

التعسف في تخفيض الأسعار*

BELKHIRI Hanane, Doctorante
Département de Droit,
Faculté de Droit et des Sciences Politiques,
Université Tizi Ouzou 15000 –Algérie.

بلخيري حنان ، طالبة دكتوراه
قسم القانون،
كلية الحقوق والعلوم السياسية،
جامعة تيزي وزو، 15000 تيزي وزو، الجزائر.

الملخص:

تعدّ ممارسة الأسعار المخفضة مشروعاً في الأصل، غير أنّها قد يصاحبها التعسف، وهو الشيء الذي يجعلها غير مشروعاً لمساسها بالمنافسة، لذلك عمد المشرع الجزائري إلى حظر كل عرض أو ممارسة أسعار مخفضة تعسفياً في الأمر المتعلق بالمنافسة وكيفيها على أنّها ممارسة مقيّدة للمنافسة.

من جهة أخرى تم منع ممارسة أخرى شبيهة بالأولى ومُكمّلة لها والمتمثلة في إعادة البيع بالخسارة وذلك في القانون المحدّد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي لم يكتفِها كممارسة مقيّدة للمنافسة، لكن كممارسة تجارية غير شرعية. وتهدف دراستنا هذه إلى القيام بإجراء مقارنة بين كلا الممارستين.

الكلمات المفتاحية:

التعسف، الأسعار، التخفيض، الخسارة، البيع، المنافسة، الممارسات التجارية، العون الاقتصادي، التاجر، المنافسين، المستهلك، السلعة، الخدمة.

The abuse in the prices reduction

Abstract:

Reduction of prices remains, according to law, prohibited only in case it is accompanied with abuses making it as an act that affects the market competition regulations. That's why it is set prohibited by the Algerian legislator in forbidding the offer or apply of prices abusively low, as it is certified as a restrictive practice of the market competition in virtue of the ordinance related to the concurrence (market value regulation).

* تمّ استلام المقال بتاريخ 2016/05/12 وتمّ تحكيمة بتاريخ 2016/07/03 وقُبل للنشر بتاريخ 2016/11/27.

However, the law related to trade practices prohibits any other nearby practice in link with the former one. It is a resale for loss which completes this latter, which is not established as a restrictive practice towards the concurrence, but it is an illicit trade practice.

Thus, the purpose of this study is to operate (set) a comparison between the two practices in matter.

Key words:

Abuse, prices, reduction, losses, concurrence, competition, trade practices, economic subsidy, merchant, concurrent (trade competitors), consumer, product, service.

L'abus dans la réduction des prix

Résumé :

La réduction des prix n'est, en principe, prohibée que si elle est accompagnée d'abus qui fait d'elle un acte portant atteinte à la concurrence. D'où sa prohibition par le législateur algérien en interdisant l'offre ou pratique des prix abusivement bas, qualifiée de pratique restrictive de la concurrence, et ce, en vertu de l'ordonnance relative à la concurrence.

Par ailleurs, la loi relative aux pratiques commerciales interdit une autre pratique voisine à la première. Il s'agit de la revente à perte qui complète cette dernière et qui n'est pas qualifiée de pratique restrictive de la concurrence, mais d'une pratique commerciale illicite.

Ainsi, l'objet de cette étude est d'opérer une comparaison entre les deux pratiques en question.

Mots clés :

Abus, prix, réduction, vente à perte concurrence, pratiques commerciales, agent économique, commerçant, concurrents, consommateur, produit, service.

مقدمة

يمثل السعر المقابل للحصول على سلعة ما أو خدمة، وبالتالي فيعدّ جوهر العملية التجارية وعنصرًا أساسيًا في عملية البيع، بل بإمكاننا الجزم أنّه يشكّل أهم عنصر يشدّ انتباه المستهلكين عند ولوجهم أيّ سوق؛ فقد يكون حافزًا لإتمام البيع، أو حائلًا دون ذلك. لذلك اهتمّ المشرع بتقنين كل ما يتعلق بأحكامه⁽¹⁾.

كما هو معروف في نظام اقتصاد السوق، فإنّ الأسعار يتمّ تحديدها بكل حرية دون قيد، وعليه فيمكن لأيّ مهني حسب المبدأ العام أن يخفض أسعاره إلى ما دون أسعار منافسيه، وهذه الممارسة غير مخالفة للقانون ولا لمشروعية المنافسة بل تعدّ من متطلباتها. غير أنّ العمل بنظام الاقتصاد الحرّ وما يقتضيه من حرية المنافسة والأسعار لا يعني ترك الحرية المطلقة للأعوان الاقتصاديين لممارسة أسعار مخفضة، لأنّ من

شأن هذه الحرية القضاء على المنافسة وظهور سلبيات تؤثر عليها، فرغبة كل عون اقتصادي هو تحقيق القوة الاقتصادية في السوق، ومن أجل الوصول إلى ذلك فقد يتم استعمال أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة، ومنها نجد سياسة الخفض المصطنع للأسعار بوسائل غير قانونية. وحماية للمنافسين الآخرين والمستهلكين من مخاطر هذه التخفيضات التعسفية، تدخل المشرع الجزائري لمنع هذه الممارسات، وذلك منذ البوادر الأولى لتبني اقتصاد السوق أي في أواخر الثمانينات الذي صاحبه ظهور هذه الممارسات، حيث تمّ ذلك بصدور القانون رقم 89-12⁽²⁾ المتعلق بالأسعار في المادة 10 منه، والتي نصت على منع ممارسة أسعار تقل عن سعر التكلفة أو سعر الشراء الفعلي. إلا أنه قد تمّ إلغاء هذه المادة بموجب الأمر رقم 95-06⁽³⁾ المتعلق بالمنافسة الذي أعاد تنظيم عملية بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي ومنعها من خلال المادة 10 منه. وكذلك فإنّ الأمر رقم 95-06 قد تمّ تقسيمه إلى قانونين، أو بالأحرى ألغى بموجب قانونين مختلفين؛ أولهما يتعلق بشق المنافسة هو الأمر رقم 03-03⁽⁴⁾ الذي حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي في المادة 12 منه، والثاني يتعلق بشق الممارسات التجارية وهو القانون رقم 04-02⁽⁵⁾ الذي منع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي في نص المادة 19 منه.

من جملة هذه النصوص التشريعية نستنتج أنّها تحمل في طياتها ممارسات تعسفية صورتها المشتركة أن تتم عملية البيع بسعر أقل من سعر التكلفة، لكن بإلغاء القانون رقم 89-12 وكذا الأمر رقم 95-06، سنقصر الدراسة في هذا الصدد على الممارستين الأخيرتين اللتين تبدوان في أول وهلة -رغم اختلاف تسميتهما- أنّهما مترادفتان وتشكّلان ممارسة واحدة. إلا أنّ هناك فروق جوهرية بينهما بدليل حظرهما في قانونين مختلفين، ففيما تكمن إذن هذه الفروق بين الممارستين؟

تتضح هذه الفروق تلقائياً من خلال تحليل كل ممارسة على حدة، لذلك سنقسّم

هذه الدراسة إلى نقطتين وهما كالتالي:

أولاً: البيع بأسعار مخفضة تعسفياً.

ثانياً: إعادة البيع بالخسارة.

أولاً/ البيع بأسعار مخفضة تعسفياً: من خلال المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة سنحاول تحليل ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفياً، بدءاً بتحديد أطراف هذه الممارسة، ثم بتحليل التكييف القانوني لها، وأخيراً بدراسة الآثار السلبية المترتبة عنها.

1/أطراف العلاقة التعاقدية: يشترط لحظر هذه الممارسة أن تتم بين العون الاقتصادي والمستهلك.

أ/العون الاقتصادي: يكون طرفاً في هذه الممارسة سواء تحقق ركن الرضا بتطابق إيجابه مع القبول، أو بصدور إيجاب منه فقط دون أن يقترن بالقبول؛ أي أنّ المشرع لم يكتف بحظر ممارسة هذا البيع بل حظر أيضاً عرض الأسعار المخفضة⁽⁶⁾، وهذا ما يكشف عن الطابع الوقائي للممارسة. كما يلاحظ من خلال المادة 12 من الأمر 03-03 أنّ الحظر يقتصر فقط على بيع السلع والمنتجات ولا يشمل الخدمات، لكن مجلس المنافسة الفرنسي حلّ هذه المشكلة بشمول هذه الممارسة أيضاً على الخدمات مستنداً في ذلك على المفهوم الاقتصادي للبيع⁽⁷⁾، كما أنّه بالرجوع إلى المادة 2 من الأمر 03-03 نجد أنّ هذا الأخير يُطبّق على الخدمات أيضاً⁽⁸⁾، وبالتالي فإنّ تفسير مجلس المنافسة الفرنسي يبدو أنّه أكثر توافقاً مع قانون المنافسة؛ إذ لا يمكن إغفال ما تلعبه الخدمات من دور مهمّ في تحريك عجلة الاقتصاد. إضافةً إلى ذلك فإنّ المشرع اشترط في السلع أو الخدمات محلّ هذه الممارسة أن تكون منتجة أو محوّلة أو مسوّقة وبالتالي فالمواد التي تُباع على حالتها ولو كان سعرها منخفضاً لا يطبّق عليها حظر البيع بأسعار مخفضة تعسفياً⁽⁹⁾. وعلى ذلك فإنّ هذه الممارسة قد يمارسها العون الاقتصادي المنتج أو المحوّل أو المسوّق.

أ_1/المنتج: هو الذي يقوم بالعمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأوّل⁽¹⁰⁾.

أ_2/المحوّل: يدخل نشاط المحوّل ضمن مجال الإنتاج وهو عبارة عن تصنيع المواد الأولية مثلاً، ولم يتمّ تحديد الأفعال والعمليات التي تدخل فيه.

أ_3/المسوّق: يتمثل نشاط التسويق في مجموعة من العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجاناً ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات⁽¹¹⁾.

ب/المستهلك: يتمثل الطرف الثاني في هذه الممارسة في المستهلك، وبالتالي يُستبعد من نطاق البيع بأسعار مخفضة تعسفياً تلك الممارسات التي تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم. لكن ماذا قصد المشرع بمصطلح المستهلك المعني بهذه الممارسة هل هو المستهلك الوسيط أو النهائي؟ وقد عرّف المشرع الجزائي المستهلك في عدة نصوص قانونية⁽¹²⁾.

وإذا كانت كل هذه التعاريف تشمل المستهلك بوجه عام فإن سلطات ضبط المنافسة الفرنسي قامت بإعطاء تعريف دقيق وخاص بالمستهلك المعني بأسعار مخفضة تعسفياً على أنه: "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي لا يتمتع بخبرة في مجال الشراء، يعمل على اقتناء السلع والخدمات قصد إشباع حاجاته الشخصية واستعمالها لهذا الغرض فقط لا غير"⁽¹³⁾. وعلى ذلك يبدو أنّ المستهلك المعني الذي قصده المشرع في نص المادة 12 هو المستهلك النهائي.

2/التكليف القانوني للبيع بأسعار مخفضة تعسفياً: ورد النص على هذه الممارسة في الفصل الثاني من الباب الثاني من الأمر 03-03 بعنوان "الممارسات المقيّدة للمنافسة"، وعلى ذلك يظهر جلياً بأنّ المشرع كيّفها أنّها مقيّدة للمنافسة. ولكن نتساءل عن مدى علاقتها بتقييد المنافسة رغم أنّها تتعلق بتلك العلاقة بين البائع والمشتري؟ وللإجابة على ذلك لابدّ من تعريف هذه الممارسة، وتحديد معيار التعسف المصاحب لها والذي يجعلها منافية للمنافسة.

أ/تعريف البيع بأسعار مخفضة تعسفياً: لم تعرّف أغلب التشريعات عملية البيع بأسعار مخفضة تعسفياً، غير أنّ القضاء والفقهاء قد تولّى مهمة ذلك، فالقضاء الفرنسي مثلاً عرّفها بأنّها سياسة السعر التي تقوم بها المؤسسة في وضعية هيمنة تفرض من خلالها أسعار منتجاتها أو خدماتها بطريقة تتحمّل فيها الخسارة وذلك بهدف إخراج منافس أو عدة منافسين من السوق أو منع دخولهم إليه من أجل المحافظة على وضعتها المهيمنة⁽¹⁴⁾.

أما عن التعريف الفقهي لهذه الممارسة فقد عرّفها مثلاً العالم الاقتصادي (BENZONI) بأنها عبارة عن اقتراح أو ممارسة سعر أدنى من ذلك السعر الذي يتحقق معه هدف تعظيم الأرباح، بغرض استبعاد كَلِّي أو جزئي للمنافسين الحاليين أو تثبيط همم المنافسين المحتمليين من الدخول إلى السوق⁽¹⁵⁾.

إلا أنه تجدر الإشارة في هذا الإطار أنّ البيع بأسعار مخفضة لا يكون دائماً بقصد التأثير على المنافسة، فقد يكون بغرض جلب الزبائن مثلاً أو بغرض تحسين وضعية المؤسسة في مواجهة منافسيها⁽¹⁶⁾ وهذا يعدّ مشروعاً وغير محظور، إلا أنّ المحظور هو التعسف في تخفيض هذه الأسعار، ولكن كيف يتم تقدير الطابع التعسفي الذي يصاحب هذه الممارسة؟ وما هو المعيار المعتمد في ذلك؟

ب/ معيار التعسف في البيع بأسعار مخفضة تعسفياً: حسب المشرع الجزائري يتحدّد معيار التعسف في تخفيض السعر بمقارنته مع تكاليف إنتاج السلعة وتحويلها وتسويقها وهو ما تضمّنته المادة 12 من الأمر 03-03. ويقصد بذلك الموازنة بين السعر المحدّد للمنتوج ومجموع تكاليف إنتاجه وتحويله وتسويقه، وتكون هذه العملية معقّدة⁽¹⁷⁾، لأنها تطرح إشكالية تحديد سعر التكلفة. وعلى كل فإنّ تكاليف الإنتاج تشمل ثمن شراء المواد الأولية وأجرة العمّال، أما تكاليف التحويل فتشمل خاصة ما يقوم به الموزع من أعمال للوصول للمرحلة الأخيرة لتقديم المنتج، وتكاليف التسويق تتمثّل في تلك المصاريف الضرورية التي تتعلق بوضع المنتج بيد المستهلك وهي مصاريف النقل والتخزين، بالإضافة إلى المصاريف الثانوية والتي هي عبارة عن كل التكاليف الناتجة عن الالتزامات القانونية والتنظيمية والمتعلقة بحماية وسلامة المنتج⁽¹⁸⁾.

غير أنّ ذلك قد يطرح بعض الإشكالات؛ فالإشكال الأوّل الذي يطرحه يتعلق بخصوص المنتوجات التي تكون مستوردة، حيث ينجّر عن ذلك صعوبة المعرفة أو الجهل بسعر تكلفتها الحقيقي⁽¹⁹⁾. أما الإشكال الثاني فيتعلق بصعوبة تقييم الخدمات التي يتمّ تأديتها أي صعوبة تحديد التكلفة الحقيقية للخدمة. وبتطبيق المعيار المادي الذي اعتمده المشرع الجزائري والمتمثّل في مقارنة سعر البيع مع تكاليف إنتاجه أو تحويله أو تسويقه، يترتب عن ذلك صورة من الصور التالية:

_ إما أن يكون سعر بيع المنتوجات يفوق سعر تكلفة الإنتاج، والتحويل والتسويق، فهنا نكون أمام أسعار شرعية قانونية وتنافسية.

_ إما أن تكون الأسعار مخفضة إلى درجة أنها تقلّ عن تكلفتها الحقيقية، وهذا أمر غير عقلاني والذي يوحي بالتعسف الذي يلحق ضررًا بالمنافسة⁽²⁰⁾.

إنّ تحقّق هذا التعسف لا يكفي لوحده لحظر هذه الممارسة، حيث أنّه لا بدّ أيضًا من توافر معيار الغاية أو الهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق، وهذا هو الأثر الذي تحقّقه هذه الممارسة.

3/ أثار البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا: قد تبدو عملية البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا أنّها ممارسة تجارية غير عقلانية، لولا أنّها ترمي إلى أهداف بعيدة نسبيًا، بحيث تُستعمل لجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن بواسطة هذه الأسعار المخفضة، لأنّ العون الاقتصادي الذي يمارسها تكون له نية وراء ذلك، فهو يتعمّد الخسارة باعتبار أنّه على علم أنّه بعد إفشال المنافسة سيبقى المحتكر الوحيد للسوق، وبعد ذلك يرفع الأسعار بحسب رغباته⁽²¹⁾. وتجدر الإشارة إلى أنّه لا يشترط لحظر هذه الممارسة تواجد المؤسسة في وضعية هيمنة، إلا أنّ الواقع العملي أثبت أنّ الأساس الذي يسمح للعون الاقتصادي بالقيام بها هو امتلاكه سلطة على السوق⁽²²⁾، لذلك فهو يهدف إلى الحفاظ على هذا الوضع من خلال احتكار السوق وإزاحة منافسيه وهذا ما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين ولو بطريقة غير مباشرة، وكذلك الإضرار بالاقتصاد الوطني ككلّ.

أ/ بالنسبة للمتنافسين: إذا كان الظاهر أنّ المؤسسة التي تمارس هذه الممارسة تتعامل مباشرة مع المستهلك، إلا أنّها في الحقيقة تهدف من ورائها إلى تحويل زبائن المؤسسات المنافسة لها مما يضرّ بها⁽²³⁾. ويظهر هذا الضرر جليًا من خلال المادة 12، حيث أخذ المشرع بعين الاعتبار بوجود نية لدى المؤسسة وذلك من خلال مصطلح "تهدف" وهو ما يشكل العنصر المعنوي⁽²⁴⁾. إلا أنّ المشرع لم يتوقف عند وجود هذه النية، بل امتدّ موقفه إلى الأخذ بعين الاعتبار الفعل المادي في حدّ ذاته. وهذا ما يشكل صعوبة التهرب من المتابعة في حالة عدم توافر العنصر المعنوي، ويحقّق ذلك فعالية مواجهة هذه الممارسة المقيدة للمنافسة⁽²⁵⁾.

لقد حرص المشرع على تحديد طبيعة الضرر اللائق بالمؤسسات الواقعة ضحية هذه الممارسات والذي قد يأخذ إحدى الصورتين التاليتين:

1- إبعاد المؤسسات من السوق؛ فقد أثبتت الدراسات الاقتصادية أن مثل هذا التصرف سيؤدّي إلى جلب الزبائن إلى منتجات العون الذي يمارس مثل هذا التصرف المحظور، وعندئذٍ يضطرّ المنافسين له إلى تخفيض أسعارهم خوفًا من التلف، فيبيعون بالخسارة وهذا يؤدّي بهم إلى انسحابهم من السوق ويصبح العون المتعسّف في وضعية احتكار ويحدّد أسعاره بعد ذلك حسب هواه⁽²⁶⁾.

2- عرقلة منتوجات مؤسسة أخرى من الدخول إلى السوق؛ وهناك صورتان من شأنها أن يحقق هذا النوع من الضرر؛ فإما أن تكون المؤسسة المستهدفة بهذه الممارسة هي التي تحجم عن عرض منتوجاتها للمستهلك، حيث تفضّل الانتظار إلى غاية زوال مانع السعر المخفض لتعيد طرح منتوجاتها للبيع، وإما أن تعرض المؤسسة المستهدفة منتوجاتها إلا أنّها لا تتلقّى طلبات عليها بل تبقى حبيسة رفوف ومخازن هذه المؤسسة، وبذلك يكون عرض أو ممارسة الأسعار المخفضة بمثابة العائق الذي يقف في وجه منع بيع هذه المنتوجات لأنّ المستهلك يجد في الأسعار المخفضة ما يلبي حاجاته، وبذلك لاتصل منتوجات المؤسسة المستهدفة إليه⁽²⁷⁾.

ب/ بالنسبة للمستهلكين: يُعرف عن فئة المستهلكين أنّه كلما كان السعر أقلّ كلما كان إقبالهم عليه أكثر، لذلك فإنّ المستهلك لا يولي أهمية عند اقتناء منتوجات يعلم أنّها أقلّ من تكاليفها الحقيقية أي منخفضة السعر⁽²⁸⁾، بل يعتقد أنّها تخدم مصالحه، إلا أنّ الحقيقة غير ذلك، لأنّ الانخفاض المفرط لسعر البيع سيرافقه زيادة في أسعار منتجات أخرى، كما قد تتحقّق الزيادة في نفس المنتج؛ بمعنى أنّه بعد حصول المستهلك على منتوجات بسعر مخفّف يجد نفسه مضطراًّ وبعد فترة وجيزة إلى قبوله الشراء بسعر مرتفع وذلك لتعوّض المؤسسة أضعاف الخسارة التي تكبّدها طوال فترة ذلك الخفض المصطنع وهذا ما يحقق المقولة الشهيرة "جزيرة من الخسائر في محيط من الربح".

ج/ بالنسبة للاقتصاد الوطني: إنّ الأضرار التي تخلفها ممارسة الأسعار المخفضة تعسفيًا تتجاوز في أثارها المساس بالمستهلك أو المؤسسات المنافسة إلى حدّ الإضرار بالاقتصاد

الوطني، وذلك من خلال تقييدها للمنافسة على مستوى السوق ومنه يتجسّد مفهوم الهيمنة والاحتكار والسيطرة الكلية أو الجزئية على السوق، والتحكّم في عمليتي العرض والطلب وبالتالي في تحديد الأسعار، وكل هذه العوامل من شأنها المساس بالمنافسة وبالاقتصاد الوطني ككل⁽²⁹⁾. لذلك فقد تمّ منح اختصاص النظر ومتابعة هذه الممارسة لمجلس المنافسة. ولعلّ أنّ هذا الضرر الخطير الذي تلحقه هذه الممارسة بالاقتصاد الوطني هو الذي جعل المشرع لم ينص على أيّ استثناء عليها.

ثانياً/إعادة البيع بالخسارة: من خلال نص المادة 19 من القانون رقم 02-04 الذي يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية سنحاول تسليط الضوء على ممارسة إعادة البيع بالخسارة بشيء من التفصيل، وذلك من خلال تحليلها قانوناً بتحديد أطرافها أولاً، ثم تكييفها القانوني ثانياً، وأخيراً دراسة الآثار السلبية المترتبة عليها.

1/أطراف العلاقة التعاقدية: لم تبين المادة 19 السالفة الذكر المجال الشخصي لحظر هذه الممارسة، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن أطراف هذه العلاقة؟ فمن خلال استعمال المشرع لعبارة "إعادة البيع" يمكن استظهار الطرف الأول لهذه العلاقة، والذي يتجسّد عمومًا في العون الاقتصادي وبالأخصّ في التاجر لأنّه هو الذي يشتري السلعة ثم يُعيد بيعها، وباعتبار أنّ التاجر قد يتعامل مع فئة الأعوان الاقتصاديين أو مع فئة المستهلكين، وبالتالي فإنّ الطرف الثاني لهذه العلاقة قد يكون مهنيًا أو مستهلكًا.

أ/التاجر: بما أنّ الحظر القانوني الذي جاءت به المادة 19 يتعلق أساسًا بالمنتجات التي يُعاد بيعها، فإنّ هذا الحظر يخصّ كل التجار -دون استثناء- الذين يمارسون عملية الشراء من أجل البيع وعلى الخصوص المستوردين، تجار الجملة وتجار التجزئة، لهذا فإنّه يخرج من مجال هذا الحظر نشاطات الإنتاج وتقديم الخدمات⁽³⁰⁾ وبالتالي فإنّ البيع الأولي الذي يقوم به المنتج لا يمتدّ إليه الحظر، وإنّما يقتصر على إعادة البيع من طرف التاجر، كما أنّ إعادة البيع تنصبّ على السلع دون الخدمات، ذلك لأنّ الخدمات لا يمكن إعادة بيعها نظرًا لطبيعتها⁽³¹⁾. كما تجدر الإشارة أيضًا إلى أنّ المادة 19 لم تتضمن حظر عرض إعادة البيع، وعليه فإنّ مجرد العرض لا يعدّ فعلًا محظورًا، وذلك عكس المشرع الفرنسي الذي حظر كل من إعادة البيع أو مجرد عرضه بخسارة⁽³²⁾ وهذا من شأنه ضمان الفعالية. وبما أنّ هذه الممارسة يقوم بها التجار فيُشترط لحظرها أن

تكون السلع التي يُعاد بيعها على حالتها أي لم يتناولها أي تحويل رغم أنّ نص المادة 19 خال من عبارة "إعادة البيع على الحالة"، أما المشرع الفرنسي فقد نصّ صراحة على ذلك⁽³³⁾.

ب/المشتري: يعتبر المشتري الطرف الثاني في هذه الممارسة، غير أنّ المادة 19 لم تولي أية أهمية لصفة المشتري الذي يتعامل معه التاجر، وعلى ذلك فإنّ الحظر يُطبّق على كل تعاملات المؤسسة سواء تلك التي تكون بينها وبين مؤسسة أخرى، أو التي بينها وبين المستهلك أي مهما كان الطرف المتعاقد معها عونًا اقتصاديًا كان، أو مستهلكًا.

ب-1/المشتري عون اقتصادي: لقد سبق القول أنّ التاجر الذي يمارس إعادة البيع بالخسارة قد يكون تاجر جملة، وإذا كان كذلك فغالبًا ما يكون المشتري الطرف الثاني في هذه العلاقة عونًا اقتصاديًا والذي يتجسّد في تاجر التجزئة، لأنّ تجار الجملة يتعاملون في غالب الأحيان مع تجار التجزئة، غير أنّه لا يوجد مانع من أن يتعامل تاجر الجملة مع المستهلك مباشرةً وهذا أيضًا يشمل الحظر القانوني الوارد في المادة 19.

ب-2/المشتري مستهلك: أما إذا كانت ممارسة إعادة البيع بالخسارة قد صدرت من طرف تاجر التجزئة، فإنّ المشتري في هذه العلاقة يتجسّد بصفة أكيدة في المستهلك وذلك في إطار البيع النهائي الذي يتم بين تجار التجزئة والمستهلكين.

2/التكليف القانوني لإعادة البيع بالخسارة: لقد تم النصّ على ممارسة إعادة البيع بالخسارة ضمن الفصل الأول من الباب الثالث من القانون 04-02 بعنوان الممارسات التجارية غير الشرعية، وبالتالي فقد تمّ تكييفها على أنّها ممارسة تجارية غير شرعية، إلا أنّ المشرع لم يقدّم بتعريفها، لذلك سنحاول تعريفها، وحتى يتّضح معناها أكثر لابد من تحديد المعيار الذي من خلاله يمكن التعرّف على التعسف الذي يصاحب هذه الممارسة، كما لا تفوتنا أيضًا الإشارة إلى الاستثناءات التي حدّدها المادة 19 على سبيل الحصر.

أ/تعريف إعادة البيع بالخسارة: لقد تمّ إيراد عدة تعريفات فقهية لممارسة إعادة البيع بالخسارة أهمها؛ قيام التاجر بإعادة بيع المنتج على حالته بسعر مخفّف لدرجة أنّه أقل من السعر الذي اشترى به ذلك المنتج⁽³⁴⁾. لذلك تمّ تجريم هذه الممارسة لاعتبارها غير شرعية ولاقتراها بعنصر التعسف المصاحب لها⁽³⁵⁾. وعلى ذلك نتساءل عن كيفية

تقدير هذا التعسف أي ما هو المعيار المعتمد عليه لقياس اعتبار هذه الممارسة تعسفية الشيء الذي يجعلها غير شرعية؟

ب/ معيار التعسف في إعادة البيع بالخسارة: يظهر أنّ المعيار الذي اعتمده المشرع الجزائري لاعتبار إعادة البيع بالخسارة تعسفية هو المعيار المادي، قوامه الموازنة والمقارنة بين سعر إعادة بيع السلعة وسعر تكلفتها الحقيقي فإذا كان سعر إعادة البيع أدنى من سعر التكلفة فتتحقق هذه الممارسة على أساس أنّها تعسفية وغير شرعية. وفي هذا الصدد نلاحظ عدم دقة مصطلح سعر التكلفة والذي يخضع لعمليات حسابية معقدة، كما أنّه يجعل من الممارسة شبه محصورة على الأعوان الاقتصاديين المنتجين⁽³⁶⁾، إلا أنّ نشاط الإنتاج يخرج من نطاق هذه الممارسة، لهذا السبب فضّل المشرع الفرنسي استعمال مصطلح سعر الشراء الذي يعدّ الأكثر وضوحاً ودقةً لهذه الممارسة⁽³⁷⁾.

رغم أنّ المشرع الجزائري اعتمد على مقارنة سعر إعادة البيع بسعر التكلفة، إلا أنّه عرّف هذا الأخير بأنّه سعر الشراء، لذا فيمكن القول أنّ المشرع اعتمد بشكل غير مباشر على مقارنة سعر إعادة البيع بسعر الشراء باعتباره المعيار الحقيقي لتحقيق هذه الممارسة.

حتى تتمكن من إجراء هذه المقارنة فكان لزاماً تحديد سعر الشراء الذي هو السعر المكتوب على الفاتورة يُضاف إليه الحقوق والرسوم وأعباء النقل وكلّ المصاريف التي تكبدها التاجر وهذا ما يسهّل عملية إثبات الجريمة بمجرد الإطلاع على فواتير الشراء، إلا أنّه قد يصعب معرفة سعر الشراء الحقيقي خاصةً إذا تحصّل التاجر على تخفيضات لم تتضمنها الفاتورة⁽³⁸⁾، لكن إذا أشارت الفاتورة إلى هذه التخفيضات والتي ترتبط مباشرةً بعملية البيع التي أبرمها التاجر مع المؤسسة الممونة فيتمّ اقتطاع هذه التخفيضات من سعر التكلفة الحقيقي، أما إذا لم تشر إليها الفاتورة فهنا تقوم قرينة قانونية على أنّ الثمن الوارد بالفاتورة هو نفسه ثمن الشراء الحقيقي، إلا أنّها بسيطة يستطيع التاجر إثبات عكسها، أي إثبات أنّه تحصّل على تخفيضات بعد تحرير الفاتورة وبالتالي نفي الجريمة المنسوبة إليه لأنّ سعر إعادة البيع لا يقلّ عن سعر التكلفة أو الشراء الحقيقي⁽³⁹⁾.

نظرًا لما تتطلبه المنافسة من مرونة فإنّ الحظر يكون مرناً أيضاً، فحظر هذه الممارسة لا يُطبّق على مجموعة من السلع والخدمات التي تشكل أعمال إعفائية أو استثناءات على المبدأ باعتبارها من المبيعات بالخسارة المرخص بها.

ج/الاستثناءات الواردة على إعادة البيع بالخسارة: لقد نصت المادة 19 فقرة 2 على خمس حالات استثنائية على سبيل الحصر:

_السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع كالحليب ومشتقاته، اللحوم، الخضبر والفواكه، والمنتجات المعلّبة والتي قَرُب أجل انتهاء صلاحياتها⁽⁴⁰⁾.

_السلع التي بيعت بصفة إرادية بسبب تغيير المؤسسة لنشاطها التجاري أو إنهائه كاعتزالها التجارة، أو السلع التي بيعت بصفة حتمية على إثر تنفيذ حكم قضائي كالحكم المتعلق بالإفلاس مثلاً⁽⁴¹⁾.

-السلع الموسمية وهي التي تكون متوفرة في موسم معين، أو هي المنتوجات المستهلكة بكثرة خلال مرحلة معينة كما لو تعلق الأمر بشهر رمضان⁽⁴²⁾، وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنياً، والتي تتمثل في كل المنتوجات التي تعتبر من الطراز القديم أو التي جرى تجاوزها تقنياً ولم تعد تتجاوب مع الطلب العام.

-السلع التي تمّ التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقلّ، وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد.

-المنتوجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبّق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط أن لا يقلّ سعر هؤلاء حدّ البيع بالخسارة، فقد سمح القانون للتاجر الذي تكون تكلفته منتوجاته مرتفعة أن يبيع بسعر منافسيه؛ كأن يكون سعر سلعة ما في السوق يقدر ب 1000 دج فيجوز هنا للتاجر الذي تكون مثلاً تكاليف سلعته تقدر ب 1100 دج أن يبيع بأقلّ منه أي البيع مثلاً ب 1000 دج دون أن يكون مرتكباً لجريمة إعادة البيع بالخسارة⁽⁴³⁾.

بصدد هذا الاستثناء تجدر الإشارة إلى أنّه يعتبر الحدّ الفاصل الذي يميّز بين ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا التي لم تولي أية أهمية لأسعار باقي المنافسين، وإعادة البيع بالخسارة التي تأخذ بعين الاعتبار بالسعر التنافسي.

رغم إيراد استثناءات على إعادة البيع بالخسارة، إلا أنّها واردة على سبيل الحصر وذلك حتى لا يفتح الباب واسعاً لممارستها، نظرًا للآثار السلبية التي تخلفها.

3/ آثار إعادة البيع بالخسارة: لقد منع المشرع هذه الممارسة دون تبيان الآثار المترتبة عليها، وذلك رغم تأثيرها الواضح على المنافسين، فبعد أن يحقق التاجر هدفه المتمثل في القضاء على المنافسة يتمكّن من تعويض خسارته من جيب المستهلك، وبالتالي فإنّ هذه الممارسة تلحق ضرراً مزدوجاً بالمنافسين من جهة، وبالمستهلكين من جهة أخرى.

أ/ بالنسبة للمنافسين: إنّ تخفيض السعر في هذه الممارسة ليس طبيعيًا، أي ليس ناتجًا عن قانون العرض والطلب، وإنّما قد تمّ تخفيضه وتزييفه لجذب زبائن المنافسين بطريقة غير شرعية⁽⁴⁴⁾. فوضوح هدف هذه الممارسة جعل المشرع يمنعها دون الاعتداد بنية التاجر إذا كانت قد توجّهت إلى تحقيق هذا الهدف أم لا، لأنّ هذا الفعل من شأنه الإضرار ببقية المنافسين من خلال التعسف في استعمال حرارة الأسعار⁽⁴⁵⁾. لذلك تمّ تجريمه لحماية صغار التجار ضد كبارهم الذين يملكون قوة شرائية جعلتهم يتحملون الخسارة في مقابل إقصاء منافسيهم من السوق لأنّهم غير قادرين على تحمّل هذه الخسارة⁽⁴⁶⁾. كما تجدر الإشارة في هذا الصدد أنّ هذا التأثير السلبي لا يقتصر فقط على المنافسين، بل قد يتعداه إلى المورد الذي تعامل معه الموزع، لأنّ إعادة بيع هذا الأخير بسعر منخفض من شأنه الإساءة إلى علامة ذلك المنتج⁽⁴⁷⁾، وأيضًا فإنّ الموزع الذي يُعيد البيع بسعر مخفّف قد يخلق الشك لدى المنافسين له أنّ المورد قد تعامل معه بسعر تمييزي وفضّله على سائر الموزعين الآخرين، وبالتالي الإساءة لسمعة المورد بعدم نزاهة ممارساته⁽⁴⁸⁾.

ب/ بالنسبة للمستهلكين: يظهر من خلال إعادة البيع بالخسارة أنّ التاجر يمارس أسعاراً مخفّضة لصالح المستعملين النهائيين ويُفيد فئة المستهلكين، إلا أنّ الحقيقة غير ذلك؛ لأنّ هذه الممارسة ما هي إلا مجرد إستراتيجية لتضليل المستهلكين الذين يفقدون حرية اختيارهم وينجرون مباشرةً إلى هذه الأسعار فيقعون ضحية لها⁽⁴⁹⁾، وبالتالي فيعتبر المستهلك الطرف الأول الذي يدفع ضريبة القيام بهذه الممارسة دون أن يكون واعياً، ذلك من خلال زيادة سعر ذلك المنتج أو سعر منتج آخر.

على أساس ما تقدّم يمكن القول أنّ الأضرار الناجمة عن إعادة البيع بالخسارة بشقيها سواء تلك التي تلحق بالمنافسين أو بالمستهلكين لا تختلف كثيرًا عن تلك الناتجة عن ممارسة أو عرض أسعار مخفضة تعسفيًا، إلا أنّ الخلاف الجوهرى بينهما يكمن في أنّ الأولى لا يتعدّى تأثيرها إلى المساس بالاقتصاد الوطني، فرغم تأثيرها الواضح على المنافسة باعتبارها ممارسة تعسفية، إلا أنّها لم يتمّ حظرها ضمن قانون المنافسة الذي يهدف إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية وبالتالي المصلحة العامة، بل اكتفى المشرع بمنعها ضمن قانون الممارسات التجارية والذي يهدف إلى حماية المصالح الخاصة سواء للأعوان الاقتصاديين أو المستهلكين، لذلك فإنّ القضاء هو الذي يتكفل بقمع ومتابعة إعادة البيع بالخسارة.

خاتمة

من خلال تحليل كل من البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا وإعادة البيع بالخسارة، نصل في الأخير إلى أنّ كلا الممارستان تحقّقان نفس الأثر المتمثل في القضاء على المنافسة من خلال التخفيضات التعسفية للأسعار، إلا أنّ كلّ منهما تختلف عن الأخرى من حيث المضمون وشروط حظر كل واحدة منهما.

غير أنّ هذا الاختلاف من شأنه أن يجعل كلا الممارستين متكاملتين، فكلّ منهما تُكمّل النقص الذي يعترى الأخرى، حيث يظهر هذا التكامل جليًا في بعض المسائل؛ منها أنّ البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا يشترط لأعتبارها مقيدة للمنافسة أن يتمّ التعامل بها مع المستهلك، إلا أنّ تقييد المنافسة قد يتحقّق أيضًا إذا تمّ التعامل مع العون الاقتصادي، وهذا ما أكّده إعادة البيع بالخسارة التي لا تشترط اقتصار التعامل بها مع المستهلك بل أنّها تتحقّق أيضًا إذا تمّت ما بين الأعوان الاقتصاديين، غير أنّ ما يُلاحظ على هذه الأخيرة أنّها اقتصرت على نشاط إعادة البيع، وبالتالي اعتبارها صادرة من التاجر فقط، إلا أنّ البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا قد وسّعت من مجال النشاط الاقتصادي وبالتالي إمكانية القيام بها من طرف أي عون اقتصادي سواء كان منتجًا أو موزعًا أو تاجرًا. كما أنّ إعادة البيع بالخسارة يقتصر حظرها على البيوع التامة والتي يكون محلها سلعة فقط على حالتها، غير أنّ عملية البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا قد سدّت هذا النقص بشمولها على البيوع التامة وعلى مجرد العرض، كما أنّها سوّت في

المحلّ الذي يتم عرضه أو ممارسته سوء كان سلعًا أو خدمات بشرط أن يتم إنتاجها أو تحويلها أو تسويقها.

فهذا التكامل بين الممارستين يحقق رقابة كل تحركات الأعوان الاقتصاديين بشتى الاحتمالات، وذلك حتى لا يتهرب العون الاقتصادي من المتابعة بحجة غياب أحد الشروط حظر إحدى الممارستان، فإذا غاب الشرط في الممارسة المتابع بشأنها حضر في الأخرى ليُتابع على أساسها. وبالتالي صعوبة التهرب من المتابعة.

وبهذا التكامل ندعو المشرع الجزائري إلى تنظيم كلا الممارستين في قانون موحد إقتداءً بالمشرع الفرنسي الذي نص على حظرهما في القانون التجاري، لأن ذلك من شأنه أن يخدم أكثر الحياة الاقتصادية بمواجهة المشاكل التي تطرحها التخفيضات التعسفية للأسعار وبالتالي الحفاظ على المنافسة الحرّة في السوق.

الهوامش:

(1) تيمور سي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 230.

(2) القانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 يوليو 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29 الصادر في 19 يوليو 1989، (ملغى).

(3) أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 9 الصادر في 22 فبراير 1995، (ملغى).

(4) أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 الصادر في 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر عدد 36 الصادر في 2 يوليو 2008، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46 الصادر في 18 غشت 2010.

(5) قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 الصادر في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46 الصادر في 18 غشت 2010.

(6) علاال سميحة، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري-قسنطينة-، 2005، ص 43.

(7) AUGUET Yvan, Droit de la concurrence (droit interne), Ellipses Edition, Paris, 2002, p.137.

(8) المادة 2 من القانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 غشت 2010، يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق.

(9) لعور بدر، "حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقًا لقانون المنافسة الجزائري"، مجلة المفكر، العدد العاشر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ب س ن، ص 367.

(10) المادة 3 فقرة 9 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 27 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 الصادر في 8 مارس 2009.

- (11) حمادي زوبر، "حول معالجة القانون الجزائري للأسعار الناهبة"، دورية تصدر عن المنظمة الجهوية للمحامي، العدد 2، ناحية بجاية، ب س ن، ص 18.
- (12) أهمها المادة 3 فقرة 2 من القانون رقم 03-09 مؤرخ في 27 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق. والمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 5 الصادر في 4 رجب عام 1410 هـ. والمادة 2 فقرة 2 من القانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.
- (13) MALAURIE-VIGNAL Marie, Droit de la concurrence interne et communautaire, 3^e édition, Dalloz, Paris, 2005, p. 210.
- (14) TAUVIN Elsa, Les pris prédateurs, Mémoire de Master de droit européen des affaires, Banque des mémoires, Université de Panthéon Assas, 2010, p. 60.
- (15) عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2012، ص 183.
- (16) BUSSY Jack, Droit des affaires, 2^e édition, Dalloz et Presses de Sciences Po, Paris, 1998, p. 99.
- (17) أيت منصور كمال، "البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا"، أشغال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 17 و18 نوفمبر 2009، ص 138.
- (18) AUGUET Yvan, op. cit., p. 137.
- (19) حيث عرضت قضية على مجلس المنافسة الجزائري بهذا الخصوص من طرف الشركة الوطنية للتبغ والكبريت ضد المستوردين الخواص، تهمهم فيها بممارسة البيع بسعر أقل من سعر التكلفة، لكن هذه الادعاءات رُفضت من طرف مجلس المنافسة.
- قابة صورية، مجلس المنافسة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، معهد الحقوق، جامعة الجزائر، 2001، ص 146.
- (20) لعور بدر، المرجع السابق، ص 368.
- (21) تيمور سي محمد، المرجع السابق، ص 231.
- (22) FRISON-ROCHE Marie-Anne, PAYET Marie-Stéphane, Droit de la concurrence, Dalloz, Paris, 2006, p. 232.
- (23) علال سميحة، المرجع السابق، ص 52.
- (24) Dans la décision du 3/7/1991, La CJCE à déclaré que : " toute concurrence ne peut être considérée comme légitime. Elle précise que les pris prédateur sont " : les pris fixés en dessous du cout variable moyen sont considérés comme prédateur uniquement lorsque la démonstration de l'intention de nuire à son concurrent est apportée. La nature prédatrice de ces pris est alors démontrée par l'intention de nuire ainsi que par le fait qu'AKZO avait sélectivement baisé ses pris à l'égard des seuls clients d'ACS et non à l'égard de sa propre clientèle existante.
- CHEVALIER Cindy, Le prix (son influence sur la décision d'achat du consommateur et son rôle au sien de la concurrence), Mémoire de MASTER 2, Centre du droit de la consommation et du marche, Université Montpellier, 2011, p. 66.
- (25) أيت منصور كمال، المرجع السابق، ص 138.
- (26) حمادي زوبر، المرجع السابق، ص 19.
- (27) علال سميحة، المرجع السابق، ص 50، 51.
- (28) زوبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 107.

(29) علال سميحة، المرجع السابق، ص 52، 53.

(30) المرجع نفسه، ص 78.

(31) بن يطو أمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1-بن عكنون-، 2010، ص 63، 64.

(32) وذلك ما نصت عليه المادة 442 فقرة 2 من القانون التجاري الفرنسي المعدل سنة 1996، أما قبل هذا التعديل فقد اقتصر المشرع الفرنسي على حظر إعادة البيع بالخسارة.

ج. ريبير- ر. روبلو، لويس فوجال، ترجمة: منصور القاضي، المطول في القانون التجاري (التجار، محاكم التجارة، الملكية الصناعية، المنافسة)، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2007، ص 801.

(33) La revente à perte est désormais visée par l'article 442-2 Code commerciale: « il est interdit...en état...prix d'achat effectif ».

CALAIS-AULOY Jean, STEINMETZ Frank, Droit de la consommation, 7^e édition, Dalloz, Paris, 2006, p. 171.

(34) LEGAIS Dominique, Droit commercial et des affaires, 18^e édition, Sirey, Paris, 2009, p. 322.

(35) بوزبرة سهيلة، "الحماية الجزائية للسوق من الممارسات التجارية غير الشرعية في ظل القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم"، الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية، الجزء الأول، القطب الجامعي تسوست، جيجل، 30 نوفمبر و1 ديسمبر 2011، ص 152.

(36) قابة صورية، المرجع السابق، ص 145.

(37) CALAIS-AULOY Jean, STEINMTZ Frank, op. cit., p. 171.

(38) BOUTARD-LABARDE Marie Chantal, CANIVET Guy, Droit français de la concurrence, L.G.D.J., Paris, 1994, p. 140.

(39) علال سميحة، المرجع السابق، ص 79.

(40) بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02-04، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009، ص 75.

(41) علال سميحة، المرجع السابق، ص 81.

(42) ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 06-95 والأمر رقم 03-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004، ص 101.

(43) بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 76.

(44) كتو محمد شريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 101.

(45) بوزبرة سهيلة، المرجع السابق، ص 152.

(46) BUSSY Jack, op. cit., p. 416 .

(47) LEGAIS Dominique, op. cit., p. 322. CHAMBOLLE Claire, Stratégies de revente à perte et réglementation, Annales d'économie et de statistique, n⁰77, 2005, p. 61.

(48) CHAMBOLLE Claire, op. cit., p. 61.

(49) Ibid, p. 70.