

قانون المنافسة وحماية المستهلك

تابع للمحاضرة الثانية: (قواعد المنافسة)

ثالثا/ العقود الاستثنائية:

تعد العقود الاستثنائية من بين الممارسات المقيدة للمنافسة اذ ينص المشرع الجزائري على أنه: "يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو الاخلال بها، ويحظر كل عمل و/ أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر." (نص المادة 10 من القانون 12-08)، وقد تعرض المشرع الجزائري الى حظر هذه الممارسة دون التعرض لمفهومها، و تناول العقود الاستثنائية في نقطتين من خلال تعريفها، وكذا شروط حظر هذه الممارسة.

1- مفهوم العقود الاستثنائية:

تقوم العقود الاستثنائية في مجال التوزيع بين المنتج والموزع أو ما يعرف بعقود التوزيع، ويقصد بهذه الأخيرة العقد المبرم بين المنتج (الممون) والموزع (الزبون) أو الموزعين من أجل القيام بعملية إيصال المنتجات الى المستهلك النهائي، أما عن عقد التوزيع الاستثنائي يقصد به العقد الذي يقوم بمقتضاه المنتج ببيع منتوجه من قبل **موزع معين**، من أجل إعادة بيعها في إقليم معين ولمدة معينة، ويلتزم الموزع في هذه الحالة باحترام هذه البنود، ويجب التمييز بين اتفاق التوزيع الحصري عن اتفاق التوريد الحصري، فبينما يلتزم المنتج ببيع المنتجات التعاقدية الى موزع محدد في مجال التوزيع الحصري، فنكون بصدد اتفاق البيع الحصري حيث يلتزم الموزع بدوره بالتعامل مع منتج معين دون سواه أو مؤسسة معينة من طرف هذا الأخير من أجل توزيع المنتجات المعنية، وهذا ما يسمى كذلك باتفاق الشراء الحصري.

2- شروط حظر العقود الاستثنائية:

تتمثل هذه الشروط في ضرورة وجود عقد استثنائي من جهة زيادة على تقييد العقود الاستثنائية للمنافسة.

أ- وجود عقد استثنائي:

يتمثل الشرط الأول في وجود عقد استثنائي سواء كان متعلق بعقد البيع الحصري، أو عقد الشراء الحصري اذ أن المادة (6) من القانون رقم: 12-08 المعدلة للمادة (10) من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة جاءت بمفهوم واسع، ويتعلق المنع بأي عمل و/أو عقد مهما كانت طبيعته أو موضوعه يسمح للمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط، ويكمن هذا الاستئثار في التعامل مع منتج واحد دون غيره أو مع موزع واحد على سبيل الحصر، وعليه في حالة وجود شبكة توزيع تتضمن عدة موزعين فلا نكون بصدد عقد توزيع قصري.

ب- تقييد المنافسة في السوق:

لا يعتبر عقد التوزيع ممارسة محظورة الا إذا تضمن بند الاستئثار الذي يتم بموجبه التعامل مع منتج واحد، أو موزع واحد

حيث يتم استبعاد باقي المنتجين أو الموزعين الممارسين لنفس النشاط وفي نفس السوق، ويظهر هذا العقد كمقيد للمنافسة نظرا لمساهمته في الحد من حظوظ المتنافسين الجدد في دخولهم للسوق أو من محافظتهم على وضعيتهم التنافسية من خلال البنود المقيدة للتوريد التي يحتاجونها من أجل ضمان منافسة فعلية في السوق.

رابعا/التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:

تنص المادة (11) من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: "يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة.

يتمثل هذا التعسف بالخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي،
- البيع المتلازم أو التمييزي،
- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا،
- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى،
- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة،
- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق.

1- مفهوم التبعية الاقتصادية والمعايير المحددة لها:

أ- مفهوم التبعية الاقتصادية:

عرف المشرع وضعية التبعية الاقتصادية في المادة (3) في فقرتها الأخيرة "...بأنها العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا."

ب- معايير تحديد التبعية الاقتصادية:

تتطلب وضعية التبعية الاقتصادية وجود معايير تتمثل أساسا في غياب الحل البديل بالنسبة للمؤسسة التابعة، زيادة على متطلبات أو معايير اقتصادية أخرى تتمثل في شهرة علامة منتجات المؤسسة المتبوعة، ونشير الى أن شهرة العلامة تتوقف على اقبال المستهلكين عليها، بالإضافة الى رقم أعمالها وكذا حصتها في السوق التي تترجم قوة المؤسسة المتبوعة في السوق، كأن تكون هذه الأخيرة في وضعية هيمنة في السوق المعنية.

2- شروط حظر وضعية الهيمنة:

لا تعد وضعية التبعية الاقتصادية ممارسة محظورة في حد ذاتها فقد تنتج هذه الممارسة عن الهيكلة الاقتصادية للسوق المعنية، غير أن هذه التبعية قد تشكل ممارسة مقيدة للمنافسة في حالة استيفائها لشروطين أساسيين هما: وجود وضعية تبعية اقتصادية من جهة، والتعسف في استغلالها من قبل المؤسسة المتبوعة من جهة أخرى.

أ- وجود تبعية اقتصادية:

لا يمكن حظر وضعية التبعية الاقتصادية الا في حالة وجود علاقة تجارية تبعية فعلية بين المؤسسة التابعة والمؤسسة المتبوعة، ونفرق في هذا السياق بين التبعية الاقتصادية للموزع إزاء الممون وبين التبعية الاقتصادية للممون إزاء الموزع.

ب- التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:

لا يقتصر الأمر على وجود علاقة تبعية بين المؤسستين لحظر هذه الممارسة، بل يجب أن تتعسف المؤسسة المتبوعة في استغلال هذه التبعية، ولقد جاء المشرع الجزائري بأمثلة لهذا التعسف في الفقرة الثانية من المادة (11) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

وعليه يمكن أن يتجلى التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية فيمايلي:

- رفض البيع دون مبرر شرعي: لم يعرف المشرع الجزائري مفهوم رفض البيع دون مبرر شرعي، لكن يمكن تعريفه بأنه: امتناع المؤسسة المتبوعة عن بيع المنتج محل العقد للمؤسسة المعنية بشكل تعسفي وبدون وجود سبب مشروع في ذلك.
- البيع المتلازم أو التمييزي: يتمثل هذا النوع من البيع في فرض المؤسسة المتبوعة على المؤسسة التابعة اقتناء منتج آخر إضافة الى المنتج محل التعاقد رغم عدم طلبه من قبل المؤسسة التابعة، ويسمى كذلك بالبيع المشروط، وغالبا ما تفرض المؤسسة المتبوعة على المؤسسة التابعة اقتناء منتج مغاير بسبب كساده، أو من أجل الترويج له، فتضطر المؤسسة التابعة الى قبول الشرط رغم تعسفه، وذلك من أجل المحافظة على العلاقة التجارية التي تجمعها بالمؤسسة المتبوعة لعدم وجود حل بديل.

• البيع المشروط باقتناء كمية دنيا:

تتمثل هذه الممارسة في فرض المؤسسة المتبوعة على المؤسسة التابعة، اقتناء حد أدنى من المنتجات، دون مراعاة طلب المؤسسة التابعة، مما يؤثر على العرض والطلب ويؤدي الى ارتفاع المنتج في السوق بشكل تعسفي.

• الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

يعتبر السعر العامل المحرك للسوق، وأي تعسف فيه يؤدي الى عرقلة المنافسة، ولذلك يحظر البند الذي تلزم من خلاله المؤسسة المتبوعة المؤسسة التابعة ببيع المنتج بالسعر الأدنى الذي تحدده، فتضطر بذلك المؤسسة التابعة الى التقييد بالسعر المفروض عليها من أجل حفاظها على العلاقة التجارية بينها وبين المؤسسة المتبوعة بحكم وضعيتها في السوق، وهو ما يؤدي الى تقييد حريتها وخرق القواعد التنافسية.

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

يمكن أن تلجأ المؤسسة المتبوعة الى قطع العلاقة التعاقدية بينها وبين المؤسسة التابعة لها بصفة تعسفية، لمجرد أنها رفضت الخضوع للبنود المفروضة عليها، وتعد هذه الممارسة محظورة لأنها تؤثر على المصلحة الاقتصادية للمؤسسة التابعة باعتبارها الطرف الضعيف في هذه العلاقة، مما يؤدي الى الإخلال بقواعد المنافسة.

خامسا / حظر عرض أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي:

يتبنى قانون المنافسة مبدأ هام يتمثل في حرية الأسعار، ولكن قد تقوم بعض المؤسسات ببيع منتجاتها بسعر منخفض بشكل تعسفي، رغبة في استبعاد مؤسسة منافسة لها من السوق، وهو ما يسمى أيضا بالبيع بالخسارة، وهي ممارسة ممنوعة، وقد صنفت ضمن الممارسات المقيدة للمنافسة، وذلك بموجب المادة (12) من الأمر 03-03 والتي جاء فيها: " 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 الى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول الى السوق."

وتتطلب هذه الممارسة شروطا معينة حتى يمكن حظرها، وعليه نعرض لشروط حظر هذه الممارسة والاستثناءات الواردة عليها.

1-شروط حظر البيع بالخسارة:

تتطلب هذه الممارسة حتى يتم حظرها مجموعة شروط تتمثل فيما يلي:

أ-التخفيض التعسفي في السعر:

حتى يمكن اعتبار هذه الممارسة محظورة يجب عرض المنتج بسعر أدنى من **سعر التكلفة**، فالتعسف يكمن في عرض سعر أقل من سعر التكلفة.

ب-توجيه السلعة الى المستهلكين:

بالإضافة الى ما سبق يجب أن تكون عملية بيع المنتج موجهة الى المستهلكين، وألا يقتصر خفض الأسعار بين الأعوان الاقتصاديين فقط، إذ يشكل المستهلك العنصر الأساسي لتحريك السوق.

ج-تقييد المنافسة:

يجب أن تهدف المؤسسة من وراء البيع بسعر أدنى من سعر التكلفة، الى تقييد المنافسة من خلال اقضاء مؤسسة منافسة لها.

2-الاستثناءات الواردة على البيع بالخسارة:

تناولت هذه الاستثناءات المادة (19) من القانون 02-04 المحدد لقواعد الممارسات التجارية وتناولها في النقاط التالية:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع، فلا يعد ممنوعا خفض سعرها لحد أدنى من سعر التكلفة كمنتجات الحليب ومشتقاته.
- السلع التي بيعت بصفة ارادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو انهائه، أو إثر تنفيذ حكم قضائي، فيجوز لها في هذه الحالات بيع السلع بسعر أدنى من سعر التكلفة.

- السلع التي تم التمويين منها أو يمكن التمويين منها من جديد بسعر أقل، ففي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التمويين الجديد.
- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا فيجوز للمؤسسة في هذه الحالة عرض سعر منخفض عن سعر التكلفة.
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف باقي الأعوان الاقتصاديين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.