المبحث الثالث

التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية

يحرص قانون المنافسة على منع الممارسات المنافية للمنافسة مهما كان شكلها ومضمونها، ومن تلك الممارسات، ما ترتكبه بعض المؤسسات القوية اقتصاديا من أفعال وسلوكيات تجاه بعض المؤسسات، تتمثل في فرض بعض الشروط التعسفية عليها، نتيجة استغلال حالة التبعية التي تتواجد عليها هذه المؤسسات، التي لا تمتلك خيارات كافية أو حلول بديلة لرفض تلك الشروط المجحفة. ونظرا لما تسببه هذه الممارسات من ضرر بالمنافسة فقد حظرتها المادة 11 من الأمر رقم 03-03(المعدل والمتمم).

المطلب الأول

مفهوم وضعية التبعية الاقتصادية

وضع المشرع الجزائري تعريف لوضعية التبعية الاقتصادية في إطار أحكام الأمر 03-03 ضمن الفقرة ج من المادة 03، حيث نصت هذه الأخيرة على أن وضعية التبعية الاقتصادية : " هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".

وعليه، خلافا لبعض تشريعات المنافسة الحديثة التي لم تضع تعريفا لهذه الصورة، بين المشرع الجزائري طبيعة هذه الممارسة التي تظهر في السوق عندما تخضع مؤسسة ما لسيطرة مؤسسة أخرى سواء في إطار عملية الاقتناء أو التموين أو التوزيع.

لذلك يظهر في هذه الصورة طرفان أحدهما يحتل وضعية اقتصادية مهيمنة أو محتكرة بينهما علاقة تجارية سواء تعلق الأمر بالمؤسسة المنتجة التي تخضع لشروط المؤسسة الموزعة أو العكس عندما تكون المؤسسة الموزعة تخضع لسيطرة المؤسسة الممونة، بحيث لا يجد المتعاقد بديلا آخر عنها في حالة رفضه التعاقد معها طالما أنها في وضعية احتكار أو هيمنة.

حيث تتميز هذه الصورة عن باقي صور الممارسات المنافية بأنها تظهر في العلاقة بين الشركاء الاقتصاديين وليس المنافسين، لذلك لا تظهر هذه الصورة بين الشركة الأم التي تملك غالبية الأسهم في شركة أخرى على اعتبار أنها تظهر فقط في العلاقة بين الزبون في مواجهة ممونه.

ومفهوم وضعية التبعية الاقتصادية هو مفهوم واسع يسمح بإدراج التصرفات التي تشكل علاقة قوة والتي تنتج عن الهيمنة الموضوعية للسوق كوضعية الهيمنة وقوة المؤسسة التي تؤدي إلى اخضاع باقي الشركاء التجاريين لها.

المطلب الثاني

صور الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية

بالرجوع إلى المادة 11 من قانون المنافسة نجد أن المشرع الجزائري حظر هذه الممارسة على اعتبار أنها تخل بقواعد المنافسة وبالتالي فهي تؤثر على حالة المنافسة في السوق بالرغم من أن هذه الوضعية تنشأ في العلاقات بين المتعاملين الاقتصاديين كما أشرنا سابقا، أي في العلاقة بين الزبون والممون وليس بين المتنافسين.

بين المشرع الجزائري صور الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية ضمن الفقرة 2 من المادة 11 من قانون المنافسة التي نصت على ما يلي: " يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

-رفض البيع بدون مبرر شرعي.

-البيع المتلازم أو التمييزي.

-البيع المشروط باقتناء كمية دنيا.

-الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى.

-قطع العلاقات التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة.

-كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغى منافع المنافسة داخل السوق."

وعليه يتضح بأن المشرع الجزائري عدد صور الاستغلال التعسفي، لتبقى هذه الصور غير حصرية لا سيما في ظل الفقرة الأخيرة التي أشار فيها المشرع الجزائري إلى كل عمل يؤدي إلى الاخلال بقواعد المنافسة وهيكلتها في السوق مهما كانت صورته وشكله.

لتبقى باقي الصور من قبيل الممارسات المقيدة للمنافسة لاسيما بالنسبة لقطع العلاقات التجارية للحصول على امتيازات تجارية تحت طائلة التهديد بقطع العلاقات التجارية، اخضاع المتعامل لشروط والتزامات تجارية غير مبررة وغير متوازنة.

المبحث الرابع

حظر ممارسة أسعار منخفضة تعسفيا

استحدث المشرع الجزائري هذه الممارسة بموجب الأمر رقم 03-03. وتختلف عن ممارسة إعادة البيع بالخسارة المنصوص عليها في الأمر رقم 95-06 الملغى.

المطلب الأول

مضمون الممارسة

حظر قانون المنافسة البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي، نظرا لضررها على المنافسة في السوق، وتتمثل هذه الممارسة في ذلك البيع الذي يعرض فيه العون الاقتصادي بيع سلعة أو بيع هذه السلعة فعلا للمستهلك، بسعر يقل عن سعر الانتاج والتحويل والتسويق وذلك إذا كان هدف أو أثر ذلك تقييد المنافسة أو عرقلتها في سوق ما. ومن الواضح أن هذه الممارسة تختلف عن ممارسة إعادة البيع بالخسارة التي تمنع التاجر دون المنتج أو المحول، من إعادة بيع ما اشتراه بسعر يقل عن سعر التكلفة الوارد في الفاتورة. ولما كانت ممارسة الأسعار بالخسارة لا تقتصر على التاجر مشتري السلعة فحسب، فقد مد المشرع نطاق الحظر إلى المنتج والمحول اللذين قد يتعسفان في تخفيض أسعار السلع المباعة من طرفهما مباشرة إلى المستهلك، إلى حد يقل على تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق.

وهذه الممارسة يمكن أن يكون القصد منها أو من شأنها أن تعيق مؤسسة من الدخول إلى السوق أو ابعادها منه أو ابعاد منتج أو أكثر من منتجاتها. ولذا نصت المادة 12 من الأمر رقم 03-03 على أنه: " يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق" .

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد حظر هذه الصورة التي ترتكز على عرض أو بيع منتجات بأسعار مخفضة بشكل تعسفي لفائدة المستهلكين على اعتبار أن هذه الممارسة تضر بباقي المنافسين والمتدخلين في السوق لا سيما تجار التجزئة.

حيث يسرى هذا الحظر على حالة إعادة بيع المنتوج على حالته دون المنتجات المحولة سواء تعلق الأمر بعرض المنتوج أو بيعه شريطة أن يوجه للمستهلكين وليس في العلاقة بين المهنيين.

لذلك لا يشمل الحظر: العروض أو البيوع الموجهة للمستهلكين بواسطة الموزعين للمنتجات المحولة والعروض أو البيوع الموجهة للمستهلكين بواسطة الموزعين عن طريق دعائم سمعية بصرية شريطة وجود حالة القنص وخطف الأسعار.

وقد أقرت تشريعيات المنافسة الحديثة حظر هذه الممارسة من أجل حماية تجارة التجزئة التقليدية من تجارة التوزيع التي تظهر في أماكن البيع الكبرى و الأسواق الضخمة بالرغم من أن هذا الحظر قد يمس بالقدرة الشرائية للمستهلك.

كما تجب الإشارة إلى أن هذه الصورة تختلف عن صورة إعادة البيع بخسارة التي تعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة، ذلك أن تطبيق أسعار مخفضة بصفة تعسفية تشمل عملية البيع دون عملية إعادة البيع، فهي تصدر من المنتج أو الممون أو الصانع خلافا لإعادة البيع الذي يصدر عن الموزع وباقي التجار، لذلك نصت المادة 12 على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار تكاليف الإنتاج، التحويل والتسويق.

المطلب الثاني

شروط حظر هذه الممارسة

يتضح من خلال نص المادة السالفة الذكر أنه من أجل إقرار حظر تطبيق أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي لا بد من توفير شرطين هما:

-أن تكون الأسعار المخفضة بطريقة تعسفية موجهة للمستهلك، أي أن تكون الأسعار المعروضة بشكل تعسفي موجهة للمستهلك الذي يقتني المنتجات لتلبية حاجاته الشخصية وخارج نشاطه المهني، وبالتالي يخرج عن هذا الإطار الأسعار المطبقة بين المهنيين.

-إبعاد المنافسين أو منتوجه في السوق، حيث نصت المادة 12 من قانون المنافسة على تطبيق أسعار بيع لمنتوج معين بصفة مخفضة وبطريقة تعسفية يعد مساس بالمنافسة من خلال إبعاد أو إمكانية ابعاد المنافس أو عرقلة دخول منتوجه إلى السوق.

وخلافا لباقي الممارسات المنافية للمنافسة التي يتحدد أثرها المخل بالمنافسة على أساس السوق المعني أو المرجعي، فإن هذه الصورة تنشأ على أساس وضعية المؤسسة المعنية وكذلك منتوجاها المعروض في السوق الذي لا يستطيع منافسة باقي المنتجات بسبب تطبيق هذه الأسعار من قبل أصحاب مراكز التسويق الكبرى.

هذا، وقد استلزم مجلس المنافسة الفرنسي توافر نية الاقصاء أو ابعاد المنافس من قبل المؤسسة التي قامت بهذه الممارسة، وهذا ما يستنتج من خلال سياستها التجارية المعتمدة والتي تتصف بالديمومة، فضلا عن وضعيتها الاقتصادية، فإذا كانت في وضعية هيمنة، فإن ذلك يعتبر مؤشرا كونها تهدف إلى ابعاد المنافس وعرقلة منتوجه خلافا للمتدخلين الجدد الذين تستبعد عنهم هذه الفرضية على اعتبار أنهم يسعون لتحقيق المنافسة من خلال تطبيق أسعار مخفضة.