

مكانة المستهلك في ظل قانون المنافسة الجزائري

The position of the consumer under the Algerian competition law



الدكتورة/ جلال مسعد^{2,1}

¹ جامعة تيزي وزو، (الجزائر)

² المؤلف المراسل: mes.djellal@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2020/08/17 تاريخ القبول للنشر: 2020/11/29 تاريخ النشر: 2020/12/28



مراجعة الهقال: اللغة العربية: د. / زهور شتوح (جامعة باتنة) اللغة الإنجليزية: أ. / سارة الناصر (العراق)

ملخص:

يضمن المستهلك وظيفة الطلب من الناحية الاقتصادية وعليه، يؤكد القانون على أن المستهلك يستفيد بشكل غير مباشر من سياسة تنافسية فعّالة ولبيان مكانة المستهلك في قانون المنافسة يقتضي الأمر، بيان الأضرار الناجمة عن عدم احترام قواعد قانون المنافسة التي هو ضحية لها، حيث ينبغي الإشارة إلى أن قانون المنافسة الجزائري، بعد تعديله، بدأ يأخذ منحرجا ساعيا نحو حماية القدرة الشرائية للمستهلك باعتباره المستفيد النهائي من النظام القانوني التنافسي. الكلمات المفتاحية: الحماية؛ المستهلك؛ الممارسات المقيّدة للمنافسة؛ قانون المنافسة.

Abstract:

The consumer ensures the demand function in economic terms. The law affirms that the consumer benefits indirectly from an effective competitive policy. In order to demonstrate the protection enjoyed by the consumer through the application of the competition law, it is necessary to highlight the damages suffered by the consumer as a result of the lack of respect of these rules. It should be noted that the Algerian competition law, after its amendment, took a turning point towards protecting the purchasing power of the consumer, considering the latter the ultimate beneficiary of the competition legal system.

Key words: Protection; consumer; anticompetitive practices; competition law.

مقدمة:

يردد رجال الأعمال في الدول المتقدمة عبارات مشهورة تفيد أن «الزبون ملك» وكذلك «الزبون الراضي يعود». تدلّ هذه العبارات على أهمية المكانة الممنوحة للزبون بشكل عام و المستهلك بشكل خاص بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية.

يلعب المستهلك بصفته زبونا، دورا أساسيا في السوق لأنه يضمن وظيفة الطلب من الناحية الاقتصادية، فهو الذي يوجّه عملية تنافس المؤسسات في السوق من خلال الخيارات والقرارات التي يتخذها كمشتري، وطالب المواد، والخدمات المعروضة في السوق.

يؤثر المستهلك بخياراته على نشاط وسلوك المؤسسات الاقتصادية في الأسواق التي تتدخل فيها باعتبارها الجهة التي تضمن من جهتها وظيفة العرض، لكن لا يتم هذا التأثير إلا في ظل بيئة تنافسية حرة ونزيهة.

سعى القانون الجزائري منذ صدور أول قانون يتعلق بالمنافسة في سنة 1995 الملغى نحو تحقيق هدف تحسين معيشة المستهلكين، وظل يسعى وراء هذا الهدف في ظل أمر 03-03 المعدل والمتمم، حيث تنص المادة الأولى منه على سعي قانون المنافسة نحو زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين (أمر 03-03، 2003).

وعليه، إذا كان المستهلك يستفيد بشكل غير مباشر من سياسة تنافسية فعّالة فهل خصّص المشرع الجزائري مكانة وحصّة عادلة للمستهلك من المزايا المترتبة من تطبيق قواعد قانون المنافسة باعتباره عنصر أساسي من عناصر السوق وباعتباره ضحية محتملة للممارسات المقيّدة للمنافسة؟ للإجابة على هذه الإشكالية، سيتم بيان المكانة المخصصة للمستهلك في ظل قانون المنافسة الجزائري من خلال التركيز على مدى نجاعة الحماية المخصصة للمستهلك من الآثار الضارة للممارسات المنافسة للمنافسة، و مدى فعالية أحقيته في التعويض (المبحث الأول) يتضح من خلال تعديل قانون المنافسة الجزائري في سنة 2010 أن هذا الأخير بدأ يأخذ منعرجا ساعيا نحو حماية القدرة الشرائية للمستهلك عن طريق النص على التزام الدولة بالتدخل لتحديد الأسعار في حالات استثنائية لحماية القدرة الشرائية للمستهلك (المبحث الثاني).

المبحث الأول

المستهلك كمتضرر من الممارسات المقيّدة للمنافسة

يواجه المستهلكون ضغوطات يومية، تجعل ظروف معيشتهم صعبة للغاية خاصة منهم متوسطي ومحدودي الدخل، والسبب الرئيسي لذلك يعود لعدم التحكّم في الأسواق، والجميع يشهد على ظاهرة الغلاء الفاحش لأسعار المنتوجات والخدمات خاصة في الدول النامية ومن بينها الجزائر. يعيش المستهلك الجزائري ارتفاع مستمر للأسعار نظرا لعدم وفرة العرض، وعدم كفايته، وغياب الجودة، والنوعية بسبب عدم احترام القانون من طرف الأعوان الاقتصاديين، وعدم تطبيقه تطبيقا صارما على الأعوان الاقتصاديين الذين يعرقلون ويقيدون حرية المنافسة وحرية التجارة وحرية الاستثمار المكثّرة دستوريا، لأن دمج كل هذه الحريات سيؤدي لا محالة لتحقيق تطلعات ورفاهية المستهلك لذلك، ينبغي بيان الأضرار التي يتعرض لها المستهلك من جراء ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة لاسيما منها: الاتفاقات المقيّدة للمنافسة، والتعسف في وضعية الهيمنة، والتجميعات المنجزة خلافا للقواعد التي يملها قانون المنافسة (المطلب الأول).

إن تمكّن المستهلك من الاختيار بين السلع والخدمات، وخاصة بين الأسعار، هو سبب وجود المنافسة الحرة ولممارسة حقه في الاختيار، يجب على المستهلك أن يعلم ويدرك بما يتيح له "الاختيار" من إمكانيات، كما يجب أن تتوفر جميع الشروط والظروف كي يكون قادرا على الاختيار دون أن يمنع من ذلك بسبب ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة (La CNUCED, 2017, p. 60).

نص قانون المنافسة الجزائري على حق المتضررين من هذه الممارسات في الحصول على تعويض الأضرار الناجمة عن ارتكاب هذه الممارسات، لكنه يبقى أن نتساءل عما إذا كان هذا القانون، قد أحاط المستهلك بالضمانات الكافية لحصوله على حقه في التعويض (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الضرر المترتب على المستهلكين من جراء ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة

يعرّف المستهلك في المحيط الاقتصادي، على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل سلعة أو خدمة معروضة من طرف المؤسسات الاقتصادية موجّهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفّل به، حيث يساهم المستهلك يوميا في النشاط الاقتصادي الذي لا تكتمل عناصره بدونه وبالتالي فالمستهلك يؤثر تأثيرا كبيرا على المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين في السوق.

يدرك المستهلك تماما أن المنافسة عبارة عن وضعية تسابق بين المؤسسات لنيل رضاه وإقباله وهو ما يسمح لها بتحقيق الأرباح، لكنه غير مدرك بأن هذه العملية يحكمها قانون خاص يسمى قانون المنافسة.

تسمح قواعد قانون المنافسة، للمستهلك بالحصول على أحسن الخيارات سواء بين المواد والخدمات أو بين الأسعار التنافسية، لكنه ولشدة المنافسة ورغبة المؤسسات في جذب أكبر عدد من الزبائن، فإنه في الكثير من الأحيان، يلجأ الأعوان الاقتصاديون إلى ارتكاب ممارسات يكون الغرض منها احتكار السوق باتباع عدة طرق على سبيل المثال: الاتفاقات المحظورة (الفرع الأول) أو التعسف في وضعية الهيمنة (الفرع الثاني) أو انجاز عمليات تجميع اقتصادية مخالفة لقواعد قانون المنافسة (الفرع الثالث) حتى وإن كان ذلك على حساب مصلحة المستهلكين.

الفرع الأول: تضرر المستهلك من الاتفاقات المحظورة

يتحقق الاتفاق المقيّد للمنافسة، وفقا لما هو وارد في المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدّل والمتمم، عندما تتفق عدة مؤسسات مستقلة، تمثل أهم عناصر السوق من حيث الحصة السوقية أو من حيث القوة الاقتصادية، على اتباع استراتيجية مشتركة سواء تعلّق الأمر بمنتجات أو موزعي السلع أو الخدمات وقد تتعلق هذه الاستراتيجية عامة، بوضع حواجز للدخول إلى السوق، أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها، أو في اقتسام الأسواق، أو مصادر التموين، أو في عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاعها وبدون مبرر اقتصادي.

تهدف كل هذه الاستراتيجيات للتقليل من عدد المؤسسات المتنافسة المتدخلة في السوق وذلك لكي لا يبقى فيه سوى القليل منها، ألا وهي المؤسسات المتّفقة التي أبرمت الاتفاق المقيّد للمنافسة، في هذه الحالة نقول أن هناك إرادة واضحة للإخلال بالمنافسة الحرة وتقييدها وبهذا الشكل تضمن

المؤسسات المتفقة حصولها على نصيبها وحصتها من السوق بعد تقاسمه، ولا تضطر لبذل جهود للفوز برضا وإقبال المستهلكين وبالتالي، يترتب عن الاتفاقات المقيدة للمنافسة عدة آثار سلبية وأضرار على المستهلكين، هذه الأضرار تجعل ظروف معيشة المستهلك صعبة لأنه لا تتوفر أمامه أية خيارات لعدم تنوع السلع والخدمات المعروضة في السوق التي تلاءم احتياجاته وإمكانياته، فيضطر المستهلكون لدفع أسعار مرتفعة لاقتناء نوعية رديئة من السلع والخدمات وبذلك يتعرض المستهلك بشكل عام لأضرار نجم عنها فيما يلي:

أولاً: أثر انعدام الخيارات المتاحة أمام المستهلك

يمنح عامل تنوع السلع والخدمات للمستهلك قوة يمارسها على المؤسسات المنافسة في السوق، حيث يتيح له هذا المركز، سلطة الاختيار بين سلع وخدمات مختلفة الجودة والنوعية مما يجعل المؤسسات المنافسة تقوم ببذل جهود جبارة لإرضاء وجذب الزبائن والمستهلكين بشكل عام إلى موادها أو خدماتها التنافسية، لكن في حالة إبرام اتفاق مقيد للمنافسة يتم القضاء على المنافسة الحرة، وبالتالي على آثارها المفيدة وتبقى المؤسسات المتفقة تستفيد من وضعية لا يجد فيها المستهلك أي سبيل للخيار لأنه لا يوجد في السوق إلا عدد قليل من المؤسسات -متفقة فيما بينها وغير متنافسة-، فلن يتمكن المستهلك من ممارسة أي أثر على السوق، فيتحوّل مركز القوة من المستهلك إلى المؤسسات المتفقة حيث تقوم هذه الأخيرة بفرض المواد والخدمات ذات نوعية رديئة وبأسعار مرتفعة فتضعف القدرة الشرائية للمستهلكين.

لذلك نجد أن أول ضرر يتعرض له المستهلك يرتبط مباشرة بالمواد والخدمات المعروضة في السوق في حد ذاتها، فعندما يتم تنظيم وارتكاب اتفاق مقيد للمنافسة، تلجأ المؤسسات المتفقة إلى عدم التنافس فيما بينها فتتقاسم السوق وتضمن بذلك الحصول على حصتها في السوق ولا تضطر المؤسسات المتفقة للقيام بجهود لتحسين المواد والخدمات أو لتجديدها أو لعرض أسعار مرضية تستقطب بها الزبائن والمستهلكين (RIGAL, 2010-2011, p. 13) (زقاري، 2017-2018، صفحة 159).

ثانياً: أثر الارتفاع العام للأسعار

يتعرض المستهلك لنوع آخر من الأضرار يرتبط بارتفاع عام للأسعار في السوق المعني بالاتفاق المقيد للمنافسة، فعندما تتفق المؤسسات على عدم التنافس بينها وعلى رفع الأسعار فإنه لا يمكن للمشتري أن يؤثر على عملية التنافس بين المؤسسات العارضة في السوق المعنية، وبالتالي ترتفع الأسعار لأن الاتفاق المحظور أدى إلى القضاء على المنافسة، علماً أن الاتفاق يمكن أن يتم بين الأعوان الاقتصاديين الذين ينشطون في نفس السوق، فإذا تعلّق الأمر بسوق المواد الأساسية التي يحتاج إليها المستهلك فإن أثر الارتفاع العام للأسعار سيترتب عنه تدهور معيشة المستهلكين (زقاري، 2017-2018، صفحة 159).

أكد المعهد الوطني الفرنسي للاستهلاك أن الممارسات المقيدة للمنافسة التي تتجسد فيها الاتفاقات المحظورة، تؤثر مباشرة على المستهلك عندما يكون زبوناً للمؤسسات التي هي طرف في الاتفاق المقيد للمنافسة وهو ما يجعله ضحية لأسعار مبالغ فيها (RIGAL, 2010-2011, p. 13).

يمتد هذا الأثر إلى المستهلك الذي هو زبون للمؤسسة التي تموّنها إحدى المؤسسات المتّفقة على احتكار السوق، لأنّ هذا الارتفاع في الأسعار الناتج عن إبرام اتفاق محظور سيتحمل عبأه المستهلك. أضف إلى ذلك، فإنّ ثمة أثر آخر سيتربّ عن الاتفاق المحظور، ويتمثل هذا الأثر في اضطراب بعض المؤسسات المنافسة التي هي ليست طرف في الاتفاق أن تقرّر اتباع سلوك المؤسسات التي أبرمت اتفاق محظور لرفع الأسعار، وهكذا يجد المستهلك نفسه مستبعدا إلى حد كبير من السوق لأنّه لم تعد لديه لا الرغبة ولا الإمكانات للحصول على المواد أو الخدمات المعنيّة بالاتفاق المحظور (RIGAL, 2010-2011, p. 13).

الفرع الثاني: تضرر المستهلك من التعسف في وضعية الهيمنة

لقد منع المشرّع الجزائري ممارسة التعسف في وضعية الهيمنة في نص المادة 7 من أمر 03-03 المعدل والمتمم، فالمؤسسة المهيمنة على السوق لها وضعية مميزة وبالتالي مسؤولية خاصة. إنه لا يتم معاقبة المؤسسة المهيمنة على السوق على هيمنتها لكن يتم معاقبتها على استغلال هذه الهيمنة للتعسف والإضرار بالغير.

أولاً: مفهوم التعسف في وضعية الهيمنة

لم يحدد قانون المنافسة المقصود بكلمة تعسف وعليه فقد تكفّل الاجتهاد القضائي الأوروبي بتعريفه في قضية Hoffman-La Roche وقد توصّلت محكمة العدل الأوروبية في قرارها المؤرخ في 13 فيفري 1979 إلى إدراج شرط سلوكي لتعريف التعسف حيث يوصف السلوك على أنه تعسف إذا قامت المؤسسة المهيمنة بوضع حواجز وقيود للمنافسة الحرة في السوق عن طريق اللجوء إلى وسائل وطرق مغايرة لتلك التي تحكم السير العادي للسوق، وتوصّلت هذه المحكمة في قرارها إلى أن التصرف غير العادي هو ذلك التصرف غير الضروري لحماية المصالح الشرعية للمؤسسة و التصرف التعسفي إذن هو التصرف الذي يضرّ بمصلحة الغير بدون أي وجه حق. (جلال، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، 2012).

ثانياً: الأضرار الناجمة من التعسف في وضعية الهيمنة على المستهلكين

يمكن للمؤسسة التي تكون في وضعية هيمنة أن تقرّر رفع الأسعار بشكل تعسفي وفقاً لنص المادة السابعة (7) لأمر 03-03 المعدل و المتمم، وتجدر الإشارة إلى أنه تم تكريس مبدأ تحرير الأسعار في ظل قانون المنافسة كقاعدة عامة (المادة 4 من أمر 03-03، مرجع سابق، 2003) حيث يجب أن يكون السعر المقترح من طرف المؤسسة المهيمنة متناسباً مع سعر التكلفة للمواد أو الخدمات المعنيّة، فالسعر يكون تعسفياً عندما لا يتم تحديده بالنسبة للتكلفة الحقيقية التي دفعتها المؤسسة لإنتاجه، لذلك يتمثل الضرر الأول الذي يقع المستهلك ضحية له في دفع أسعار مبالغ فيها بالمقارنة مع التكلفة الحقيقية للمواد أو الخدمات.

إضافة إلى ارتفاع الأسعار، فإن الضرر الثاني الذي يصيب المستهلك من جراء ارتكاب التعسف في وضعية الهيمنة، يتمثل في اتجاه إرادة المؤسسة المتعسفة لإخراج منافسيها من السوق، وإذا لم يتم تطبيق القانون لتوقيف مثل هذه السلوكات فإن ذلك سيؤدي إلى اختفاء مادة أو علامة معيّنة كانت قد

حظيت بإقبال ورضا المستهلكين بالتالي، ينقص العرض ويرتفع الطلب في السوق وفي هذه الحالة، ترتفع الأسعار ويجد المستهلك نفسه أمام خيارات محدودة فتتدهور قدرته الشرائية.

الفرع الثالث: تضرر المستهلك من آثار عمليات التجميع المنجزة مخالفة لقانون المنافسة

يمكن لمجموعة من المؤسسات أو الشركات أن تلجأ إلى إنجاز عملية تجميع اقتصادية عن طريق الاندماج مثلاً لتعزيز وضعيتها التنافسية. تساهم التجميعات الاقتصادية بشكل فعال في تظافر جهود المؤسسات الاقتصادية المندمجة لتطوير المنتجات وتحسينها، وكذلك لإنتاج مواد وخدمات متطورة وحديثة، ومن شأن هذه العمليات تقليص تكاليف الإنتاج والتوزيع التي لن تقدر المؤسسة لوحدها مواجهتها، يصبح السوق بفضل التجميعات الاقتصادية أكثر تنافسية ويستفيد المستهلكون بمواد وخدمات ذات نوعية عالية وبأسعار عادلة (RIGAL, 2010-2011, p. 15).

غير أنه، رغم ذلك يمكن للتجميعات أن تكون مضرّة بالمستهلك ولهذا السبب تم فرض الرقابة عليها، بإجبار أصحاب مشروع عملية لتجميع بالحصول على ترخيص من سلطات المنافسة وذلك طبقاً للمادة 17 من أمر 03-03 معدل ومتمم، حيث تقوم هذه الأخيرة بتحليل الآثار المستقبلية المحتملة لمشروع التجميع بالاستناد على معايير مختلفة مثل معيار رقم الأعمال المحتمل تحقيقه وتوزيع الحصص من السوق بعد إنجاز العملية، ومدى تنوع المواد أو الخدمات في السوق المعنية.

تقوم سلطات المنافسة بمراقبة عمليات التجميع الاقتصادي من خلال تصحيح وعلاج آثار الاندماجات المضرة بالمنافسة الحرة باتخاذ تدابير وقائية كالترخيص أو عدم الترخيص بعمليات التجميع الاقتصادي أو قبوله وفق شروط من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة.

الفرع الرابع: تحديد الضرر الناتج عن التجميعات المخالفة لقانون المنافسة على المستهلك

تؤدي بعض التجميعات الاقتصادية إلى تقييد المنافسة الحرة في السوق بصفة عامة عن طريق خلق أو تعزيز الوضعية المهيمنة لعدة مؤسسات ذات القوة الاقتصادية قد تم تنظيم التجميعات الاقتصادية في المواد من 15 إلى 22 من أمر 03-03 معدل ومتمم حيث يمكن للشركة المنشأة بعد إنجاز عملية تجميع اقتصادية أن تتصرف بشكل انفرادي دون الأخذ في الحسبان ردة فعل المؤسسات أو الشركات المنافسة لها بسبب وضعيتها وقوتها الاقتصادية، فتتصرف تصرفاً مضراً بالسوق عامة وبالمستهلكين خاصة لاسيما عندما تلجأ إلى تشجيع رفع الأسعار بدون أي مبرر اقتصادي، وبدون أن تكون مضطرة لتطوير منتجاتها أو تحسين نوعيتها، علماً أن مثل هذا التصرف قبل إنجاز عملية التجميع كان سيؤدي إلى انخفاض محسوس في مبيعات المؤسسات قبل اندماجها وهو الوضع الذي كانت المؤسسات المنافسة ستستجيب له من خلال لجوئها بدورها لعرض سلع بديلة وبأسعار منخفضة لجذب الزبائن والمستهلكين. وعليه، فإن المستهلك هو الذي سيتحمل الآثار السلبية الناتجة عن التجميع الاقتصادي المخالف لقانون المنافسة.

أضف إلى ذلك، فإن هذا النوع من التجميعات سيؤدي إلى خلق وتعزيز وضعيات مهيمنة جماعية وبالتالي إلى سوق يسود فيه احتكار القلة (RIGAL, 2010-2011, p. 19).

تتمثل الأضرار التي يتعرض لها المستهلك في هذه الحالات في غياب التنوع ونقص الخيارات المتاحة أمامه من السلع والخدمات المعروضة في السوق المعنية، وينتج عن ذلك تدني وريادة النوعية وعدم تطوير المنتجات وعدم تحديثها بمعنى، أن المؤسسات المهيمنة قد لجأت إلى الحلول السهلة وهي القضاء على المنافسة وعدم بذل مجهود لتحقيق الأرباح، حيث ينخفض العرض وترتفع نسبة الطلب وبالتالي ترتفع الأسعار وتضعف القدرة الشرائية للمستهلكين .

المطلب الثاني: مدى نجاعة الحماية المخصصة للمستهلك من أضرار الممارسات

المقيّدة للمنافسة

كرّس القانون الجزائري مبدأ ضمان حق المستهلك في التعويض عن الأضرار التي تصيبه كمبدأ عام لاسيما، عندما يقع ضحية للممارسات المقيّدة للمنافسة وذلك تطبيقا لما هو وارد في نص المادة 124 من القانون المدني التي جاء فيها أنه: « كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض »، علما أن مجلس المنافسة، باعتباره سلطة إدارية مستقلة، يسهر على الحفاظ على النظام العام الاقتصادي، لكنه لا يختص بجبر الأضرار الناتجة عن ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة لأنه مجال مخصص للهيئات القضائية وفقا للنصوص القانونية الجزائرية (الفرع الأول) إذا كان صاحب الحق في المطالبة به (الفرع الثاني) ، كما لا ينبغي أن يثقل المستهلك بعبء إثبات ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة (الفرع الثالث)

الفرع الأول: تكريس حق المستهلك في التعويض عن الأضرار الناجمة عن الممارسات

المقيّدة للمنافسة في قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك وقمع الغش

لقد اعتبرت محكمة باريس في قرارها الصادر في 28 جوان 2002، أن خرق مواد L.420.1 و L.420.2 من القانون التجاري الفرنسي، وهي مواد تتعلق بمنع الاتفاقات المقيّدة للمنافسة ومنع التعسف في وضعية الهيمنة، يشكّل خطأ تقصيرا يبرر رفع دعوى التعويض (موساوي، 2011، الصفحات 22-23) ومن أجل قيام المستهلكين برفع دعوى التعويض عن الأضرار الناجمة عن ارتكاب ممارسات منافية للمنافسة، ينبغي توافر ذات الشروط التي تقوم عليها المسؤولية التقصيرية في القانون المدني والتي تقضي بوجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر، وتوافر هذه الشروط فإن المستهلك المضروب من الممارسات المخالفة لقانون المنافسة، يملك حق الحصول على التعويض شريطة تكريس هذا الحق في قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك وقمع الغش وشريطة إثبات وقوع الضرر كنتيجة مباشرة و حتمية لارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة.

أولا: حق المستهلك في التعويض عن الأضرار الناجمة عن الممارسات المقيّدة للمنافسة

في قانون المنافسة

تم النص صراحة على حق المضروب في التعويض عن الأضرار التي تسببها الممارسات المقيّدة للمنافسة في نص المادة 48 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، حيث تنص هذه المادة على أنه: « يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيّدة للمنافسة...أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول به ».

لم يتم توجيه هذه القاعدة للمستهلك بشكل خاص، لكن يمكن إدراجه ضمن الأشخاص الذين يحق لهم المطالبة بالتعويض شريطة أن يكون متضررا من الممارسات المقيّدة للمنافسة.

ثانيا: حق المستهلك في التعويض عن الأضرار الناجمة عن الممارسات المقيّدة للمنافسة

في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش

يضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 المعدل والمتمم، حق المستهلك في التعويض عن الأضرار الناجمة عن النشاط الاقتصادي لاسيما نشاط الإنتاج، والتوزيع، والخدمات، التي يقوم بها الأعوان الاقتصاديون باعتبارهم متدخلين في السوق، وقد تم تعريف المتدخل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: « كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك ».

أكد قانون 03-09 المتضمن قواعد حماية المستهلك وقمع الغش على حق المستهلك في التعويض في المادة 23 منه، حيث جاء النص فيها على أنه: « عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني ». (قانون 03-09، 2009) تجدر الإشارة إلى أن هذه المادة لم تحدد طبيعة الأضرار أو مصدره لكنها تؤكد على حق جمعيات المستهلكين في التأسيس كطرف مدني للحصول على تعويض الأضرار الناجمة عن نشاط المتدخل دون الإشارة إلى الأضرار الناجمة عن الممارسات المقيّدة للمنافسة بالتحديد، لكن يمكن إدراج هذه الأضرار ضمن تطبيق نص المادة 23 المشار إليها أعلاه، باعتباره يمارس نشاطا اقتصاديا، يمكن له أن يرتكب ممارسة مخالفة لقانون المنافسة.

الفرع الثاني: صاحب الحق في المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن ارتكاب

الممارسات المقيّدة للمنافسة

بالاطلاع على المادة 48 من قانون المنافسة الجزائري، يتّضح أنه يمكن للمستهلك كشخص طبيعي أن يرفع دعوى التعويض عن الأضرار الناجمة عن ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة، غير أن ذلك سيؤدي إلى كثرة القضايا وارتفاع المبالغ التي سيدفعها المسؤول عن الضرر من الناحية العملية، وهو ما سينجم عنه إفلاسه ناهيك عن التناقضات التي قد تحصل بين الأحكام القضائية بشأن قبول الدعاوى، ونظرا لكل هذه الصعوبات فقد نص قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري على ضرورة تنظيم المستهلكين لأنفسهم للدفاع عن مصالحهم (بن بخمة جمال، 2017) من خلال إنشاء جمعيات تتمتع بالشخصية المعنوية، تتولى حماية حقوق المستهلكين من أجل الدفاع عنها في حالة الإضرار بها لاسيما، في حالة ارتكاب الممارسات المخالفة لقانون المنافسة، وهذا ما جاء في نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث تنص هذه المادة على يلي: « عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني ».

لم يحدد قانون المنافسة ما إذا كان المستهلك المضروب من الممارسات المقيّدة للمنافسة المرتكبة جماعية سيلجأ بالرجوع على أحدهم بالتعويض المستحق كله أو على كل واحد منهم بالجزء الذي يتحمّله من المسؤولية؟ في هذه الحالة، يتعيّن على جمعية المستهلكين المطالبة بتطبيق أحكام القانون المدني

الجزائري الذي جاء فيها ما يلي: «إذا تعدد المسؤولون عن فعل ضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر و تكون المسؤولية فيما بينهم بالتساوي إلا إذا عيّن القاضي نصيب كل منهم في الالتزام بالتعويض». (المادة 126 من القانون المدني الجزائري)

الفرع الثالث: عدم جواز فرض إثبات ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة

من طرف المستهلكين

رغم تكريس حق المستهلكين في الحصول على تعويض مُمثليه بجمعيات حماية المستهلكين، إلا أنه لا ينبغي إلزام المستهلكين بالحصول على الأدلة ليحكم القاضي بدفع التعويض وذلك رغم محاولة مواجهة إشكالية الإثبات من خلال التدابير الواردة في قانون المنافسة لأنها وسائل غير كافية ولا تضمن للمستهلك حماية كافية ضد الممارسات المقيّدة للمنافسة.

أولاً: صعوبة حصول المستهلكين على أدلة تثبت ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة

يقع عبء إثبات وقوع الممارسات المقيّدة للمنافسة في دعوى التعويض على المتضرر منها، إذ يجب على جمعيات حماية المستهلكين أن تقيم الدليل على ارتكاب هذه الممارسات، حيث تضطر لإثبات الضرر الحاصل أو الأضرار محل دعوى التعويض، إلا أن الحصول على الأدلة في هذا المجال صعب للغاية يحتاج لإمكانيات وخبرة في هذا الميدان باعتبارها مسائل اقتصادية بحتة، دون أن ننسى أن هناك حالات استثنائية يتم فيها إعفاء مرتكبي هذه الممارسات من العقوبة إذا نتجت عنها آثار إيجابية على الاقتصاد العام للدولة.

ثانياً: صعوبة مواجهة إشكالية الإثبات من خلال التدابير الواردة في قانون المنافسة

نص قانون المنافسة الجزائري على تدابير يمكن أن تتبعها جمعيات حماية المستهلكين للتوصل إلى تقديم إثباتات عن ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة من أجل تدعيم دعوى المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي خلفتها هذه الممارسات وبالتالي، ينبغي على جمعيات المستهلكين في هذه الحالة، اللجوء أولاً: إلى إخطار مجلس المنافسة وفقاً لما هو وارد في المادة 44 من قانون المنافسة الجزائري عن الممارسة المخالفة لقانون المنافسة الضارة بمصلحة المستهلكين، حيث يتمتع المجلس بوسائل فعّالة للبحث عن الأدلة، وإذا ما أدان المدعى عليه، سيتسنى لجمعية حماية المستهلكين رفع دعوى التعويض عن الأضرار الناجمة عن مخالفة قانون المنافسة بالاستناد لقرار مجلس المنافسة الصادر في هذا الشأن، إلا أنه لا يوجد ما يضمن لجمعية حماية المستهلكين أن مجلس المنافسة سيتخذ قرار إدانة الممارسة المعيّنة بدعوى التعويض خاصة إذا تعلّق الأمر بالحالات الاستثنائية التي يتم فيها إعفاء مرتكبي الممارسة المقيّدة للمنافسة من العقوبة لأن المجلس لا ينظر إلى مدى الإضرار بمصالح المستهلك بقدر ما ينظر لآثار هذه الممارسات على المنافسة في السوق بشكل عام.

كذلك إنه من الصعب على القاضي المختص بالنظر في دعاوى التعويض، أن يؤكد بأن الاتفاق المبرم مثلاً له طابع مقيّد للمنافسة لعدم اختصاصه في مجال المنافسة، وفي هذا الإطار، فإنه بإمكان الجهات القضائية أن تطلب رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيّدة

للمنافسة، ولا يبدي المجلس رأيه إلا بعد إجراء الاستماع الحضوري، إلا إذا كان قد سبق له أن درس القضية المعنية (المادة 4 من أمر 03-03، مرجع سابق، 2003).

المبحث الثاني

توجيه قانون المنافسة نحو حماية القدرة الشرائية للمستهلك

تتوزع الموارد في ظل الاحتكار بشكل غير عادل، وحسب رغبات المحتكر وليس حسب رغبات المستهلك، وذلك لأن المحتكر يتحكم في توزيع هذه الموارد طبقاً لما تحققه له من طموحات دون النظر إلى مصلحة المستهلك في حين، وفي غياب الاحتكار، فإنه يمكن للمستهلك أن يختار السلعة أو الخدمة التي تتناسب مع دخله واحتياجاته. لهذه الأسباب تم تكريس مبدأ منع الاحتكار وحماية حقوق المستهلكين حماية دستورية وقانونية حيث تم توجيه قانون المنافسة بعد تعديله في سنة 2010 نحو الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك (المطلب الأول)، وتم منح دور هام لمجلس المنافسة الجزائري من أجل المساهمة في حماية القدرة الشرائية للمستهلكين، وقد تم ذلك بموجب صدور قانون 05-10 (القانون رقم 05-10، 2010) المعدل والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بقانون المنافسة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: ضمان حماية القدرة الشرائية للمستهلك في قانون المنافسة

لم يكن قانون المنافسة يأخذ بعين الاعتبار مسألة حماية القدرة الشرائية للمستهلك، بل كان يكتفي بالنص على سعي أمر 03-03 نحو زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين فحسب، وبعد تعديل هذا الأمر في 2010، أصبح قانون المنافسة يكرس مبدأ الحفاظ على القدرة الشرائية في المادة 5 منه. كذلك تشير هذه المادة إلى إمكانية تدخل الدولة لمحاربة المضاربة لحماية مصلحة المستهلك وتثبيت وتحديد الأسعار في حالات استثنائية محددة (الفرع الأول).

تم تكريس مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري منذ صدور أول قانون يتعلق بالمنافسة في سنة 1995 بموجب صدور الأمر رقم 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 حيث تنص المادة 4 منه على تحديد الأسعار بصفة حرة اعتماداً على قواعد المنافسة (أمر 06-95، 1995). بعد إلغاء هذا القانون وصدور أمر 03-03 المعدل والمتمم، تم التأكيد فيه على نفس المبدأ في نص المادة 4 منه، لكن تشترط هذه الأخيرة لممارسة حرية الأسعار أن يكون ذلك في ظل احترام القانون وعلى أساس قواعد الإنصاف والشفافية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذه الحرية لم تُترك مطلقة، فبالإضافة إلى الشروط المشار إليها أعلاه، فإنه يمكن تحديد الأسعار وتثبيت مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية بالاعتماد على آليات محددة قانوناً (الفرع الثاني) أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق في إطار مكافحة المضاربة بجميع أشكالها من أجل الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك. كما يمكن تحديد أسعار السلع، والخدمات أو تسقيفها في حالة ارتفاعها المفرط، وغير المبرر.

الفرع الأول: لجوء الدولة لتحديد الأسعار استثناءً للحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك

تنص المادة 5 من قانون المنافسة الجزائري على لجوء الدولة لتحديد الأسعار وتثبيتها في حالات استثنائية بإتباع مجموعة من الإجراءات وتتمثل هذه التدابير في تدخل الدولة عن طريق التنظيم لتحديد الأسعار وذلك على أساس اقتراحات القطاعات المعنية حفاظاً على القدرة الشرائية للمستهلك.

أولاً: تدابير تدخل الدولة لتحديد الأسعار لحماية القدرة الشرائية للمستهلك

يمكن للدولة، في حالات استثنائية، أن تلجأ إلى تحديد الأسعار في حالات استثنائية باتخاذ نصوص تنظيمية لحماية القدرة الشرائية للمستهلك، وذلك تطبيقاً لنص المادة 5 من أمر 03-03 المعدل و المتمم حيث جاء فيها أنه: «... يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسية الآتية:...

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع،

- في حالة اضطراب محسوس للسوق،

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك...».

فعلى سبيل المثال، لجأت الدولة إلى تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج، والاستيراد، وعند التوزيع بالجملة، والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي، والسكر الأبيض بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 06 مارس 2011 (المرسوم التنفيذي رقم 11-108، ج.ر عدد 15 الصادر في 09 مارس معدل ومتمم)، ونفس الشيء بالنسبة لتحديد أسعار كل من القمح والصلب، وأسعار الدقيق، والصلب، وأسعار الحليب المبستر في الأكياس عند الإنتاج، وفي مختلف مراحل التوزيع (للإطلاع على المراسيم التنفيذية التي لجأت فيها الدولة لتحديد أسعار المواد ذات الاستهلاك الواسع). تأخذ الدولة بعين الاعتبار، عند اتخاذ هذا النوع من المراسيم، تحديد أهم العناصر التي تدخل ضمن تركيبة المواد المعنية بتحديد الأسعار وهي العوامل القابلة للتغيير بتغيير عامل الزمن.

إذا استمرت حالة الظروف الموجبة لتحديد الأسعار لفترة طويلة فإنه آنذاك، يمكن اتخاذ تدابير أخرى مفادها إخضاع القطاع والمنتج لتنظيم مستمر إلى أن تتوقف هذه الظروف.

تجدر الإشارة إلى أنه تم تعديل قانون المنافسة في شأن مدة تحديد الأسعار، حيث كانت هذه المدة محددة بستة 06 أشهر غير قابلة للتجديد حتى وأن استمرت الظروف الاستثنائية التي استدعت تحديد وتثبيت الأسعار، إلا أنه وبعد التعديل الحاصل في قانون المنافسة في سنة 2010 فإنه تم حذف التحديد الزمني للتدابير الاستثنائية الخاصة بتحديد الأسعار للحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

يعتبر تقييد الدولة لمبدأ تحرير الأسعار أمراً إلزامياً في حالات استثنائية تقتضيها ضرورة حماية القدرة الشرائية للمستهلكين تلبية لاحتياجاتهم الأساسية، إلا أنه ومن أجل حماية الاقتصاد العام للدولة، فإنه ينبغي النص صراحة على اتخاذ التدابير الاستثنائية أين يتم فيها تحديد وتثبيت الأسعار لمدة محددة

تكون قابلة للتجديد، تدوم المدة الكافية لوضع حد لاضطراب السوق، ثم يتم وقف اتخاذ هذه التدابير لأن ذلك من شأنه أن يكون مكلفا لخزينة الدولة ومقيّدا للنشاط الاقتصادي.

ثانيا: التزام الدولة بالاستجابة لطلبات تعويض الأسعار التي تم تحديدها

عندما تتخذ الدولة إجراء تحديد الأسعار بشكل انفرادي، فإنها تقوم بالمقابل بدفع التعويض عن الخسائر التي تعرّض لها الأعوان الاقتصاديون الذين ينشطون في النشاط التي تدخلت فيه الدولة عن طريق اتخاذ إجراء تحديد الأسعار.

على سبيل المثال، في شهر مارس 2011، قامت السلطات الجزائرية باتخاذ المرسوم التنفيذي رقم 108-11 الذي يتضمن تحديد أسعار كل من الزيت الغذائي والسكر الأبيض، وفي شهر سبتمبر 2011 قامت وزارة التجارة باتخاذ قرار يتضمن تعيين اللجنة الوزارية المشتركة بدراسة وتقييم طلبات تعويض أسعار الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض (قرار مؤرّخ في 28 أوت، 2011).

الفرع الثاني: آليات تحديد أسعار السلع والخدمات الضرورية لحماية القدرة

الشرائية للمستهلك

تم النص على آليات تحديد الأسعار من طرف الدولة في المادة 5 من قانون المنافسة الجزائري، وتتمثل هذه الآليات لتحديد أسعار المواد والخدمات في: التحديد، والتسقيف والتصدير. تهدف هذه الآليات الثلاثة لحماية القدرة الشرائية للمستهلك بتفويت الفرصة على المحتكرين، والمضاربين الذين يتلاعبون بالأسعار حيث تسمح هذه التدابير بضمان وصول المواد والسلع للمستهلكين بسعر مناسب وبالتالي، تطهير السوق من كل أشكال المضاربة والاحتكار.

تسعى هذه الآليات القانونية كذلك لحماية الاقتصاد الوطني من الارتفاع المفرط وغير المبرر للأسعار خاصة منها أسعار المواد والخدمات ذات الاستهلاك الواسع.

أولاً: آلية تحديد الأسعار أم هامش الربح

يقصد بتحديد الأسعار قيام الدولة باتخاذ نص تنظيمي تضع من خلاله سعرا محددا مسبقا لسلعة أو خدمة معينة في حالات استثنائية حيث تجبر الموزعين والمنتجين على احترامه وتفرض جزاء على مخالفته (محمد، 2016).

تهدف الدولة من خلال اعتماد آلية تحديد أسعار المواد والخدمات للاستجابة لاحتياجات المجتمع بشكل عام واحتياجات المستهلكين بشكل خاص نظرا للدور الذي تلعبه هذه السلع والخدمات بالنسبة لهم.

ثانيا: آلية التسقيف

التسقيف هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة أو بالتجزئة للسلع أو الخدمات المعنية بهذا الإجراء.

يكون للأسعار في نظام التسقيف، مجال حر للحركة تحت السقف المحدد من طرف الدولة، لكن لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف، وحتى في حالة إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة أو تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، فالعون الاقتصادي ملزم بعدم تجاوز السقف

المحدد، وتقوم الدولة بتعويضه عن الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف وذلك بواسطة وثيقة تسمى بطاقة تركيب السعر المرفقة كملحق للمرسوم التنفيذي رقم 11-108 المشار إليه أعلاه، تبين هذه البطاقة طبيعة السعر المكوّن عند الإنتاج وعند الاستيراد، يقدّمها المنتج أو المستورد إلى اللجنة الوزارية المشتركة المكلفة بدراسة وتقييم طلبات التعويض (المرسوم التنفيذي رقم 11-108، مرجع سابق).

ثالثا: التصديق

التصديق هو الموافقة على السعر الذي تقترحه الجهات المختصة أو المتعاملين الاقتصاديين أو ذوي الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معيّن مثل الديوان الوطني الجزائري المهني للحليب ومشتقاته، على الجهة المعنية أو الوزارة المعنية (محمد، 2016) بمعنى وزارة التجارة.

المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية القدرة الشرائية للمستهلك

إن خضوع السوق لمنطق المنافسة من أجل التفوّق، ينبغي أن يجد تبريره في فكرة العمل على تحقيق رفاهية المستهلك، هذه الأخيرة التي تشكّل عند الكثير، الغاية الأساسية من ارتباط قواعد المنافسة بالقانون الاقتصادي والتي يكون هدفها الفعالية الاقتصادية التي تعني التزام المنتجين بتحقيق رفاهية المستهلك أخذا بعين الاعتبار ضعف موارده المالية، ليس من باب الشفقة عليه بل من باب خلق سوق خاصة تستجيب لطلباته وهي من الأسواق الأكثر نجاحا في الدول المتقدمة *Marché du discount et de l'ultra discount*.

ومن هذا المنطلق، ترتبط حماية المستهلك بحرية المنافسة لأن هذه الأخيرة تمنع الاحتكار المضر بأحد أهم عناصر السوق ألا وهو المستهلك لأن حرية المنافسة تؤدي لكثرة المنتجين وبالتالي، وفرة السلع وتجانسها بشكل يمكن المستهلك من المفاضلة بين السلع والخدمات لذلك، تم تدعيم قانون المنافسة الجزائري بأحكام تخدم مصلحة المستهلك من خلال رعاية مصالحه الاقتصادية وحماية قدرته الشرائية سواء من خلال السلطات التي خوّلت بها السلطة التنفيذية في ميدان تحديد الأسعار، أو في الدور الذي يلعبه مجلس المنافسة في هذا الإطار، خاصة بالنظر إلى تشكيلته (الفرع الأول) أو إلى الدور الذي يلعبه من خلال القرارات التي يتخذها لاسيما، بالسماح للجمعيات من بينها جمعيات حماية المستهلكين بإخطار مجلس المنافسة في ظل أمر 03-03 المعدل والمتمم (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أثر تمثيل المستهلكين في تشكيلة مجلس المنافسة على حماية مصلحة المستهلكين

يساهم عامل إدراج شخصيات لها كفاءات في ميدان الاستهلاك في تشكيلة مجلس المنافسة الجزائري والحفاظ على مصالحهم، دور أساسي في حماية حقوق ومصالح المستهلكين وتحسين معيشتهم، ويؤثر على ذلك تأثيرا بالغا في عمل مجلس المنافسة كسلطة إدارية مستقلة يختص بعدة صلاحيات خولت له بموجب نصوص قانونية.

أولا: أثر تمثيل المستهلكين في تشكيلة مجلس المنافسة كهيئة ضبطية وقمعية

منذ إنشاء مجلس المنافسة الجزائري بموجب صدور أمر 95-06 تم النص فيه على تعيين ثلاثة أعضاء يتم اختيارهم من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءاتها القانونية أو الاقتصادية في ميدان المنافسة والاستهلاك وقد تم الاحتفاظ بمبدأ إدراج هذه الشخصيات ضمن تركيبة مجلس المنافسة في

ظل أمر 03-03 المعدل و المتمم بعد إلغاء أمر 06-95، حيث أصبح عدد هذه الشخصيات ستة 06 (المادة 24 من أمر 03-03 معدل و متمم).

لم يكتف القانون الجزائري بذلك، بل تم تدعيم الحماية القانونية للمستهلك في ظل قانون المنافسة من خلال تعديل هذا الأخير بإدراج فئة جديدة تضاف إلى قائمة تشكيلة مجلس المنافسة ويتعلق الأمر بتعيين عضوان 02 مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين لدى مجلس المنافسة وكان ذلك في تعديل 2008 بموجب صدور قانون 12-08 المؤرخ في 25 يونيو 2008 (قانون 12-08 ، 2008) الذي يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

تجدر الإشارة إلى أن الشخصيات التي لها كفاءات في مجال الاستهلاك وكذلك العضوان اللذان يمثلان جمعيات المستهلكين، سيعملون على التأثير على مجلس المنافسة عند قيامه بمهامه، ومن هذا المنطلق يستطيع هؤلاء المشاركة في جميع نشاطات المجلس طبقا للصلاحيات المخولة له بموجب القانون، سعيا وراء إزالة وتجنب الآثار السلبية للممارسات المقيّدة للمنافسة على المستهلكين سواء من خلال اختصاصه الاستشاري أو من خلال القرارات الضبطية والوقائية التي يتخذها المجلس، بإعطاء الأوامر أو بمنح الترخيص المسبق لعمليات التجميع الاقتصادي... إلخ أو من خلال القرارات القمعية التي يفرض من خلالها مجلس المنافسة العقوبات المالية على مرتكبي الممارسات المقيّدة للمنافسة.

ثانيا: أثر تمثيل المستهلكين في تشكيلة مجلس المنافسة عند أدائه لاختصاصه الاستشاري

يلعب مجلس المنافسة دورا استشاريا، حيث يستشار في كل مسألة متّصلة بالمنافسة، وعليه يعمل المجلس من خلال هذا الدور على حماية المستهلكين من خلال الاقتراحات التي يقدمها للحكومة عند اتخاذها لقرار تحديد الأسعار وتثبيت هوامش الربح حماية لقدرتهم الشرائية في الحالات الاستثنائية المنصوص عليها في المادة 5 من أمر 03-03 المعدل و المتمم.

بالإضافة إلى ذلك، فإنه يمكن للجهات القضائية أن تطلب رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتّصلة بالممارسات المقيّدة للمنافسة لاسيما، القضايا التي ترفعها جمعيات حماية المستهلكين للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن ارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة.

الفرع الثاني: أثر السماح بإخطار مجلس المنافسة من طرف جمعيات حماية المستهلكين

يعتمد عامل حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلكين على حماية المصلحة العامة الاقتصادية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال مراقبة سلوك الأعوان الاقتصاديين وإخطار سلطات الدولة بذلك عن طريق تمثيل قانوني منظم للمستهلكين باعتبار أن المستهلك شريك اقتصادي حقيقي لا يستغني عن السوق التنافسية والعكس صحيح.

لقد تمت الإشارة إلى الأضرار التي يتعرّض لها المستهلك في المبحث الأول ورأينا أن الممارسات الاحتكارية تضعف القدرة الشرائية للمستهلكين وتنتزع منهم الخيارات التي تتيحها لهم المنافسة الحرة، لذلك وبما أن الأمر يتعلق بالمصلحة العامة الاقتصادية، فقد مُنحت لمجلس المنافسة مكنة التدخل لمعالجة القضايا الماسة بالمنافسة وبالتالي الماسة بمصالح المستهلك سواء من تلقاء نفسه أو من طرف الغير ومن بينهم جمعيات حماية المستهلكين.

أولاً: إخطار مجلس المنافسة من طرف جمعيات حماية المستهلكين

لقد تم تمكين جمعيات حماية المستهلكين من إخطار مجلس المنافسة عن الممارسات المقيّدة للمنافسة التي تنطوي على مخاطر على معيشة المستهلكين في نص المادة 44 من أمر 03-03 معدل ومتّمس. لا يخفى علينا أن معاقبة المؤسسات لمخالفاتها لقانون المنافسة وارتكابها للممارسات الاحتكارية، يعود بالنفع على الاقتصاد العام للدولة بشكل عام، وعلى المستهلك بشكل خاص وذلك لما للعقوبة من أثر رادع على مخالفتي القانون، بالإضافة إلى أن تدخّل مجلس المنافسة عن طريق قبول إخطار جمعيات المستهلكين ينطوي على فائدة أخرى تتمثل في اعتماد هذه الجمعيات على قرار الإدانة لرفع دعوى التعويض أمام الهيئات القضائية المختصة.

لقد منح قانون المنافسة لجمعيات المستهلكين، حق إخطار مجلس المنافسة شريطة أن يكون ذلك في إطار المصالح التي كلّفت بالدفاع عنها بمعنى حماية مصالح المستهلكين، وعليه، يساهم عامل إخطار المجلس من طرف جمعيات المستهلكين في تحقيق مصلحة المستهلك شريطة أن تكون لها مصلحة في ذلك، ولن يقبل المجلس إخطار جمعيات المستهلكين إلا إذا كانت معتمدة (جلال، مرجع سابق، 2012).

ثانياً: دور التدخل التلقائي لمجلس المنافسة في حماية مصلحة المستهلكين

يمكن لمجلس المنافسة أن يخطر نفسه تلقائياً، إذا كانت الممارسات المقيّدة للمنافسة ستؤدي إلى احتكار الأسواق من خلال سلوكات مخالفة لقانون المنافسة مثل ارتكاب الأعوان الاقتصاديون لاتفاق محظور نتج عنه ارتفاع مفرط للأسعار، وبدون أي مبرر قانوني أو اقتصادي، أو تعسّف في وضعية الهيمنة أو إنجاز عملية تجميع اقتصادي مخالفة لأحكام قانون المنافسة لما لهذه الممارسات من آثار من بينها إضعاف القدرة الشرائية للمستهلك.

يقوم المجلس بإخطار نفسه بعد إجراء دراسات وتحليل لسوق معيّنة أو بعد تلقي إخطار لم يقبل لعدم توفّر الشروط المطلوبة، حيث يلاحظ من خلال هذا التحليل مثلاً أن السوق لا يسير سيراً عادياً سواء من ناحية الأسعار أو من ناحية وفرة المواد والسلع أو عدم كفايتها لتلبية احتياجات المستهلكين تطبيقاً للمادة الأولى لقانون المنافسة التي لا تستهدف تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفادي كل ممارسة مقيّدة للمنافسة ومراقبة التجميعات فحسب، بل تستهدف كذلك زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين.

الخاتمة:

يتّضح من خلال هذا المقال ومن خلال التعديلات التي طرأت على قانون المنافسة الجزائري أن المستهلك بدأ يأخذ مكانة تجعله مؤثراً لا متأثراً بمجريات الأسواق شريطة أن تكون هناك إرادة فعلية لتطبيق القانون تطبيقاً فعلياً من طرف الدولة ومؤسساتها.

تعترف معظم حكومات الدول المتقدمة بالدور الذي يلعبه المستهلك المطلّع على حقوقه في التأثير على النشاط الاقتصادي لتطوير وتحسين نوعية المواد والخدمات، فهو محرك لعملية التنافس الحر.

وعليه، وإجابة على الإشكالية المطروحة حول ما إذا كان المشرع الجزائري قد خصص للمستهلك مكانة وحصة عادلة من المزايا المترتبة من تطبيق قواعد قانون المنافسة باعتباره عنصر أساسي من عناصر السوق وباعتباره ضحية محتملة للممارسات المقيدة للمنافسة، فإنه تم التوصل إلى أن رغم الخطوات التي تخطاها المشرع الجزائري لتحسين معيشة المستهلكين، ولحماية قدرتهم الشرائية في ظل قانون المنافسة إلا أنها غير كافية، بل تحتاج لمزيد من الجهود لضمان حماية فعّالة للمستهلكين من الممارسات المقيدة للمنافسة ومن المضاربة في الأسواق التي تؤدي إلى الارتفاع العام والمستمر للأسعار، ولن يتحقق ذلك إلا بالاعتماد على التنسيق بين سياسة المنافسة وسياسة الاستهلاك من أجل القضاء على أسباب سوء سير الأسواق من خلال التطبيق الصارم للنصوص القانونية.

من أجل التعبير على مكانة المستهلك في ظل قانون المنافسة، ظهر توجه حديث نحو دمج مهام تطبيق قانون المنافسة وتطبيق قانون الاستهلاك في إطار نفس السلطة من أجل خلق نوع من التآزر بين المهمتين على سبيل المثال: نذكر السلطة النييرلندية Néerlandaise للاستهلاك والأسواق المنشأة في 2013 وهي نتاج دمج ثلاث سلطات تتمثل في سلطة الاستهلاك وسلطة ضبط البريد والمواصلات وسلطة المنافسة كما أنها سلطة تهدف بالأساس لتعزيز وتحسين معيشة المستهلكين وتعمل على منح المزيد من إمكانيات التدخل لكل من المستهلكين والمؤسسات ونفس الشيء بالنسبة لأستراليا التي قامت بإنشاء اللجنة الأسترالية للمنافسة والمستهلك (La CNUCED, 2014, p. 14).

أما بالنسبة للدول التي فصلت بين سلطة المنافسة وسلطة الاستهلاك، فتوجد طرق أخرى للتعاون والتنسيق فيما بينها، ففي سنة 2012 قامت سلطة المنافسة وسلطة حماية المستهلكين البرازيليتين بإمضاء اتفاق تعاون وتنسيق فيما بينها من أجل تبادل المعلومات، والقيام بأعمال مشتركة لتعزيز حماية المستهلكين، والكفاح معًا وبشكل فعّال ضد الممارسات المنافية للمنافسة المضرة بهم. (La CNUCED, 2014, p. 14).

الإحالات والمراجع:

1. La CNUCED. (2014). *l'utilité de la politique de la cocurrence pour les consommateurs*.
2. La CNUCED. (2017). *Conférence sur la protection du consommateur. Manuel sur la protection du consommateur*.
3. RIGAL, M. (2010-2011). *La protection du consommateur par le droit de la concurrence*. Université Montpellier1.
4. القانون رقم 05-10. (15 أوت، 2010). ج.ر عدد 46 الصادر في 18 أوت 2010 يعدل ويتمم الأمر 03-03.
5. المادة 126 من القانون المدني الجزائري. (دون تاريخ).
6. المادة 24 من أمر 03-03 معدل ومتمم. (دون تاريخ).
7. المادة 4 من أمر 03-03، مرجع سابق. (2003).
8. المرسوم التنفيذي رقم 108-11. (ج.ر عدد 15 الصادر في 09 مارس معدل ومتمم). مؤرخ في 06-03-2011، يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الانتاج. والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.
9. المرسوم التنفيذي رقم 108-11، مرجع سابق. (بلا تاريخ).
10. آمال زقاري. (2017-2018). حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة. أطروحة دكتوراه علوم. جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة كلية الحقوق.
11. أمر 03-03. (جويلية، 2003). مؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 43، الصادر في 20 جويلية.. معدل ومتمم.
12. أمر 95-06. (1995). مؤرخ في 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 9، الصادر في 22 فيفري ملغى.
13. بن بخمة جمال. (2017). "التعويض عن الأضرار الناتجة عن الممارسات المقيدة للمنافسة". المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، عدد 2، الصفحات 190-199.
14. ظريفة موساوي. (2011). دور الهيئات القضائية العادية في تطبيق قانون المنافسة. مذكرة ماجستير في القانون، جامعة مولود معمري، كلية العلوم السياسية والقانونية قسم حقوق.
15. قانون 12-08. (جوان، 2008). يعدل ويتمم الأمر 03-03. ج.ر عدد 36، الصادر في 02 جويلية.
16. قانون 03-09. (2009). مؤرخ في 25 فيفري، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، ج.ر عدد 15، صادر في 20 مارس.
17. قرار مؤرخ في 28 أوت، (2011). يحدد القائمة الإسمية لأعضاء اللجنة الوزارية المشتركة المكلفة بدراسة وتقييم طلبات تعويض أسعار الزيت الغذائي المكرر العادي و لسكر الأبيض، ج.ر عدد 50 الصادر في 11 سبتمبر.
18. كريم محمد. (2016). "تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على حرية الأسعار". مجلة القانون للمركز الجامعي للعلوم القانونية والإدارية بغيلزان، العدد 7، الصفحات 271-272.
19. للإطلاع على المراسيم التنفيذية التي لجأت فيها الدولة لتحديد أسعار المواد ذات الاستهلاك الواسع. (دون تاريخ). أنظر في موقع الهوامش والأعار المقننة لوزارة التجارة الجزائرية.
20. مسعد جلال. (2012). مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية. أطروحة لنيل الدكتوراه علوم، جامعة تيزي-وزو كلية العلوم القانونية والسياسية قسم حقوق.

21. مسعد جلال. (دون تاريخ). مرجع سابق.
22. نفس المرجع. (دون تاريخ).