جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر

ميدان: حقوق وعلوم سياسية

شعبة: حقوق

التخصـــص: قانون شركات

إعداد الطالبة:

معمري إكرام

بعنوان:

نطاق مبدأ حرية الأسعار

نوقشت وأجيزت بتاريخ : ...../...../.....

أمام اللجنة المكونة من السادة :

مجوج إنتصار	أستـــاذ محاضر. ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
عياض عماد الدين	أستاذ محاضر. ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
بن أحمد صليحة	أستاذ محاضر.ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2017/2016

شكـــــر وتقـــديـــر

بعد رحلة بحث وجهد واجتهاد تكللت بإنجاز هذا البحث، نحمد الله عز وجل على نعمه التي منّ بها علينا فهو العلي القدير، كما لا يسعنا إلا أن نخص بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف الدكتور "عياض عماد الدين" تقديراً لمجهوداته وتوجيهاته القيمة وحسن المعاملة ، مما جعلني لا أتردد في طرح سؤال يخص إعداد هذه المذكرة.

كما أشكر جميع أساتذة جامعة قاصدي مرباح الذين يسعون إلى إنارة درب الطلبة في هذا الصرح الكبير.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى كل عمال المكتبة والموظفين في الجامعة على مساعدتنا طيلة فترة دراستنا وإلى كل من قدم لنا يد العون في إنجاز هذا العمل.

مقدمة

مقدمة:

عمدت الجزائر منذ سنة 1989 إلى تشريع توجه جديد قائم في خطوطه العريضة على الحرية الاقتصادية، والتي تعد من أهم مظاهر العولمة الاقتصادية التي تفرض على الدولة اعتماد المبادرة الخاصة والمنافسة الحرة المواكبة للتحولات الاقتصادية التي تتميز بتراجع تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي.

فاقتصاد السوق حديث النشأة في الجزائر، فبصدور قانون الأسعار سنة 1989 بدأ المشرع يتخلى عن التحديد الإداري للأسعار، ويعد الساحة الاقتصادية لنشأة المنافسة، حيث اتبع في الغالب الأعم سياسة تحرير الأسعار وأخضعها للمنافسة طبقا لما تفتضيه حرية السوق، فعادة ما يحدد السعر حسب قانون العرض و الطلب, و ليس عن طريق تدخل الدولة التي انتقلت بدورها من الدولة المتدخلة إلى الدولة الحارسة وهو ما يتناسب تماما والفكر الليبرالي.

وقد كرس المشرع هذه الحرية من خلال المادة 43 من الدستور التي تقضي بأن حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون, وبمعالجة مضمون هذا المبدأ –حرية الأسعار–نجده يستلزم ضرورة اخضاعه للقواعد التنافسية من جهة وإرادة الأطراف المتعاقدة فيما بينها من جهة أخرى والخاضعة للقواعد العامة في تحديد الأسعار، فالحرية التعاقدية مستخلصة من مبدأ سلطان الإرادة.

فالأصل في العقود الملزمة للجانبين أو حتى العقود المتعلقة بالملكية أو الانتفاع بالشيء هو التفاوض وتطابق الإرادتين، وعيله يحدد السعر من الطرفين, مع توسيع نطاق هذه الحرية, و تقليص صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في آن واحد. فهنا للأطراف الحرية التامة في التفاوض حول بنود العقد خاصة ما يتعلق بالسعر باعتباره موضوع الدراسة من جهة، وكذا لأهميته البالغة في دفع الطرف الآخر للتعاقد من جهة أخرى، فعناصر البيع الجوهرية هي: المبيع و الثمن، فضلاً عن الشروط العامة لصحة الالتزامات التعاقدية، وعليه فالسعر هو أحد العناصر الموضوعية في العقود التجارية .

وإذا أخذنا هنا عقد البيع كنموذج باعتباره أكثر العقود ممارسة و إبراماًفإن الثمن يجب أن يكون مقدراً أو قابلاً للتقدير برقم معين قائم على بيان الأسس المقدّر عليها حسب المادة 356 من ق.م.جكسعر السوق، وعليه فإن حرية الأسعار تسمح للمتعاملين الاقتصاديين بتحديد أسعارهم بإرداتهم ولكن في المقابل نجد أن هذه الحرية ليست مطلقة.

ومن أبرز مظاهر تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي تقنينها وتحديدها للأسعار لإعتبارات معينة ووفق آليات محددة قانونا، فبالرغم من تكريس المشرّع الجزائري لمبدأ حرية الأسعار بمقتضى الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة إنما ترد عليها مجموعة من الإستثناءات.

ومن هذا المنطلق إرتأينا دراسة نظام الأسعار في التشريع الجزائري وبالضبط مبدأ حرية الأسعار كأصل عام والإستثناءات الواردة عليه.

وتعزى أهمية الموضوع إلى إرتباطها بموضوع أساسي يمزج بين الأهمية القانونية والأهمية الاقتصادية حيث ترتبط ممارسة أي نشاط إقتصادي بمدى فاعلية المنافسة, وهذه الأخيرة لا تتحقق إلا بإحترام مبادئها والتي يعد مبدأ حرية الأسعار من أهمها، كما يعزز من أهمية الدراسة حداثة موضوع البحث على الصعيد الوطني, خاصة إذا أخذنا بعين الإعتبار حداثة قانون المنافسة الجزائري نسبيا, مقارنة بباقي القوانين الأخرى.كما تظهر أهميته في أنه يمكننا من الوقوف على آليات التدخل الفعالة لضبط ومراقبة السوق والتي تحد من الإختلالات المسجلة بشكل يومي في السوق، لاسيما تلك الناتجة عن المضاربة في الأسعار التي تمس بالقدرة الشرائية للمستهلك.

ومن بين أهم الأسباب التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع، حساسية موضوع الأسعار بالنسبة للمستهلك وبالنسبة للسياسة الاقتصادية والمالية للدولة على حد سواء.

حيث نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة النظام القانوني للأسعار على ضوء القانون الجزائري، سواء من خلال قانون المنافسة أو القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وتسليط الضوء على دور الدولة الضابط في هذا المجال, من خلال التعرف على كيفيات وآليات تدخل الدولة وكذا الجزاءات المقررة للمخالفين لهذه الإجراءات.

وبناءا على ما سبق، وحتى نتمكن من الإحاطة بمختلف زوايا الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى تطبيق مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري؟

وحسب الإطلاع على بعض الدراسات السابقة -وهي قليلة –فقد وقفت على رسالة ماجيستير تخصص قانون العلاقات الاقتصادية (أعوان العلاقات الإقتصاديين / المستهلكين) ، تحت عنوان : << تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة >>, للباحثة لطيفة بوخاري.

وحتى نتمكن من الوصول إلى الإجابة عن هذه الإشكالية، فقد إعتمدنا على المنهج الوصفي من خلال تبيان القاعدة العامة للموضوع والمتمثل في حرية الأسعار وكذا الإستثناءات الواردة عليه والتي تشكل في حد ذاتها الحلات التي تستدعي الدولة للتدخل، حيث قمنا بوصف دقيق لكل حالة على حدى، كما إتبعنا المنهج التحليلي والذي يتلاءم وطبيعة الموضوع، حيث إستعرضنا موقف المشرّع الجزائري، في كل عنصر من عناصر الدراسة من خلال تحليلنا لأحكام النصوص القانونية والتعليق عليها.

وللإلمام بالموضوع إعتمدنا على خطة ثنائية، حيث قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول بعنوان **تكريس مبدأ حرية الأسعار**، والذي نبرز من خلاله في مبحثين، مبحث أول يتعلق بمبدأ حرية المنافسة أساس لمبدأ حرية الأسعار، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه ضوابط مبدأ حرية الأسعار، أما الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى **إستبعاد مبدأ حرية الأسعار** ويضم بدوره مبحثين، المبحث الأول يتعلق بمبررات التسعير وآلياته، أما المبحث الثاني يتضمن جزاء مخالفة أحكام التسعير.

الفصل الأول

تكريس مبدأ حرية الأسعار

تمهيد:

يعد قانون المنافسة أحد مظاهر التنظيم الحر للإقتصاد، بما يفترض معه من الحرية التنافسية بين الأعوان الإقتصاديين، وحرية الوصول إلى العملاء، لكن هذا الموضوع لا يتحقق في الواقع إلا إذا كانت شروط المنافسة المثالية متاحة لجميع الأعوان، لاسيما حرية الدخول للسوق ونزاهة وشفافية الممارسات التجارية.

وبتوجه الجزائر نحو الإقتصاد الحر والذي يعتمد على حرية المنافسة أصبح لزاما عليها تكريس هذا المبدأ وإحترامه من خلال القواعد القانونية الخاصة بالمنافسة، ويرتكز مضمون مبدأ حرية المنافسة على حريتين أساسيتين هما:

حرية الإستثمار والتجارة وحرية الأسعار وحتى تتم ممارسة هذه الأخيرة وفقا لمقتضيات المنافسة وقواعد الممارسات التجارية، يجب على المتعاملين الإقتصاديين التقيد بمجموعة من الضوابط.

المبحث الأول: مبدأ حرية المنافسة أساس مبدأ حرية الأسعار

ترتبط المنافسة إرتباطا متلازما بالأعمال والممارسات التجارية والنشاط التجاري نظرا لأن المجال التجاري يعتبر ساحة رئيسية لهذه المنافسة، فالتجارة تلعب دورا رئيسيا في حياة الشعوب في الوقت الحاضر بجانب الصناعة، وتهدف المنافسة إلى إجتذاب أكبر عدد من العملاء، وتجعلهم لا يتقيدون بمنتج معين ولا متجر معين.[1]

ولأن المنافسة هي أساس التجارة وعمادها في ظل الإقتصاد الحر، فهي تحث على تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، وتؤدي إلى نمو التجارة وتوفير أكبر قسط من الرفاهية للمجتمع الإنساني كلما كانت مبنية على أسس وطيدة من التعامل الشريف والنزيه، وإنحصرت في حدودها المشروعة ضمانا للمصلحة العامة، ولعل أبرز المبادئ التي تقوم عليها المنافسة هو حرية الأسعار، لذلك ينبغي أن تكون هذه الحرية دوما ضمن إطارها القانوني والمتمثل في إحترام قواعد المنافسة وعدم عرقلتها بأي شكل من الأشكال.[2]

المطلب الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة

تعد الحرية التنافسية عاملا جوهريا لتحقيق الفاعلية الاقتصادية، يمكن من الإستخدام الأمثل للموارد ويؤدي إلى التطور الاجتماعي المنشود، وإنطلاقا من إرتكاز المنافسة في إقتصاد السوق على نظام العرض والطلب والذي يفترض إمتلاك المتعاملين الإقتصاديين مصدر معين من الحرية، ومن خلال معاينة الواقع الاقتصادي، نلاحظ أنه توجد وضعيات متعددة للمنافسة في السوق والتي قد تكون أكثر أو أقل تنافسية، بمعنى أنه يملك المتعاملون فيها هامشا من الحرية قد يضيق أو يتسع تبعا لعدة إعتبارات (الاقتصادية خاصة).

ومهما يكن من أمر ، فإن هذه الحرية ، وإن أعتبرت أهم عنصر لبلوغ وضعية تنافسية ، لا يمكن بأي حال من الأحوال أن يستغني عنها الاقتصاد الليبرالي الحالي ، فإنما في المقابل تعد سيفا ذا حدين فمن جهة إيجابية , تكون سببا بل شرطا ضروريا لكسب الزبائن ، وهو ما يحدث غالبا عند حسن إستغلال الظروف والوسائل ، ومن جهة أخرى سلبية , قد تشكل أحد الأسباب في زوال هؤلاء الزبائن أو

---

[1] جابر فهمي عمران ، المنافسة في منظمة التجارة العالمية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، (د ط) ، 2011 ، ص 318 .

[2] محمد بوعزة ، دراسة في مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة الجزائري ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة تلمسان ، مجلة الندوة للدراسات القانونية ، العدد 1 ، 2013 ، ص 246 .

جزء منهم وذلك بإعتبار أن منطق السوق القائم على قانون العرض والطلب يقضي بأن كل كسب لزبون من متعامل ما ، هو في الحقيقة بالأمر خسارة لهذا الزبون من متعامل آخر.[1]

وتحرير المنافسة كمبدأ تهدف الدولة من خلاله إلى دفع المؤسسات إلى العطاء، وتقديم أفضل ما لديها من سلع وخدمات متنوعة بجودة أحسن وأسعار أفضل.[2]

ولكن تبني مبدأ حرية المنافسة، لا يعني ترك السوق دون تنظيم، وإنما ممارسة النشاطات تخضع لمجموعة من الضوابط التشريعية والتنظيمية، لمنع الإساءات للسوق والموازنة بين المصلحة العامة للمجتمع والمصلحة الخاصة للمؤسسات.[3]

والمنافسة هي حق طبيعي للفرد والشخص المعنوي على السواء، يحميه قانون له قواعده الآمرة، وقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي خاصة، حتى إتصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لإحترافه.[4]

الفرع الأول: تعريف مبدأ حرية المنافسة

لم يقدم العديد من الفقهاء تعريفا موحدا للمنافسة، إلا أنهم يجمعون على أنها عبارة عن لعبة إقتصادية يسعى إليها كل المتقدمين في الحياة الاقتصادية.

إذ لا يمكن أن نفرض البحث عن تحقيق الربح والرفاهية الاقتصادية دون وجود منافسة مع الأطراف الأخرى التي تطمع إلى تحقيق نفس الهدف والغاية، فكل مؤسسة يجب أن تتمكن من لعب دورها مهما كانت قوتها أو ضعفها.[5]

---

[1] محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2010 – 2011 ، ص 68 .

[2] بدرة لعور ، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013 – 2014 ، ص 12 .

[3] نبية شفار، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران 2012 – 2013 ، ص 13 .

[4] معين فندي الشناق،الإحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن ، ط1، 2010،ص 26 .

[5] زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2011 ، ص 16.

<< ويقصد بالمنافسة إتاحة الحرية وإفساح المجال لأليات العرض والطلب لتمضي بسهولة ويسر فيما بين المنتجين والمستهلكين، وتشمل النهج التنظيمي والقانوني والإقتصادي لضمان حسن سير آليات إقتصاد السوق >>.[1]

كما تعرف المنافسة على أنها طريقة للتنظيم الاجتماعي تكون فيها المبادرة غير المركزة للأعوان الإقتصاديين من شأنها ضمان الفعالية المثلى في توزيع الموارد النادرة للمجموعة.

وبناءا عليه فالمنافسة ليس كما يعرفها البعض أنها العمل للمصلحة الفردية للشخص بين البائعين والمشترين في أي منتج وفي أي سوق ، وإنما المنافسة هي طريقة للتنظيم الاجتماعي تفرض على الأعوان الإقتصاديين سلسلة من المناهج والمفاهيم حددتها النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة غايتها توزيع الموارد النادرة بطريقة عقلانية وتحسين طرق الإنتاج وتجويد المنتجات وتشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي ، حيث أن المنافسة تجبر كل عون إقتصادي على بذل قصارى جهده لتحسين طرق وسائل تخفيض تكاليف إنتاج المنتجات والخدمات إلى أدنى سعر ممكن ، وعليه فالمنافسة تعتبر منهاج متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الاقتصادي والإجتماعي.[2]

هذه الحالة تجعل السلطة العامة مجبرة على أن تتدخل بصورة غير مباشرة لوضع حد لكل ما قد يؤدي إلى إنعدام أو إضطراب المنافسة وهو ما يطلق عليه حاليا في أغلب الدول بقانون المنافسة.

ويعرف قانون المنافسة بأنه: << مجموعة القواعد القانونية التي تحكم الأنشطة الممارسة من قبل الأعوان الاقتصادية في إطار البحث والمحافظة على الزبائن >>.[3]

وهناك من الفقه من يعتبر قانون المنافسة بأنه: << قانون الأنشطة الاقتصادية بمفهومها الواسع >>.[4]

ويعد قانون المنافسة في الجزائر تعبيرا واضحا عن التحولات التي عرفها النظام الاقتصادي فهو أداة فعالة لتنظيم وتنمية الاقتصاد، وعنصر أساسي في تفعيل نشاط إقتصاد السوق، وبالنظر إلى أحكامه وقواعده الموضوعية تجسد لنا جانبين، أولهما التوجه نحو الليبرالية الاقتصادية كخيار إقتصادي، وتوجه نحو

---

[1] حسين الماحي ، حماية المنافسة ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، مصر ، ط1 ، 2008 ، ص 11 .

[2] زوبير أرزقي ، المرجع السابق ، ص 17 .

[3] محمد الشريف كتو ، أهداف المنافسة ، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 ، ص 35 .

[4] Marie Anne frison Roche , Marie StephanePayet, droit de la concurrence, edition Dalloz, Paris, 2006 , P25 .

إحتفاظ الدولة بحقها في التدخل لتوجيه ومراقبة وضبط السوق حماية لما يعرف بالنظام العام الاقتصادي.[1]

الفرع الثاني: مضمون مبدأ حرية المنافسة

يقوم مبدأ حرية المنافسة على حريتين أساسيتين تمثلان دعاميته وهما مبدأ حرية الإستثمار والتجارة وحرية الأسعار، هاته الحريتان يكملهما مبدأ آخر يتمثل في الإعفاء من المسؤولية ومشروعية الضرر التنافسي الناتج عن عمليتي التسابق والتزاحم إنطلاقا من شعار << الزبون لمن يعرف كيف يصل إليه>>.[2]

أولا: تعريف مبدأ حرية الإستثمار والتجارة

حرية الإستثمار والتجارة ، حرية التجارة والصناعة في دستور 1996 ، هو مبدأ دستوري مكرس ، معناه أن حرية التجارة والصناعة موجودة بصفة مستقلة عن القانون ، ومهمة التشريع تقتصر على تنظيم ممارستها ولا يجوز إلغاء وجودها إلا بنص قانوني موازي ، ومضمون هذه الحرية يتجسد من خلال مبدأ حرية الدخول وممارسة النشاط التجاري أو مبدأ حرية إنشاء المؤسسة الخاصة ، مقتضاه أن لكل شخص سواء كان طبيعيا أو معنويا ، عاما أو خاصا ، حرية مزاولة النشاط التجاري أو الصناعي الذي يختاره ولا يوجد في القانون الجزائري قائمة محددة على سبيل الحصر للنشاطات الاقتصادية المباحة قانونا، فالأصل هو جواز مزاولة الخواص لكل النشاطات التجارية والصناعية بإستثناء تلك الممنوعة قانونا.

كما لا يضع القانون أي تنافي أو تعارض بين الأنشطة التجارية، ويترتب عن ذلك أن لكل شخص حرية مزاولة عدة نشاطات تجارية وصناعية في نفس الوقت، فالقانون لا يمنع – كمبدأ – الجمع بين عدة مهن تجارية، كما أن القانون لا يحدد – كمبدأ – أيضا عدد الأشخاص المقبولين للقيام بالتجارة أو الصناعة.

وتقتضي حرية المنافسة مشروعية الضرر التنافسي، والمقصود بذلك أنه يمكن لكل متنافس جذب زبائن غيره من المتنافسين، بدون أن يؤدي ذلك إلى مسؤولية المتنافس المتسبب في هذا التحول للزبائن، وبالتالي تعد حرية المنافسة في إقتصاد السوق المبدأ الأساسي للعلاقات التجارية، بحيث يتمتع كل تاجر

---

[1] سهيلة بوخميس ، مبدأ حرية المنافسة بين الشريعة والقانون ، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المصادرة وضبط السوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة 08 ماي 1945 ، قالمة ، 2015 ، ص 31 .

[2] محمد تيورسي ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، (د.ط)،2013 ، ص 101 .

أو صناعي بإمكانية جذب زبائن منافسيه، الذين لا يمكنهم المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقهم من جراء الإستحواذ على زبائنهم.[1]

ويزداد هذا المبدأ رسوخا مع التقليص المستمر لدور الدولة الاقتصادي الذي تشهده المرحلة الجديدة من الليبرالية، وهو ما يعني ترك آليات السوق تعمل إلى حد ما بكل حرية.

ولما كان المشرع الجزائري قد أخذ بمبدأ حرية التجارة والإستثمار، وما يترتب عنه من حرية إنسيابهما دونما عوائق أو حواجز، توجب إذن وتشجيع حرية التنافس في السوق والحيلولة دون كل ما من شأنه تقييدها سواء كان ذلك من الأشخاص العاديين أو حتى من الدولة ذاتها.[2]

وقد أقر المشرع هذا المبدأ في آخر تعديل للدستور سنة 2016 حيث تنص المادة 43 منه على أن:

<<حرية الإستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون.

تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجع على إزدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية.

تكفل الدولة ضبط السوق، ويحمي القانون حقوق المستهلكين، يمنع القانون الإحتكار والمنافسة غير النزيهة >>.[3]

وحرصا من المشرع على النهوض بالإستثمار وتشجيعه فقد أفرد له قانونا خاصا به، حيث << يهدف هذا القانون إلى تحديد النظام المطبق على الإستثمارات الوطنية والأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات >>.[4]

إذن فحرية الصناعة والتجارة تعني أمرين:

- ❖ **الأول:** أن النشاط التجاري والصناعي يكون حرا من كل القيود الموضوعة بواسطة السلطة العامة.
- ❖ **الثاني:** أن جميع المواطنين أحرارا في أن يدخلوا في منافسة مع بعضهم البعض عند مزاولة نفس النشاط، أي مبدأ حرية المنافسة، فكل من يجد في نفسه أهلية مزاولة النشاط الاقتصادي، فليدخل وليجذب لمصلحته كل الفائدة.[5]

---

[1] بدرة لعور ، المرجع السابق، ص 10 .

[2] محمد تيورسي ، المرجع السابق، ص 103 – 104 .

[3] المادة 43 من القانون رقم 16 – 01 المؤرخ في 06 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري ، الجريدة الرسمية ، العدد 14 ، ص 1.

[4] المادة 01 من قانون رقم 16 – 09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الإستثمار ، الجريدة الرسمية ، العدد 46، ص 18 .

[5] جابر فهمي عمران ، المنافسة في منظمة التجارة العالمية ، المرجع السابق ، ص 327 .

وبالرغم من وجود السند القانوني الذي يحمي حرية الإستثمار والتجارة، إلا أن هذا لا يعني أن المشرع الجزائري ومن خلال تكريسه لهذا المبدأ قد تخلى عن كل العراقيل والقيود، بل وفتح المجال الاقتصادي بصفة مطلقة، ذلك لأنه إستعمل عبارة (في إطار القانون)، وبها يكون قد فتح المجال أمام إمكانية وضع قيود تشريعية على هذه الحرية، بشرط ألا يكون من شأن هذه القيود إعادة النظر في المبدأ بمجمله.[1]

ثانياً: حرية الأسعار

تواجه الدول النامية مشكلة التوفيق بين تفعيل المنافسة وتحرير الأسواق من جهة وحماية الصناعات الناشئة والاستراتيجية من جهة أخرى، مما يلزم تدخل الدولة في تحديد الأسعار، حيث يهدف هذا التدخل إلى بلوغ أهداف اقتصادية واجتماعية.

حيث يتمثل الهدف الاقتصادية في اعتبار الدولة السعر وسيلة تشجيع بعض القطاعات أو بعض الأقاليم كوسيلة إقرار التوازن الاقتصادي العام في الدولة، أما بالنسبة للهدف الاجتماعي، فيتمثل في المحافظة على القدرة الشرائية لذوي المداخيل الضغينة، كما تعمل على التحكم في الكوارث والأزمات في حالة إثارة مشكلة تموين نشاط معين أو إقليم معين.[2]

وبتفحص التشريعات المقارنة المتعلقة بالمنافسة والأسعار، نجد أن معظمها قد عرفت تحولات جذرية فيما يخص تحديد الأسعار من مرحلة التنظيم والمراقبة إلى مرحلة التحرير، وهو ما يشكل أهم مظاهر التوجه نحو الخيار الليبرالي في الاقتصاد العالمي.

ويعتبر تحديد النص أو قابليته للتحديد ركناً أساسياً في البيوع بصفة عامة وهذا التحديد إما أن يكون بإرادة البائع أو المشتري دون أية مساوية أو تفاوض أو بإراتهما معاً عن طريق الاستقرار على مبلغ معين بعد عمليتي المساومة والتفاوض، كما قد يتحدد الثمن على أساس الثقة والأمانة وهو ما يسمى ببيوع الأمانة، أو بطريقة تلقائية وفقاً لقانون العرض والطلب (السوق) إلا أن تحديد السعر وفق هذه الطريقة أو تلك، يختلف باختلاف التوجه الذي يطبع السياسة الحكومية للدولة وفقاً للخيارات الإيديولوجية عامة.[3]

---

[1] صفية ولد رابح ، مبدأ حرية الصناعة والتجارة في القانون الجزائري ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية،العدد 02، 2006 ، ص 63 .

[2] حسين شرواط، شرح قانون المنافسة، دار الهدى للطباعة و النشر، الجزائر،(د،ط)، 2012، ص 34.

[3] محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، المرجع السابق، ص 71.

ويرتبط مفهوم السعر بمفهومي المنفعة والقيمة، ويقصد بالمنفعة صفات الشيء وخصائصه التي تمكنه من القدرة على إشباع حاجة معينة لدى الإنسان بينما تشير القيمة إلى المقياس الكمي لما يساويه الشيء من النقود، فأحد وظائف السعر عن قيمة المنتج أو الخدمة معبرا عنه في صورة نقدية.[1]

"يكتسي مبدأ حرية الأسعار أهمية بالغة لما يمنعه للفاعلين الاقتصادين من حرية ومجال واسع منافسة حيوية تأثر بشكل إيجابي على النسيج الاقتصادي، لكن بالمقابل يبقى الهدف الرئيسي من خلال تقرير هذا المبدأ هو توفير هامش واسع لإختيار لفائدة المستهلك على أساس العلاقة المثلي بين الجودة والسعر.[2]

يعتبر مبدأ حرية الأسعار من اهم المبادئ المكرسة بموجب المر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، فقد نصت الفقرة الأولى من المادة 04 على انه "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات، اعتماداً على قواعد المنافسة ...."[3]

هذا المبدأ وضع أساساً لمسايرة الوضع الجديد نسبياً والمتمثل في التوجه الذي شرعت الجزائر تبنيه بعد سنة 1989 والقائم في الأساس على الحرية الاقتصادية والذي فرضت ضرورة اخضاع تحديد أسعار السلع والخدمات لقواعد اللعبة التنافسية ولإدارة الأطراف المتعاقدة التي لا تخضع إلا للقواعد العامة في تحديد السعر.

مع توسيع نطاق هذه الحرية وتقليص في ذات الوقت من صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في تحديد سعر السلع والخدمات أي الأسعار المقننة.[4]

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة

"يتساءل الكثير من الفقهاء القانون عن الطبيعة القانونية لمبدأ حرية التنافس أو ما يعبر عنه أحياناً بالحق في المنافسة، على اعتبارات تحديد الطبيعة القانونية لأي حق تنشأ عن مجموع السلطات والامتيازات التي بإمكان صاحب هذا الحق أن يستخدمها على محل حقه وحدود ذلك.

[1] محمد عمارة بيومي، سياسات التسعير وخصومات البيع، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر2009، 2010، ص 8.

[2] لحسن بوصبار، مبدأ تحرير الأسعار و قانون 99-06 ، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية، جامعة الحسن الأول، موقع العلوم القانونية، Maroc ,droit.com، 1:35.

[3] المادة 04, الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، ص 26.

[4]ينظر، محمد بن عزة، دراسة مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة، المرجع السابق، ص 205.

فما هو يا ترى التكييف الشرعي والقانوني لهذا الحق، وهل يبقى من قبل الحقوق التقليدية العادية المعروفة وفقاً للتقسيمات الكلاسيكية للحقوق في القانون، أم أنه يحتوي على مقومات خاصة يجعله يرقى إلى مصاف الحقوق الخاصة التي يعهد إلى الدستور بكفالتها؟".[1]

الفرع الأول: مبدأ حرية المنافسة مقاربة شرعية

انطلاقاً من كون "الحرية" هي الوضع الطبيعي الذي يحرص التشريع الإسلامي على تحققه، فقد أقر هذا الأخير مبدأ الحرية الاقتصادية وما يتفرع عنه حريات متعددة ومتنوعة (حرية التعاقد، حرية، اختيار العمل المناسب والحق في التملك...)، ومن بينها الحق في المنافسة.

وعليه يمكن القول أن هذا الأخير يعتبر حقا شرعياً عاما قرره الإسلام ورعاه و حماه يؤكد أساليب الحماية و جعله أساسا لحياة الأفراد في المجتمع.

فالنظام الاقتصادي الإسلامي يقوم إذن على حرية التعامل في الأسواق وتفاعل قوى العرض الطلب في حرية تامة مع وضع كافة الضمانات التي تكفل هذه الحرية.

فالأصل إذن في التعامل في الأسواق الإسلامية هو حرية.[2]

ويستدل على ذلك بما يلي:

1- ما روي عن أنس – رضي الله عنه – أن الناس قالوا يا رسول الله غلا السعر فسعّر لنا فقال:<<إن الله هو الخالق القابض الباسط الرزاق المسعّر، وإنني لأرجو أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمته إياها في دم ولا مال>>[3].

2- ما ثبت بالأدلة من السنة المطهرة من تحريم الاحتكار لما فيه من مصادرة لحقوق المستهلكين من جهة، والتجارة الاخرين من جهة أخرى.

فقد روي أن النبي عليه الصلاة والسلام قال:<< من احتكر فهو خاطئ>>[4].

وقال أيضا:<< من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حق على الله أن يعقده بعظم من النار يوم القيامة>>.[5]

---

[1] محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، المرجع السابق، ص 78.

[2] محمد تيورسي، المرجع نفسه، ص 79.

[3] بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار، الجزء5، دار الفكر للطباعة والنشر، (دط)، (دت)،بيروت،ص 219.

[4] بن علي بن محمد الشوكاني، المرجع نفسه، ص 312.

[5] أحمد بن حنبل، المسند، شرح احمد محمد شاكر، دار المعارف، مصر، ط4، ج1، 1954.

وقال أيضاً تشجيعاً منه لجب السلع للأسواق وعدم احتكارها وتخزينها حين وقت الغلاء، وذلك حتى يضيق على الناس ويستغل حاجاتهم: << الجالب مرزوق والمحتكر ملعون>>.

ومن هنا يمكننا أن نلخص إلى أن حرية التنافس عموماً من الحقوق التي قررها ديننا الحنيف، بحيث وضع القواعد التي تحميه، والإطار الذي يجب أن يمارس من خلاله من جهة، كما أنه رسم له الحدود والضوابط التي تحول دون استغلاله والتعسف في استعماله من جهة أخرى>>.[1]

الفرع الثاني: الحق في المنافسة مقاربة قانونية

إذا كان الفقهاء القانون الكلاسيكيون يقسمون الحقوق إلى: حقوق شخصية وحقوق عينية وحقوق ذهنية الدائنين (الإلتزامات)، فإن تحديد موقع حق المنافسة من بين كل هذه الحقوق لإزال يطرح أزمة عند فقهاء القانون المحدثين، ويعود هذا أساساً إلى التطور المذهل للنظم القانونية الذي صاحب بدوره التقدم العلمي والاقتصادي وبروز الظاهرة التنافسية في قالب جديد عجزت النظم التقليدية على مسايرته، وعلى هذا الأساس، وجدت ثلاثة اتجاهات لتحديد طبيعة الحق في المنافسة.

أولاً: الحق في المنافسة من جهة الملكية:

يرى أنصار هذا الاتجاه في الفقه والقضاء المقارنين، أن صاحب المشروع يكون له الحق ملكية على اليم التي ينظمها مشروعه، ومن ثم لا يجوز الاعتداء على حق ملكيته، وهذه الأخيرة بعناصرها الثلاثة، الاستعمال، الاستغلال والتصرف، لها طبيعة خاصة فيما يتعلق بالمنافسة، باعتبار أنها ترد على أشياء غير مادية، وعليه يستلزم ذلك تنظيماً خاصاً يختلف عن تنظيم الملكية بصورتها التقليدية.

ينتقد أغلب الفقه هذا الاتجاه بناء على ما يلي:

1- قيامه على فكرة خاطئة أساسا، تقوم على اسقاط الأفكار القانونية التي كانت سائدة قديماً على ما يستجد من احداث ووقائع، وهو ما قد ينتهي بنا إلى إصباغ نوع من الجمود على القاعدة القانونية مما يؤدي إلى عجز النظم القانونية عن مواكبة التطور الحاصل.[2]

2- أن خصائص الحق في المنافسة تختلف بل تتعارض مع خصائص حق الملكية، إذ أن من أهم مميزات هذا الأخير السكون والاستئثار، في حين نجد أن المنافسة تكون في حالة نشاط وديناميكية، وهو ما يعني أن الحق في المنافسة لا يؤتي ثماره إلا بالانتشار والتميز.

[1] محمد تيورسي، قواعد المنافسة و النظام العام الاقتصادي، المرجع السابق، ص 80.

[2] محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، المرجع السابق، ص 117.

3- أن الفرق الأساسي بين الحق في المنافسة وحق الملكية، يكمن في ذات الطبيعة التي يقوم عليها الحق، فحق المنافسة له خصائص وليس هناك ما يدعو إلى إدراجه في ذلك النطاق المتسع للملكية ذات الغاية الفردية الخاصة، بينما الغاية الأساسية للمنافسة هي النفع العام وتحقيق المصلحة العامة والحرص عليها.[1]

ثانيا: الحق في المنافسة من الحقوق الشخصية

يرى جانب من الفقه، أن الحق في المنافسة يعد من الحقوق اللصيقة بالشخصية و التي تعرف على أنها مجموع الحقوق التي يكون موضوعها العناصر المكونة الشخصية و بالتالي فإن أساس الحماية القانونية للمنافس مثلاً، لا تتمثل في أحكام المسؤولية المدنية بعناصرها الثلاث (الخطأ، الضرر و العلاقة السببية)، و إنما تكمن في وجود حق شخصي في القيم التنافسية، و هو ما يجعل هذه الحماية أكثر فعالية خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبارات أن قواعد المسؤولية لا توفر إلا الحماية اللاحقة للحق، بينما الحماية الحقيقية تكمن في الرقابة من الاعتداء على قيم المنافس، و على وجه الخصوص الشخصية منها، و لن تتحقق هذه الحماية بالاعتراف بالحق في المنافسة.

ويواجه هذا الاتجاه مشكلة قانونية تتمثل في الاعتراف للمشروع المنافس بالشخصية القانونية وهذا ما يجعله يتمتع بأهلية المنافسة و سائر الحقوق الشخصية، كما يمثل المشروع صاحبه أو مديره أو ممثله القانوني أمام القضاء ، هذا فضلا على أن الحق في المنافسة لا يفرض إلتزاما على شخص بعينه ، وإنما يفرض على الكافة عدم الإعتداء على قيم المنافس أو المساس بحقه في المنافسة وفي المقابل، بإمكان صاحب هذا الحق أن يحتج به في مواجهة الكافة دون الحاجة لإثبات عناصر المسؤولية ، وهذا ما يجعل المنافسة أقرب إلى الحقوق العينية منه إلى الحقوق الشخصية.[2]

ثالثا: الحق في المنافسة هو حق إمتياز إستغلال تجاري

يذهب أصحاب هذه النظرية إلى أن الحق في المنافسة ما هو إلا إمتياز إستغلال إحتكاري، والذي هو عبارة عن سلطة تمنح للمنافس لإستغلال قيمه إستغلالا إحتكاريا.

وتكييف الحق في المنافسة على هذا النحو يتوافق في تقدير أصحاب هذا الإتجاه مع الغاية المتوخاة من الموضوع، حيث أنه يؤكد أداء صاحب المشروع لمهمته ووظائفه في مشروع كمرفق إقتصادي، ومن

---

[1] الهادي السعيد عرفة ، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية ، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية ، العدد 09 ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة ، مصر ، 2001 ، ص 211 .

[2] محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي ، المرجع السابق ، ص 82 .

ثم يجب على النظام القانوني أن يمنحه حق الإستغلال الإحتكاري بما يتناسب مع أداء هذه الوظيفة الاقتصادية، خاصة إذا علمنا أن الإستغلال يعد بمثابة الركيزة الأساسية التي يقوم عليها محل الحق في المنافسة، بل وتقاس على أساسها كفاءة صاحب الحق ومدى تنظيم قيمة وإزدهارها، والقدرة على تنشيطها من جهة، وحمايتها من جهة أخرى.

ولكن أنتقد هذا الإتجاه في كون إضفاء الصيغة الإحتكارية والإستغلالية على الحق في المنافسة، قد يعود بنا نسبيا إلى نظام الطوائف والإمتيازات الذي قضت عليه الثورات التحررية.

وبالرغم من محاولة الفقهاء الخوض في تحديد الطبيعة القانونية لحرية المنافسة إلا أننا نجد أن حق المنافسة حق متميز يستمد طبيعته القانونية والحماية التي توفر له تبعا لذلك من نصوص القانون التي تجعله حقا مشروعا لكل متعامل إقتصادي يحترف التجارة مادام ملتزما بالأصول القانونية للتجارة.[1]

المبحث الثاني: ضوابط مبدأ حرية الأسعار

في سبيل تجسيد شفافية ونزاهة أكبر للممارسة التجارية وضمانا لاستقرار السوق، لم يتأخر المشرع الجزائري عن تأطير نظام الأسعار، هذا الأخير الذي تتحكم فيه جملة من العوامل تتصدرها درجة المنافسة، ومدى الاعتماد على السوق في تحديد الأسعار، وكذا درجة تدخل الدولة في السوق بالنظر إلى منهجها الاقتصادي. وبناءاً عليه يكرس نظام اقتصاد السوق مبدأ حرية الأسعار وهو المبدأ الذي تثبته الجزائر، وما جاء به الفصل الأول من الباب الثاني من قانون المنافسة 03-03 تحت عنوان "حرية الأسعار" ونصت تفعيلا لذلك المادة 4 المعدلة بموجب القانون 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010 على أنه:<<تتحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة >>.

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا أعلى أسباب قواعد الإنصاف والشفافية، لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي:

- تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستراد السلع لبيعها على حالها.
- هوامش الربح فيما يذهب انتاج السلع وتوزيعهما أو تأدية الخدمات.
- شفافية الممارسات التجارية>>.[2]

---

[1] تيورسي محمد ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 120 – 121 .
[2] الأمر 03-03 , المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم.

المطلب الأول: قواعد حرية المنافسة

حرص المشرع الجزائري على توفير الأطر القانونية الكفيلة للوصول بالممارسة التجارية إلى أوج شرعيتها وهو ما ينعكس من خلال الضمانات المكرسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة وكذا في قانون الممارسات التجارية 04-02 المعدل والمتمم، والذي حاول من خلاله أن يضبط بدقة الحدود الفاصلة لتنظيم العلاقة بين العوان الاقتصاديين، وبين علاقة المستهلك بالعون الاقتصادي.

الفرع الأول: الاتفاقات المحظور حول الأسعار

إن هذه الاتفاقات أو الأعمال المدبرة يمكن أن تتخذ عدة أشكال قانونية تهدف أو يمكن أن تهدف لعرقلة المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها.

وتفترض حرية المنافسة أن الأسعار تنتج عن لعبة المنافسة في السوق، عن طريق وظيفة العرض والطلب، وقد منعت المادة 6 الفقرة 5 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة الاتفاقات التي تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة تحديد الأسعار المتعلق بالمنافسة الاتفاقات التي تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق، وذلك بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها هذا النوع من الاتفاقات يكسب أشكال جد متنوعة، قد تكون اتفاقات بين الأعوان الاقتصادية حول اتباع أسعار مماثلة أو حول هامش جديد او حول الأسعار الدنيا أو الاتفاق على رفع الأسعار، وقد يشترط المورد على الموزعين تطبيق سعر بيع محدد.[1]

ومن تحليل المادة 6 يتبين ضرورة وجود اتفاق يكون الهدف منه عرقلة المنافسة أو الحد منها.

ويقصد بالاتفاق التعبير عن الإرادة المستقلة من طرف مجموعة من الأعوان الاقتصاديين سواء كان صريحاً أو ضمنياً، هادف لعرقة المنافسة والإخلال بها، فتعريفه وبيان عناصره، لم يرد في قانون المنافسة إنما اكتفى بمنعه، فلا يشترط القانون أن يكون في صورة عقد بل صورة ترتيبات ودية من قبل الأطراف أو حتى سلوك مدير.[2]

أما بالنسبة للإخلال بالمنافسة فنجد أنه إلى جانب وجود الاتفاق يجب البحث عن أثاره على المنافسة، سواء تقييدها أو الإخلال بها أو الحد منها، وهنا يكفي توافر نية تقييد المنافسة دون تحقيق ضرر لها وهو

---

[1] نبية شفار، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري و القانون المقارن، المرجع السابق، ص 52.

[2] لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار و أثاره على المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة و هران، 20012، 2013، ص 40.

ما يستشف من مصطلح "يمكن أن تهدف" لذلك فإن كل الاتفاقات التي تهدف لذلك تخرج عن نطاق هذا الحظر.

وعلى هذا الأساس وجب الإثبات سواء كان بالدليل المادي كوثائق الاتفاق أو التحقيق من قبل مديريات التجارة أو مجلس المنافسة، أو عن طريق الاعتماد على ما توفر من قرائن ومؤشرات مثبتة في مجموعها على وجود اتفاق محظور.

والحالات الواردة في فقرات المادة 6 جاءت على سبيل المثال لا الحصر والمبينة من عبارة "لاسيما عند ما ترمي إلى"[1]

و تتجه غالبية القوانين في الدول بالوقت الراهن نحو إبطال العقود التي يكون هدفها تجميد الأسعار أو تحديدها سواء بصورة مرتفعة أو منخفضة لما في ذلك من أثر مشين على سياق التجارة الدولية، و لعل هذا الحكم يتفق مع ما ذهب إليه محكمة العدل، العليا الولايات المتحدة الأمريكية بقولها في أحد القضايا المشهورة بأنه[2]<<لا يلزم لتحديد الأسعار تدخل الفاعلين الاقتصاديين باتفاقهم و تواطؤهم إذا أت الاتفاق التواطئي القائم بين التجار و الرامي إلى تحديد قيم ثابتة لأسعار البضائع و المنتجات يجسد مخالفة ضريحة حتى و لو تعلق الأمر بأثر إيجابي على المستهلك، لأن قانون السوق يقضي بأن تتحقق المنافسة الحرة بعيدة عن التواطؤ الذي يمثل صورة غير طبيعة عن انتهاك البيئة التنافسية>>.[3]

الفرع الثاني: عدم التعسف في استغلال وضعية الهيمنة

يعد الاحتكار من أهم الممارسات المقيدة لحريتي التجارة والمنافسة وأخطرها كما تعد الخشية من التوصل إليه من خلال الممارسات المتعددة هي الباعث وراء حظر تلك الممارسات، وقد حاولت جميع قوانين المنافسة تحقيق هذا الهدف[4]

يجب أن نتفق على أن وضعية الهيمنة هي ليست وضعية محظورة في حد ذاتها هذا لأن وضعية الهيمنة هي الوضعية الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة معينة تمنحها القدرة على وضع العوائق أمام

---

[1] لطيفة بوخاري، المرجع السابق، ص 41.

[2] لطفي محمد الصالح قادري، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، 2017، ص 268.

[3] أحمد عبد الرحيم الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، مجلة الحقوق، عدد 04، الكويت، ص 8.

[4] أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، المكتب الجامعي الحديث، مصر (د ط)، 2008، ص 40.

المنافسة الفعلية في السوق المعني أو تمكنه من اتخاذ القرارات من جانب واحد في مواجهة منافسيه وعملائه وكذلك المستهلك[1]

عرف المشرع الجزائري وضعية الهيمنة بأنها <<هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبرة إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها>>.[2]

وبالتالي فإن الحظر يرد على التعسف في استعمال هذه الوضعية واستغلالها مما يؤدي إلى إضرار المتنافسين والمستهلكين، وبجودة وسعر العرض وبالتالي الإضرار بالاقتصاد.

<< و إساءة استغلال المركز المهيمن هي ممارسة احتكارية مضادة للمنافسة تستهدف الإبقاء على المركز المسيطر أو تعزيزه أو استغلاله، فمن الطبيعي أن نمو إحدى الشركات يعطيها دورا ايجابياً في السوق، وهذا الدور يعطيها دوراً ريادياً في السوق، و هذا الدور يعطيها إمكانية لعقد اتفاقات مع منافسيها من الشركات الصغيرة، و قد تصبح هذه الشركة المسيطرة هي الشركة المحددة للسعر Price Maker، وقد تتمادى هذه الشركة في ممارستها المضادة للمنافسة بأن تمنع دخول شركات جديدة إلى السوق، ونقوم ببعض الممارسات الأخرى إخراج المنتجين المنافسين القائمين في السوق بالفعل، و يتوقف أثر هذه الممارسات نضوج السوق>>.[3]

ويعد السعر أقوى وسيلة فعالة في المنافسة لذلك كثيراً ما تلجأ المؤسسات ذات القوة الاقتصادية إلى استخدامه للمحافظة على هذه القوة ولاكتساب أكبر نصيب ممكن في السوق للوصول إلى احتكارها كمثال عن التصرفات التعسفية باستغلال السعر، نجد التسعير العدواني بالتمييز في السعر وكذا الأسعار المفرطة في الارتفاع.

أولاً: التسعير العدواني:

المؤسسة المهيمنة تتمتع بسلطة على السوق تعطيها قوة اقتصادية تسمع لها بعرض منتجاتها بسعر منخفض لزبائنها، بحث أن منافسيها ليس في مقدورهم مجارات هذه الأسعار، فلجوء المؤسسة المهيمنة إلى عرض منتجاتها بسعر أقل من التكلفة الهدف منه هو إقصاء المنافسين من السوق و منع دخول

---

[1] صبرينة بوزيد، قانون المنافسة: لا أمن قانوني أم تصور جديد للأمن القانوني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسة، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2015، 2016، ص 76.

[2] المادة 3 من الأمر 03-03، المرجع السابق، ص 26.

[3] محمد إبراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2012، ص 155.

منافسين جدد، بهدف التوصل إلى احتكار السوق، و من ثم يمكن القول بوجود التسعير العدواني لما تكون المؤسسة في وضعية هيمنة و تقوم بضبط أسعار منتجاتها عند مستوى أقل من التكلفة "الحدية" الأمر الذي لا محالة إما جزئياً أو كلياً إلى تهجير المنافسين الحاليين، و إلى ردع المنافسين المحتملين من الدخول إلى السوق.[1]

ويكون العمل تعسفا في استعمال وضعية الهيمنة إذا كان الغاية من ورائها:

- الحد من الدخول في السوق أو ممارسة النشاطات التجارية فيها.
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
- اقتسام الأسواق أو مصادر التموين.
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها.
- تطبيق شروط غير متكافئة نفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يحرم من منافع المنافسة.
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبول خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود أو حسب الأعراف التجارية.[2]

ثانياً: التمييز في السعر

تتمثل هذه الممارسة في أن تعرض المؤسسة المهيمنة على السوق منتجاتها بأسعار مختلفة ومتفاوتة على الموزعين والعملاء الذين يتعاملون معها وقد قررت لجنة المجتمعات الأوربية أن المؤسسة التي تحوز على حصة تساوي أو تفوق 50% من السوق، التي قامت بعرض أسعار منتجاتها بشكل تمييزي إذ مارست أسعار أقل ارتفاع بالنسبة لزبائن منافس صغير لها، مع الاحتفاظ بأسعار أكثر ارتفاع بالنسبة لزبائنها الخاصين، فهذه الممارسات تكيف على أنها تعسف ناتج عن وضعية الهيمنة على السوق.

ثالثاً: الأسعار المفرطة في الارتفاع:

يتم تحديد الأسعار بكل حرية من طرف المؤسسة، وهذا تطبيقا لمبدأ حرية الأسعار <<وتؤدي التغيرات الحاصلة في العرض والطلب إلى تغير السعر، أو الكمية أو كلاهما، ويعتد مقدار التغيير في السعر والكمية على حجم التغيرات الحاصلة في العرض والطلب وعلى مرونات كل منهما>>.[3]

[1] نبية شفار، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائر والقانون المقارن، المرجع السابق، ص 73.

[2] المادة 70، المرجع نفسه، ص 27.

[3] نبية شفار، المرجع السابق، ص 74.

غير أنه المؤسسة المهيمنة لما تمارس أسعار مرتفعة بطريقة مفرطة، فإن هذه الممارسة تكيف على أنها ممارسة تعسفية، ويعرف السعر التعسفي من خلال دراسة التفاوت الظاهر بين السعر المطروح وبين قيمة الخدمة أو المنتوج المعروض.[1]

الفرع الثالث: عدم التعسف في استغلال التبعية الاقتصادية:

تعرف وضعية التبعية الاقتصادية على أنها العلاقة التجارية التي يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبوناً أو ممونا، وهذا بمقتضى الفقرة من المادة 3 من الأمر 03-03، وهنا نجد أن حالة التبعية تلتقي مع وضعية الاحتكار (المركز المهيمن).

ووضعية التبعية غير محظورة في حد ذاتها شأنها شأن باقي الممارسات المقيدة للمنافسة، فالنجاح والتفوق هو طموح أية مؤسسة تتعامل في المجال الاقتصادي، ولكن المحظور هو التعسف في استغلال هذه الوضعية بشكل يخل بقواعد المنافسة.

وقد ذكرت المادة 11 من الأمر 03-03 أبرز حالات وصور التعسف الناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، وهذه الممارسات التعسفية لا تكون ممنوعة إلا إذا كان لها عرض أو أثر يؤدي إلى إعاقة المنافسة والإخلال بها.[2] وتتمثل هذه الحالات على الخصوص في:

أولاً: رفض البيع دون مبرر شرعي:

إذا كانت القاعدة العامة وحرية الصناعة والتجارة تقتضيان حرية كل مؤسسة في اختيار متعاقد بها، فإن قانون المنافسة اعتبر من قبيل التعسف رفض البيع دون مبرر شرعي، وما تجدر الإشارة إليه هو أن رفض البيع استناداً إلى مبرر شرعي يزيل عنه صفة التعسف كوجود مثلاً رفض البيع الناتج عن وجود اتفاق سابق مع مؤسسة أخرى.[3]

ثانيا: البيع المتلازم أو التمييز: يتمثل البيع المتلازم في ذلك البيع الذي يكون فيه حصول البائع على المنتوج الذي يطلبه مشروطا باقتنائه منتوجاً آخر لذات البائع.

---

[1] دونالدس واتس – ماري هولمان ترجمة: ضياء مجميد، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، مصر (د ط)، الجزء الثاني، ص 13.

[2] داود منصور، الآليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، المرجع السابق، ص 40

[3] إلهام بوحلايس، الاختصاص في مجال المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة، 2004-2005، ص 26، 27.

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 امتيازات تتمثل في أسعار خاصة، أو تسهيلات في الدفع ...إلخ. مما منحها في وضعية أفضل من غيرها من المؤسسات.

ثالثا: البيع المشروط باقتناء كمية دنيا:

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

رابعاً: الالزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

يتحقق هذا البيع في الحالة التي يفرض فيها المنتوج مثلاً على الموزع الذي يتعامل معه أن يعيد هذا الأخير بيع المنتوج 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.

خامساً: قطع العلاقات التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة:

ومعنى ذلك أن توجد علاقة تجارية بين معاملين وأن يقوم أحدهما مهما كانت صفته بقطع هذه العلاقة لمجرد رفض المتعامل الآخر الخضوع لشروط غير مبررة.[1]

الفرع الرابع: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً:

ويتمثل البيع بأسعار منخفضة في الفعل الذي يقوم به أحد الأعوان الاقتصاديين بصفة منفردة أو مشتركة والمنصب على السعر، حيث يقوم بالتعامل بأسعار تتحدى كل منافسة تصل حد الخسارة وذلك عن طريق البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقية، و هي في الوهلة الأولى، تبدو أنها ممارسة تجارية لا عقلانية، غير أنها ترمي إلى تحقيق أهداف معينة باستعمالها لجلب أكثر قدر ممكن من الزبائن، فكثيراً ما تبدأ شركة او مشروع تجاري ما إلى إتباع هذا السلوك بهدف طرد منافسيها من السوق، و منع المنافسين المحتملين من دخول و زيادة إنتاجها.[2] << و ذلك قصد تفعيل الاحتكار في هذه السوق فيما بعد، و بالتالي فرضها أسعار مرتفعة لتعويض الخسارة التي تكبدتها من قبل أن تحرز هذا المركز الاحتكاري بالسوق>>.[3]

---

[1] إلهام بوحلايس، المرجع السابق، ص 27.

[2] لطيفة بوخاري، تخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، المرجع السابق، ص 46.

[3] أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، المرجع السابق، ص 118.

ومادام الأمر كذلك فإن البيع بالخسارة لا يشكل طريقة بيع بقدر ما يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة، الهدف منه إزاحة المنافسين للاستلاء على السوق، والرجوع بعد ذلك إلى السعر العادي إن لم يكن أكثر ارتفاعاً.

ويشترط في البيع بأسعار منخفضة تعسفياً أن يكون موجها للمستهلك بسعر أقل من تكاليف الإنتاج والتسويق، بشكل يؤدي إلى القضاء على المنافسة في السوق.

وحظر هذه الممارسة يجد أساسه القانوني في نص المادة 12 من الأمر 03-03 << يحظر عرض الأسعار أو الممارسة 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 او عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق>>.[1]

ويتضح من المادة ان البيع بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي هو ما يعرف بالإغراق في التجارة الدولية، وهو محظور كذلك لمساسه بالمنافسة.

المطلب الثاني: قواعد شفافية الممارسات التجارية

عالج المشرع الجزائري موضوع الشفافية من خلال المواد من 4 إلى 13 تحت الفصل الأول والثاني من الباب الثني لقانون الممارسات التجارية.

وتضمنت هذه المواد، التزاما يقع على عاتق المهني وهو ضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، وشروط البيع والفوترة.

ولغوياً مصطلح الشفافية يعني الصفة التي تظهر للحقيقة الكاملة ومن مرادفاتها: الوضوح، البينونة والظهور والجلاء.

كما يقصد بالشفافية: << قابلية الجسم لإظهار ما وراء>>.[2]

أما اصطلاحاً فالشفافية تعني توفير مجموعة من المعلومات الإنسانية في كل وقت للزبون بخصوص الأسعار، كمية ونوعية السلع والخدمات وكذا شروط البيع، وتأدية الخدمة، بحيث يكون قرار الزبون نتيجة مباشرة لاطلاعه عليها، وغيابها يحدث اختلال التوازن في السوق.[3]

---

[1] المادة 12، الأمر 03-03، المرجع السابق، ص 27.

[2] عمر أحمد المختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، المجلد الثاني، 2008 ص 1218 .

[3] Henri capitant, Vocalrulaire juridique assication, delta, éctition 5, paris 1996, p 818.

الفرع الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع:

من أهم الضمانات التي كفلها المشرع الجزائري للمستهلك، وجرم عدم الالتزام بها من قبل المتعامل الاقتصادي، وهي إلزامية الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع وهذا استناداً للفصل الأول من الباب الثاني من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وكذا القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

يعد الاعلام بالأسعار التزام قانوني يقع على عاتق المهني، سواء كان منتجاً أو بائعاً بالجملة، أو بائعاً بالتجزئة، وهو التزام مقرر لصالح كل مشتر أو طالب خدمة شواء لإعادة البيع أو للاستهلاك الشخصي.[1]

فإن كان المشرع قد أقر للمهني إمكانية تحديد الأسعار بصفة حرة إلا انه قد ألزمه بجانب ذلك بضرورة إشهارها.[2] وهذا ما أقرته المادة 4 من القانون 04-02 <<يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع>>.[3]

إذن فالإعلام بالأسعار شرطاً ضرورياً لتحقيق شفافية الممارسات التجارية ومن ثم حماية المستهلك لأن الأسعار إذا كانت سرية، فإن المشتري أو طالب الخدمة لا يمكنه معرفة ما إذا كان ضحية التمييزات التي يمكن أن يقوم بها البائع، فيكف المستهلك أن يختار السلعة أو الخدمة التي يحتاجها إذا كان يجهل سعرها.[4]

ونجد هذا الالتزام كذلك في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش << يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك>>.[5]

---

[1] زكية جدايني، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2000-2001، ص 27.

[2] لعجال لمياء، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، مذكرة مقدمة نيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2002- 2003، ص 87.

[3] المادة 4، القانون 04-02المتعلق بممارسات التجارية، المؤرخ في23 جويلية 2004، الجريدة الرسمية صادرة في27 جويلية، العدد41، ص04

[4] نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010-2011، ص 13.

[5] المادة 17، القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك، وقمع الغش المؤرخ في 8 مارس 2009، الجريدة الرسمية العدد 15، ص 15.

وقد حددت المادة 5 طرق وكيفيات الإعلام، حيث يتم عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة ملائمة بشرط أن توضع الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة، فوسيلة الإعلام غير محددة عن طريق الدهر وإنما يجب أن تؤدي الغرض المنشود من الإعلام ونختلف باختلاف محل التعاقد، فإذا كانت سلعة معروضة على نظر الجمهور فالأعلام يكون إما بواسطة لوحة تثبت السلع المعروضة للبيع وسعر وكل سلعة على حدا وهذا ما يعرف بالعلامات.

أو عن طريق المعلقات بأن توضع أما كل منتج لتثبيت سعر هذا الأخير بشكل مرئي ومقروء، وإذا كان محل التعاقد خدمة فالنتائج هي تعليق نشرة في المكان المعروضة فيه الخدمة لتوضيح سعر هذه الأخيرة.

كما يمكن أن يتم الإعلام أيضاً عن طريق الوسم الذي يعد أهم وسائل الحق في الإعلام المنصوص عليه في القانون 09-03 ويتمثل الدور الأساسي له في إعلام المستهلك بطبيعة المنتوج ومكوناته الأساسية وكيفية الاستعمال ومخاطره.[1]

أولاً: العلامات:

العلامة هي وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتمييزها عن بعضها، وبهذا يتأتى له إجراء الاختيار الصائب، وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط.

وقد عرفتها المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأنها << كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة السلع أو توضيبها، الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن السلع وخدمات غيره>>[2].

ثانياً: الوسم:

تعرضت المادة 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى تعريف الوسم، حيث نصت على أنه << كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات او الصور أو التماثيل

---

[1] محمد الأمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016 – 2017، ص 22.

[2] المادة 2، الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19 جويلية، 2003، الجريدة الرسمية العدد 44، صادرة في 23-07-2003، ص 23.

أو الرموز المرتبطة بسلطة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم او ملعقة مرفقة دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها>>.[1]

ثالثاً: المعلقة:

<< هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتوجات والخدمات المعروضة على جداول وأسعار كل منها>>.[2]

وتوضيحاً لكيفية إشهار أسعار السلع فرقت الفقرة 3 من المادة 5 من القانون 04-02 ما بين السلع المعروضة للبيع بحالتها، فيجب أن تعد أو توزن أو تكال أمام المستهلك وأن يحدد سعرها بدقة، وبين السلع المغلقة المعدودة أو الموزونة أو الملكية مسبقاً، فيجب أن تلصق على غلافها علامات تسمع بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.[3]

ولا يكفي إعلام المستهلك بسعر المنتوج أو الخدمة، بل أيضا أن يعلم بشروط البيع أو أداء الخدمة، وإذا تم البيع بالتقسيط فيجب أن يعلم المستهلك بالسعر إلا بما يلي وبمبلغ كل قسط وبآجال الدفع وبما يمكن أن يستفيد من تخفيض وغير ذلك مما يجعله يعلم بالسعر علما كاملا>>.[4]

إذن من خلال ما سبق يتضح أن الالتزام بالإعلام هو ضمان الذي يمنع المشتري، وبالتالي يجعله يقدم على التعاقد بكل حرية ودون أي ضغط أو دافع من وجودي شراء سلعة ما لاستهلاك.

كما يمنع هذا الالتزام مصداقية للسوق وذلك من خلال الشفافية في عرض السلع والمواد الاستهلاكية وتزيد في المنافسة بين التجار والبائعين.[5]

الفرع الثاني: الفوترة

تعد الفاتورة وسيلة لشافية الممارسات التجارية وذلك استنادا للقانون 04-02 الذي نضمها في الفصل الثاني من الباب الثاني.

---

[1] المادة 3، القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في مارس 2009، ص 13.

[2] نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 15.

[3] محمد أمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 23.

[4] محمد أمين مهري، المرجع نفسه، ص 22.

[5] علي حساني، الشفافية الممارسات التجارية قبل و أثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 04-02 مجلة العلوم القانونية الإدارية و السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص 79.

وتكمن هذه الشفافية التي تبديها الفاتورة في حماية حقوق الأعوان الاقتصاديين وذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى نقوم بأعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم وكذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق فرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع مقسطاً أو مؤجلاً أو مجزءاً.[1]

وقد اعتبرها المشرع وفقاً للمادة 10 من القانون 04-02 حقاً لمستهلك لما تتضمنه من بيانات عن المنتوج من حيث الكمية والثمن والمواصفات والضمان كما سن لها بدائل على غرار وصل الصندوق وسند التسليم.[2]

ولم يعط المشرع للفاتورة تاركاً ذلك للفقه، فهناك من عرفها بأنها وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة إبرام عملية بيع أو خدمة حيث تجسد هذه العملية التجارية محددة الشروط الخاصة بها.

كما تعرف بأنها ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات، تتمثل أساساً في سعر المنتوج، وهناك يعتبرها وثيقة بموجبها يحدد البائع المشتري في بيع السلع بالتجزئة.[3]

وللفاتورة أهمية كبيرة في إثبات أت الأسعار والتعريفات وكذلك شروط البيع المعلن عنها موافقة لما دفعة المستهلك، خاصة في ميدان الخدمات أين يكون العون الاقتصادي ملزم بتسليم كشف قبل انجاز الخدمة للمستهلك يوضح فيه طبيعة لخدمة والعناصر المكونة الأسعار والتعريفات وكيفيات دفع الثمن بما يعزز حق العلم بالنسبة للمستهلك[4].

وألزم المشرع أن تحرر الفاتورة طبقاً للشروط والكيفيات التي يحددها التنظيم ولقد صدر المرسوم التنفيذي 05-468 الذي يحدد شروط تحريرها وكيفيات ذلك، كما أكد في المادة 02 منه على مبدأ أن الفاتورة لا تسلم إلى المستهلك إلا إذا طلبها[5].

---

[1] زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012، 2013، ص 10.

[2] المواد، 10،11، 12، 13، من القانون 04-02, المرجع السابق، ص 4، 5.

[3] نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 50.

[4] محمد الأمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 27.

[5] المرسوم التنفيذي رقم 05 – 468 المحدد لشروط الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية ، المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 ، الجريدة الرسمية العدد 80.

كما نصت المادة 3 من هذا المرسوم على البيانات الواجب ذكرها عند تحرير الفاتورة[1] لا تظهر أهمية الفاتورة بالنسبة للمستهلك إلا في موضوع إثبات التعاقد وإثبات وجود شروط تعسفية والاستفادة من أحكام الخدمات، بينما أهميتها بالنسبة للبائع أوسع من هذا، فهي وسيلة محاسبية ووسيلة رقابية في المجال الجبائي ووسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، ووسيلة لضمان الديون والتعامل فيها.[2]

وبما أن الفاتورة هي التي تحدد نهائيا الأسعار حسب الكمية المقتناة فهي إجبارية بالنسبة لبيع المنتوجات أو تأدية الخدمات إلى العون الاقتصادي.[3]

بحيث يكون إلزاميا على العون الاقتصادي تحريرها وتقديمها، أما في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك فهي إختيارية بحيث لا يكون إلزاميا على العون الاقتصادي تحريرها إلا إذا طلبها منه المستهلك.

ويجب تسليم الفاتورة في كل بيع للسلع أو تقديم الخدمات مهما كانت طبيعتها وتقدم عند تسلم المبيع أو تأدية الخدمة على أن يتم الإحتفاظ بها لمدة معينة.[4]

المطلب الثالث: قواعد نزاهة الممارسات التجارية

تقتضي سياسة الاقتصاد الحر فتح الباب أمام كل من يريد القيام بالعمل التجاري، الأمر الذي من شأنه دفع البعض لإستغلال تلك المساحة من الحرية بصورة غير مشروعة، من خلال وسائل تحظرها الأعراف التجارية .

وترتكز الوظيفة القانونية للممارسات التجارية الحرة على حماية مبدأ حرية المنافسة بمضمونية حرية التجارة والصناعة وكذا حرية الأسعار، كما تتطلب حماية المستهلك من كل ممارسة تمس بنزاهة السوق.

وفي هذا الإطار منع المشرع هذه الممارسات من خلال الباب الثالث من القانون 04 –02 .

---

[1] تنص الفقرة الأولى من المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 على <<يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي الآتية:

1- بيانات تتعلق بالبائع:

- اسم الشخص الطبيعي و لقبه
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري
- العنوان ورقما الهاتف و الفاكس و كذا العنوان الالكتروني، عند الاقتضاء
- الشكل القانوني العون الاقتصادي و طبيعة النشاط
- رأسمال الشركة عند الاقتضاء

[2] محمد الأمين مهري، المرجع السابق، ص 30.

[3] المادة 1/10 من القانون 04-02 المعدل والمتمم .

[4] زهرة علاوي ، الفاتورة وسيلة ثقافية للممارسات التجارية ، المرجع السابق ، ص 13 .

ومن الممارسات الماسة بالنزاهة والمتعلقة بالأسعار نجد إعادة البيع بسعر أدنى (البيع بالخسارة) وممارسة أسعار غير شرعية.

الفرع الأول: إعادة البيع بسعر أدنى(البيع بالخسارة)

تطرق المشرع لهذه الممارسة من خلال المادة 19 من القانون 04- 02 حيث حظر كل إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقية.[1]

وقد أباحت الفقرة 3 من المادة 19 هذه الجريمة في حالات ذكرت على سبيل الحصر:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد الريع.
- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي.
- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا.
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل.
- المنتوجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الإقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.[2]

ويشترط لحظر هذه الممارسة الماسة بشرعية الممارسات التجارية ما يلي:

1. أن تنسيق عملية البيع بسعر أدنى عملية الشراء.
2. لم يحدد المشرّع أطراف الممارسة، وعليه يمكن أن تتم بين عونين إقتصاديين كبائع ومشتري أو بين عون إقتصادي ومشتري، ويستوي في ذلك أن تكون هناك علاقة تبعية أم لا، إذ يكتفي ألا يتوافر عنصر الإلزام خاصة طالما أن المشرّع لم يحدد المستعمل النهائي للسلعة.
3. أن تكتمل أركان العقود بشكل صحيح عقد الشراء ويليه عقد البيع لتحقيق صورة إعادة بيع السلعة ولذا يكفي مجرد عرض سعر أقل من سعر التكلفة.
4. أن يكون هناك فرق بين السعر الذي تكلفته عملية شراء السلعة، والسعر الذي تم من خلاله عملية إعادة البيع.

---

[1] عرفت المادة 19 من القانون 04 – 02 سعر التكلفة الحقيقي بأنه: سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الإقتضاء أعباء النقل.

[2] المادة 19 ، القانون 04 – 02 ، ص 05.

5. أن تنصب عملية إعادة البيع على السلع التي تكون صالحة لإعادة بيعها، وهو ما يعني أن الممارسة تشمل كل التجار الذين يمارسون الشراء من أجل البيع كالمستوردين وتجار الجملة ... إلخ.[1]

والجدير بالتنويه أن البيع بسعر منخفض تعسفياً يختلف عن البيع بالخسارة فالأولى تستوجب أن تكون السلعة المراد بيعها قد تم إنتاجها أو تحويلها بالإضافة إلى تسويقها، أما البيع بخسارة فيكون في إعادة بيع السلعة على حالتها دون أي تغيير فهو ممارسة تجارية مخالفة للقانون والصواب، فهنا الزبائن يتجذبون بالسعر الاستثنائي المنخفض المعلن، فهو وسيلة جذب وإجراء معرقل للعبة التنافسية والتي تؤدي أو يمكن أن تؤدي للحصول على المركز أو وضعية مهيمنة على السوق وهي ممارسة لا يقتصر العقاب فيها على القيام بإعادة البيع إنما حتى على الإعلان عن هذه العملية.

كما أن البيع بسعر منخفض تعسفياً تعد محضورة عندما تتم بين عون اقتصادي ومستهلك وهو ما يستشف من نص المادة 12، بخلاف المادة 19 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي لمتحدد أطراف عملية البيع بالخسارة، وعلى هذا الأساس يمكن أن تتم هذه الممارسة بين الأعوان الاقتصاديين أو بين المستهلكين.

الفرع الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية

تعتبر ممارسات غير شرعية طبقا لأحكام المادة 23 من القانون 04 – 02 كلما كانت ترمي إلى:

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار.
- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.

<< وعليه فحماية للمصالح الإقتصادية للمستهلك جرّم المشرّع كل فعل سواء تعلق بالقيام بتصريحات كاذبة مزيفة أو كان بمثابة مناورة تهدد المصالح المادية للمستهلك، فيمكن أن نستنتج من مضمون الفقرة الأولى من نفس المادة أنه يكفي مجرد دفع وإستلام السلع أو الخدمة لتكون أمام جريمة تزييف السلع الخاضعة لنظام تقنين الأسعار ولا يمكن الإحتجاج برضا المستهلك متى كان ذلك الفعل مخالفا لقاعدة قانونية، أما الحالة الثانية فتكمن في وجود فوارق خفية في المبالغ المالية أو عند تبادل المصالح، حيث يتم ذلك بطريقة غير ظاهرة من شأنها أن تمكن القائم بذلك بإعادة بيعها بالسعر الذي يريده >>[2].

---

[1] بدرة لعور ، المرجع السابق، ص 223 .

[2] أرزقي زوبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، المرجع السابق ، ص 80 .

وقد وسعت المادة 6 من القانون 10 – 06 معدلة لأحكام المادة 23 من القانون 04 – 02 من مجال الممارسات والمناورات التي تشكل الركن المادي لجريمة ممارسة أسعار غير شرعية والتي كانت مجسدة في صورتين فقط ليتم تعزيزها بأربعة صور إضافية.

1- عدم تجسيد أثر الإنخفاض المسجل والإبقاء على ارتفاع الأسعار:

وتتم ممارسة عدم تجسيد أثر الإنخفاض المسجل في حالة ارتفاع أسعار السلع والخدمات نتيجة ارتفاع تكاليف الإنتاج والإستيراد والتوزيع ثم تنخفض هذه التكاليف، لكن رغم ذلك يبقي العون الاقتصادي الأسعار مرتفعة بهدف تحقيق أرباح كثيرة.[1]

أما بالنسبة للإبقاء على ارتفاع الأسعار فصورتها أن يتم رفع أسعار السلع والخدمات بشكل مؤثر على القدرة الشرائية للمستهلك وتعمد الدولة إلى تخفيض الأسعار.

أو مثل أن يخفض السعر بناءا على قانون السوق ولكن رغم ذلك يمتنع العون الاقتصادي عن التجسيد الفعلي لذلك.[2]

2- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا.

3- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق.

4- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

[1] بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، المرجع السابق ، ص 243 .

[2] بدرة لعور، المرجع نفسه ، ص 244 .

خلاصة:

حماية لحرية المنافسة كرّس المشرّع الجزائري نصوص قانون المنافسة 03 – 03 والمعدل والمتمم بموجب القانون 10 – 05 وقد خصص المشرّع الباب الثاني من الأمر 03 – 03 لمبادئ حرية المنافسة والممارسات المقيدة لها والذي يعتبر مبدأ حرية الأسعار من أهمها، لذا فقد نظم المشرّع هذه الحرية من خلال ممارستها وفق قواعد حرية المنافسة، حيث تحظر كل الإتفاقات المقيدة للمنافسة والمتعلقة بالأسعار، وكذا التعسف في إستغلال وضعية الهيمنة والتي تعطي لصاحبها الحق في السيطرة على السوق والإستئثار به وهو ما قد ينجم عنه إساءة إستغلال هذا المركز.

كما تحظر أيضا التعسف في الإستغلال وضعية التبعية الاقتصادية والتي من أهم صورها:

الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى يؤثر بشكل سلبي على حرية الأسعار الذي يرتكز بالأساس على مبدأ العرض والطلب.

وكما منع المشرّع في المادة 12 من الأمر 03 – 03 ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفيا والتي تؤدي إلى عرقلة المؤسسات وحرمانها من الدخول إلى السوق.

ولم يكتف المشرّع بالأمر 03 – 03 لحماية مبدأ حرية الأسعار، بل فعّل هذه الحماية في القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمعدل والمتمم بالقانون 10 – 06 وذلك من خلال مكافحة جرائم الممارسات التجارية إعتمادا على تكريس مبادئ الشفافية والنزاهة.

ومن المبادئ التي تقوم عليها الشفافية الإعلام بالأسعار والفوترة، والتي من شأنها أن تمنح المصداقية في السوق التنافسية، كما تمنح للمستهلك الحرية في إقتناء ما يناسبه من سلع أو خدمات.

أما بالنسبة لمبدأ النزاهة، فقد كافح المشرّع وجرّم الممارسات التجارية غير الشرعية مثل البيع بالخسارة وممارسة أسعار غير شرعية كتزييف أسعار تكلفة السلع والخدمات.

الفصل الثاني

إستبعاد مبدأ حرية الأسعار

تمهيد:

الأصل في الإقتصاد الرأسمالي هو حرية الأفراد في ممارسة نشاطهم الإقتصادي داخل السوق، والملاحظ أن هذه الحرية لا تعني الحرية المطلقة، بل لا يمنع ذلك من وجود القوانين المنظمة لفعالية السوق الإقتصادية بكافة أنواعها، ولكن دون الإخلال بمبادئ السوق وقوانينه، وذلك بتدخل الدولة ومراقبتها للحياة الإقتصادية حيث تحد من هذه الحرية بما تراه كفيلا بالمحافظة على الصالح العام.

ومن أهم مظاهر تدخل الدولة في حرية الأفراد في ممارسة نشاطهم الإقتصادي داخل السوق، نجد تحديدها للأسعار وفقا لمتطلبات السوق.

المبحث الأول: مبررات التسعير وآلياته

إن تعديل قانون المنافسة الأخير أدرج بند يمنح الحق للدولة بتحديد أسعار المواد الإستهلاكية الموجودة في وضعية الهيمنة والإحتكار قصد مواجهة ظاهرة المضاربة والتلاعب بالأسعار على حساب جهود الدولة في هذا الإتجاه من جهة والقدرة الشرائية للمواطن من جهة أخرى وذلك بالتحايل على القانون، فالتدخل لا يعني الرجوع لعهد تحديد الأسعار في نظام الإقتصاد الموجه، إنما يهدف إلى التنظيم وتسوية الإختلالات الواقعة في أسواق بعض المنتوجات، إما حسب القطاعات أو لمدة ظرفية مؤقتة.[1]

المطلب الأول: مبررات التسعير

إن مبدأ تحرير الأسعار إذا كان من مزاياه – كأصل عام – تخفيض الأسعار بإعتبار ذلك أمرا إيجابيا بالنسبة للمستهلك، فينبغي عدم تجاهل ما قد ينجر عن ذلك من إزاحة لبعض المقاولات الصغرى خاصة من عالمي المال والأعمال، ولذلك نجد أن المشرّع الجزائري وإستئناسا بالتجربة الفرنسية ، وأخذا بعين الإعتبار الظروف الخاصة الي يمر بها الإقتصاد الوطني، قد قيّد حرية الأسعار بجملة من الحالات يؤدي تحقيقها إلى جعل نظيم الأسعار من طرف الدولة منزوعا.[2]

وتهدف الدولة من خلال تدخلها في تقييد هذه الحرية إلى تحقيق إستقرار الأسعار وهذا تجنبا لحدوث التضخم الذي تسعى كل دولة لمحاربته، وبالتالي تصبح مسؤولية الدولة في غاية الأهمية لإحتواء تقلبات مستوى الأسعار، فعدم الإستقرار يعرض الإقتصاد ككل إلى هزات عنيفة من خلال حدوث الكساد والتضخم.

فتتدخل الدولة بتطبيق سياسة مالية من خلال الإنفاق الحكومي أو الضرائب بغرض التأثير على الطلب الكلي في الإتجاه المرغوب.[3]

وقد أجاز المشرّع الفرنسي التدخل في حالة عدم كفاية المنافسة والإرتفاع المفرط للأسعار أو إنخفاضه، في حين أن المشرّع الجزائري أجاز بموجب المادة 5 – 1 من الأمر 03 – 03 تقنين أسعار السلع والخدمات الإستراتيجية، مع إمكانية إتخاذ إجراءات إستثنائية للحد من إرتفاع الأسعار، أو تحديدها في

---

[1] لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، المرجع السابق ، ص 71 .

[2] محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الإقتصادي ، المرجع السابق ، ص 189 .

[3] قويدر معيزي ، تدخل الدولة في النشاط الإقتصادي في ظل إقتصاد السوق ، مجلة الإقتصاد الجديد ، العدد 08، 2013 جامعة البليدة ، ص 149 – 150 .

حالة إرتفاعها المفرط إما بسبب إضطرابات في السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين لقطاع نشاط ما أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الإحتكار الطبيعة.[1]

الفرع الأول: تقنين أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي

يصطلح على عملية تحديد الأسعار وضبطها والحد من إرتفاعها بـ " **التسعير الجبري** " ويقصد به أن تحدد الدولة بمالها من السلطة العامة ثمنا رسميا للسلع والخدمات، لا يجوز للبائع أن يتعداه.

ولا يمكن دخول جميع السلع في نطاق التسعير الجبري أو ما يسمى المواد المقننة، وإنما تحديد الأسعار عن طريق السلطات العامة، إنما يتناول مجموعة من السلع التي تتسّم بأهميتها وضرورتها خاصة ما تعلق منها بالإستهلاك الشعبي الواسع، ولا يعني ذلك تجميد عدد (قائمة) تلك السلع، بل إن قائمتها تتغير (تضيق وتتسع) طبقا للظروف الإقتصادية من جهة, ومدى وفرة السلع أو ندرتها وشدة الحاجة إليها ومن ثم ، فإقدام المشرّع على عملية التقنين كقيد على حرية المنافسة التجارية والسلع، خاصة بعض السلع والخدمات الخاصة التي تعتبرها الدولة ذات طابع إستراتيجي ، كالخبز والحليب والغاز .... إلخ، له دائما ما يبرره ويزكيه.[2]

والهدف من هذا الدعم الحكومي هو تمكين الفئات الأقل دخلا من الحصول على السلع والخدمات الأساسية، عبر خفض أسعارها وفق آلية تقوم على تسديد خزينة الدولة للفارق بين السعر الحقيقي للمنتج أو الخدمة والسعر الذي يحدد له,بإعتبار مستويات الدخل الدنيا، وهو ما يسمى بالدعم المباشر.[3]

كما يتضح هدف الدولة من تدخلها في تقنين أسعار السلع والخدمات الإستراتيجية من خلال المذكرتين الإيضاحيتين التقديميتين لمشروعي القانونين المتعلقين بالمنافسة والممارسات التجارية والتي من أهمها:

1- تدعيم تدخلات الدولة وجعلها أكثر فعالية في مجال تحديد ومراقبة أسعار وهوامش السلع والخدمات، لاسيما فيما يخص المواد والخدمات الضرورية.

2- تثبيت إستقرار السوق من خلال تأطير هوامش وأسعار السلع والخدمات الضرورية وذات الإستهلاك الواسع.

3- ضمان أكثر شفافية ونزاهة في إنجاز المعاملات التجارية بهدف إستقرار السوق ولاسيما تلك التي تتعلق بإحترام الأسعار المقننة.

---

[1] لطيفة بوخاري ، المرجع السابق ، ص 72 .

[2] محمد تيورسي ، الضوابط القانونية للحرة التنافسية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 248 .

[3] www. Aljazeera.net الدعم الحكومي للسلع 03 – 05 – 2017 11 :43

4- الحد من الإختلالات المسجلة في السوق، لاسيما تلك الناتجة عن المضاربة في الأسعار التي يمكن أن تمس بالقدرة الشرائية للمستهلك.[1]

ومن أهم السلع المحددة أسعارها في القانون الجزائري نجد:

❖ **مادة القمح:** فتطبيقا لأحكام المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 07 – 402 والذي يحدد أسعار السميد الناتج عن تحويل القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه بنوعيه العادي والرفيع.

كما تضمنت المادة 06 من ذات المرسوم الحد الأعلى لأسعار سميد القمح الصلب.[2]

❖ **الحليب المبستر:** حدد المرسوم التنفيذي رقم 01 – 50 أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع حيث تشمل أسعاره المحددة في ملحق المرسوم التنفيذي كل الرسوم ويصل سعر الحليب بوحدة اللتر **لخمسة وعشرين دينارا جزائريا** (25 دج) وهو السعر الذي يقتني به المستهلك الأخير.[3]

❖ **مادة السكر والزيت:** تم تقنينهم من خلال المرسوم التنفيذي 11 – 108 والذي يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.[4]

أما بالنسبة للخدمات الخاضعة للتقنين نجد من أهمها:

❖ **خدمات النقل:** حددها المرسوم التنفيذي رقم 02 – 448 والمتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة، حيث تشمل التعريفة السعر الكيلومتري للمقعد في سيارات الأجرة الجماعية وتحتسب تعريفة الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين أربع وعشر سنوات على أساس نصف مقعد.[5]

---

[1] محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الإقتصادي ، المرجع السابق ، ص 184 – 185 .

[2] المرسوم التنفيذي رقم 7 –207 ، المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 ، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج في مختلف مراحل توزيعه ، الجريدة الرسمية ، العدد 80 ، الصادرة في 26 ديسمبر 2007 .

[3] المرسوم التنفيذي رقم 01 – 50 مؤرخ في 12 فيفري 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع ، الجريدة الرسمية ، العدد 11 ، الصادرة في 12 فيفري 2001.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 11 – 108 المؤرخ في 06 مارس 2011 ، الجريدة الرسمية ، العدد 15 ، صادرة في 09 مارس 2011 .

[5] لطيفة بوخاري ، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة ، المرجع السابق ، ص 69 .

وتقنين الدولة للسلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي، يستوجب أن يكون بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، وهذا إستنادا للفقرة الأولى من المادة 05 من الأمر 03 – 03 المتعلق بالمنافسة.

الفرع الثاني: وجود إضطراب خطير في السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين

نظرا لإستحالة إستيفاء شروط المنافسة التامة، قد تتدخل الدولة في حالات تبرزها ظروف إستثنائية خاصة، يكون من شأنها أن تؤدي إلى إرتفاع أو إنخفاض فاحش في الأسعار، وبالتالي تخول الإدارة حق إتخاذ إجراءات مؤقتة لمواجهة هذه الظروف ككارثة طبيعية عامة مثل الزلازل أو حالات الجفاف أو أزمة إقتصادية كنقص التموين في مادة معينة كالسكر أو الخميرة ... إلخ، أو مثلا في حالة إرتفاع الأسعار لأسباب مشروعة كالتضخم وإنخفاض الدينار ... إلخ.[1]

ونصت على هذه الحالة المادة 05 من القانون 10– 05 وهي آخر تعديل للمادة بعد الأمر03 – 03 وكذا القانون 08 –12 ، حيث نصت في فقرتها الأخيرة على أنه : << ..... كما يمكن إتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة إرتفاعها المفرط وغير المبرر ، لاسيما بسبب إضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكار الطبيعية >>.[2]

والمطلع على مشروع تعديل هذا القانون يجد أنه رغم صيغة الجواز والإستثنائية التي جاءت في نص المادة 05, إلا أنه يجد ما يبرره وهذا يعود إلى أن إلزام السلطات العمومية بالتدخل في مجال الأسعار بصفة دائمة ,يتعارض مع روح النص الرامي إلى تنظيم المنافسة بإعتبارها آلية من آليات السوق وهو ما يدفع بالمنتوج الوطني إلى التحسين كما ونوعا, والتشجيع على الإبداع والإبتكارإستجابة لحاجات المواطن وخدمة الإقتصاد.

في مشروع هذا التعديل كان النص الأصلي قد إحتفظ بمصطلح إستراتيجي,لأنه غير معرّف بشكل دقيق، كما أنه يمكّن الدولة من التدخل في مجال تقنين الأسعار الخاصة بجميع السلع والخدمات وفقا لمتطلبات الوضع، كما أنه يجسد وضعا إستثنائيا لا يسمح بالتدخل بشكل مباشر أو تلقائي، إنما يخص الحالات التي تلاحظ فيها السلطات العمومية وجود إختلالات خطيرة في الأسعار، أما إذا كانت قاعدة السوق العادية (العرض والطلب) تشتغل بشكل طبيعي فلا حاجة لهذا التدخل.[3]

---

[1] محمد تيورسي ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 255 .

[2] المادة 5 من القانون 10 –05 ، المرجع السابق ، ص 11 .

[3] بدرة لعور ، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، المرجع السابق ، ص 235 .

كما نلاحظ أيضا من ضمن التعديلات حذف المدة المحددة **بستة أشهر** في تقنين الأسعار كوضع إستثنائي ، والإبقاء على إمكانية تمديدها.[1]

الفرع الثالث: وجود احتكارات

لم يعرف المشرع الجزائري في قانون المنافسة مصطلح الاحتكار، بينما عرفه علم الاقتصاد على أنه <<الانفراد بسلعة أو خدمة والتحكم الكامل في معدلات وفرتها وتحديد أثمانها ومستوى جودتها، سعياً للحصول على أكبر قدر من الأرباح, عن طريق التواطؤ بين الأطراف لغلق المنافسة أمام الموزعين أو المنتخبين الآخرين>>[2]

كما يعرف بأنه <<الحالة التي يكون السوق فيها عبارة عن شركة واحدة فقط تؤمن منتج أو خدمة إلى جميع المستهلكين. بمعنى آخر هذه الشركة تكون مسيطرة على كامل السوق في هذه الحالة، تستطيع الشركة أن تفرض الأسعار كيفما تشاء لأنه لا يوجد شركات أخرى لمنافستها في هذا السوق>>.[3]

ويمكن التمييز بين نوعين من الاحتكار:

احتكار غير طبيعي: وينشأ من اتحاد مجموعة من المنتجين للتحكم في انتاج وسعر معينة، حيث ينتج المحتكر عند مستوى أقل مما يحتاجه المجتمع ويحصل على أسعار منها في ظل المنافسة الكاملة، وهذا يعني عدم الكفاءة في استخدام الموارد، وعدم العدالة في توزيع الدخل حيث يكون الدخل لصالح المحتكر على حساب المستهلك.

احتكار طبيعي: وينشأ في صناعات ذات التكاليف المتناقضة ومن أهم خصائصه

- الإنتاج ينطلب مبالغ رأسمالية كبيرة كحد أدنى للبدء في الإنتاج.
- حجم التكاليف الثابتة كبير جداً مقارنة بالتكاليف المتغيرة وغالباً ما تتميز هذه الصناعات بعدم إمكانية تقسيمها.
- حجم الطلب على منتجات هذه الصناعة خاصة عند بدء الإنتاج لا يكون عند المستوى الأمثل مما يترتب عليه وجود فائض في الطاقة الإنتاجية.

---

[1] نصت على تمديد المدة ، المادة 05 من القانون 08 – 12 المعدل والمتمم لقانون المنافسة 03 – 03 المؤرخ في 25 جوان 2008، الجريدة الرسمية ، العدد 36 ، الصادرة في 02 جويلية 2008 ، ص 11 .

[2] أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر، (د.ط)، 2008، ص 10.

[3] حسام العيسوي إبراهيم، الاحتكار دراسة تحليلية نقدية، (د.ط)، (دت)، (دن)، www.alukaha.net ص 8.

مثل: محطات الكهرباء، الغاز، شبكات الصرف الصحي، السكك الحديدية ..... إلخ.[1]

إذن فقد يحدث ألا تتوفر بعض القطاعات والمناطق الجغرافية، أو لم تعد تتوفر على الشروط ممارسة المنافسة لوجود احتكار او لعدم إمكانية تدوين طبيعي، أو لأن نصاً قانونياً أو تنظيماً خص بيع المواد أو تقديم الخدمات لفئة محددة اعتبار لطبيعة المنتج أو الخدمة.[2]

وقد ثارت العديد من الأزمات بسبب الاحتكارات و مثال ذلك الأزمات الموسمية التي تحدث في سوق الإسمنت, و هو إحدى السلع الاستراتيجية التي يؤثر التلاعب في سعره على كافة أوجه الحياة الاقتصادية أيضا ما حدث في الجزائر في مطلع 2011 حيث ارتفعت أسعار السكر و الزيت ,و مواد غذائية أخرى و هو ما جاء في بيان المجلس الوزاري المشترك الذي أكد أن هذا الإرتفاع لا يبرره ارتفاع أسعار المواد الأولية في السوق الدولية فقط، إنما وصفها بالأزمة المفتعلة، مستبعداً كل الإشعاعات المتعلقة برفع الأسعار هذه المواد أو ندرتها في الأسواق.[3]

ومن وسائل تدخل الدولة لحل مشكلة الاحتكار:

- وضع القوانين التي تحد من الاحتكار
- تجبر الحكومة المحتكر أن يبيع بسعر السوق ومن ثم تقدم إعانة لتغطية الخسائر
- تتولي الحكومة بنفسها إنتاج الصناعات ذات التكاليف المتناقصة.[4]

المطلب الثاني: آليات التسعير

بعد أن تتوفر للدولة مبررات تدخلها في النشاط الاقتصادي للسوق التنافسية من خلال تحديدها للأسعار والذي يعد استثناءاً وخروجاً عن القاعدة العامة, ألا وهي حرية التنافس وحرية الأسعار، مكنها المشرع من التدخل عبر ثلاثة آليات لتقنين الأسعار، ذلك أن التأطير هوامش وأسعار السلع والخدمات عن طريق هذه الكيفيات هو تكريس لمهام وصلاحيات الدولة في مجال الأسعار.

وهذا انطلاقاً من نص المادة 5-2 << تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية ...>>.[5]

---

[1] مها العليوط، المالية العامة، الفصل الأول، (د.ط)، (د.ت.)، (د.م)، ص 4.

[2] محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، ص 189.

[3] لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، المرجع السابق، ص 76.

[4] مها العليوط، المرجع السابق، ص 4.

[5] ينظر المادة 5 القانون 10-06، المرجع السابق.

الفرع الأول: التحديد:

التحديد هو تمكين الدولة من وضع سعر معين وإجبار البائعين والمشترين على احترامه وتوقيع الجزاء على كل من يتجاوزه، وذلك عن طريق التنظيم.

والهدف من اعتماد الدولة لآلية التحديد، هو تحديد أسعار بعض مواد أو خدمات قطاعات معينة يكون انتاجها استجابة لحاجيات اجتماعية، بحيث يصعب على المصالح الخاصة أن تسيرها بصورة مباشرة لأن هذه الأخيرة تميل إلى زيادة أرباحها، في حين أن المستهلك يرفض ذلك نظراً للدور الذي تلعبه هذه السلع والخدمات بالنسبة له، ومن السلع والخدمات التي تم تحديد أسعارها، الخبز، الحليب، خدمة الماء والكهرباء.[1]

الفرع الثاني: التسقيف

التسقيف هو تحديد السعر الأقصى عند الإستهلاك، وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعنية به.

ويكون للأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون السقف المحدد، لكنها لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف.

وفي حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة، فأصبح السعر الحقيقي يتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة يبقى العون الإقتصادي ملزما بالسعر المسقف، وعلى الدولة تعويضه الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف وذلك بموجب وثيقة تسمى " **تركيبة الأسعار** "، تبين طبيعة وحقيقة السعر المكون، يقدمها العون الإقتصادي إلى الجهات المعنية.

يصدر تسقيف الأسعار عن طريق التنظيم.

ومن بين السلع والخدمات التي تم تسقيف أسعارها: الأدوية المستعملة في الطب البشري بموجب المرسوم التنفيذي 98 – 44.

السكر والزيت بموجب المرسوم التنفيذي 11 – 108.

الفرع الثالث: التصديق

التصديق هو الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو ذو الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين مثل: الديوان الجزائري المهني للحبوب، على الجهات المعنية وزارة التجارة أو الوزارة المعنية بالأمر.

[1] بدرة لعور، المرجع السابق، ص 236.

ويعد تطبيق هذه الآليات: التحديد – التسقيف – التصديق من طرف العون الإقتصادي مرهون بإيداع تركيبة أسعار هذه السلع أو الخدمات المعنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية.[1]

وتهدف هذه الآليات إلى حماية المستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية بتفويت الفرصة على المضاربين والمحتكرين من التلاعب بالأسعار وضمان وصول السلعة للمستهلك بسعر مناسب، وبالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة.

كما تهدف إلى ضبط السوق وإستقراره بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية وتثبيت إستقرار مستوياتها، وتعتبر هذه الآليات آليات قانونية منحها القانون للسلطات العمومية بناءا على إقتراح من القطاعات المعنية، حتى يسمح لها بالتدخل لحماية الإقتصاد الوطني من كل التلاعبات في الأسعار قصد إضفاء مصداقية أكثر في التوجه والتنظيم والرقابة.[2]

المبحث الثاني: جزاء مخالفة أحكام التسعير

للدولة ان تقرر الوسائل اللازمة لمنع التلاعب بالأسعار، فإذا ما سعرّت سعرا وجب على الباعة الإلتزام به، وإلا حقت عليهم المساءلة القانونية لمخالفة التسعير، طبقا لأحكام المواد الخاصة بتحديد الأسعار أو تسقيفها أو وضع هوامش الربح لها.

وجاء في المذكرة التقديمية لمشروع القانون المتعلق بالقواعد القانونية المطبقة على الممارسات التجارية بخصوص تحديد مضمون التعديلات المدرجة ما يلي:

- تعزيز مجال تطبيق الأسعار غير الشرعية، لاسيما من خلال إقرار المخالفات الرئيسية التالية:

- التلاعبات التي تهدف إلى عدم تجسيد أثر الإنخفاض المسجل في تكاليف الإنتاج والإستيراد والتوزيع على الأسعار والإبقاء بشكل عمدي على إرتفاع أسعار السلع والخدمات.
- عدم إيداع هياكل الأسعار المستحدثة بفضل الإجراء المشار إليه أنفا.
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، وإنجاز معاملات خارج الشيكات القانونية للتوزيع.

---

[1] بدرة لعور ، المرجع السابق ، ص 236 .

[2] بدرة لعور ، المرجع نفسه ، ص 235 .

- تشديد العقوبات المطبقة في حالة عدم إحتراماالإلتزامات القانونية المنصوص عليها في هذا المجال، والمتمثلة في الغرامات والتدابير الإدارية (غلق المحلات التجارية) والعقوبات المتمثلة في منع ممارسة النشاط وتلك السالبة للحرية.[1]

المطلب الأول: الجزاءات الجنائية

تعد عقوبة الحبس البسيط والغرامات المالية هي الصورة الغالبة لجرائم الممارسات التجارية، فهي العقوبة التي تلجأ إليها غالبية التشريعات العقابية بما فيها التشريع الجزائري، إذ تعد الجرائم الإقتصادية، لاسيما جرائم المنافسة والممارسات التجارية من قبيل الجنح.

ويتسع معنى الجزاء الجنائي في مجال الممارسات التجارية ليشمل العقوبات والتدابير الأمنية وعقوبات أخرى، وهو على تنوعه قد يصيب المجرم في حريته أو سمعته أو ماله أو نشاطه.[2]

وقد حدد القانون 04 – 02 الجزاءات المتعلقة بمخالفة أحكام المواد 22 و 22 مكرر و23 .

كنا قد أشرنا سابقا أن هذه المواد نصت على إلزام العون الإقتصادي بإجراءات معينة حددتها هذه المواد تكريسا لقواعد نزاهة الممارسات التجارية مثل:

- تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقا للتشريع.
- إيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات قبل السلع أو تأدية الخدمة.
- منع القيام بتصريحات مزيفة للأسعار.
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق.

حيث نصت المادة 36 من هذا القانون والمعدلة بموجب القانون 10 – 06 على ما يلي: << تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكرر و23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرن ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) >>.[3]

والملاحظ على هذه المادة أن العقوبة إقتصرت فقط على الغرامة المالية, دون العقوبة السالبة للحرية ولكن في المقابل نجد أن عقوبة الحبس, تطبق على مرتكبي هذه المخالفات إلا كعقوبة مشددة بسبب العود تطبيقا للفقرة الرابعة من المادة 47 من ذات القانون، والتي تنص على أنه: << وتضاف لهذه العقوبات زيادة على ذلك عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى خمس (05) سنوات >>.

---

[1] تيورسي محمد ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 257 .

[2] بدرة لعور ، المرجع السابق ، ص 507 .

[3] المادة 36 القانون 10 –06 ، المرجع السابق ، ص 13 .

كما يلاحظ على هذه المادة أيضا أن المشرع وفي سبيل تفعيل دور الغرامة في ردع جريمة ممارسة أسعار غير شرعية قد تم تعديلها، حيث كانت تنص على عقوبة تتراوح بين(20.000دج) إلى(200.000 دج) وبذلك تمثل هذه العقوبة أعلى درجة من درجات العقوبات المالية في مجال الممارسات التجارية إلى جانب الممارسات التجارية التدليسية.

إضافة إلى هذه العقوبات المالية أقرّ المشرّع عقوبات تكميلية نصت عليها المادة 44 من القانون 04-02: << زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالة خرق القواعد المنصوص عليها في المواد 10 و11 و12 و19 و21 و22 و23 و24 و25 و27 (2و7) و28 من هذا القانون .....>>.[1]

المطلب الثاني: الجزاءات المدنية

إلى جانب الجزاءات المترتبة عن ممارسة الأسعار غير الشرعية وفضلا عن حق المستهلك في التأسيس كطرف مدني في الدعوى الجزائية لطلب التعويض عما لحقه من أضرار نتيجة هذه الممارسات طبقا للمادة 65 من القانون 04 – 02 والتي تنص على: << دون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم >>.[2]

يمكن للمستهلك أن يستند إلى دعوى إسترداد غير المستحق كما يمكنه طلب الإبطال للتدليس أو طلب البطلان الجزئي للعقد.

الفرع الأول: دعوى إسترداد غير المستحق

طبقا لنص المادة 143 – 1 من القانون المدني الجزائري فإنه: << على كل من تسلم على سبيل الوفاء ما ليس مستحقا له وجب عليه رده >>.[3]

---

[1] المادة 44 من القانون 04 –02 ، المرجع السابق ، ص 08 .

[2] المادة 65 ، القانون 04 – 02 ، المرجع السابق ، ص 11 .

[3] المادة 143 ، القانون 07 – 05 ، المؤرخ في 13 ماي 2007 والمتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية ، العدد 31، الصادرة في 13 ماي 2007 ، ص 31 .

فإذا لم يحترم العون الإقتصادي نظام الأسعار المقننة, بأن باع سلع أو قدم خدمات خاضعة لنظام تقنين الأسعار بسعر أو ربح يتجاوز السعر أو الربح المحدد قانونا فإن هذه الزيادات تعتبر من قبيل الدفع غير المستحق، فالزيادة التي تكون فوق السعر أو الربح المحدد قانونا هي بمثابة تسلمه لمبلغ من المال على سبيل الوفاء غير مستحق له قانونا، لذا فهو ملزم برده إلى المستهلك غير أنه لا محل للرد إذا كان المستهلك لا يعلم أنه غير ملزم بما دفعه ، إلا إذا كان المستهلك لا يعلم أنه غير ملزم بما دفعه، إلا إذا كان ناقص الأهلية ، أو يكون قد أكره على هذا الوفاء.[1]

وبمقتضى المادة 147 من ق.م.ج إذا كان من تسلم غير مستحق (العون الإقتصادي) حسن النية ، فلا يلزم أن يرد إلا ما تسلم، أما إذا كان سيء النية فإنه يلزم أيضا يرد الأرباح التي جناها بغير حق وذلك من يوم الوفاء أو من اليوم الذي أصبح فيه سيء النية.[2]

وتعتبر سوء نية العون الإقتصادي ثابتة، إنطلاقا من فرضية علمه بالسلع والخدمات الخاضعة لنظام تقنين الأسعار وكذلك الأرباح المحددة لها، كونها تحدد بموجب مراسيم يتم نشرها في الجريدة الرسمية وهي قرينة على أنه عالما بها.

الفرع الثاني: دعوى الإبطال للتدليس

تنص المادة 86 ق.م.ج أنه يجوز إبطال العقد للتدليس، إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.[3]

ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة، إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو الملابسة، وممارسة العون الإقتصادي لأسعار غير شرعية سواء عن طريق القيام بتصريحات مزيفة، أو عن طريق القيام بمناورات ترمي إلى إخفاء زيادة غير شرعية في الأسعار هو من قبيل التدليس الذي يخول للمستهلك طلب الإبطال في حال تعرضه لهذه الممارسات.

فالعنصر المادي للتدليس القائم في هذه الممارسات يتمثل في الوسائل والحيل المستعملة من طرف العون الإقتصادي بهدف تضليل المستهلك وإيهامه بأن السعر أو الربح الممارس معقول وقانوني.

---

[1] هانية إبراهيمي ، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04 – 02 المتعلق بالممارسات التجارية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة ، 2012 – 2013 ، ص 21 .

[2] المادة 147 من القانون 07 – 05 والمتضمن القانون المدني الجزائري.

[3] المادة 86 من القانون 07 – 05 المتضمن القانون المدني .

إذن فالتصريح المزيف بأسعار التكلفة والمناورات التي يخفي من خلالها العون الإقتصادي الزيادة غير الشرعية في السعر هي بمثابة الركن المادي للتدليس.[1]

أما العنصر المعنوي فيتمثل في نية التضليل والخداع عند المدلس، حيث يكون الهدف من وراء تلك الحيل والتصريحات المزيفة والمناورات هو إيقاع المستهلك في الغلط والذي يدفعه إلى التعاقد.

وإبطال العقد للتدليس يعطي المدلس عليه (المستهلك) حق التعويض عما لحقه من ضرر نتيجة هذا التدليس.

ومن ثم فالمستهلك يمكن أن يستند إلى أوجه الحماية المدنية (دعوى إسترداد غير المستحق أو دعوى الإبطال للتدليس) في حالة سقوطه ضحية أسعار غير شرعية من خلال القواعد العامة ، بالإضافة إلى إمكانية تأسيسه كطرف مدني في الدعوى الجزائية لطلب التعويض.[2]

الفرع الثالث: دعوى البطلان الجزئي

تنص المادة 104 من القانون المدني الجزائري على أنه: << إذا كان العقد في شق منه باطلا أو قابلا للإبطال، فهذا الشق وحده هو الذي يبطل، إلا إذا تبين أن العقد ما كان ليتم بغير الشق الذي وقع باطلا أو قابلا للإبطال فيبطل العقد كله >>.[3]

من خلال هذه المادة نستنتج شروط إنقاص العقد بقوة القانون:

1. أن يكون العقد باطلا في أحد أجزائه دون الأجزاء الأخرى – صحة الأجزاء الأخرى – حتى يمكن إنقاصه.
2. أن يكون هذا العقد قابل للتجزئة، أما إذا لم يكن قابل لذلك إلا بتوافر الشق الباطل فإن العقد يبطل بأكمله.

ومن أبرز تطبيقات إنقاص العقد (البطلان الجزئي) في مجال الأسعار مثال :

- زيادة الفائدة القانونية عن الحد القانوني، في هذه الحالة يبطل المبلغ الزائد فقط.
- تجاوز الثمن للتسعيرة الجبرية، هنا أيضا يبطل الشق المتعلق بالمبلغ الزائد.[4]

---

[1] هانية إبراهيمي ، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04 – 02 المتعلق بالممارسات التجارية ، المرجع السابق ، ص 23 .

[2] هانية إبراهيمي ، المرجع السابق ، ص 24 .

[3] المادة 104 من القانون المدني الجزائري، ص 22 .

[4] أنواع البطلان في القانون المدني الجزائري ، منشورات ستار تايمز ، 2012 .http://www.startimes.com/

خلاصة:

تتدرج عملية تحرير الأسعار في إطار بناء إقتصاد السوق من خلال التخفيف من حجم تدعيم الدولة للأسعار لأسباب سياسية وإجتماعية ، وتفادي أخطار التضخم وهو ما حاول المشرّع الجزائري إرساءه من خلال الأمر 03 – 03 المتعلق بالمنافسة ، ولكن في المقابل لم تتخلى الدولة عن دورها الضابط والمراقب للأنشطة الإقتصادية قصد ضمان حوكمة مختلف القطاعات وتجسيدا لذلك تتدخل الدولة في بعض الحالات قصد تحديد الأسعار مثل تقنين أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي أيضا إتخاذ تدابير إستثنائية للحد من الإرتفاع المفرط للأسعار بسبب إضطراب خطير في السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين أو في حالات الإحتكارات.

وتدخل الدولة يكون ضمن آليات معينة حددتها المادة 5 من القانون 10 – 06 المتمثلة في التحديد، التسقيف، التصديق، وهي آليات قانونية تمنح للسلطات العمومية بناءا على إقتراح من القطاعات المعنية بهدف منع التلاعب في الأسعار.

وقد أقر المشرع الجزائري عقوبات جنائية ومدنية للأعوان الإقتصاديين المخالفين للأحكام القانونية المتعلقة بممارسة أسعار غير شرعية,والمتمثلة في المواد 22 و22 مكرر و23، حيث وصف المشرع هذه الممارسات بجرائم أسعار يعاقب عليها القانون لكونها جرائم قائمة بذاتها.

الخاتمة

الخاتمة:

يعرف موضوع الأسعار في التشريع الجزائري عناية خاصة ومرد ذلك إلى أهميته إذ يعد العنصر الحساس بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين في علاقتهم التجارية، ففي الوقت الذي يبحث فيه العون الاقتصادي عن الربح يبحث المستهلك عما يتلاءم مع دخله الذي يتحقق في نهاية المطاف من خلال الأسعار والموازنة بين الطرفين أفرد المشرّع في القانون 03 – 03 فصلا كاملا حول حرية الأسعار وجعل من هذا الأخير دعامة من دعائم شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها وهو ما يظهر جليا في أحكام مواد القانون 04 – 02 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية، فضلا عن المواد الجزائية في كلا التشريعين.

ويستعمل السعر كوسيلة لتغيير معطيات السوق، فالسعر عنصر متغير عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي، يتغير بتغير قيمة الشيء المباع، فالمشتري يفاوض من أجل الشراء بأقل ثمن والبائع يحاول الحصول على أعلى سعر، وفي نفس الوقت كسب المشتري كزبون دائم له، وهو هدف مشترك بين كل الأعوان الإقتصاديين مما يجعلهم في صراع دائم يزيد من روح المنافسة لديهم، لأجل هذا يعتبر السعر العنصر المتحكم في المنافسة.

وعليه يمكن القول أن حرية الأسعار هي حرية إقتصادية، ومع هذا يجب البحث عن توازن بين هذه الحرية الاقتصادية ووقاية مصالح المؤسسات والمستهلكين على حد سواء ، من خلال الضمانات القانونية المؤطرة لها والمتمثلة خصوصا في قانون المنافسة، العامل على ضمان هذا التوازن و الذي يظهر جليا في حالات ومبررات تدخل الدولة لتحديد أسعار بعض السلع والخدمات, وفقا لمتطلبات الوضع.

ومن خلال ما تم عرضه في هذا الموضوع فقد توصلنا للنتائج التالية:

- ❖ لا يزال المشرّع الجزائري بعيدا نوعا ما عن التكريس الفعلي لمبدأ تحرير الأسعار الذي يعتبر من أهم وأبرز المقومات التي يرتكز عليها الاقتصاد الحر، على الرغم من وجود العديد من النصوص القانونية المتعلقة بتنظيم وضبط الممارسات التجارية والمنافسة الاقتصادية .
- ❖ عدم فاعلية مبدئي الشفافية والنزاهة وهذا راجع لعدم إستكمال الإجراءات الخاصة بهما في أحكام النصوص الخاصة بهما أو ربما لعدم دقة الصياغة ، ذلك أن هذه المبادئ تحمل بالأساس في

محتواها ضمانات من شأنها التأسيس لمناخ تجاري وتنافسي يلبي إحتياجات المستهلك والعون الاقتصادي في تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح.

- ❖ الصياغة المرنة للأحكام القانونية الخاصة بمبررات تدخل الدولة لتحديد الأسعار وهذا ما يفتح المجال للتأويل، مثل مسألة خطورة أو إعطاء نماذج على الأقل لتفادي أي تفسير أو تأويل.
- ❖ إتخاذ المشرّع الجزائري معايير مطاطة فيما يخص حالات تدخلها، وهو ما يوجب بأن إعتماد مبادئ إقتصاد السوق لا يزال محتشما ويظهر ذلك من خلال إستعمال مصطلحات مثل: الإرتفاع المفرد للأسعار، كارثة أو صعوبات مزمنة ..... إلخ، وكلها مصطلحات يصعب ضبطها وتحديدها، لأنه يجب مراعاة أن ما يعتبر كذلك بالنسبة لعون إقتصادي لا يعد نفسه بالنسبة لعون إقتصادي آخر أو مؤسسة أخرى.
- ❖ لم يصدر المشرّع التنظيم الخاص بشروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئات الأعوان الإقتصاديين المعنيين به وكذا نموذج بطاقة تركيبة الأسعار، والسلطات المؤهلة التي يجب أن تودع لديها، منذ آخر تعديل للمادة 22 من القانون رقم 10 – 06 المعدل والمتمم للقانون 04 – 02 كون هذه الآلية من شأنها توضيح الإجراءات بشكل أكبر.
- ❖ عدم الافراط في التقنيين عن طريق التحديد والتركيز على هامش السعر.
- ❖ أطلق المشرع يد الدولة في التقنين بعد تعديل 2010 حيث تجسد المادة 05 توسيع تدخل الدولة.

على الرغم من الكم الهائل من القوانين الخاصة بتنظيم الأسعار التي أقرها المشرّع إلا أنه مازال هناك بعض الثغرات والنقائص والتي تتطلع إلى إيجاد حلول لها من خلال الإقتراحات التالية:

- ❖ تدعيم الرقابة الاقتصادية والصرامة في تطبيق النصوص القانونية.
- ❖ التحكم في تموين السوق وضبطه لضمان العرض الكافي للسلع والخدمات وبالتالي إستقرار الأسعار.
- ❖ القضاء على الأسواق الموازية بإعتبارها أحد العوامل المساهمة في تقلبات الأسعار.
- ❖ تفادي أن يقتصر التقنين على التحديد, بل يجب النظر واللجوء لباقي الآليات.
- ❖ إعادة النظر في الأحكام المشتركة والمتقاطعة بين قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية وهذا لتجنب حدوث تداخل أو ممكن تناقض بين النصوص في كلا القانونين.

قائمة المراجع

أولا: المصادر والمراجع:

1. أحمد بن حنبل، المسند، شرح احمد محمد شاكر، دار المعارف، مصر، ط4، ج1، 1954.
2. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر، (د.ط)، 2008.
3. أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، المكتب الجامعي الحديث، مصر (د ط)، 2008.
4. بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار، الجزء 5، دار الفكر للطباعة والنشر، (دط)، (دب)،بيروت.
5. جابر فهمي عمران ، المنافسة في منظمة التجارة العالمية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، (د ط) ، 2011 .
6. حسام العيسوي إبراهيم، الاحتكار دراسة تحليلية نقدية، (د.ط)، (د.ت)، (د.م).
7. حسينشرواط، شرح قانون المنافسة، دار الهدى للطباعة و النشر، الجزائر،(د،ط)، 2012.
8. حسين الماحي ، حماية المنافسة ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، مصر ، ط1 ، 2008.
9. دونالدس واتس – ماري هولمان ترجمة: ضياء مجميد، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، مصر (د ط)، الجزء الثاني.
10. عمر أحمد المختار، منعجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع، المجلد الثاني، 2008.
11. محمد إبراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2012.
12. محمد تيورسي ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، (د.ط) ، 2013.
13. معين فندي الشناق ،الإحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2010.
14. مها العليوط، المالية العامة، الفصل الأول، (د.ط)، (د.ت)، (د.ن)، (د.م).

ثانيا: المذكرات:

1. إلهام بوحلايس، الاختصاص في مجال المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005.
2. بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013 – 2014.
3. زكية جدايني، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2000-2001.
4. زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012، 2013.
5. زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2011.
6. صبرينة بوزيد، قانون المنافسة: لا أمن قانوني أم تصور جديد للأمن القانوني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسة، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2015، 2016.
7. لحسن بوصبار، مبدأ تحرير الأسعار و قانون 99-06 ، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية، جامعة الحسن الأول، موقع العلوم القانونية، droit.com ,Maroc.
8. لطفي محمد الصالح قادري، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، 2017.
9. لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 20012، 2013.
10. لعجال لمياء، الحماية الفردية و الجماعية للمستهلك، مذكرة مقدمة نيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2002- 2003.
11. محمد الأمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016 – 2017.
12. محمد تيورسي ، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2010 – 2011.

13. محمد عمارة بيومي، سياسات التسعير وخصومات البيع، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر 2009، 2010.
14. نبية شفار ، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة وهران ، 2012 – 2013.
15. نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010-2011.
16. هانية إبراهيمي، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04 – 02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012 – 2013.

ثالثا: المقالات:

1. أحمد عبد الرحيم الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، مجلة الحقوق، عدد 04، الكويت.
2. صفية ولد رابح، مبدأ حرية الصناعة والتجارة في القانون الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد 02، 2006.
3. علي حساني، الشفافية الممارسات التجارية قبل و أثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 04-02 مجلة العلوم القانونية الإدارية و السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011.
4. قويدر معيزي ، تدخل الدولة في النشاط الإقتصادي في ظل إقتصاد السوق ، مجلة الإقتصاد الجديد ، العدد 08، 2013 ، جامعة البليدة.
5. محمد بوعزة ، دراسة في مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة الجزائري ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة تلمسان ، مجلة الندوة للدراسات القانونية ، العدد 1 ، 2013.
6. الهادي السعيد عرفة ، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية ، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية، العدد 09 ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة ، مصر ، 2001.

رابعا: الملتقيات:

1. سهيلة بوخميس، مبدأ حرية المنافسة بين الشريعة والقانون، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المصادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2015.
2. محمد الشريف كتو، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009.

خامسا: النصوص التشريعية والتنظيمية:

1)- القوانين والأوامر:

1. الأمر 75 – 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
2. الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة.
3. الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19 جويلية، 2003.
4. القانون 04-02المتعلق بالقواعد المطبقةعلى ممارسات التجارية، المؤرخ في23 جويلية 2004.
5. القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009.
6. قانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعدل والمتمم لقانون المنافسة.
7. قانون 10 – 06 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم لقانون الممارسات التجارية.
8. قانون رقم 16 – 01 المؤرخ في 06 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري.
9. قانون رقم 16 – 09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الإستثمار.

2)-المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 01 – 50 مؤرخ في 12 فيفري 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع.
2. المرسوم التنفيذي رقم 7 –207 ، المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 ، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج في مختلف مراحل توزيعه.
3. المرسوم التنفيذي رقم 11 – 108 المؤرخ في 06 مارس 2011 المحدد السعر الاقصى عند الاستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الانتاج و الاستيراد و عند التوزيع بالجملة و التجزئة للزيت المكرر العادي و السكر الأبيض.

سادسا: المراجع الأجنبية:

1. Marie Anne frison Roche , Marie StephanePayet, droit de la concurrence, edition Dalloz, Paris, 2006.
2. Henri capitant, Vocabulaire juridique association, delta, éctition5, paris 1996.

سابعا: المواقع الإلكترونية:

1. www. Aljazeera.net
2. www.startimes.com

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات	الصفحة
الشكر وعرفان	II
المقدمة	أ –ج
الفصل الأول: تكريس مبدأ حرية الأسعار	–
تمهيد	05
المبحث الأول: مبدأ حرية المنافسة أساس مبدأ حرية الاسعار	06
المطلب الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة	06
الفرع الأول: تعريف مبدأ حرية المنافسة	07
الفرع الثاني: مضمون مبدأ حرية المنافسة	09
المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة	12
الفرع الأول: مبدأ حرية المنافسة مقاربة شرعية	13
الفرع الثاني: الحق في المنافسة مقاربة قانونية	14
المبحث الثاني: ضوابط مبدأ حرية الأسعار	16
المطلب الأول: قواعد حرية المنافسة	17
الفرع الأول: الإتفاقات المحظورة حول الأسعار	17
الفرع الثاني: عدم التعسف في إستغلال وضعية الهيمنة	18
الفرع الثالث: عدم التعسف في إستغلال التبعية الإقتصادية	21
الفرع الرابع: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفيا	22
المطلب الثاني: قواعد شفافية الممارسات التجارية	23
الفرع الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع	24
الفرع الثاني: الفوترة	26
المطلب الثالث: قواعد نزاهة الممارسات التجارية	28
الفرع الأول: إعادة البيع بسعر أدنى	29
الفرع الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية	30
خلاصة	32
الفصل الثاني: إستبعاد مبدأ حرية الأسعار	–
تمهيد	34

المبحث الأول: مبررات التسعير وآلياته	35
المطلب الأول: مبررات التسعير	35
الفرع الأول: تقنين أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي	36
الفرع الثاني: وجود إضطراب خطير في السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين	38
الفرع الثالث: وجود إحتكارات	39
المطلب الثاني: آليات التسعير	40
الفرع الأول: التحديد	41
الفرع الثاني: التسقيف	41
الفرع الثالث: التصديق	41
المبحث الثاني: جزاء مخالفة أحكام التسعير	42
المطلب الأول: الجزاءات الجنائية	43
المطلب الثاني: الجزاءات المدنية	44
الفرع الأول: دعوى إسترداد غير المستحق	44
الفرع الثاني: دعوى الإبطال للتدليس	45
الفرع الثالث: دعوى البطلان الجزئي	46
خلاصة	47
الخاتمة	49
قائمة المراجع	52
فهرس المحتويات	58
فهرس الملاحق	60
الملاحق	62
ملخص الدراسة	69

فهرس الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	بيان المجلس الوزاري المشترك	62
02	يبان إعلامي عن وزارة التجارة يتعلق بتحديد أسعار مادتي السكر والزيت	63
03	قائمة المواد والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة	64
04	الحصيلة المتعلقة بمراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة	67
05	إحصائيات مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة	68

الملاحـــق

الملحق رقم (01)

بيان المجلس الوزاري المشترك.

بيان المجلس الوزاري المشترك

الجزائر 8 جانفي 2011

" بناء على تعليمة السيد رئيس الجمهورية انعقد مجلس وزاري مشترك هذا اليوم السبت 08 جانفي 2011 لدراسة التدابير التي يتعين تنفيذها من أجل مواجهة الارتفاع المفاجئ لأسعار بعض المواد الغذائية الأساسية

وبهذا الشأن تم في البداية تسجيل المعاينات الآتية :

في المقام الأول وفيما يتعلق بالحليب ومشتقاته وكذا الحبوب ومشتقاتها فإن المواد الأولية تقدم إلى المليبنات والمطاحن على أساس أسعار ثابتة ومدعمة بقوة من قبل الدولة .

ومن هذا المنطلق فإن الإشاعات المتعلقة برفع أسعار هذه المواد أو ندرتها في الأسواق ليست صحيحة ولا مبرر لها.

وفي المقام الثاني وفيما يخص السكر والزيوت الغذائية فإن ارتفاع اسعار موادها الأولية في السوق الدولية لا يمكن لوحده أن يكون سببا يبرر الزيادة المفاجئة لأسعار بيع هذه المواد بالتجزئة التي طرأت في الأيام العشرة الاخيرة

وعليه فان الشروط الجديدة التي فرضها البعض في تموين الباعة بالجملة للسكر و الزيت تعد إجراءات غير مبررة فضلا عن أنها من اختصاص السلطة العمومية .

وفي المقام الثالث والأخير فانه لا يمكن لأي كان أن يشكك في عزم الدولة الحازم تحت قيادة السيد رئيس الجمهورية على التدخل كلما كان ذلك ضروريا من أجل حماية القدرة الشرائية للمواطنين أمام أي زيادات لأسعار المنبثقة عن تقلبات السوق الدولية أو عن سعر الكلفة محليا .

وهنا يكفي التذكير بعمليات الدعم الهامة المباشرة وغير المباشرة التي تتكفل بها الخزينة العمومية من اجل ضمان سعر الحليب والقمح او من اجل الابقاء على اسعار الماء والغاز والكهرباء دون تغيير .

وبعد تسجيله لهذه المعاينات اتخذ المجلس الوزراي المشترك باسم الحكومة وبموافقة رئيس الدولة الإجراءات الآتية :

أولا: يعلق اعتبارا من الفاتح جانفي 2011 الى غاية 31 اوت 2011 دفع الحقوق الجمركية المطبقة على استيراد السكر الأحمر والمواد الاساسية التي تدخل في انتاج الزيوت الغذائية مع العلم ان هذه الحقوق الجمركية تقدر بنسبة 5% .

ثانيا : يعلق ابتداء من الفاتح جانفي 2011 الى غاية 31 اوت 2011 دفع الرسم على القيمة المضافة على السكر الأحمر والمواد الأولية التي تدخل في انتاج الزيوت الغذائية . مع العلم ان هذا الرسم على القيمة المضافة يقدر ب17% .

الملحق رقم (02)

بيان إعلامي عن وزارة التجارة يتعلق بتحديد أسعار مادتي السكر والزيت:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

الجزائر في 09 جانفي 2011

بيان إعلامي

بعد الإجراءات الهامة التي أصدرتها الحكومة بناء على قرار السيد رئيس الجمهورية ،في المجلس الوزاري المشترك المنعقد يوم السبت 08 جانفي 2011 لدراسة التدابير التي يتعين تنفيذها من أجل مواجهة الارتفاع المفاجئ لأسعار بعض المواد الغذائية الأساسية.

ومن اجل استكمال الإجراءات العملية لاحتواء أزمة الارتفاع المفاجئ للأسعار ،اشرف معالي وزير التجارة السيد مصطفى بن بادة على اجتماع مع المتعاملين الاقتصاديين المنتجين لمادتي السكر والزيت ،وبعد الاطلاع على قرارات المجلس الوزاري المشترك و الحوار البناء بين الطرفين ،تم الاتفاق على تحديد أسعار هاتين المادتين كما يلي :

- **سعر السكر للاستهلاك يقدر بـ 90 دج للكيلوغرام الواحد عوض 130 دج حاليا.**
- **سعر الزيت العادي للاستهلاك يقدر بـ 600 دج للدلو(5 لترات) عوض 780دج حاليا .**

وفي هذا الصدد تعهد المتعاملون المنتجون على الإسراع في إعطاء التوجيهات اللازمة لشبكات التوزيع التابعة لهم وكذا مختلف تجار الجملة الذين يتعاملون معهم ومن خلالهم إلى تجار التجزئة من اجل تطبيق هذه الأسعار في أجل أقصاه نهاية الأسبوع الجاري .

كما تعهد معالي وزير التجارة السيد مصطفى بن بادة للمتعاملين المنتجين وبتفويض من الحكومة بمرافقة السلطات العمومية لهم وذلك من خلال التكفل بفارق السعر المترتب عن تطبيق هذه التدابير .

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأسعار تبقى مؤقتة ريثما تدخل التدابير الجديدة التي اتخذتها الحكومة طبقا لتعليمات رئيس الجمهورية حيز التنفيذ ابتداء من منتصف شهر فبراير 2011 حيث ستعرف أسعار هاتين المادتين تخفيضات أخرى.

الملحق رقم (03)

قائمة المواد والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة:

طبيعة المواد	مرجع النص	التسعيرة		الثمن
الحليب المبستر والموضب في الأكياس	مرسوم تنفيدي رقم 01-05 مؤرخ في 2001/12/12 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع	ثمن البيع في المصنع. سوق البيع بالجملة. ثمن البيع المواد الموجه لتجار التجزئة. هامش الربح. ثمن البيع للمستهلك.		23.75 دج 0.75 دج 24.10 دج 0.90 دج 25.00 دج
الفرينة	مرسوم تنفيدي رقم 96-132 مؤرخ في 1996/04/13 المتعلق بتحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع.	سعر للخبازين سعر البيع لتجار التجزئة والجماعات والصناعات التحويلية والمستعملين الآخرين سعر البيع للمستهلكين		2000.00دج 2080.00دج 2180.00دج
الخبز العادي	مرسوم تنفيدي رقم 96-132 مؤرخ في 1996/04/13	ثمن البيع للمستهلك		7.50 دج للوحدة 250 غ
الخبز المحسن	مرسوم تنفيدي رقم 96-132 مؤرخ في 1996/04/13	ثمن البيع للمستهلك		8.50 دج للوحدة 250 غ
غاز البوتان غاز البروبان	مؤرخ تنفيذي رقم 05-17 مؤرخ في 2005/01/12 المحدد لأسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، حد الربح عند التكرير وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة وحدود الربح عند التوزيع وأسعار المنتوجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية.	وحدة الكيل	سعر البيع الى تجار التجزئة دج	سعر البيع للمستهلكين
		حمولة 13 كلغ حمولة 35 كلغ	185.00 380.00	

السميد	مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 2007/12/05	-سعر الخروج من المصنع -هامش الربح بالجملة -سعر البيع لتجار التجزئة - هامش الربح بالتجزئة -سعر البيع للمستهلكين -أي كيس 25 كلغ	عادي دج/ قنطار 3250 150 3400 200 3600 900	رفيع دج/ قنطار 3500 200 3700 300 4000 1000
الزيت الغذائي المكرر العادي	مرسوم تنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 2011/03/06 المحدد للسعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض	-السعر الأقصى عند الاستهلاك مع احتساب جميع الرسوم - هامش الربح الأقصى عند البيع **بالجملة.** - هامش الربح الأقصى عند البيع **بالتجزئة.** -السعر الأقصى عند الاستهلاك مع احتساب جميع الرسوم.	صفيحة 05 لتر : 600 دج قارورة 02 لتر 250 دج قارورة 01 لتر 125 دج 05 % 10 %	
السكر الأبيض		-هامش الربح الأقصى عند البيع **بالجملة.** - هامش الربح الأقصى عند البيع **بالتجزئة.**	-الكيلوغرام غير الموضب 90 دج - الكيلوغرام الموضب 95 دج 05 % 10 %	
الاسمنت البورتلاندي المركب الموضب	مرسوم تنفيذي رقم 09-243 مؤرخ في 2009/07/22 المحدد لهوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة.	الهوامش / التوضيب القنطار كيس 50 كلغ	هوامش الجملة (دج) 80 40	هوامش التجزئة (دج) 120 60

البنزين الممتاز البنزين العادي البنزين بدون رصاص		وحدة الكيل	سعر البيع ع السائب دج		سعر البيع في محطة التوزيع (دج)
			الى معيدي البيع	الى المستهلكين	
		هكتولتر	2175.00	2190.00	2300.00
		هكتولتر	1995.00	2010.00	2120.00
		هكتولتر	2135.00	2150.00	2260.00
نقل المسافرين	مرسوم تنفيذي رقم 02-448 مؤرخ في 2002/12/17 المحدد لتسعيرة نقل المسافرين	**سيارة أجرة فردية:** -التعريفة القصوى في الكيلومتر الواحد. -التكفل حسب الرحلة. -التوقف للانتظار (15 دقيقة) -نقل الأمتعة (يفوق وزنها 15 كلغ) **سيارة أجرة جماعية:** -سيارة أجرة جماعية ما بين البلديات وما بين الولايات السعر بالمقعد. -سيارة نقل حضري (جماعية): سعر بالمقعد			10.50 دج 15.00 دج 20.00 دج 6.00 دج 2.00 دج/كلم 3.50 دج/كلم

الجمهوريـــة الجزائريـــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة

المديرية العامة للرقابة الإقتصادية و قمع الغش

المديرية الجهوية للتجارة بورقلـــة

مديرية التجارة لولاية ورقلة

حصيلة سنة 2016

الحصيلـة المتعلقـة بمراقبـة المنتوجات ذات الأسعار و التعريفات المقننـة

جدول رقم : (07)

مجال التدخل / المنتوجات او الخدمات	التدخلات				المخالفات				مبلغ	مبلغ	الاجراءات المتخذة					
	الإنتاج	التوزيع		الخدمات	المجموع	ممارسة أسعار غير شرعية	عدم الفوترة	مخالفات أخرى	المجموع	الأرباح غير شرعية (دج)	عدد المحاضر المحررة	الحجز		الغلق الإداري	
		الجملة	التجزئة									الكمية (طن)	القيمة (دج)	المقترح	المنفذ
حليب الأكياس المبستر	0	0	147	108	**255**	4	0	0	**4**	4 860,00	**4**	0,000	0,00	0	0
الخبز	16	0	22	0	**38**	0	0	0	**0**	0,00	**0**	0,000	0,00	0	0
دقيق الخبازة	35	71	124	89	**319**	0	6	1	**6**	0,00	**6**	0,000	0,00	0	0
السميد	48	126	239	49	**462**	6	0	1	**6**	18 500,00	**6**	0,000	0,00	0	0
غاز البوتان	0	0	0	0	**0**	0	0	0	**0**	0,00	**0**	0,000	0,00	0	0
أخرى	14	117	281	216	**628**	6	35	1	**41**	343 885,00	**39**	0,000	0,00	0	0
المجموع	**113**	**314**	**813**	**462**	**1 702**	**16**	**41**	**3**	**57**	**367 245,00**	**55**	**0,000**	**0,00**	**0**	**0**
										847 145 903,69					

الملحق رقم (04)

الملحق رقم (05)

إحصائيات مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش
المديرية الجهوية للتجارة لـ: ورقلة
مديرية التجارة لولاية : ورقلة

الحصيلة المتعلقة بمراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة

الفترة: سنة 2016

المنتوجات أو الخدمات	عدد التدخلات				المخالفات		مبلغ الأرباح غير الشرعية	مبلغ عدم الفوترة	الاجراءات المتخذة			
	الانتاج	التوزيع		الخدمات	المجموع	ممارسة أسعار غير شرعية	عدم فوترة			عدد المحاضر	الحجز		الغلق الاداري
		جملة	تجزئة								الكمية (طن)	القيمة (دج)	مقترح
حليب الأكياس المبسترة	55	2	106	0	**163**	3	5	130.00	975758.70	**8**	0.00	0.00	0
الخبز	183	0	56	0	**239**	18	1	1625.00	12000.00	**19**	0.00	0.00	0
دقيق الخبازة	107	7	50	0	**164**	0	5	0.00	466600.00	**5**	0.00	0.00	0
السميد	16	2	89	0	**107**	20	2	38475.00	9009772.50	**22**	0.00	0.00	0
غاز البوتان	0	0	0	0	**0**	0	0	0.00	0.00	**0**	0.00	0.00	0
أخرى	0	36	169	0	**205**	2	25	0.00	2593150.00	**27**	0.00	0.00	0
المجموع	**361**	**47**	**470**	**0**	**878**	**43**	**38**	**40230.00**	**13057281.20**	**81**	**0.00**	**0.00**	**0**

الملخص:

يعتبر مبدأ حرية الأسعار من أهم المبادئ المكرسة بمقتضى الأمر 03-03 المؤرخ في 20 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة والمعدّل والمتمم بالقانون 10-05، حيث يعد السعر هو القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع والخدمات، لذلك فقد أقر المشرع الجزائري بحرية أسعار المنتوجات والخدمات كأصل عام، حيث تنص المادة 04 من الأمر 03-03 على أنه «تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة».

وفي المقابل قيّدت المادة 05 من ذات الأمر هذه الحرية وفسحت المجال لتدخل الدولة لتحديد الأسعار تماشيا مع أوضاع معينة و باستعمال آليات محددة بموجب القانون .

الكلمات المفتاحية:المنافسة – الأسعار المقننة – النزاهة – الشفافية– التسقيف – التحديد – التصديق.

Résumé:

Le principe de la liberté des prix des principes les plus importants inscrits dans 03-03 Arrêté du 20 Juillet 2003 relative à la concurrence, telle que modifiée et complétée par la loi 10-05, qui est le prix est la valeur spécifique des avantages obtenus par les produits et services aux particuliers, il a approuvé le législateur algérien prix librement Produits et les services d'un actif, lorsque l'article 04 de l'ordonnance stipule que «03-03 déterminer les prix des biens et services dans une société libre, selon les règles de la concurrence libre et équitable.»

En revanche, l'article 05 de la même chose restreint cette liberté et a cédé la place à l'intervention de l'Etat pour fixer les prix en fonction des situations spécifiques et l'utilisation de mécanismes spécifiques dans la loi.

Mots-clés: la concurrence - Inhalateurs prix - Intégrité - toiture Transparence - Sélection - certification.

Summary:

The principle of price freedom is one of the most important principles enshrined in Order 03-03 of 20 July 2003 on competition and the amended and supplemented by Law 10-05, where the price is the value of the individual benefits of goods and services. And services as a public asset, as article 40 of Order 03-03 stipulates that "prices of goods and services shall be freely determined in accordance with the rules of free and fair competition".

In contrast, article 50 restricts this freedom and allows for State intervention to determine prices in accordance with certain conditions and using specific mechanisms under the law.

Keywords: Competition - Pricing - Integrity - Transparency - Roofing - Selection - Ratification.