

تدخل المشرع لتطويع مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك



الدكتور/ عمار زعبي

أستاذ بجامعة الشهيد حمّـه لخضر بالوادي الجزائر

الأستاذة/ لطيفة بهي

طالبة دكتوراه بجامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر



ملخص:

يُنظر للعلاقة التي تجمع بين حرية المنافسة ومنظومة حماية المستهلك بأثهما متناقضتان، على اعتبار أنّ لهما توجّهين مختلفين، فالأول يشجّع الاتّجار والربح والثاني يحمي منهما طرفا ضعيفا هو المستهلك، كما أنّ القائمين عليهما شخصا يقفان على طرفي نقيض من ناحية القوة الاقتصادية، غير أنّ روح التشريع التي تستهدف تحقيق المصلحة العامة، تدرك كيف تحافظ على الحقوق المشروعة لجميع الأطراف، هل هذا الأمر ينطبق على مبدأ حرية المنافسة وحقوق المستهلك؟ هل فعلا طوّع المشرّع المبدأ ليخدم مصالح المستهلك؟ هذا ما يعالجه هذا المقال.

كلمات مفتاحية: مبدأ حرية المنافسة، حماية المستهلك، تدخل المشرّع.

Abstract:

The relationship between the freedom of competition and the consumer protection system is viewed as contradictory, because they are of two different orientations, the first encourages trading and profit, the second protects a weaker part: the consumer, as well as, The two people who are in charge of them stand on different sides in terms of economic power, but the spirit of legislation that seeks to achieve the general interest, realize, in turn, how to preserve the legitimate rights of all parties.

Is this vision applied to the principle of competition's freedom and of consumer rights? Has the legislator really tammed the principle to serve the interests of the consumer? This issue is addressed in this article.

Keywords: *the principle of competition's freedom, consumer protection, legislator's intervention.*

مقدمة:

أقرّ المشرع الجزائري العديد من الإجراءات لتكريس مبدأ حرية المنافسة، واضعاً نصب عينيه تحقيق جملة من الأهداف أهمّها: التوازن والاستقرار داخل السوق، توفير المنتجات بالكميات المطلوبة وبالجودة المرجوة، محاربة الاحتكار والممارسات غير المشروعة المضرة بالمنافسة، وغيرها.

المنافسة تخصّ بالضرورة السوق، وهذه الأخيرة تخضع لقواعد مختلفة قد تؤدي إلى التعسف وانتهاك حقوق أخرى على رأسها الحقوق المقررة لمصلحة المستهلك، فرغم أنّ المشرع وضع ترسانة قانونية حامية لمصلحة المستهلك، فمن الممكن جداً أن تظهر في بعض فواصلها كأثما تتعارض مع مبدأ حرية المنافسة، لهذا حاولنا التساؤل في هذا المقال حول مدى تطويع المشرع الجزائري لمبدأ حرية المنافسة لكي يكون سبباً من أسباب حماية المستهلك، لا متناقضاً معها؟

سنسعى في هذه الدراسة إلى تناول هذه المسألة، مستهدفين التكلّم عن التكامل والتوازن الذي يصبو إليه المشرع من وراء إقراره لمبدأ حرية المنافسة مع الإجراءات القانونية لحماية المستهلك.

لأجل ذلك قسمنا هذه الدراسة إلى مبحثين، المبحث الأول بعنوان تأطير مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك، والمبحث الثاني بعنوان تقييد مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك:

المبحث الأول

تأطير مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك

استهدف المشرع الجزائري في البداية التنصيص بشكل صريح على مبدأ حرية المنافسة، ليضمن بذلك شرعنة مختلف التصرفات التي يأتيها مختلف المتدخلين في هذا المجال، ونجد أنّ هذا التنصيص تمّ عبر صيغ وأشكال عدّة من بينها: التنصيص الدستوري، أفراد قانون خاص بالمنافسة، تنظيم الممارسات التجارية، إنشاء أجهزة إدارية لهذا الغرض، تجريم الممارسات الماسّة بهذا المبدأ.

سنتناول كل مسألة من المسائل التي تعتبر تأطيراً لمبدأ المنافسة وتستهدف حماية المستهلك في المطالب التالية:

المطلب الأول: التنصيص الدستوري على مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك:

أقرّ الدستور الجزائري حرية ممارسة الاستثمار والتجارة، ولكن في إطار القانون، وهو ما نصّت عليه المادة 43 منه بقولها:

" حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون"⁽¹⁾.

يعتبر هذا الإقرار أول تدخل مباشر من قبل المشرع لتأطير مبدأ حرية المنافسة لخدمة مصلحة المستهلك، ولكن كيف ذلك؟

يمكن النظر إلى هذه المادة الدستورية من زاويتين:

الشقّ الأول من هذه المادة يعتبر تأطيراً لمبدأ حرية المنافسة، لأنّه يفتح المجال أمام المتعاملين الاقتصاديين لإتيان أي سلوك اقتصادي أو تجاري، وممارسة حريتهم في هذا المجال دون قيد أو شرط، وهذه الحرية يضمنها الدستور الجزائري، ومن خلاله كافة القوانين المفسرة له، هذه هي الزاوية الأولى.

أما الزاوية الثانية، فقد احتواها الشق الثاني من هذه المادة، نحن نلاحظ أنّ المشرع أورد عبارة " وتمارس في إطار القانون "، لكي يؤكد أنّ العمل التجاري عموماً وحرية المنافسة خصوصاً ينظمها القانون، وعليه، لا يمكن لهذه الحرية أن تتصوّر بأنّها مطلقة.

إذن هذه الكلمة تستدرك الشق الأول من المادة (43) السّالفة الذكر، لكي تعيد تذكيرنا بأنّ القانون حامي الحقوق المختلفة لفئات متنوّعة، يراها جميعاً، ولا يقبل لحقّ معين أن يتجاوز حقاً آخر، في إشارة أولية تؤكد رغبة المشرع في إحداث توازن بين حقوق لفئات اجتماعية تبدو متعارضة.

الأمر هنا ينطبق على المتدخل والمستهلك، كما ينطبق على ربّ العامل والعامل سواء بسواء. لهذا لا يحقّ لنا أن نفهم بأنّ المشرع الجزائري أطلق يد المتعاملين الاقتصاديين بشكل كامل كي يفعلوا ما يشاؤون دون مراعاة لأطراف أخرى على درجة كبيرة من الأهمية، بل على العكس تماماً، لقد قام بتأطير عملهم وأوضح لهم حدوده القانونيّة منذ بداية التنصيص على هذا المبدأ في الشريعة السامية ألا وهي الدستور، الذي أساسه الموازنة بين المصالح المتعارضة، دون تغليب لأحدهما على الآخر.

المطلب الثاني: أفراد قانون خاص يؤطر المنافسة:

شكل التدخل الثاني الذي قام به المشرع الجزائري لتأطير مبدأ حرية المنافسة خدمة لمصلحة المستهلك، يتمثّل في إصدار تقنين خاص بالمنافسة، حيث كرس الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلّق بالمنافسة هذا المبدأ⁽²⁾. نشير كذلك إلى أنّ المشرع حافظ على نفس الأهمية لهذا المبدأ في الأمر الملغى رقم 06/95 المؤرخ في 22 جانفي 1995 المتعلّق بالمنافسة⁽³⁾، والذي يؤكد لنا هذه الحقيقة هو النصّ على هذا المبدأ صراحة في الفصل الأول المعنون بجرية الأسعار من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة، وذلك بعد الأحكام العامة الواردة في المواد 01 و 02 و 03، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى نلاحظ أن المادة الأولى من الأمر 03/03 تحدّد الهدف من سنّ هذا التشريع، وذلك بنصّها: " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كلّ الممارسات المقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين "⁽⁴⁾.

إذن غيبي عن البيان الحديث عن أنّ الهدف من هذا القانون هو خدمة المستهلك، وتحسين ظروف معيشته، وهذه العبارة الأخيرة عامة، قد تعني كلّ ما يهمّ المستهلك على مستوى السعر والجودة وتلبية حاجاته وتحقيق رغباته المشروعة. وهي موازنة تبدو جليّة من خلال نصّ المادة السابقة بين مسألتين تبدوان على طرفي نقيض، ألا وهما حرية المنافسة وحماية المستهلك وحفظ حقوقه وتحقيق رغباته المشروعة، وواضح أنّ التدابير الواردة في الأمر 03/03 تستهدف تحقيق ذلك، الأمر الذي يدلّ على أنّ المشرع لم يقنّن المنافسة لاعتبارات اقتصادية أو تجارية بحتة فقط، وإنما شاءت حكمته أن تضمّ إليها حقوق الفئة الأضعف وهي فئة المستهلكين.

المطلب الثالث: تنظيم الممارسات التجارية:

نظّم المشرّع الجزائري الممارسات التجارية في تقنين خاص، ألا وهو القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية⁽⁵⁾، حيث نصّت المادة الأولى منه بوضوح على الموازنة التي يرغب المشرّع في تحقيقها من خلال جمعه بين مصالح الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وذلك بقولها:

" يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه"⁽⁶⁾.

من خلال هذا المادة يتّضح لنا ما يلي:

- 1- سعي المشرّع لإحداث التوازن بين مصالح الأعوان الاقتصاديين ومقتضيات حماية المستهلك، وهو ما يؤكّد نيته في إحداث التوازن المطلوب،
- 2- لا تعارض بين تنظيم وتحديد قواعد الشّفافيّة ونزاهة الممارسات التجارية تجسيدا لمبدأ حرية المنافسة وبين مبدأ حماية المستهلك، الأمر الذي يدلّ على عدم التناقض بين المسعّين في منظور المشرّع،
- 3- يسعى المشرّع من خلال تنظيم الممارسات التجارية إلى تحديد العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، الأمر الذي يفيد تحقيق المصلحتين مع بعض، مصلحة العون الاقتصادي في تحقيق الربح ومصلحة المستهلك في حماية نفسه.

بل إنّ المشرّع لم يكتف بذلك، حيث نراه في المادة (03) من القانون 02/04 المخصّص لتحديد المفاهيم المستخدمة في هذا القانون، يعرّف في البداية العون الاقتصادي ثم يليه تعريف المستهلك، مؤكّدا من جديد حصريّة العلاقة بين هذين الطرفين تحديدا، لافتا إلى أنّ التشريع في عمقه يريد تحقيق مصلحة كليهما دون استثناء.

ولنا أن نتساءل: هل حرية وضع الأسعار كمقتضى من مقتضيات مبدأ حرية المنافسة تتعارض مع مبادئ حماية المستهلك؟

واحدة من القضايا الشائكة التي يعالجها القانون 02/04 مسألة حرية الأسعار، باعتبار أنّ السّعر هو القيمة المحدّدة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع والخدمات.

أقرّ المشرّع الجزائري قاعدة حرية وضع الأسعار الخاصّة بالمنتجات والخدمات⁽⁷⁾ بموجب نصّ المادة (04) من الأمر رقم 03/03 المتعلّق بالمنافسة.

هذا المبدأ أقرّ أساسا لمسيرة الوضع الجديد الذي شرعت الجزائر في تبنيه بعد 1989، والقائم على الحرية الاقتصادية، حيث فرض ضرورة إخضاع تحديد أسعار السلع والخدمات لقواعد المنافسة، وإرادة 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⁽⁸⁾.

تنصّ المادة (04) من الأمر رقم 03/03 المتعلّق بالمنافسة على ما يلي:

"تحدّد أسعار السلع والخدمات بصفة حرّة وفقا لقواعد المنافسة الحرّة والنزهيّة"⁽⁹⁾.

كما أنّ ممارسة حرية الأسعار تتم في ظلّ احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما، وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية⁽¹⁰⁾.

وبالتالي، يمكننا القول أنّ المشرع الجزائري أصبح يتبنى مبدأ حرية الأسعار كأصل عام، والذي يقصد به ترك مسألة تحديد الأسعار لمقتضيات السوق تكريسا لمبدأ حرية المنافسة واحتراما لقواعده وأسسها، وعدم عرقلة حرية المنافسة بأي شكل من الأشكال، هذه الحرية تمارس في إطار احترام التشريعات السارية المفعول⁽¹¹⁾.

ولهذا نلاحظ أنّ المشرع الجزائري تدخل بتطويع مبدأ حرية المنافسة بما يوافق مصالح المستهلكين، ودليل ذلك أنّه إذا خرّق أحد الأعوان الاقتصاديين القواعد المنظمة لمبادئ حرية المنافسة وحرية الأسعار فإنّ هذا يؤدي مباشرة الى المساس بمصلحة المستهلكين ويؤثر عليهم تأثيرا مباشرا وسلبيا، رغم أنّ هذه الخروقات قد تكون نافعة للسوق أو للأعوان الاقتصاديين.

المطلب الرابع: إنشاء أجهزة إدارية لصيانة مبدأ حرية المنافسة وكذا حماية المستهلك:

لم يكتف المشرع بالتنصيص الدستوري والقانوني على ضرورة الموازنة بين المصالح المتعارضة لكلّ من المهني والمستهلك، ولكنّه أنشأ كذلك أجهزة إدارية تعمل على تحقيق التوازن المطلوب بين المهنيين والمستهلكين وحفظ مصالح الطرفين من أيّ مساس يُمكن التعرّض له من أية جهة كانت.

لأجل ذلك نراه يُنشئ المديرية الولائية للتجارة، ويكلفها بمجموعة من المهام ويزوّدتها بالعديد من الصلاحيات التي تسمح لها القيام بدور " الحُكْم " بين جميع الفاعلين في السوق.

لهذا، حدّدت المادة (03) الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرّخ في 20/01/2011 المتضمّن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعمالها⁽¹²⁾ مهام المديرية الولائية للتجارة بشكل عام، وذكرت على أنّها: " تتمثّل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقرّرة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقنّنة و الرقابة الاقتصادية وقمع الغش " ⁽¹³⁾.

بينما حدّدت المادة (03) الفقرة (02) بالتفصيل مهامها، وعدّدت بالخصوص:

السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلّقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش،

وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش واقتراح كلّ التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة، المساهمة في تطوير وتنشيط كلّ منظمّة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها... " ⁽¹⁴⁾.

من خلال هذه الصلاحيات، يتّضح لنا الأهمية الكبيرة للمديرية الولائية للتجارة سواء في رعاية مبدأ حرية المنافسة أو في حماية المستهلك، لأنّ المشرع وضع على عاتقها مهمة تنفيذ السياسة الوطنية في ميدان المنافسة وكذا ميدان حماية المستهلك، الأمر الذي يجعلها هيئة عمومية رئيسية ومحورية في ضمان تحقيق التوازن المطلوب لمختلف المتعاملين في كلا الميدانين.

نجد إلى جوار المديرية الولائية للتجارة هيئة أخرى مهمة وهي مجلس المنافسة، هذا الأخير أنشئ بمقتضى الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة الصادر بتاريخ 1995/01/25، وألغي بموجب الأمر 03/03 المعدل والمتمم السالف الذكر، حيث نصت المادة (34) منه على الصلاحيات التالية:

" يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف آخر معني، بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق، بأية وسيلة ملائمة أو اتخاذ القرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها... " (15).

ومجلس المنافسة هيئة ذات طابع خاص، فيمكن من جهة اعتباره جهازا إداريا بحكم صريح المادة (23) من الأمر 03/03، على اعتبار أن قراراته قابلة للطعن فيها أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر بحكم نص المادة (63) من نفس الأمر، ومن جهة أخرى يمكن اعتباره جهازا قضائيا كون أن الإجراءات المتبعة أمامه شبيهة بتلك المتبعة أمام القضاء (16).

ينظر المجلس في الكثير من التصرفات التي يمكن أن يأتيها الأعوان الاقتصاديون، كالاتفاقيات المحظورة والتعسف في وضعي الهيمنة والشراء الاستثنائي والتعسف في التبعي الاقتصادية وعرض أسعار أو بيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، كما يراقب التجميع الاقتصادي (17).

كما اعترف لجمعيات حماية المستهلك المعتمدة بحقها وسلطتها في مجال تطبيق قانون المنافسة إلى جانب اختصاصها في ميدان تطبيق قواعد حماية المستهلك، لا سيما في التبليغ عن المخالفات وتقديم الشكاوى ورفع القضايا أمام المحاكم للمطالبة بإلغاء الممارسات التجارية المنافية للمنافسة، والتعويض عن الأضرار التي يتكبدها أصحابها نتيجة لتلك المخالفات (18).

بإمكان المجلس إصدار عقوبات مالية، كما له أن يتخذ تدابير تكميلية في حالة عدم تنفيذ الأوامر في الآجال المحددة كإجراءات الغلق المؤقت للمحلات أو حجز البضائع، وذلك طبقا لنص المادتين (45) و(46) من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، وتبلغ قراراته لوزير التجارة للتنفيذ، كما يمكنه عند الاقتضاء تحويل الملف إلى النيابة العامة قصد متابعة المسؤولين جنائيا (19).

كما ذكرت المادة (35) من قانون المنافسة في الفقرة (02) منها أن جمعيات حماية المستهلك وكذا الجمعيات المهنية بإمكانها طلب استشارة مجلس المنافسة حول اقتراح مشاريع القوانين، وحول كل مسألة تتعلق بالمنافسة. مما سبق، يتضح لنا مجددا صدقية الموازنة بين المصالح المتعارضة التي ارتكز عليها المشرع في منظوره لمبدأ حرية المنافسة الذي لا يتناقض مطلقا مع مبدأ حماية المستهلك، بل يتكاملان ليحققا جميعا مصالح الأطراف المتعارضة.

المبحث الثاني

تقييد مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك

إلى جوار تأطيره للعديد من المسائل المرتبطة بمبدأ حرية المنافسة، وكان غرضها حماية المستهلك أو على الأقل لا تتعارض معها، قام المشرع الجزائري بتقييد مبدأ حرية المنافسة لأجل تحقيق مصلحة المستهلك، وهذا التقييد في اعتقادنا لا يخلو من حكمة أرادها المشرع والتي تحتاج إلى توضيح في سياق هذا المبحث.

وعليه، سندرس هنا المسائل التالية: تقنين الأسعار خدمة لمصلحة المستهلك، الالتزام بالإعلام كإجراء تقييدي لمبدأ حرية المنافسة، تحريم الشروط التعسفية كإجراء تقييدي لمبدأ المنافسة، وذلك في المطالب التالية:

المطلب الأول: تقنين الأسعار خدمة لمصلحة المستهلك:

بعد أن كان نظام الأسعار المقننة أو الأسعار الإدارية هو الأصل، أضحي بموجب الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة هو الاستثناء.

فقد نصّت المادة (05) من هذا الأمر على هذه الإمكانية، بقولها:

"... يمكن أن تحدّد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم"⁽²⁰⁾.

إذن هذه المادة قيّدت المبدأ المتعلق بحرية الأسعار ومن خلالها حرية المنافسة، والمشرع في ذات المادة يوضّح أسباب هذا التقييد، فيعزوه إلى:

"مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك"⁽²¹⁾.

مما سبق، يتّضح لنا أنّ المشرع قصد من وراء التقييد الذي خصّ به مبدأ حرية المنافسة تحقيق مصلحة المستهلك بالحفاظ على مصالحه المادية وقدرته الشرائية.

عادة ما تقوم الدولة بتحديد أسعار السلع والخدمات لتحقيق الهدفين التاليين⁽²²⁾:

هدف اقتصادي، حيث تعتبر الدولة السعر وسيلة تشجيع بعض القطاعات أو بعض المناطق ووسيلة إقرار التوازن الاقتصادي العام في الدولة.

هدف اجتماعي يتمثل في المحافظة على القدرة الشرائية لذوي المداخيل الضعيفة.

وعليه، تستطيع الجهات المختصة تحديد الأسعار وهوامش الربح أو تسقيفها في حالات حدّدها القانون، منها: حالة ارتفاع الأسعار بشكل مفرط وغير مبرّر لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التّموين داخل قطاع نشاط معيّن أو منطقة جغرافية معيّنة أو في حالات الاحتكار الطبيعية⁽²³⁾، ونشير في هذا الصّدد إلى أنّ التقييد المذكور في شكل حالات استثنائية لم يرد على سبيل الحصر، وإتّما ورد على سبيل المثال⁽²⁴⁾.

وغنيّ عن البيان الإشارة إلى أنّ هذا التقييد يستهدف مصلحة المستهلك، التي تتطلّب من مثل هكذا ظروف استثنائية حماية الطّرف الضّعيف وضمان أبسط أسباب المعيشة، وحسنا فعل المشرع حين تدخل بتطويع مبدأ حرية المنافسة لغرض التحكّم في وضعيات من شأن استمرارها الإخلال بمصلحة المستهلكين، وذلك في حالة إخلال الأعوان الاقتصاديين بالقواعد المنظمة لمبادئ المنافسة.

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام كإجراء تقييدي لمبدأ حرية المنافسة:

أولى المشرع عناية خاصة للالتزام بالإعلام، بوصفه ملقى على عاتق المهني، لهذا أورده في الفصل الخامس من الباب الثاني المعنون " حماية المستهلك "، في القانون رقم 03/09 المؤرّخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽²⁵⁾، حيث تنصّ المادة (17) منه على ما يلي:

" يجب على كلّ متدخل أن يُعلم المستهلك بكلّ المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " (26).

ناهيك عن أنّ المادة (02) من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (27) تتكلم بوضوح عن نطاق تطبيق هذا المرسوم، فنصّت على ما يلي:

" يُطبّق هذا المرسوم على كلّ السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك، مهما كان منشؤها أو مصدرها، ويحدد الأحكام التي تضمن حقّ المستهلكين في الإعلام ".

إذن المطلوب من كلّ متدخل في عملية وضع المنتج للتداول هو تقديم مجموعة من المعلومات التي تسمح بإعلام كاف للمستهلك، ومن يخالف يتعرّض للعقوبات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش (28).

وبالتالي، ليس أمام المتدخل سوى احترام مقتضيات هذا الالتزام، الذي يعتبر قيّدا على حريته في ممارسة التجارة، ومن ثمّ على مبدأ حرية المنافسة.

المطلب الثالث: تحريم الشروط التعسفية كإجراء تقييدي لمبدأ حرية المنافسة:

إذا كانت العلاقة التعاقدية هي السمة الغالبة للعقود التي تبرم في إطار قانون الأعمال، فإنّ المشرع كثيرا ما تدخل لتقييد حرية التعاقد لمصلحة الطرف الضعيف في العلاقة.

وهو ما فعله في عقود الاستهلاك التي تجمع المهني مع المستهلك، حيث جرّم شكلا معيّنا من الشروط التي تخلّ بالتوازن الذي يرغب المشرع في إقراره بين متعاقدين ليسوا على نفس القوّة والمعرفة الاقتصادية، يُسمّى هذا النوع من الشروط بالشروط التعسفية.

يعرّف الشرط التعسفي على أنّه: " كلّ شرط يدرج في العقد أو ملحقاته ويتربّب عليه الإضرار بمصالح وحقوق المستهلك التي يحميها القانون " (29).

في حين نجد المادة (03) الفقرة (05) من القانون رقم 02/04 المتعلّق بالقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، تعرّفه بوضوح، وذلك بنصّها:

" كلّ بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدّة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد ".

نرى بأنّ هذه المادة تكلمت بشكل واضح وصریح على أنّ علة تجريم هذه الشروط هو إخلالها بالتوازن الذي يريد المشرع تحقيقه في العلاقة التعاقدية.

لأنّ فرض المهني لشروطه على المستهلك واستثارة بميزات على حساب الطرف الآخر دون مراعاة لحقوقه ودون أدنى اهتمام بمصالحه، هو أمر يُخالف بشكل كامل الحكمة التشريعية وأهدافها.

وبالتالي، قيّد المشرع حرية المهني في إبرام تعاقداته حماية للمستهلك.

خاتمة:

من خلال هاته الدراسة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج، نلخصها في ما يلي:

- 1- إن العلاقة التي تربط منظومة حماية المستهلك بمبدأ حرية المنافسة جدّ وطيدة، إذ يهدف هذا الأخير إلى تحقيق حماية المستهلك وإشباع رغباته بأقل تكلفة، وبأفضل جودة.
- 2- تدخل المشرع الجزائري عبر جملة من الاجراءات لتأطير مبدأ حرية المنافسة، كما أطر أنظمة حماية المستهلك.
- 3- يبدو المشرع حريصا على تحقيق مصالح المهنيين ومصالح المستهلكين على حدّ السواء، في إشارة صريحة لاهتمامه بالفتتين.
- 4- طوّع المشرع الجزائري مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك، فكان أن قيّد من حرية وضع الأسعار، وذلك بالنصّ على إمكانية تحديد أو تسقيف هوامش الربح وأسعار المنتجات والخدمات في الظروف الاستثنائية.
- 5- اعتبر المشرع الاجراءات التي تمسّ بمبدأ حرية المنافسة، هي في نفس الوقت تمسّ بشكل مباشر أو غير مباشر بحقوق المستهلك، وذلك بسبب الاضطراب الذي تحدثه في السوق.
- 6- قيّد المشرع من الاطلاق الذي يميّز مبدأ حرية المنافسة لحكمة تشريعية تتعلق بإمكانية خروجه عن السيطرة وتسببه في نتائج وخيمة على جمع المتعاملين في السوق وعلى رأسهم المستهلك.
- 7- لا تعارض في منظور المشرع بين مبدأ حرية المنافسة ومنظومة حماية المستهلك، بل هما يتكاملان مع بعضهما البعض ليحققا جميعا مصالح الأطراف المتعارضة، مهنيين ومستهلكين.

التهميش:

- (1) انظر نصّ المادة (43) من الدستور الجزائري لسنة 1996 المعدّل والمتّم الصادر بالجريدة الرسمية عدد 76 بتاريخ 1996/12/08.
- (2) انظر الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم الصادر بالجريدة الرسمية عدد 43 بتاريخ 2003/07/20.
- (3) انظر الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 1995/01/22 المتعلّق بالمنافسة الصادر بالجريدة الرسمية عدد 09 بتاريخ 1995/02/22 (ملغى).
- (4) انظر نصّ المادة الأولى من الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السالف الذّكر.
- (5) الصادر بالجريدة الرسمية رقم 41 بتاريخ 2004/06/27.
- (6) انظر نصّ المادة الأولى رقم 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدّل والمتّم السالف الذّكر.
- (7) سهيلة بوخميس: مبدأ حرية المنافسة بين الشريعة والقانون، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، 17/16 مارس 2015، ص 07.
- (8) بن عزة محمد: دراسة في مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة الجزائري، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد الأول، 2013، ص 250.
- (9) انظر نصّ المادة (04) الفقرة الأولى من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السالف الذّكر.
- (10) انظر نصّ المادة (04) الفقرة الثانية من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السالف الذّكر.
- (11) منصور الزين: دور الدولة في تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الحادي عشر، جوان 2012، ص 311.
- (12) الصّادر بالجريدة الرسمية عدد 04 الصّادرة بتاريخ 2011/01/23.
- (13) انظر نصّ المادة (03) الفقرة (01) من المرسوم التنفيذي 09/11 المتضمّن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحتها وعملها السالف الذّكر.

- (14) انظر نصّ المادة (03) الفقرة (02) من المرسوم التنفيذي 09/11 المتضمّن تنظيم المصالح الخارجيّة في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها السّالف الذّكر.
- (15) انظر نصّ المادة (34) من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السّالف الذّكر.
- (16) كيف المشرّع الجزائري مجلس المنافسة منذ سنة 2003 كسلطة إداريّة، حيث قلّص تشكيلته القضائيّة ووضّح إجراءات الطّعن، لمزيد من التفصيل، انظر: وليد بوجملين: سلطات الضبط الاقتصادي في التشريع الجزائري، الجزائر: دار بلقيس، الطّبعة الأولى 2011، ص 150.
- (17) محمّد الشّريف كتّو: قانون المنافسة والممارسات التجاريّة وفقا للأمر 03/03 والقانون 02/04، الجزائر: منشورات بغدادي، بدون سنة نشر، ص 61.
- (18) محمّد الشّريف كتّو: حماية المستهلك من الممارسات المناهية للمنافسة، مجلّة إدارة، مركز التوثيق والبحوث الإداريّة، الجزائر، العدد 23، 2002، ص 73.
- (19) هجيرة دنوي: قانون المنافسة وحماية المستهلك، المجلّة الجزائريّة للعلوم القانونيّة والاقتصاديّة والسياسيّة، الديوان الوطني للأشغال التربويّة، الجزائر، العدد 01، الجزء 39، 2002، ص 18.
- (20) انظر نصّ المادة (05) الفقرة (04) من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السّالف الذّكر.
- (21) انظر نصّ المادة (05) الفقرة الأولى من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السّالف الذّكر.
- (22) حفصة بن عيشة: وظيفة المنافسة، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسيّة، جامعة قلمة، 17/16 مارس 2015، ص 06.
- (23) انظر نصّ المادة (05) الفقرة (05) من الأمر 03/03 المتعلّق بالمنافسة المعدّل والمتّم السّالف الذّكر.
- (24) بن عزة محمد، مرجع سابق، ص 250.
- (25) الصّادر بالجريدة الرسميّة عدد 15 بتاريخ 2009/03/08.
- (26) انظر نصّ المادة (17) الفقرة الأولى من القانون 03/09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ السّالف الذّكر.
- (27) الصّادر بالجريدة الرسميّة عدد 58 بتاريخ 2013/11/18.
- (28) انظر نصّ المادة (62) من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤتّخ في 2013/11/09 الذي يحدّد الشروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك السّالف الذّكر.
- (29) مصطفى أحمد أبو عمرو: موجز أحكام قانون حماية المستهلك، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقيّة، الطّبعة الأولى، 2011، ص 172.