختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشأت من أجله.

الفرع الأول : دور وزارة التجارة في حماية المستهلك

إن المهام المنوطة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة و متنوعة، لقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 02-453 الموافق لـ 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة،¹والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك بناء على المادة 05 منه .

يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى، قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة جودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور، أما في إطار ترقية وضبط المنافسة فيقوم بإقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة في سوق السلع

¹ المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 89، الصادرة في 22 ديسمبر 2002 .

والخدمات بعيدة عن كل ممارسة غير شرعية هادفة إلى إفساد المنافسة، مع توجيه وتنظيم النشاط التجاري بغرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش.

أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها:

أولاً : على المستوى المركزي

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المتضمن

تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.¹

فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية

العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

ثانياً: على المستوى الخارجي

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة المنصوص

عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة

التجارة و صلاحيتها و عملها² و بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه : "تنظم

المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل مديريات ولأئية للتجارة - مديريات جهوية

للتجارة"

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقة بالمنافسة والجودة،

كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الإقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية

للتجارة والبالغ عددها بتسع مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقديم وتوجيه نشاطات

المديريات الولائية للتجارة التابعة لإختصاصها الإقليمي، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية

و كذا المديريات الولائية للتجارة قصد التعاون وتنسيق عمليات المراقبة فيما بين الولايات،

¹ المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق لـ 19 غشت سنة 2008 يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 و المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48، الصادرة في 24 غشت 2008 .

² -المرسوم التنفيذي رقم 03-409 مؤرخ في 10 رمضان عام 1427 الموافق 5 نوفمبر سنة 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها وعملها، ج ر عدد 68، الصادرة في 09 نوفمبر 2003.

أما إذا كانت التحقيقات التي تباشرها تتطلب تخصصات معينة فإنه بإمكانها أن تطلب تدخل هيئات ذات اختصاص جوهري لتسهيل ذلك وأهمها الأقسام الإقليمية للتجارة ومفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود.

ثالثاً : الهيئات المختصة التابعة لوزير التجارة

لقد سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم الهيئات تكمن في:

أولاً. المجلس الوطني لحماية المستهلك (CNPC): له دور إستشاري فهو جهاز يُبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار، أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 جويلية 1992.¹

ثانياً. المركز الجزائري لمراقبة النوعية الرزم (CACQE): و الذي يعد مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديرا لتمثيل المركز، وكذا الإشراف على مصالح المركز الخارجية التابعة له من مخابر ومفتشيات جهوية، تم إنشائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه وعمله.²

ثالثاً. شبكة مخابر التجارب و تحليل النوعية (RAAQ): والتي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19/10/1996 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم

¹ القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 20 رجب عام 1427 الموافق 15 غشت سنة 2006، يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة و مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود، ج ر عدد 07 الصادرة في 28 يناير 2007.

² المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 4 شعبان عام 1424 الموافق لـ 30 سبتمبر 2003، تعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 6 محرم عام 1410 الموافق 8 غشت 1989 و المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.

97-459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية،¹ هدفها القيام بالرقابة والتأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على إحترام إجراءات التحليل الرسمية، وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج.

الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

إن تحقيق المهام المنوطة بمجلس المنافسة لا يمكن أن يتحقق إلا عن طريق ممارسة السلطات المخولة له بموجب قانون المنافسة، وفي هذا الإطار يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ القرار وإبداء الرأي حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه سواء كان ذلك بمبادرة منه أو عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك عن طريق الأشخاص المؤهلة لذلك قانوناً،² وفي إطار حماية المستهلك قام المشرع بفتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين، وكذا الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والإستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس، الأمر الذي قد يؤثر إيجاباً على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية صحة وسلامة المستهلك.

أولاً : الدور الإستشاري لمجلس المنافسة

يعدُّ مجلس المنافسة بمثابة الخبير الاقتصادي في ميدان المنافسة، لذا بإمكانه إبداء الرأي حول كل المسائل والنصوص القانونية حيز التحضير، والتي لها صلة بالمنافسة، ليصبح بذلك المستشار الرسمي الذي يلجأ إليه جميع الفاعلين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية ابتداءً من السلطة العامة وصولاً إلى جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية و النقابية وكل الأشخاص والهيئات التي لها أن تستشير المجلس حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة، وتأتي صلاحيات المجلس الاستشارية بالموازاة مع انتهاج الجزائر

¹ ج ر عدد 80، الصادرة في 07 ديسمبر 1997 .

² مضمون المادة 34 من القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة ، معدل ومتمم.

لنظام اقتصاد السوق، وتكريس مبدأ المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، مما يدفعهم إلى طلب الاستشارة في كل ما يخص المنافسة .

تتنوع الاستشارة التي يقدمها مجلس المنافسة من استشارة إلزامية، وكما تدل عليه التسمية ، تكون فيها الجهة المعنية ملزمة وجوباً باستشارة المجلس وتكون استشارة وجوباً في حالة خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار وفي حالة التجمعات الاقتصادية المادتين 5- 17 من الأمر 03-03 .

أما الاستشارات الاختيارية فقد ترك المشرع لجهات معينة المجال مفتوحاً في استشارة مجلس المنافسة و منحها حرية الاختيار في إمكانية القيام بذلك أو الامتناع عنه. وقد نصت على هذا النوع من الاستشارة كلا من المادة 35-38 من الأمر 03-03 فقد قام المشرع من خلال هاتين المادتين بتعداد الأشخاص والجهات التي يكون لها حق للجوء إلى استشارة مجلس المنافسة اختياريًا ، ممثلة في الحكومة والمؤسسات والهيئات و الجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية¹، غير أنّ حرية الاختيار الممنوحة لهاته الهيئات والجهات مقيدة بموضوع الاستشارة الذي يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة .

ثانياً : الدور القمعي لمجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات قمع الممارسات المنافية للمنافسة التي من شأنها المساس بشفافية السوق، غير أن صلاحية المجلس محدودة فقط على محاربة الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة، وذلك بعدما يتم إخطاره من قبل الهيئات المخول لها قانوناً أو أن يتم مباشرة ذلك بنفسه، لقد وضع قانون المنافسة قواعد إجرائية تنظم سير أعماله تبدأ بمجرد إخطار المجلس كإجراء أولي، حسب ما هو منصوص عليه في المادة

¹ مضمون المادتين 35-38 من القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة، السالف الذكر

44 من قانون المنافسة،¹ المرحلة التالية للإخطار المقدم لدى مجلس المنافسة تفتح المجال لهذا الأخير لأن يفتح تحقيقاً قصد إثبات وقوع ممارسات وسلوكات يحظرها قانون المنافسة.

الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

بالنظر إلى المنصب الذي يتمتع به كل من الوالي و رئيس المجلس الشعبي البلدي فيمكن لكل منهما في إطار صلاحياته في تسيير الإدارة المحلية أن يتدخل لوضع حد للممارسات المنافسة للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فرداً من أفراد المجتمع .

أولاً : مسؤولية الوالي اتجاه المستهلك

في إطار الدفاع عن مصالح المستهلكين، يعتبر الوالي مسؤولاً عن إتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن هذه المصالح ، وذلك من خلال إشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية والغش. وبالرجوع إلى القانون رقم 07-12 المتعلق بالولاية من خلال المادة 96 منه التي نصت على أنه ،² "يكون الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة"، فتطبيقاً لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك إذ تنص المادة 97 من ذات القانون أنه "توضع تحت تصرف الوالي مصالح الأمن لتطبيق القرارات المتخذة في إطار المهام المنصوص عليها في المادة 96 أعلاه" وعليه ومن أجل حماية المستهلكين يتعين على الوالي بصفته ممثلاً للحكومة إتخاذ جميع الإجراءات والتدابير التي من شأنها أن توفير الحماية اللازمة للمستهلك.

¹ تنص المادة 44 الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السالف الذكر على أنه : " يُمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة..."

² القانون رقم 07-12 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق لـ 21 فبراير سنة 2012 ، المتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية رقم 12 الصادرة في 29 فبراير 2012.

ثانياً: مسؤولية رئيس المجلس الشعبي البلدي اتجاه المستهلك

يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية، أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11-10 المتعلق بالبلدية¹ فإنه: "يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت إشراف الوالي بما يأتي:

السهر على حسن النظام و الأمن العموميين و على النظافة العمومية" كما يتولى إلى جانب ذلك طبقاً لنص المادة 94 فقرة 2 من نفس القانون. "السهر على المحافظة على النظام العام و أمن الأشخاص و الممتلكات ، أما الفقرة 8 فإنها تنص على أنه يتولى: "السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع.

المطلب الثاني: الهيئات القضائية المكلفة بحماية المستهلك

تتمتع الأجهزة القضائية بقدر من السلطات من خلال تدخلاتها في عمليات البحث و التحري وأكثر من ذلك تمتعها بسلطة توقيع العقاب على المخالفين وذلك بمتابعة المتدخلين في الحياة الاقتصادية أمام المحاكم متى كانت سلوكياتهم وأفعالهم من ضمن الجرائم المعاقب عليها قانوناً .

يقتضي الأمر عند التطرق للأجهزة القضائية المكلفة بحماية المستهلك من الممارسات التي يقوم بها المتدخلين، التعرض لكل من النياية العامة التي لها دور واسع في البحث والتحري، وكذا دور قضاة الحكم في معاقبة الممارسات المنافية للتجارة ، حيث يمكن لأي شخص كان أن يلجأ إلى القضاة مباشرة بأن يرفع دعوى متى كان متضرراً من أي ممارسة مقيدة للمنافسة.

الفرع الأول: دور القضاء في حماية المستهلك

إلى جانب الدور الفعال الذي تلعبه السلطات الإدارية في إيقاف بعض التجاوزات و المخالفات و الممارسات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أن هذا لم يكفي لتحقيق الوقاية

¹ القانون رقم 11-10 المؤرخ في 02 رجب عام 1432 الموافق ل 22 يونيو سنة 2011 ، المتعلق بالبلدية ، ج ر عدد الصادرة سنة 2011.

الكافية والفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك و من ثمة فرض التوازن، لذا كان لزامًا للمتابعة القضائية أن تكمل دور الغدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية و المتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، و هذا ما نصت عليه المادة 60 من قانون الممارسات التجارية¹ ويصل الملف بطبيعة الحال عن طريق تحريك ومباشرة الدعوة العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضابط الشرطة القضائية.

أولاً : النيابة العامة ودورها في حماية المستهلك

النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية و يعد أعضاؤها قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون.

تقوم النيابة العامة بعدة اختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسة الدعوى العمومية، ويزداد دورها يوماً بعد يوم نظراً لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.

و في إطار حماية المستهلك و قمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن هذا الأخير، تلعب النيابة العامة دوراً هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو الجمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة، و ظهور الأسواق السوداء الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك ناهيك عن تلك الآثار السلبية

¹ - تنص المادة 06 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على أنه : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية " .

التي تؤثر على الاقتصاد الوطني أو تقييد المنافسة، و يتجلى دور النيابة العامة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها.¹

ثانياً : دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوي المتعلقة بالنزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة، أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائياً فللمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية.

الفرع الثاني : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

من حق كل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد المطالبة بحماية حقوقه أو المطالبة بها، شرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، حيث تنص المادة 13 فقرة 1 من القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية،² على أنه : " لا يجوز لأي شخص التقاضي مالم تكن له صفة، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون" ، ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة، ولما كان المستهلك فرداً من أفراد المجتمع فإنه يحق له اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلاً عن طلب التعويض، عما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة.

¹ أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص ص 184 - 186 .

² القانون رقم 08-09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008.

أولاً : ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية

تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة التي يلجأ المستهلك إليها قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها، و هذا بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر، هدفه وقف الأعمال غير المشروعة والمنافية للمنافسة، وذلك أمام القاضي الإستعجالي، كما للمستهلك رفع دعاوي أخرى تختلف باختلاف تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه، أما إذا كانت الوقائع لا تشكل جريمة فإنه يتعين على المستهلك رفع دعوى مدنية بُغية المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به.

يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى قضائية بصفة منفردة كما يجوز رفع دعوى جماعية، إلى جانب الدعوى المدنية فإنه يمكن للمستهلك من رفع دعوى عمومية متى كانت الأفعال الموصوفة تشكل سواء تضرر منها أو لم يتضرر.

إن ثبوت حق المستهلك في رفع دعوى قضائية من أهم المصالح التي رعتها مختلف التشريعات، وذلك قصد حماية الكيان البشري للمجتمع من كل ما قد يضر به، إلا أن الأمر الواجب مُراعاته من قبل الجماعات القضائية عند رفع الدعاوي القضائية، هو أن تنتظر للشخص الرافع للدعوى في كونه المستهلك المضرور، وليس كما هو ساري العمل في الدعاوي الأخرى، إذ يمثل ذلك حماية قانونية للمستهلك إلى جانب الراحة النفسية وهي عند ضياع حقه أمام القضاء.

ثانياً: حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يجوز لكل من لحقه ضرر نتيجة فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، فلا يكفي الاعتماد على المتنافس المتضرر لرفع هذه الدعوى، إذ لا بد من تكاتف الأيدي بين المتنافسين والمستهلكين لمحاربة المنافسة غير المشروعة إذ هما الطرفان اللذان ينبغي حقيقة حمايتها.¹

¹ د. عصام عبد الواحد نعمان، المنافسة غير المشروعة، المركز العربي للخدمات القانونية، اليمن 2007، ص 03.

يتعين على المستهلك لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة من توفر شروط معينة إلى جانب الشروط المعروفة لقبول الدعوى وهي : الخطأ بحيث لا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ قد ارتكب كون أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة توجب إثبات الخطأ في المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة يصيب به عمل المنافس سواء كان ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال و عدم تبصر.¹

أما الضرر فيميز بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة عن غيرها باعتبارها دعوى وقائية فضلا عن أنها دعوى علاجية تهدف إلى انتقاء وتقادي وقوع ضرر.

فلا يكفي حدوث خطأ من التاجر بل يجب أن ينجم عن خطئه ضرر للغير،² وسواء كان هذا الضرر ماديا ينال المضرور في أمواله أو أدبيا يناله في سمعته وإعتباره المالي وسواء كان الضرر صغيرا أو كبيرا،³ وعليه فليس على المستهلك أن يثبت تحقق الضرر، وغير ملزم بإثبات سوء نية المقلد مثلاً نظراً للطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة، كما أنّ القاضي يكتفي بإثبات أن الضرر احتمالي كي يحكم لصالحه، وذلك لصعوبة إثبات الضرر الفعلي في مثل هذه الحالات.

أما الشرط الثالث فيتمثل في العلاقة السببية، بحيث يجب أن تقوم رابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي، غير أنه توجد حالات لا يترتب فيها على أعمال المنافسة غير المشروعة أي ضرر للمدعي بحيث يكون المقصود من هذه الدعوى الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستقبل، و في هذه الحالات

¹ د.عزيز العكلي، الوجيز في القانون التجاري، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع و دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 91 .

² د.نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1994، ص 179 .

³ د.عزيز العكلي، المرجع السابق، ص 92 .

تفترق دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية المدنية التي يكون الغرض منها تعويض الضرر، لذلك لا يكون هناك محل للتحدث عن رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في حالات نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة.

المطلب الثالث: دور هيئات المجتمع المدني في حماية المستهلك

بموجب القانون رقم 89-02 الصادرة في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى¹ بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائه وتنظيمها و سيرها فقد نظمها المشرع بموجب القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات،² حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة و كذا تمتعها بالشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها عملا بأحكام المادة 17 من القانون ذاته. لقد اعترف المشرع لهذه الجمعيات بمزاولة نشاطها سواء على المستوى الوطني أو على المستوى المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين وتوعيتهم، إذ تلعب دورًا وقائيا و تربويا و إعلاميا في مجال حماية المستهلك، و لها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، هذا و تتخذ جمعيات حماية المستهلك عدة طرق من أجل حماية المستهلك و من أهم تلك الطرق نذكر:

¹ لم تعد القواعد المقررة في القانون المدني توفر لوحدها الحماية الفعالة للمستهلك والتي ينشدها المشرع، فأصدر أول قانون خاص بحماية المستهلك هو القانون رقم: 02/89، الذي تم الغاؤه بالقانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هذا الأخير الذي ألقى بالتزامات جديدة على عاتق المتدخل وفعل بعض الالتزامات الموجودة، كما وضع آليات وقائية وردعية لتوفير أكبر حماية ممكنة للمستهلك من أجل احداث توازن بينه وبين المتدخل. ويعد التزام المتدخل بضمان المنتوجات من أهم هذه الالتزامات.

² قانون رقم 12 - 06 مؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية - العدد 02 بتاريخ الأحد 21 صفر 1433 - 15 يناير 2012.

الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك

يقصد بالتدخل الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته التي قد تشكل خطر عليه إذ غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتماشى ومتطلبات الحياة قد يجعل الكثير من المستهلكين يجهلون حقوقهم.¹

إلى جانب ذلك سعي العديد من المحترفين إلى تحقيق أكبر ربح ممكن و لو كان ذلك على حساب أمن و صحة المستهلك، الأمر الذي يتطلب وجود متابعة مستمرة من طرف هذه الجمعيات قصد التحسيس والإعلام و مراقبة الجودة و الأسعار.

أولاً : دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والتوعية

من بين مهام جمعيات حماية المستهلك هو القيام بحملات تحسيسية، وذلك بهدف توعية المستهلك وتجنبه لكل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد سلامته وصحته، وتقوم جمعيات حماية المستهلك بهذا الدور من خلال استعمال وسائل الإعلام المختلفة ، والتحسيس لا يقتصر على المستهلك فحسب، وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار ومثال ذلك أن تقوم هذه الجمعيات بإخطار مجلس المنافسة عن كل ماله صلة سواء بالمنافسة، أو كل ما من شأنه أن يهدد صحة وأمن المستهلك، ويمكن لجمعيات حماية المستهلك العمل مع مجلس المنافسة من أجل تعزيز الدور الإيجابي للمنافسة ومنع كل ممارسة قد تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك، كما تعمل هذه الجمعيات على اقتراح سن بعض القوانين في إطار حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة.

إلى جانب دور الجمعيات في التحسيس والإعلام فإنها تلعب دورا لا يقل أهمية ألا و هو:
- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.

¹ د.أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2008، ص 509.

- العمل باسم المستهلك في العالم نيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية و ماء الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلك أينما كان في العالم.
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجالات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك.

ثانياً : دور جمعيات حماية المستهلك في متابعة الأسواق

تلعب جمعيات حماية المستهلك دوراً أساسياً في إحداث التوازن مع لوبي المهنيين في المساهمة في ترقية هذا الحق البارز في الاستهلاك ومساعدة المستهلكين فردياً والدفاع عنهم ميدانياً.¹

وفضلاً عن ذلك، تلعب هذه الجمعيات دوراً هاماً في متابعة الأسواق و ذلك بمراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، وكذا مطابقة السلع للجودة، فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة، وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو المنتجين الأجانب . حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يطابق المواصفات والمقاييس المحددة قانوناً.

¹ لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 89-02 السالف الذكر المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها فقد نظمه المشرع بموجب القانون رقم 12-06 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 هجرية الموافق 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالجمعيات حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، الرابط على الانترنت:

https://dcwbiskra.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=294&Itemid=83

بالرغم من الدور الإيجابي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك، إلا أنه من جهة أخرى لا تخلو هذه العملية من المخاطر، إذ في غالب الأحيان يكون الأعداء المكلفين من طرف هذه الجمعيات محل إعتداء و ضغوطات من طرف بعض المنتجين الذين لا يشغل بالهم إلا الربح ولو على حساب المستهلك، إذ أن غياب نظام قانوني يضمن لأعضاء الجمعية القيام بمراقبة الأسعار والجودة ميدانياً، يزيد من تضيق نشاطها الأمر الذي يؤثر حقيقة في ظهور هذه الجمعية ميدانيا في أغلب الأحيان.¹

الفرع الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

يقصد بالتدخل الدفاعي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك ذلك الإجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بحماية المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين و عليه:

أولاً : المطالبة بحقوق المستهلك أمام الجهات القضائية

لقد سمح المشرع الجزائري كنظيره الفرنسي لهذه الجمعيات في الدفاع عن حقوق و مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، حيث سمح المشرع الفرنسي لبعض جمعيات حماية المستهلك في رفع دعوى أمام الجهات القضائية باسم أعضائها و باسم المصالح الجماعية للمستهلكين، حتى تتمكن هذه الجمعيات من ممارسة حقها في الدفاع أمام الهيئات القضائية، فإنه من الضروري أن تكون معتمدة من قبل السلطات العامة.

إذ أن الأصل هو أن ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه، فإنه استثناء أناط القانون لهيئات معنية سلطة رفع الدعوى حماية لمصلحة جماعية أو مشتركة معينة، وهذا حسب ما نصت عليه المادة 17 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات.²

¹ أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 210 .

² تنص المادة 17 الفقرة 3 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات على أنه: "في مادته 17 فقرة 3 التي نصت على أن الجمعية لها الحق في التقاضي و القيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة ، بسبب و وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضرراً بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعات لأعضائها".

بالرجوع إلى أحكام القانون المتعلق بالمنافسة، فقد أعطى المشرع دور جد فعال لجمعيات حماية المستهلك و ذلك نظرا لما تقوم به من حملات التوعية و الدفاع عن مصالح المستهلكين فقد أدخل ضمن التشكيلة الجديدة لمجلس المنافسة ممثلين عن هذه الجمعيات، حيث تنص المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة للمادة 24 من الأمر رقم 03-03 في فقرتها الثالثة على أن مجلس المنافسة يضم ممثلان عن جمعيات حماية المستهلكين، حيث يقومان بتقديم آراء و إبداء اقتراحات حول كل ما له علاقة بالاستهلاك أو المساهمة في عمليات التحقيقات التي يجريها المجلس في حالة إخطاره بوجود ممارسة غير نزيهة تهدد أمن وسلامة المستهلكين.¹

وعليه فإذا كان اعتراف قانون حماية المستهلك و قمع الغش بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، قصد إصلاح الضرر الذي قد يصيب المستهلك، فإنه اعتراف صريح للقانون بالتدخل في مختلف الدعاوي من قبل هذه الجمعيات سواء التأسيس كطرف مدني أمام القضاء الجزائي، أو رفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني و بالتالي فتختلف الدعاوي التي ترفعها هذه الجمعيات و نذكر منها:

1-الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني،² و تطالب بحقوق لصالح المستهلكين، ولكن لابد من شروط في ذلك:

- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي.

¹ تنص المادة 10 / 3 من القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة على أنه يضم مجلس المنافسة : " ...عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك ."

² -تنص المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه : "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني."

- لا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغًا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدى كتابة ضبط المحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية.¹
- أن يختار موطنًا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقًا لنص المادة 76 من قانون الإجراءات الجزائية.
- لا بد من أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الإدعاء مختصًا إقليميًا، وإلاّ أن يأمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة.²

2- التدخل الانضمامي للجمعيات في الخصومة

لجمعيات حماية المستهلك المعتمدة الحق في الانضمام إلى الدعاوي المرفوعة مسبقًا من قبل المستهلك أو ما يسمى بالتدخل النظامي في الخصومة، وهذا ما نصت عليه المادة 194، 198 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، حيث يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الراجع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد إدعاءاته أو إضافة طلبات إضافية إلى الطلبات الأخرى.

3- الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين

يمكن لجمعيات حماية المستهلك رفع دعاوي للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين وذلك متى توفرت الشروط التالية:

- ✓ لا بد من أن يكون المستهلكون المتضررون أشخاصًا طبيعياً أو معنوية لحقها ضرر سببه نفس المحترف، مما يفترض معرفة هذا المحترف مسبقًا.
- ✓ أن يكون الضرر اللاحق بهم هو ضرر شخصي.

إلى جانب هذه الشروط هناك من يشترط تقديم وكالة، أي أن يقدم اثنين على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك لتمثيلهم أمام الجهات القضائية،

¹ -مضمون المادة 75 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل و متمم.

² -مضمون المادة 77 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل و متمم .

فتقوم الجمعية يتمثل المستهلكين بموجب وكالة مكتوبة، أما المستهلكين الذين لم يقدموا وكالة فيبقى حقهم قائم في رفع دعواهم بصفة منفردة.¹

ثانياً: الدعوة إلى المقاطعة وإلى الإشهار المضاد

قصد تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك من اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى غالباً ما تكون إلى جانب الدعاوي القضائية التي تمارسها، حيث نجد بعض الجمعيات في دول أخرى تلجأ إلى هذه الوسائل بعد فشل الدعاوي التي ترفعها، وهذه الوسائل تكمن في كل من الدعوة إلى مقاطعة السلع المغشوشة والمقلدة، وكذلك الدعوة إلى الامتناع عن شراء المنتج بفرض دعاية مضادة عليه في مواجهة المحترفين الذين يتبين منهم عدم احترام المقاييس المعتمدة، وكذا وجود مخاطر محتملة في نوعية المنتجات المعروضة للإستهلاك.²

1-دعوة المستهلكين إلى المقاطعة

المقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد سلامتهم وصحتهم، في حين يعتبرها البعض نوع من التحسيس والتوعية لعدم شراء سلعة معينة بسبب إرتفاع سعرها أو لعدم جودتها. يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة. وما يلاحظ أن القضاء تردد في تحديد موقفه بخصوص أسلوب المقاطعة لما لها من عواقب وخيمة، فيرى بأنه يكفي وضعها كأسلوب تهديدي، فالخشية منها كافية لردع

¹ أرزقي زويبر، المرجع السابق، ص 215.

² وزارة التجارة ، على رابط الانترنت

وجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين¹ ، أما القانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يخير المقاطعة ولكن هناك من يقارنها بالإضراب عن العمل، وعمومًا لا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء، وإنما يعاقب على رفض البيع، يبقى نجاح الدعوة إلى الغاية المنتظرة منها في الحين لا أحد يؤيدها أو يستجيب لها مهما كانت المنتجات التي أدت بالجمعية إلى طلب مقاطعتها.

2:الإشهار المضاد

تكمن أهمية الإشهار المضاد في دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك، و ينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة أو الخدمة الموضوعة للتداول لا على المحترف، إذ كلما ثبتت مخالفة المحترفين للتنظيمات و المقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور، أمّا إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع أو الخدمات، وهذه الإجراءات حتى وإن لم يتعرض لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة ، ولا في قانون حماية المستهلك فإنه تعتبر جد ضرورية سواء في منع المحترف من الإضرار بالمستهلك.²

وبالتالي منع طرح هذه السلع والخدمات في السوق، أو في عدم الإضرار بالمستهلك فلا يؤدي حق هذه الجمعيات في ممارسة الإشهار المضاد بالتعسف في استعمال ذلك، إذ أن غياب نص صريح قد يزيد من مخاطر الإساءة في استعمال هذا الأسلوب، الأمر الذي كان على المشرع أن يراعيه إضافة إلى إمكانية قيام مسؤولية هذه الجمعيات في حال

¹ د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة دار المعارف، القاهرة، دون سنة طبع، ص160.

² وزارة التجارة، على رابط الانترنت:

https://dcwbiskra.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=294&Itemid=83

الإخلال بذلك، باعتبار أن المستهلك عضو أساسي في المجتمع بصفة عامة والحياة الاقتصادية بصفة خاصة فكان لابد من توفير الحماية القانونية اللازمة له وهذا ما سعت إليه مختلف الدول بما فيها الجزائر¹. كما تم وضع العديد من الآليات - الأجهزة والهيئات - القانونية من أجل حماية المستهلك سواء كانت هذه الآليات قضائية أو إدارية أو حتى هيئات المجتمع المدني المكلفة بحماية المستهلك ، كل هذه الآليات سعت إلى حماية المستهلك، وذلك نظرا إلى أهميته في الحياة الاقتصادية والمجتمع .

وتماشياً مع ما تمّ ذكره، فبالرغم من الحماية القانونية التي حضي بها المستهلك إلا أن هذا لا يبرأه فهو المسؤول الأول على حماية نفسه ، لذلك يجب أن يكون على قدر كبير من الوعي والثقافة بالمنتجات التي يقتنيها من أجل حماية نفسه قبل أن يحميه القانون .

ولكن لا يفوتنا أن ننوه إلى أنّ مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه، قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية مسؤولة عن حمايته فلا بد على المستهلك أينما كان أن يكون واثقاً من نفسه واعياً لحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بمنتجات أقل قيمة و أقل أمناً تضره ولا تنفعه.

وخلاصة القول أن مفهوم المنافسة مفهوم متبلور ومتطور يحرك العالم الاقتصادي وباعتبار المستهلك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمنافسة فلا بد من توعيته سواء كانت توعيته من طرف الدولة أو من طرف المستهلك الذي يتكفل في شكل جمعيات للدفاع عن مصالحه وظروف معيشته، أو من طرف الأعوان الاقتصادية باعتبارها صاحبة المصلحة من تسويق منتجاتها.

¹ لذلك ركز المشرع الجزائري على حماية المستهلك من خلال وضع مجموعة من النصوص القانونية التي تنظم المستهلك والتي تنظم المنافسة باعتبار أن المنافسة تؤثر تأثير مباشر على المستهلك ، فسعى المشرع من خلال قانون المنافسة إلى منع و حضر كل الممارسات التي تتنافى مع المنافسة و التي تعرضنا إليها سابقا .

الفهرس

2	مقدمة
4	المحور الأول: علاقة المنافسة بحماية المستهلك
8	المبحث الأول: مفهوم المنافسة
9	المطلب الأول: تعريف قانون المنافسة، نشأته وتطوره
10	الفرع الأول: تعريف قانون المنافسة
13	الفرع الثاني: نشأة وتطور قانون المنافسة
14	أولاً. نشأة وتطور قانون المنافسة في التشريعات الدولية
15	ثانياً. تطور قانون المنافسة في الجزائر
16	المطلب الثاني: مضمون قانون المنافسة غاياته ومصادره
16	الفرع الأول: مضمون قانون المنافسة
17	الفرع الثاني: أهداف قانون المنافسة
18	أولاً. حماية المنافسة
18	ثانياً. حماية المتنافسين
19	ثالثاً. حماية المستهلك
19	الفرع الثالث: مصادر قانون المنافسة
19	أولاً. المصادر الداخلية
20	ثانياً. المصادر الدولية
21	المطلب الثالث: مجال تطبيق قانون المنافسة وضبطها
21	الفرع الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة
21	أولاً. مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الإقتصادي
22	ثانياً. مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص
23	الفرع الثاني: ضبط المنافسة
26	المبحث الثاني: مفهوم المستهلك
27	المطلب الأول: مفهوم المستهلك في التشريعات المقارنة

29	المطلب الثاني: مفهوم المستهلك فقهاً وقضاءً
33	المطلب الثالث: مفهوم المستهلك في القانون الجزائري
37	المحور الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في ظل قانون المنافسة
39	المبحث الأول: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة
39	المطلب الأول: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة
41	الفرع الأول: شرط الإتفاق
43	الفرع الثاني: مساس الإتفاق بأحكام المنافسة
44	الفرع الثالث: العلاقة السببية بين الإتفاق والمساس بالمنافسة
45	المطلب الثاني: التعسف الناتج عن الهيمنة أو الإحتكار في السوق
45	الفرع الأول: التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق
47	الفرع الثاني: التعسف بسبب إحتكار السوق
48	المطلب الثالث: إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية
49	الفرع الأول: وضعية التبعية الإقتصادية
50	الفرع الثاني: التعسف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية
50	• رفض البيع دون مبرر شرعي
50	• البيع المتلازم او التمييزي
51	• البيع المشروط باقتناء كمية دنيا
51	• الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى
51	• قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة
51	المطلب الرابع: البيع بأسعار منخفضة تعسفياً
53	الفرع الأول: مقياس التعسف والتخفيض للأسعار عند المشرع الجزائري
54	المطلب الخامس: التجميعات الإقتصادية
55	الفرع الأول: نطاق مراقبة التجميع
55	الفرع الثاني: شروط ممارسة الرقابة على التجميع

56	الشرط الأول: أن يكون تعزيز لوضعية الهيمنة في السوق
56	الشرط الثاني: المساس بالمنافسة
58	المبحث الثاني: الهيئات القانونية المكلفة بحماية المستهلك
59	المطلب الأول: الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك
59	الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك
60	أولاً: على المستوى المركزي
60	ثانياً: على المستوى الخارجي
61	ثالثاً: الهيئات المختصة التابعة لوزير التجارة
61	1. المجلس الوطني لحماية المستهلك
61	2. المركز الجزائري لمراقبة نوعية الرزم
62	3. شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية
62	الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
62	أولاً: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة
63	ثانياً: الدور القمعي لمجلس المنافسة
64	الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك
64	أولاً: مسؤولية الوالي إتجاه المستهلك
65	ثانياً: مسؤولية رئيس المجلس الشعبي البلدي اتجاه المستهلك
65	المطلب الثاني: الهيئات القضائية المكلفة بحماية المستهلك
65	الفرع الأول: دور القضاء في حماية المستهلك
66	أولاً: النيابة العامة ودورها في حماية المستهلك
67	ثانياً: دور قضاء الحكم في حماية المستهلك
67	الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء الى القضاء
68	أولاً: ثبوت الحق للمستهلك في رفع الدعوى القضائية
68	ثانياً: حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
70	المطلب الثالث: دور هيئات المجتمع المدني في حماية المستهلك

71	الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك
71	أولاً: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والتوعية
72	ثانياً: دور جمعيات حماية المستهلك في متابعة الأسواق
73	الفرع الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك
73	أولاً: المطالبة بحقوق المستهلك أمام الجهات القضائية
76	ثانياً: الدعوة إلى المقاطعة وإلى الإشهار المضاد