

التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة في التشريع الجزائري
The Abuse of dominant position by prices
In the Algerian legislative

تاريخ القبول: 2021/05/12

تاريخ الإرسال: 2021/02/03

اصطناعيا وجها من أوجه التعسف المباشر في الهيمنة، بالإضافة إلى الأوجه الأخرى غير المباشرة. لكن، وفي مواجهته لهذه الممارسة يكون المشرع والهيئات المختصة بين ضرورتين؛ ضرورة التصدي للتعسف من ناحية والحرص على عدم الإخلال بمبدأ الحرية الاقتصادية من ناحية ثانية. فإلى أي مدى وفق المشرع في هذه المعادلة؟

بدراستنا لموضوع التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة وقفنا على أن النصوص المعتمدة للتصدي لهذا التعسف ذات مضمون واسع مرن تضمن تحقيق هذا الغرض، كما أنها تتجاوز قانون المنافسة إلى قانوني الممارسات التجارية والعقوبات، ومع ذلك يبقى تزويد الهيئات المختصة بالضمانات الكافية لمواجهة هذه الممارسات، وكذا التزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية أمران لا بد منهما لتحقيق حماية كافية للمنافسة والسوق.

الكلمات المفتاحية: الأسعار؛ التعسف؛ المؤسسة؛ المنافسة؛ وضعيات الهيمنة.

بوحلايس إلهام*

جامعة قسنطينة 1- الجزائر
ilhem.bouhelais@umc.edu.dz

بن يسعد عنراء

جامعة قسنطينة 1- الجزائر
adra.benissad@umc.edu.dz

ملخص:

يعد مبدأ حرية الأسعار من أبجديات الاقتصاد الحر الذي يقوم على المنافسة الاقتصادية، إذ يتيح للمؤسسة وضع السعر الذي يتلاءم مع السلعة أو الخدمة المقدمة، إلا أن ممارسة هذه الحرية يجب ألا تتجنى بالمؤسسة إلى استعمال الأسعار سبيلا لإلحاق الضرر بالمنافسة والسوق. وعندما تكون المؤسسة في وضعيات هيمنة، فإن خطر المنافسة بالأسعار يزداد، حيث قد تتخذها سبيلا للتعسف عن طريق أوجه متعددة أبرزها الرفع أو خفض المصطنعين للأسعار. هذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى ضبط هذه الحرية عن طريق حظر التعسف بالأسعار واعتبار التشجيع على ارتفاعها أو انخفاضها

*- المؤلف المراسل.

Abstract:

Despite the fact that the algerian legislator has adopted the principle of freedom of prices, which enables the enterprise to set the appropriate price of the goods or service that it offers, the practice of this freedom should not lead the enterprise to utilize the prices as way to damage a given market through the deviation from the free market principles

When the enterprise is in a dominance status, the jeopardy of the competition of prices escalates. consequently, the influence over the

regular principles of prices through the encouragement of increasing or decreasing them artificially is considred to be an abuse that needs to be fought, through the procedures undertaken to face those practices that go against the competition. In addition to the verdicts related to the integrity of trade practices which is considred a guarantee to the sound implementation of free price principle.

Keywords: Abuse; enterprise; competition; prices; position of domination.

مقدمة:

تعتبر الأسعار أحد أوجه الصراع التنافسي بين المؤسسات، وفي ظل مشروعية التنافس، فإنه لا ضير من استعمال المؤسسة مختلف الوسائل التي تحقق لها الطموح المشروع في بلوغ أقصى درجات التفوق في سوق ما من أسواق السلع والخدمات. في مجالات تجارية كثيرة، سيما تلك التي تسودها سوق المنافسة التامة⁽¹⁾ تعتبر الأسعار عاملا مهما لجذب العملاء نظرا للتقارب في جودة السلع والخدمات، فتسود المنافسة بواسطة الأسعار. ومن خلال هذه الآلية، قد تلجأ المؤسسات إلى تخفيضات في الأسعار، فتقدم بذلك منتجات بسعر أقل من أسعار منافسيها في السوق المعنية. إن خطر التأثير في السوق بواسطة الأسعار يزداد عندما تكون المؤسسة في وضعية هيمنة، حيث قد تلجأ - وبما تملكه من قوة اقتصادية - إلى التلاعب بالأسعار عن طريق الرفع أو الخفض المصطنع، أي غير المتناسب مع معطيات المنافسة في السوق، أو عن طريق صيغ أخرى أشار إليها قانون المنافسة، وهو ما اعتبره المشرع تعسفا في وضعية الهيمنة الاقتصادية، حيث يتجلى هدف المؤسسة المهيمنة من خلاله في إزاحة المتنافسين من السوق المعنية.

وبهذا، فإن أثر التعسف بالأسعار يتعدى المساس بالسوق إلى الإضرار بالمتنافسين والمستهلكين، ونظرا لخطورة هذا السلوك، فقد تصدت التشريعات المتعلقة بالمنافسة



لممارسة التعسف بالأسعار سيما تلك التي تصدر من مؤسسة مهيمنة، وهو ما فعله المشرع الجزائري؛ حيث أن استقراءنا التشريع الجزائري المتعلق بالمنافسة، والذي تضمنه الأمر 03-03 المعدل والمتمم⁽²⁾ كشف لنا إِبْلاء المشرع أهمية قصوى للأسعار؛ إذ لا تخلو ممارسة من الممارسات المنافية للمنافسة من الإشارة إلى الأسعار إما كوجه من أوجه التعسف في استعمال القوة الاقتصادية أو كممارسة منافية للمنافسة .

غير أن خطورة هذه الممارسة من جهة وحق المؤسسات في ممارسة حرية الأسعار من جهة أخرى أوجب على المشرع أن يوازن بين هذين المقتضيين، مقتضى المحافظة على السوق الذي يفرضه النظام العام التنافسي، ومقتضى ضمان الحرية الاقتصادية للمؤسسات المكفول دستوريا، فإلى أي مدى وفق المشرع الجزائري، من خلال مختلف الأحكام الموضوعية والإجرائية المتضمنة في قانون المنافسة وفي نصوص أخرى من التصدي للتعسف بالأسعار في ظل ضمان حق المؤسسات في تنفيذ استراتيجيتها التجارية في إطار ممارسة حريتها الاقتصادية؟

إن هدفنا من هذه الدراسة هو الوقوف على مضمون التعسف بالأسعار في إطار الهيمنة الاقتصادية وتمييزها عما قد يشتهر بها من ممارسات من قبيل البيع بأسعار مخفضة تعسفا وكذا إبراز دور هيئات المنافسة في هذا الإطار، كل ذلك في إطار المساهمة في كشف الثغرات أو المعوقات التي تحول دون التطبيق الفعال للنصوص القانونية.

وتبعا للإشكالية المطروحة، فإننا نقسم الدراسة إلى محورين:

المحور الأول: مضمون التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة.

المحور الثاني: التصدي للتعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة.

المحور الأول: مضمون التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة

حظر المشرع الجزائري بموجب المادة السابعة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ممارسة التعسف في استغلال وضعيات الهيمنة بقوله " يحظر كل تعسف ناتج عن وضعيات هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد: ... "، وهو ما يكشف بوضوح عن أن التعسف إنما هو سبب الحظر، حيث تبقى الهيمنة المجردة من التعسف وضعا مباحا. من ناحية ثانية حدد النص أوجها متعددة لهذا التعسف من بينها التعسف



باستعمال الأسعار- موضوع دراستنا- والذي يتم وفق صور مختلفة أوردتها المادة السابعة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. وهو ما يفرض الحديث عن مفهوم التعسف بالأسعار (أولا)، وعن صور هذا التعسف (ثانيا).

أولا- مفهوم التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة

ربط المشرع الجزائري أغلب الممارسات المنافية للمنافسة بـ"التعسف"، حيث اعتبر هذا الأخير مؤشرا على وجود الممارسة المحظورة. ولا يعد التعسف مصطلحا مستحدثا ضمن قانون المنافسة بل هو من المصطلحات المستقرة ضمن الشريعة العامة؛ إذ يعبر بشكل عام عن الانحراف في استعمال حق أو حرية مكفولة قانونا. في مجال الأسعار ينتج التعسف عن مبدأ حرية الأسعار كمبدأ أساسي ضمن قانون المنافسة، وذلك عندما تتخذ المؤسسة ذريعة لعرقلة تحديد الأسعار بالخروج عن ميكانيزم العرض والطلب.

1- مبدأ حرية الأسعار: عادة ما يتم إطلاق مصطلح السعر كمرادف لمصطلح الثمن، حيث يراد من المصطلحين المقابل النقدي للسلعة أو الخدمة. غير أنه ثمة فارق جوهري بين المصطلحين؛ إذ يعبر الثمن عن القدر الذي يساوي قيمة المبيع في الواقع، بينما يتكون السعر نتيجة للتفاوض والمساومة بين الأطراف ويعبر عن القدر الذي يتحدد في السوق نتيجة لآليات العرض والطلب⁽³⁾.

إن قانون المنافسة، وباعتباره قانونا اقتصاديا قد استعمل بدوره مصطلح "الأسعار"، حيث تضمن الباب الأول من الأمر 03-03 مبدأ حرية الأسعار، الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بمبدأ حرية المنافسة؛ إذ لا يجد مبدأ حرية الأسعار تطبيقا له في الواقع إلا في ظل مبدأ حرية المنافسة. وينبثق المبدأ عن مبدأ أساسي هو مبدأ حرية الاستثمار والتجارة⁽⁴⁾.

في الجزائر، فإنه لم يكن من الممكن الحديث عن حرية في مجال الأسعار قبل سنة 1989 حيث كانت الأسعار تخضع للتحديد الإداري فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية تطبيقا للأمر 37-75 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار.

إلا أنه وبصدور القانون 89-12⁽⁵⁾ المتعلق بالأسعار، فقد تم اعتماد نظام الأسعار المصرح بها إلى جانب الأسعار المقننة واستنادا إلى نص المادة الثالثة (03) منه: "يخضع وضع نظام الأسعار ... للمقاييس التالية: - حالة العرض والطلب." وإذا كان مبدأ حرية الأسعار يرتبط بحرية المنافسة، فإن هذا المبدأ يمكن تقييده حتى في ظل حرية المنافسة؛ وذلك عندما تتدخل الدولة بخصوص بعض المنتوجات والخدمات ذات الاستعمال الواسع أو في ظل ظروف معينة تتعلق بسوق ما من أسواق المنتوجات والخدمات، وهو ما أورده المشرع بموجب المادة الخامسة من الأمر 03-03 . وبعيدا عن هذه الاستثناءات الواردة على مبدأ حرية الأسعار، فإن ثمة ضوابط خاصة يتم على أساسها ممارسة مبدأ حرية الأسعار، ولقد حرص المشرع الجزائري من خلال تعديله للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بموجب القانون رقم 10-05 على إيراد بعض هذه الضوابط التي لا بد من احترامها من أجل ممارسة حرية الأسعار، وهو ما عبر عنه المشرع بقواعد الإنصاف والشفافية⁽⁶⁾ ولقد حدد المشرع كيفية إرساء هذه القواعد عن طريق ذكر بعض الأحكام الواجب مراعاتها من قبل المؤسسات الناشطة في السوق بقوله ضمن الفقرة الثانية من المادة الرابعة (04) من الأمر 03-03 "... لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي:

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

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

- شفافية الممارسات التجارية."

وهو ما يفيد بوضوح اتجاه إرادة المشرع إلى التقييد في ممارسة حرية الأسعار بضوابط تؤدي إلى عدم الانحراف في ممارسة هذا المبدأ، وكما يتضح من النص، فإن هذه الضوابط تتعلق بتركيبة الأسعار في حد ذاتها من حيث التكاليف الإجمالية للإنتاج والنقل... وكذا مراعاة الشفافية فيما يتعلق بهوامش الربح، كما ذهب المشرع إلى إضافة مهمة تتعلق بشفافية الممارسات التجارية، وفي ذلك إحالة غير مباشرة إلى الأحكام المتضمنة في القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽⁷⁾ .



كما أن نص المادة الرابعة قد أشار إلى ضرورة خضوع ممارسة حرية الأسعار لقواعد المنافسة؛ واحترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما .

2- فكرة التعسف ووضعية الهيمنة: لقد ذهب المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة إلى تعريف وضعية الهيمنة على غرار العديد من المصطلحات التي آثر المشرع وضع تعريف لها في ضوء قانون المنافسة حيث ورد في نص المادة الثالثة في البند (هـ) بأن وضعية الهيمنة هي: "الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعنية من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموليها." إن وضعية الهيمنة بما تمنحه من سلطة اقتصادية للمؤسسة في السوق المعنية ليست بالوضعية المحظورة لذاتها؛ ذلك أنها تدخل في سياق الطموح المشروع الذي ترغب في تحقيقه كل مؤسسة اقتصادية، غير أن اقترانها بالتعسف هو الذي يجعل منها ممارسة محظورة ضمن قانون المنافسة وهو ما ورد ضمن المادة السابعة من الأمر 03-03 بقولها: "يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد..."

غير أن هناك تساؤل يطرح نفسه بإلحاح يدور حول مدى اعتبار الهيمنة -بهذا المفهوم- حقا من الحقوق وأن التعسف في استغلالها هو من قبيل التعسف في استعمال الحق المنصوص عليه ضمن أحكام القانون المدني⁽⁸⁾؟

وللإجابة يمكن القول أن وضعية الهيمنة، وإن كانت تعبر عن وضعية قوة اقتصادية يجيزها القانون، إلا أنها ليست بالسلطة التي يحميها القانون أو يحمي المؤسسة المتمتع بها بصفة مباشرة، وإنما يمكن اعتبار حمايتها غير مباشرة كونها تستند إلى حق هو المعنى بالحماية القانونية وهو الحق في المنافسة وما يرتبط به من مزايا منها حق ممارسة حرية الأسعار الذي يتيح للمؤسسة وضع السعر الذي تراه مناسبا للمنتوج أو الخدمة المقدمة من طرفها.

وإن لم يكن ثمة خلاف حول كون الحق في المنافسة الحرة قد نشأ أساسا عن مبدأ حرية المنافسة إلا أن الحال غير ذلك بخصوص الطبيعة القانونية للحق في المنافسة؛ إذ لم يتفق الفقه القانوني حول هذه الطبيعة القانونية واختلفوا في مسألة إدراجه ضمن

مختلف التقسيمات الكلاسيكية المعروفة لأنواع الحقوق.

حيث ذهب، في هذا الإطار، بعض الفقه إلى اعتبار الحق في المنافسة حقا من حقوق الملكية يرد على قيمة معنوية مرتبطة بالجهد والتفوق، في حين ذهب جانب آخر من الفقه إلى اعتباره من الحقوق اللصيقة بالشخصية كون القيمة التنافسية تتعلق بشخصية الإنسان، في حين ذهب اتجاه آخر إلى اعتبار الحق في المنافسة امتياز استغلال احتكاري كونه يعبر عن سلطة تسمح للمنافس باستغلال قيمه استغلالا احتكاريًا⁽⁹⁾.

أمام هذه الآراء، فإننا نرى من جانبنا أن الحق في المنافسة إنما هو واحد من الحقوق المكفولة في إطار الحريات الاقتصادية التي تعزز الاهتمام الدستوري والتشريعي بها إثر التحولات الاقتصادية التي شهدتها الاقتصاد الجزائري، وعليه، فإنه ينبغي النظر إليه ضمن هذا السياق، أي النظر إلى حرية المنافسة كحرية جديدة مستقلة لها خصوصياتها بعيدا عن أي محاولات لإدراجها ضمن أحد القوالب الكلاسيكية للحقوق والحريات.

أما عن مفهوم التعسف فهو من المفاهيم المستقرة ضمن النظام القانوني الجزائري وكذا مختلف الأنظمة القانونية على اختلاف مذاهبها⁽¹⁰⁾ ويذهب الفقه إلى اعتباره مفهوما إطارا ذو فعالية، كونه يوصف وفق معايير واسعة تجعل تحديده مسألة شبه مستحيلة أحيانا⁽¹¹⁾.

إذ يتجاوز مفهوم التعسف مختلف المفاهيم الموضوعية كالتجاوز والتباين وعدم التكافؤ وكذا المفاهيم الشخصية كالخطأ وسوء النية والغش والتدليس... إلخ، غير أن ذلك لا يمنع من أن يتم التعسف بطريقة شخصية وأخرى موضوعية: وتظهر الأولى عندما يحمل السلوك انحرافا واضحا عن استعمال الحق. أما تحديده بطريقة موضوعية، فيتم بالنظر إلى نتائج دون التركيز على السلوك المفضي إليه. إن التحديد الموضوعي للتعسف في استعمال الحق هو الذي يتماشى مع المنطق التنافسي؛ لأن هدف قانون المنافسة في النهاية ليس معاقبة سلوكيات المتعاملين الاقتصاديين ولكن حماية المنافسة وهي النتيجة التي يجب أن تقود تحليل القاضي في تقديره لعدم مشروعية مختلف السلوكات⁽¹²⁾.



وبالرجوع إلى أحكام القانون المدني التي تناولت التعسف في استعمال الحق، نجدها قد حصرت التعسف ضمن أوجه ثلاث: قصد الإضرار بالغير، وقلة أهمية المصالح المراد تحقيقها مقارنة بالضرر الذي يصيب الغير، وعدم مشروعية المصلحة التي يرمي صاحب الحق إلى تحقيقها.

وفي هذا الإطار يذهب بعض الفقه إلى إدراج التعسف في وضعية الهيمنة ضمن الصورة الأخيرة؛ أي عدم مشروعية المصلحة التي يرمي صاحب الحق إلى تحقيقها، وذلك لأن هذا الأخير يرمي من وراء ما يقوم به من ممارسات تعسفية إلى الاستئثار بالسوق ومنع دخول أي منافسين إليها وتحقيق أرباح من وراء ذلك ما كان يستطيع أن يحققها لو أنه لم يتم بمثل هذه الإساءة، وهو بذلك يقصد من استعماله لحقه الوصول إلى غاية لا يقرها القانون⁽¹³⁾.

وهو أكدته محكمة العدل الأوروبية في حكم Hoffman-La roche عندما قررت أن التعسف يمكن أن يقوم بدون أي خطأ يمكن نسبته إلى المؤسسة المهيمنة، وهو ما استقر العمل به بعد ذلك من قبل هيئات المنافسة الفرنسية والأوروبية⁽¹⁴⁾. وإذا كان التدخل عن طريق الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة يعرقل حرية المنافسة، فإن السوق تبدو كأول ضحاياها مما يستدعي تدخل أحكام قانون المنافسة⁽¹⁵⁾.

وعليه، فإنه يجب لتقدير الممارسات التعسفية البحث فيما إذا كان التصرف الذي قامت به المؤسسة المهيمنة يخرج عن قواعد السير الطبيعي للمنافسة ويبلغ حد المساس المحسوس بالمنافسة في السوق المعنية بغض النظر عما إذا كانت الآثار قد تحققت بالفعل أو لم تتحقق وبغض النظر عن توافر القصد لدى المؤسسة صاحبة هذه الممارسات.

ثانيا- صور التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة

حددت المادة السابعة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة صورا للسلوك التعسفي للمؤسسة عن طريق الأسعار. وبالرجوع إلى النص، فإن التعسف بالأسعار يمكن أن يكون مباشرا عن طريق آليتين هما: التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو التشجيع المصطنع لانخفاضها، إذ ورد ضمن الفقرة الرابعة "...عرقلة تحديد الأسعار حسب

قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولانخفاضها..."، كما يمكن أن يكون التعسف غير مباشر؛ حيث يحتمل أن تتعسف المؤسسة عن طريق التمييز بين شركائها الاقتصاديين في الأسعار المعتمدة، وهو ما عبرت عنه الفقرة الخامسة من المادة السابعة بالقول: "... تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة".

1- الرفع المصطنع للأسعار: من المعروف أنه كلما قلت درجة المنافسة واتجه السوق إلى الاحتكار تتجه الأسعار إلى الارتفاع، لذلك فإن الارتفاع في الأسعار عادة ما يرتبط بعلاقة طردية مع وضعيات الهيمنة والاحتكار، وإذا كانت هذه الحالة طبيعية ومنسجمة مع قاعدة العرض والطلب، فإن افتعال رفع الأسعار من قبل مؤسسة في وضعية هيمنة هو الذي يشكل تعسفا.

ومع ذلك، فإن تقدير وجود رفع للأسعار بطريقة تعسفية ليس بالأمر السهل وتتعلق الصعوبة أساسا بدرجة الارتفاع في الأسعار وما إذا كان يفترض أن يكون ارتفاعا محسوسا أم ارتفاعا عاديا؟

في هذا الإطار ذهبت الهيئات القضائية الأوروبية من أجل وضع معيار لهذه الممارسة التعسفية سنوات السبعينات إلى اعتماد مصطلح السعر المفرط التعسفي *le prix excessif abusif*، وهو السعر الذي لا يتناسب وبصفة معقولة مع القيمة الاقتصادية للمنتوج أو الخدمة المقدمة وينقصه تبرير موضوعي⁽¹⁶⁾.

ومع ذلك، فإن هذا التعريف لم يقض على الإشكالات المرتبطة بتحديد السعر المفرط التعسفي، وترتبط هذه الإشكالات خاصة بصعوبة تحديد القيمة الاقتصادية للمنتوج أو الخدمة من قبل هيئات المنافسة، كما أن الوقوف على توافر التعسف ليس بالأمر السهل؛ ذلك أن ممارسة سعر مفرط قد يكون مبررا بوضعية الهيمنة التي تحوزها المؤسسة والتي تجيز لها ممارسة أسعار مرتفعة عن الأسعار السائدة في السوق، وطالما أن وضعية الهيمنة مشروعة فيمكن بالتبعية اعتبار السعر الناتج عن هذه الوضعية سعرا مشروعا أيضا من ناحية كونه نتيجة طبيعية للسلطة السوقية التي تتمتع بها المؤسسة المعنية⁽¹⁷⁾. وهو ما يجعل الاقتصاديين متحفظون عادة من التدخل المباشر للهيئات الخاصة بالمنافسة عندما يتعلق الأمر بالأسعار في إطار وضعيات



الهيمنة ، فطالما أن هذه الوضعية ناتجة عن كفاءة اقتصادية تتمتع بها المؤسسة فمن المعقول والجائز إذن أن تتمتع هذه المؤسسة بمختلف المزايا المرتبطة بهذه الوضعية ومنها الحق في ممارسة أسعار مرتفعة عن الأسعار السائدة في السوق⁽¹⁸⁾.

وهو ما يدفع إلى القول بأن التعسف بالسعر في إطار وضعيات الهيمنة يجب ألا يرتبط بالارتفاع أو درجته، وإنما ينبغي تقديره بالنظر إلى رغبة المؤسسة في التأثير على السعر بدفعه إلى الارتفاع بطريقة مصطنعة وهو ما يؤدي إلى تخفيف حدة الخلاف بين القانونيين والاقتصاديين حول السعر المرتفع في إطار وضعيات الهيمنة، أو بعبارة أخرى أن يبرز تدخلا مفتعلا من المؤسسة المهيمنة بخصوص الأسعار⁽¹⁹⁾.

هذا التدخل من المؤسسة المهيمنة يكون واضحا للعيان عند وجود قرائن معينة ومنها مثلا: تلك الحالات التي تظهر فيها هذه المؤسسة كعموم منافسيها باعتبارها صاحبة تجهيزات أساسية وفي الوقت نفسه تظهر كمتدخل في السوق يزاحم المنافسين المتواجدين فيها، ففي هذه الحالة يتعين مراقبة مدى قدرة المؤسسات الأخرى على الممارسة الطبيعية لأنشطتها وعدم مزاحمتها من طرف المنافس والممون في الوقت نفسه، وذلك عن طريق مراقبة الفرق بين السعر في أعلى السوق وفي أسفلها وإلى أي مدى هو كاف لممارسة فعالة وناجعة لأنشطة المنافسين بشكل مريح⁽²⁰⁾. ويتم ذلك عمليا عن طريق ممارسة تقليص الهوامش أو ما يعرف "بالمقص التسعيري" وهي سياسة تؤثر بها المؤسسة المهيمنة على الأسعار في السوق المعنية⁽²¹⁾.

وهو ما قد يتحقق عن طريق ممارسة الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى المرتبطة بوضعية التبعية الاقتصادية وذلك عندما تكون المؤسسة المتبوعة مهيمنة؛ حيث تعمل حينئذ على إبقاء الأسعار في مستوى لا يقبل الانخفاض.

إن الحدود الفاصلة بين السعر المشروع والسعر التعسفي ليست واضحة في كثير من الأحيان خاصة عندما يتم استخدام نظرية "المنافسة بالأفضلية" *la concurrence par les mérites* كحجة من قبل المؤسسة المهيمنة من أجل درء شبهة التعسف عن ممارستها بما تحمله هذه النظرية من استحقاق المؤسسة هذه السلطة السوقية نتيجة سعيها الدائم نحو تحسين جودة منتجاتها وخدماتها .

وهو الإشكال الذي دفع المشرع الجزائري إلى الحذر في صياغة النص الخاص

يحظر هذه الممارسة التعسفية من خلال استعمال مصطلح "التشجيع المصطنع" وعدم استعمال مصطلح "السعر المرتفع أو المفرط"، وذلك حتى يبرز التدخل المقصود من المؤسسة المهيمنة في التأثير على الأسعار بطريقة مفتعلة والذي يشكل وجها للتعسف في هذا السلوك المرتبط برفع الأسعار ويتم بذلك الفصل بين السعر المرتفع الذي يكون نتيجة طبيعية لنجاعة الاستراتيجية الاقتصادية للمؤسسة، والذي يظل مشروعاً، وبين الرفع المصطنع للسعر من قبل مؤسسة مهيمنة تسعى من خلاله إلى إزاحة المنافسين الأقل قوة وتعزيز هيمنتها على السوق المعنية.

وفي هذا الإطار يقع على مجلس المنافسة سلطة تقديرية واسعة للوقوف على مدى وجود التعسف بالأسعار، ومن المنطقي أن ينطلق في ذلك من تحليل السعر المطبق ومقارنته مع التكاليف مع الأخذ بعين الاعتبار تقلبات السوق والاستدلال بمجموعة من المؤشرات كتلك المرتبطة بالرغبة في دخول منافسين جدد إلى السوق المعنية⁽²²⁾.

2- الخفض المصطنع للأسعار: إذا كان لا يمنع على المؤسسة الموجودة في وضعية هيمنة التدخل لتعديل أسعارها، كما لا يمنع عليها تخفيض أسعار منتجاتها بغرض الحفاظ على وضعيتها في السوق، فإن سلوكها يعد تعسفياً إذا كان السعر الذي تحدده بدون مقابل أو كان غير متناسب مع التكاليف الفعلية للخدمة أو المنتج. وحتى يتم الوقوف على وجود تعسف من قبل المؤسسة المهيمنة، فإن مجلس المنافسة يأخذ بالعديد من المؤشرات تتمثل في⁽²³⁾:

- أن تكون المؤسسة صاحبة الممارسة في وضعية هيمنة.
- ألا يكون هناك مبرر موضوعي لخفض الأسعار من قبيل تغيير السياسة الإنتاجية أو التسويقية للمؤسسة مثلاً.
- إذا كان عرض السعر المخفض عرضاً مؤقتاً.
- إذا كانت المؤسسة المهيمنة لا تمنح أسعاراً جذابة إلا للزبائن الجدد المتعاملين في الوقت ذاته مع منافسين آخرين لها.
- هذا، ويذهب الاقتصاديون إلى الاعتماد - بصدد تقدير التعسف - على مؤشر التكلفة المتغيرة المتوسطة⁽²⁴⁾.
- ولا تعد هذه المؤشرات شروطاً يفترض توافرها جميعاً للقول بوجود تعسف في وضعية



الهيمنة بواسطة الأسعار، وإنما تعتبر مؤشرات يستند إليها مجلس المنافسة بغرض بحثه عن مدى ارتباط هذه الممارسات بالتعسف. ويكمن هدف المؤسسة عموماً من خفض الأسعار اصطناعياً: إما في الضغط على منافسيها المتواجدين في السوق، وإما عرقلة دخول منافسين محتملين، كما قد تستعمل المؤسسة هذه الممارسة بغرض التأثير في سوق أخرى غير تلك التي تهيمن عليها، أو التأثير بطريقة رأسية في سوق متواجدة في مستوى آخر من النشاط الاقتصادي⁽²⁵⁾.

وتجدر الإشارة، وبالنظر إلى الآثار المترتبة، إلى أن الاشتباه والخلط قد يقع بين التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة وبين عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين كممارسة منافية للمنافسة تضمنها نص المادة 12 من الأمر 03-03، وهو ما يطرح التساؤل بخصوص الفرق بين الممارستين؟ في الواقع، وإذا كانت الممارستان تشتركان في قيامهما على التعسف إلا أنهما تختلفان في نقاط يمكن إجمالها في:

- أن الخفض المصطنع للسعر، والذي يمثل تعسفاً في الهيمنة لا يتحقق بالضرورة بالنزول بمستوى السعر إلى ما دون سعر التكلفة، بل يكفي أن يكون الخفض بطريقة اصطناعية وغير متناسب مع التكلفة.
- أن عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي لا يفترض وجود وضعية الهيمنة التي يستلزمها التعسف بخفض الأسعار.
- أن ممارسة أسعار مخفضة تتم بشكل تعسفي إزاء المستهلكين، وهذا ما ورد ضمن نص المادة 12 من الأمر 03-03، في حين أن خفض الأسعار اصطناعياً كممارسة تعسفية ترتكبها المؤسسة المعنية في مواجهة المستهلكين أو المحترفين. وعليه، فإن البيع بأسعار مخفضة يؤدي إلى الإضرار بالمؤسسات المنافسة والتي لا تستطيع بيع سلعها بأسعار أقل من تكلفتها مما يجبرها على الانسحاب من السوق⁽²⁶⁾.
- وأخيراً فإن المشرع قد أشار إلى خفض أو رفع الأسعار بطريقة اصطناعية إلا أنه تجاهل صورة أخرى قد يتم انتهاجها من قبل المؤسسة المهيمنة وهي صورة تثبيت الأسعار؛ أي الحفاظ عليها في مستوى معين رغم اختلاف المؤشرات الخارجية المستقلة بتكوينها، ففي اعتقادنا أنه لا يوجد ما يمنع مجلس المنافسة من التدخل بشأن

ممارسة تثبيت الأسعار إذا توافرت وضعية الهيمنة خاصة وأن أوجه التعسف التي أشار إليها النص قد وردت على سبيل المثال لا الحصر.

3- التمييز بين الشركاء الاقتصاديين في الأسعار: قد يظهر تعسف المؤسسة المهيمنة بواسطة الأسعار عن طريق التمييز بين شركائها الاقتصاديين، ويكون ذلك في حال البيع التمييزي مثلا، والذي تكون فيه المؤسسة منتجا، فتمنح مؤسسة موزعة تسهيلات في الدفع أو تخفيضا في الأسعار، بحيث لا تتمتع بهذه المزايا المؤسسات الأخرى المنافسة لها في توزيع المنتج. وهو ما يعد صورة من صور التعسف في الهيمنة. ولقد عبر عنه نص المادة السابعة بتطبيق شروط غير متكافئة تجاه الشركاء بما يحرمهم من منافع المنافسة.

4- التعسف بالأسعار المبرر: أورد المشرع ضمن المادة التاسعة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة استثناءات على حظر الممارسات المنافية للمنافسة، حيث استثنى المشرع تلك الناتجة عن نص تشريعي أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له، أو تلك التي تساهم في التطور الاقتصادي أو التقني أو تساهم في تحسين التشغيل... ما يفيد أن تعسف المؤسسة بالأسعار الناتج بمقتضى هذين الاستثناءين يكون مبررا. مع ملاحظة أن المشرع قد ربط هذه الاستفادة بضرورة الحصول على ترخيص من المجلس.

المحور الثاني: التصدي للتعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة

باعتبار التعسف بالأسعار ممارسة تعسفية ترتبط بوضعية الهيمنة، فإن متابعتها تتم في إطار الأحكام الخاصة بمتابعة الممارسات المنافية للمنافسة والتي تضمنها الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، كما تعد الأحكام الواردة ضمن نصوص قانونية أخرى بمثابة تدابير تكميلية أو وقائية إزاء هذه الممارسة.

أولا- التصدي للتعسف بالأسعار في إطار الأمر 03-03:

شأنها شأن باقي الممارسات المنافية للمنافسة يتم متابعة التعسف بالأسعار في إطار وضعية الهيمنة من قبل مجلس المنافسة باعتباره الهيئة صاحبة الاختصاص العام في مجال المنافسة ليتم اتخاذ القرار المناسب في هذا الشأن.

1- إثبات ممارسة التعسف بالأسعار في إطار وضعية الهيمنة: حسب أحكام الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة تحديدا نص المادة 44، فإنه يمكن لمجلس المنافسة أن ينظر



في القضايا التي تدرج ضمن اختصاصه، والتي تم إخطاره بها إما من قبل الوزير المكلف بالتجارة أو من قبل الهيئات المذكورة ضمن المادة 35، كما يمكن أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه.

وحتى يقبل مجلس المنافسة الإخطار لابد أن تكون وقائع القضية تدخل ضمن اختصاصه أي في نطاق تطبيق الأمر 03-03 وإذا ما قدر المجلس عدم اختصاصه، فإنه يصرح بموجب قرار محلل بعدم قبول الإخطار وهو ما قررته الفقرة الثالثة من المادة 44 من الأمر 03-03.

إلا أن عدم قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة لا يستند فقط إلى انعدام الصفة أو المصلحة في المخطر أو عدم اختصاص المجلس في الموضوع، بل يتعدى ذلك إلى كون الوقائع المذكورة غير مدعمة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية، وهذا ما أشارت إليه المادة 44 في فقرتها الثالثة.

إن مسألة العناصر المقنعة قد تثير جدلا حول مدى اعتبارها من قبيل إثباتات تتعلق بالوقائع المدعى بها أم مجرد مؤشرات أو قرائن تسمح بالقول بوجود هذه الممارسات؟ وفي هذا الإطار، ذهبت محكمة استئناف باريس في قراراتها إلى ضرورة الاستدلال بعناصر كفيلة بإظهار حقيقة الممارسات المدعى بها أو على الأقل ذكر كل ما من شأنه أن يدل أو يوصل إليها.

إن الاستناد إلى فكرة العناصر المقنعة يجد أساسه في طبيعة موضوع قانون المنافسة الذي يتحدد بمجال النشاط الاقتصادي للمؤسسات الناشطة في السوق، حيث قد تقوم بعضها بتقديم إدعاءات كيدية ضد منافسيها بخصوص ارتكاب ممارسات منافية للمنافسة هذا من ناحية، ومن ناحية ثانية، فإن ذلك يدخل ضمن مقتضى عدم إشغال مجلس المنافسة بقضايا وهمية أو سلوكيات لا تبلغ حد المساس بالمنافسة في السوق المعنية، خاصة وأن دوره الضبطي يسمح له باكتشاف الممارسات التي تبلغ درجة من الخطورة تستدعي تدخله، ومع ذلك فإن تطبيق هذا الحكم - دون شك- يشكل صعوبة للمؤسسات صاحبة هذه الإخطارات التي لا يتسنى لها تدعيم إخطارها بهذه العناصر المقنعة لصعوبة حصولها على الإثباتات اللازمة.

في إطار ممارسة التعسف بالأسعار المرتبطة بوضعية الهيمنة، فإن الصعوبة التي



تعرض المؤسسة المخطرة تكمن في إثبات أن المؤسسة المهيمنة تهدف من رفع أو خفض أسعار منتوجاتها أو خدماتها التأثير في السوق المعنية.

هذه الصعوبات الخاصة بالوقوف على حقيقة التعسف بالأسعار لا تواجه المؤسسة المخطرة فحسب بل حتى مجلس المنافسة ورغم ما يملكه من سلطات تخول له حق الإطلاع على الوثائق والسجلات الضرورية لسير التحقيقات، حيث سوف تتحجج المؤسسات وفي سبيل التخلص من الممارسات المنسوبة إليها بوجود ظروف خاصة أو محيطية أثرت على مستوى الأسعار.

2- العقوبة المطبقة على ممارسة التعسف بالأسعار: رتب المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة العقوبة ذاتها على كل الممارسات المنافسة للمنافسة ويمكن لمجلس المنافسة النطق بالعقوبة المناسبة في حال عدم استفادة المؤسسة المعنية من الأحكام الواردة ضمن نص المادة 60 من الأمر 03-03 والتي تقضي بسلطة مجلس المنافسة في تخفيض مبلغ الغرامة أو عدم الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام قانون المنافسة.

وتتمثل هذه العقوبات في غرامة مالية لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة أو بغرامة مالية تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بهذه الممارسات، على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فإن الغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار وهذا ما قضت به المادة 56 من الأمر 03-03 المعدلة بالمادة 26 من القانون 12-08.

وأخيرا فإن هناك تساؤلا نراه منطقيا يتعلق بمدى إمكان اتخاذ التدابير الاستثنائية الواردة ضمن نص المادة 05 من الأمر 03-03 للتصدي لممارسة التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة؟

بالرجوع إلى المادة الخامسة من الأمر 03-03 المعدلة بموجب المادة الرابعة من القانون رقم 10-05 نجدها تنص على أنه "...كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات... أو تسقيفها حسب الأشكال نفسها في حال



ارتفاعها المفرط وغير المبرر لا سيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين... إلخ."

ووفقا لهذا النص، ونظرا للمرونة المعتمدة في صياغة النص والإشارة إلى الأسباب التي أدت إلى هذه الممارسة على سبيل المثال لا سبيل الحصر، فإنه يمكن القول بإمكان أن تواجه الدولة عن طريق هذه التدابير أي ارتفاع مفرط للأسعار مهما كانت الأسباب التي أدت إليها، ومن باب أولى أن تواجه الارتفاع المفرط للأسعار الناتج عن وضعية الهيمنة.

وهو ما حدث في الجزائر عقب ما عرف بأزمة الزيت والسكر مطلع 2011 عندما وجهت أصابع الاتهام لمؤسسة cevital بافتعالها رفع أسعار المادتين وتدخلت الدولة لمواجهة هذه الوضعية عن طريق إصدار المرسوم التنفيذي رقم 11-108 الذي يحدد السعر الأقصى للمادتين⁽²⁷⁾.

ثانيا- التصدي للتعسف بالأسعار من خلال نصوص أخرى:

إذا كان لا مجال للحديث عن التعسف بالهيمنة خارج الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، فإن أحكاما وردت في نصوص أخرى من شأنها أن تساهم في التصدي للتلاعب بالأسعار بشكل عام، ويتعلق الأمر بأحكام القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، بالإضافة إلى نصوص قانون العقوبات.

1- التصدي لممارسة التعسف بالأسعار بموجب القانون 02-04: أولى القانون 02-04 المطبق على الممارسات التجارية المعدل والمتمم عناية خاصة للأسعار سيما من خلال تعديله سنة 2010، حيث ورد في المذكرة التقديمية هدف هذا القانون في التصدي إلى مختلف السلوكات غير الشرعية في مجال الأسعار لا سيما من خلال إقرار مخالفات رئيسية من قبيل التلاعبات التي تهدف إلى عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل في التكاليف قصد الإبقاء بشكل عمدي على ارتفاع أسعار السلع والخدمات وعدم إيداع هياكل الأسعار المستحدثة وتشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق وإنجاز معاملات خارج الشبكات القانونية للتوزيع.

وتطبيقا لذلك جاء في المادة 23 من القانون 02-04 المعدلة بالمادة السادسة من القانون 06-10 بأن "تمنع الممارسات والمناورات التي ترمي لا سيما إلى... إخفاء

الزيادات غير الشرعية في الأسعار..."

وبمقتضى المادة 36 تعتبر هذه الممارسات من قبيل ممارسات أسعار غير شرعية ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار، بالإضافة إلى الإجراءات الأخرى المتمثلة في حجز البضائع والحكم بمصادرة السلع المحجوزة، وذلك حسب المادتين 39 و44 من القانون 04-02 المعدل والمتمم.

وهو ما يمكن أن يعد من قبيل التدابير الوقائية في مجال شفافية الأسعار وتصب في إطار ممارسة مبدأ حرية الأسعار ضمن ما يقتضيه النظام العام الاقتصادي.

2- التصدي لممارسة التعسف بالأسعار من خلال قانون العقوبات: تعد نصوص قانون العقوبات من النصوص الردعية التي يمكن أن تكمل تلك الواردة ضمن قانون المنافسة بخصوص التعسف بالأسعار، وبالرجوع إلى قانون العقوبات نجد المشرع قد تناول ضمن المادة 172 المضافة بموجب القانون 90-15 أنه: "يعد مرتكبا لجريمة المضاربة غير المشروعة ويعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من 5.000 إلى 100.000 كل من أحدث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أو عن طريق وسيط رفعا أو خفضا مصطنعا في أسعار السلع أو البضائع أو الأوراق المالية العمومية أو الخاصة أو شرع في ذلك".

كما ذكرت الفقرة الثانية من النص ذاته الطرق أو الوسائل التي يتم بها ذلك على سبيل المثال لا الحصر، من بينها طرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطراب في الأسعار.

وإذا كان النص أعلاه لا يتحدث عن وضعية الهيمنة، ويقتصر تطبيقه على الشخص الطبيعي، إلا أن ذلك لا يمنع من القول أن تطبيق هذا النص ضمن حدوده قد يشكل تصديا للتعسف بالأسعار إذا كان المعني مؤسسة في وضعية هيمنة.

خاتمة:

تشكل ممارسة التعسف بالأسعار في إطار وضعية الهيمنة خطورة قصوى على اقتصاد أي دولة، حيث تظهر تأثيراتها على مستوى الاقتصادي العمودي والأفقي، وكذا على المستهلك بشكل عام، فعلى صعيد الاقتصاد العمودي الذي يتحدد في العلاقات بين المؤسسات، يبرز تأثير هذه الممارسة من خلال المساس بشفافية ونزاهة



المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية، أما على صعيد الاقتصاد الأفقي، فإن تأثير هذه الممارسة يمتد إلى هيكلية أو تركيبة السوق من خلال بسط هيمنة المؤسسة المخالفة وإزاحة المتنافسين المتواجدين أو المحتملين. هذا بالإضافة إلى الضرر الذي يمكن أن يلحق المستهلك كونه المعني الأول والمباشر بالأسعار. هذه الخطورة قد دفعت المشرع إلى الحرص على التصدي لمختلف أشكال التلاعب بالأسعار وعلى رأسها التعسف المرتبط بالهيمنة.

إن دراسة موضوع التعسف بالأسعار في إطار وضعيات الهيمنة قد مكنتنا من استخلاص بعض النتائج، نذكر منها:

- اعتماد المشرع ضمن نصوص قانون المنافسة عموماً وضمن الممارسات التعسفية بشكل عام على صياغة مرنة بإمكانها احتواء العديد من السلوكيات الصادرة عن المؤسسات والمتعلقة بالأسعار.

- وجود أحكام خاصة بالتلاعب بالأسعار تضمنتها نصوص أخرى ذات علاقة بقانون المنافسة كالقانون الخاص بالممارسات التجارية وقانون العقوبات، حيث تعتبر بمثابة تدابير وقائية أحياناً أو تكميلية أحياناً أخرى للتصدي للتعسف بالأسعار، هذا بالإضافة إلى إحالة المشرع ضمن قانون المنافسة على الأحكام الإجرائية الخاصة بالممارسات التجارية.

ومع ذلك، وإلى جانب هذه الإيجابيات فقد وقفنا على بعض المعوقات أو الثغرات التي تحول دون التصدي للتعسف بالأسعار نذكر منها:

- صعوبة الكشف عن المخالفة وإثباتها، سيما وأن موضوع الأسعار من المسائل التي بإمكان المؤسسات أن تتلاعب فيها عن طريق عدم الإفصاح عن تركيبها الحقيقية واعتماد حسابات وهمية.

- صعوبة الوقوف على حقيقة التعسف من قبل هيئات المنافسة في كثير من الأحيان بسبب اشتباه الممارسة بغيرها من السلوكيات المرتبطة بالأسعار.

- نقص الوعي لدى المؤسسات ولدى جمعيات حماية المستهلكين بخصوص المساهمة في التصدي لهذه الممارسات المحظورة عن طريق تقديم الإخطارات لمجلس المنافسة. هذا ما دفعنا إلى إيراد بعض الاقتراحات يمكن إجمالها في:

- ضرورة تفعيل الأحكام المتعلقة بالالتزامات القانونية للمؤسسات سيما تلك المتعلقة بإيداع تركيبة أسعار منتجاتها وخدماتها بشكل يمكن من الوقوف على حقيقة هذه الممارسات، وذلك عن طريق الردع والمراقبة المستمرة.
- ضرورة تفعيل الضمانات الخاصة بتدخل مجلس المنافسة عند متابعة الممارسات المحظورة وإجراء التحقيقات الاقتصادية بشأنها وتفعيل علاقة التعاون بينه وبين المصالح التجارية على مستوى وزارة التجارة.
- ضرورة تبني أنظمة من قبل مجلس المنافسة من شأنها وضع مؤشرات تساعد على التكييف القانوني الصحيح للمخالفات مع القيام بدراسة شاملة للسوق المعنية وتفحص مستوى الأسعار في المدة الزمنية الملائمة والكافية.
- ضرورة تفعيل الأحكام القانونية التي تسمح بالوقوف على حقيقة الأسعار كالفوترة مثلاً.

وأخيراً فإن تحمل المؤسسات الاقتصادية لمسئوليتها الاجتماعية يعد الضمان الأول والأخير للقضاء على أي تعسف بالأسعار ويساهم في إرساء ثقافة المنافسة بالأفضلية التي تعد السبيل الوحيد لأي تقدم اقتصادي.

الهوامش والمراجع:

- (1) - حسين عمران: المنافسة والممارسات الاحتكارية بين المناخ التشريعي ومشاكل التطبيق، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2012، ص 24.
- (2) - الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2003، ص 25، المعدل والمتمم بالقانون 12-08 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر عدد 36 الصادرة بتاريخ 2 جويلية 2008، ص 11 وبالقانون 05-10 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46 الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010، ص 10.
- (3) - تيورسي محمد: الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم، الجزائر، 2013، ص 245.
- (4) - حيث استبدل المؤسس الدستوري مصطلح الصناعة والتجارة بمصطلح الاستثمار والتجارة ضمن المادة 43 من التعديل الدستوري لسنة 2016: القانون 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 14 الصادرة بتاريخ 07 مارس 2016، ص 3.



(5)- القانون 89-12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29 الصادرة بتاريخ 19 جويلية 1989، ص 757، والملغى بموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والملغى بالأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

(6)- حيث تعبر بعض التشريعات عن ذلك بمصطلح السعر العادل، وهو السعر الذي يوضع بناء على قوانين السوق: انظر في هذا الشأن: محمد نصر محمد، الحماية الدولية والجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2016، مصر، ص 403.

(7)- القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004، ص 03 المعدل والمتمم بالقانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46 الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010، ص 11.

(8)- المادة 41 من القانون المدني الجزائري.

(9)- تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 120.

(10)- حيث أن فكرة التعسف عرفها القانون الروماني والشريعة الإسلامية، ولكنها بدأت في الاختفاء تحت تأثير المبادئ الفردية، غير أنها استقرت بعد ذلك ضمن مختلف النظم القانونية: سامي عبد الباقي أبو صالح: إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، 2005، مصر، ص 129.

(11)- Anne-sophie Choné: Les abus de domination (Essai en droit de contrats et droit de la concurrence, Economica, paris, 2010, p160.

(12)- Ibid

(13)- سامي عبد الباقي أبو صالح، المرجع السابق، ص 129.

(14)- المرجع نفسه، ص 130.

(15)- MEFAH Abdelkrim, L'exemption des abus de position de domination en droit Algérien (en lumière du droit français), Revue elbahith des études Académiques, volume 08, N °1, année 2021, p 286.

(16)- محمد الشريف كتو: الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة دكتوراه دولة، غير منشورة، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية 2004، ص ص 174-175.

(17)- Hugues Calvet, Gildas de Muisson: Prix excessifs, faut-il intervenir ou laisser faire, Revue lamy de la concurrence, Octobre-Décembre 2011, n° 29, p 92.

(18)- Ibid

(19)- محمد المرغدي: المنافسة (أبعادها الاقتصادية والقانونية)، منشورات المجلة المغربية للإدارة المحلية والتنمية، ج 2، ط1، 2015، المغرب، ص 345.

(20)- محمد المرغدي، المرجع السابق، ص 345.

(21)- محمد المرغدي، المرجع السابق، ص 345.

(22) - حيث من المعلوم أنه كلما كان هناك ارتفاع في الأسعار كلما زاد الحافز للاستثمار في النشاط أو الخدمة المعنية.

(23) - محمد المرغدي، المرجع السابق، ص 347.

(24) - Anne Perrot: Abus de position dominante: prédation, ventes liées, remises, Les rapports de la documentation française, politiques de concurrence, 2006, p257.

(25) - Patrick Rey/ Jean Tirole: Analyse économique de la notion de prix de prédation, Revue française d'économie, 1997, 12-1, pp 3-32, p 19.

(26) - بزاز الوليد، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة وضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 06، عدد 02 سنة 2019، ص 374.

(27) - المرسوم التنفيذي 108-11 المؤرخ في 06 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر، ج ر عدد 15 الصادرة بتاريخ 09 مارس 2011، ص 27.

