

الملخص:

من المعروف في الدول ذات الاقتصاد الحر، أن تكريس مبدأ المنافسة الحرة يعتبر من أهم العوامل التي تؤدي إلى خلق بيئة تنافسية فعالة تعمل على إرضاء المستهلكين من خلال توفير المنتجات بأسعار مناسبة وبأعلى جودة، لذا نجد أن غالبية الدول بما فيها الجزائر اتجهت إلى سن قوانين لمراقبة مختلف الممارسات التي من شأنها أن تخرج المنافسة عن مجراها الطبيعي وتلحق ضررا بالمستهلك.

Abstract:

It is well known in the free economy countries that devoting the principle of free competition is one of the most important factors that lead to the creation of an effective competitive environment that works to satisfy consumers by providing products at reasonable prices and with the highest quality. Therefore, most countries, including Algeria, The various practices that would lead the competition out of its normal course and harm the consumer.

مقدمة:

تعتبر المنافسة ركنا أساسيا من أركان اقتصاد السوق الحر، وعنصرها فعلا لضمان استمرارية هذا النظام الاقتصادي، وذلك بما تعكسه من منافع لكافة أطراف السوق سواء بالنسبة للمستهلكين الذين يحصلون على السلع والخدمات بأسعار أقل وجودة أعلى، أو بالنسبة للمنتجين لما توفره لهم من حوافز لاستمرارية التطوير والابتكار، وحتى بالنسبة للمجتمع ككل لما توفره له من استخدام أمثل للموارد المتاحة. غير أن هذه المنافسة قد تمارس بتعسف من قبل بعض التجار والذين لا يؤمنون إلا بالربح السريع نتيجة للجشع الذي يرتابهم بعيدا عن كل روح تنافسية شريفة، والتي يقع ضحيتها المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في هذه العملية الاستهلاكية، لذلك كان لزاما على الدول ومنها الجزائر إعادة النظر في سياستها الاقتصادية المتبعة قصد وضع وسائل حائية وقمعية لحماية جمهور المستهلكين، واتخاذ مواقف قمعية ضد كل من تسول له نفسه الإضرار بهذه الفئة.

ولاشك أن ذلك يحتاج إلى آليات فعالة تحد من هذه الممارسات المنافسة للتجارة، وإلى فرض أحكام قانونية ذات مضامين وغايات متعددة، وتكليف هيئات ذات سلطات واسعة تتولى رقابة هذه الممارسات غير المشروعة، بما في ذلك توقيع العقاب على المخالفين لأحكامها. ومن هنا يمكن أن نطرح الإشكالية التالية: هل خص المشرع

الجزائري المستهلك بآليات محددة لضمان حمايته من الممارسات المنافية للمنافسة ؟ وللإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا إتباع الخطة التالية:

المبحث الأول حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

المطلب الأول: ارتباط حماية المستهلك بمبدأ المنافسة الحرة

الفرع الأول: مضمون حماية المستهلك

الفرع الثاني: أثر المنافسة في ظهور حركات حماية المستهلك

المطلب الثاني: تأثير الممارسات المنافية للمنافسة على المستهلك

الفرع الأول: الاتفاقات المحظورة

الفرع الثاني: التعسف في وضعية الهيمنة على السوق

الفرع الرابع : البيع بأسعار مخفضة تعسفيا

الفرع الخامس: التجميعات المقيدة للمنافسة

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة

المطلب الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

الفرع الأول: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة

الفرع الثاني: الدور القمعي لمجلس المنافسة

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في توفير الحماية للمستهلك

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

الفرع الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

المبحث الأول: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

بالرجوع إلى مكانة المستهلك في النظام الاقتصادي الجزائري القائم على المنافسة الحرة، فممكن القول أن العلاقة التي تربط المستهلك بالمنافسة جد وطيدة، فكل منها يآثر في الآخر ويتآثر به، حيث يكفل قانون المنافسة حماية المستهلك وذلك من خلال اهتمامه بالسوق، وبتحديد الأسعار وتنظيم المنافسة وبمختر الممارسات المنافية لها، إلى غير ذلك من المعاملات وذلك كله ضامنا لحماية المستهلك حتى يحصل على السلع التي يرغب في شرائها بأسعار أقل وبجودة أعلى.

المطلب الأول: ارتباط حماية المستهلك بمبدأ المنافسة الحرة

تهدف المنافسة إلى الحفاظ على حسن سير السوق الذي يعد من النظام العام الاقتصادي، إذ يكفل حماية للمستهلك عن طريق اهتمامه بالسوق وقواعد المنافسة المشروعة، وهنا تكون نقطة التلاقي بين كل من قانون المنافسة و قانون حماية المستهلك فكلهما يسعيان لوضع أحكام غايتها الحيلولة دون تعسف الأطراف المهيمنة على السوق، ومن ثم حماية المستهلك الذي يحتل المركز الضعيف في العملية الاقتصادية.

الفرع الأول: مضمون حماية المستهلك

لقد ظل موضوع حماية المستهلك مثار جدل في كثير من الدول، وقد ساهم في حدة هذا الجدل سلوك بعض التجار في تركيزهم على تحقيق مصالحهم الذاتية وقصور وعي المستهلكين، بالإضافة إلى ارتفاع الأسعار والمنافسة الحادة بين التجار، إلى غير ذلك من الظواهر والتي جعلت قضية حماية المستهلك بمثابة صراع مزمن يواجه كل الدول والتي أخذت على عاتقها قضية حمايته، ولذلك كان لا بد من تحديد التعريف بحماية المستهلك (أولاً)، ثم التطرق للأسباب الداعية لتوفير الحماية للمستهلك (ثانياً).

أولاً: التعريف بحماية المستهلك

لقد عرفها جانب من الفقه¹ بأنها الجهود التي تبذلها المنظمات المعنية، بهدف تعريف المستهلك بحقوقه عن طريق استصدار تشريعات تحمي المستهلك فرداً كان أم جماعة، وبمعنى آخر هي اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى منع خطر قادم، أو التقليل من حدوثه، بالإضافة إلى الاهتمام بحقوق المستهلك وتعريفه بها باعتباره نقطة البدء لضمان فكرة الحماية على كافة المستويات.

ثانياً: الأسباب الداعية لتوفير الحماية للمستهلك

لقد دعت لظهور مصطلح حماية المستهلك بصورته الحالية عدة أسباب نذكر من بينها:

التطور الصناعي الهائل وانتشار حرية التجارة وسيطرة قوى الإنتاج على السوق الاقتصادي، بالإضافة إلى فتح الباب أمام بعض المنتجين والموزعين الذين يتسمون بالجشع المادي، لتعزيز قدرتهم في السيطرة على السوق، وفرض شروطهم من خلال الاتفاقات المقيدة للمنافسة، والممارسات الاحتكارية والتحكم في الأسعار، وهي أمور من شأنها تعظيم المخاطر المحيطة بالمستهلك، دون أن ننسى التطور الهائل لوسائل الدعاية والإعلان لمختلف السلع والخدمات والتي كثيراً ما تؤثر بطريقة سلبية على حرية المستهلك واختياره.

¹ - محمود عبد العزيز، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2008، ص 43.

الفرع الثاني: أثر المنافسة في ظهور حركات حماية المستهلك

باعتبار أن المستهلك هو المتقصد الأول بالعملية الاقتصادية أساسا لكونه من يوجه له أي منتج سلعة أو خدمة، كما يعتبر المتأثر الأول بمدى جودة ونوعية المنتج وكذا بالمتحى العام للأسعار سواء بانخفاضها أو ارتفاعها، الأمر الذي دفع إلى ضرورة إشراكه في التصدي لمثل هذه الممارسات وذلك في إطار ما يسمى بحركات حماية المستهلك.

أولاً: ظهور حركات حماية المستهلك في العالم

إن ازدياد الوعي بضرورة حماية المستهلك، خاصة مع الثورة الصناعية وزيادة الإنتاج بصورة رهيبية، أضف إلى ذلك وجود المستهلك في مركز ضعيف، ولد حالة من عدم الثقة حيث أصبح المستهلك في موقع الخطر دون وجود حماية قانونية تصون حقوقه، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية كونها دولة صناعية رائدة أول دولة نعى فيها الوعي الاستهلاكي قبل غيرها من الدول، حيث ظهرت منظمات وجمعيات تنادي بضرورة حماية المستهلك، ثم امتدت هذه المطالبات حدود أمريكا لتشمل أغلب بلدان العالم لتتهم بالدفاع عن المستهلكين¹.

ثانياً: ظهور حركات حماية المستهلك في الجزائر

حيث يمكن لنا أن نذكر مرحلتين مرت بهما الجزائر في إطار حماية المستهلك وهي:

- 1 - **المرحلة الأولى:** وهي المرحلة السابقة لصدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك²، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث نسجل في هذه المرحلة الغياب الشبه التام لحركة حماية المستهلك والدفاع عنه.
- 2 - **المرحلة الثانية:** وهي المرحلة التي تبدأ بصدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث أقر هذا القانون للمستهلك حق التمثيل أمام القضاء من طرف جمعيات حماية المستهلكين، وبالتالي الاعتراف بجمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك، كما منح صلاحيات للأجهزة المختصة لممارسة دور الوقاية حماية لمصالح المستهلك التي أقرها هذا القانون³.

المطلب الثاني: تأثير الممارسات المنافية للمنافسة على المستهلك

تحت تأثير المنافسة يلجأ المتعاملون الاقتصاديون في غالبية الأحيان إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية في السوق عن طريق استعمال أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة الحرة بحيث يسعى هؤلاء إلى تلبية حاجيات المستهلكين

¹ - حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 34.

² - القانون 02/89 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 154. (الملغى)، بموجب القانون

03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقع الغش ج ر العدد 15

³ - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي -، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006،

وتحقيق الأرباح، مما يفرض عليهم بذل جهود مستمرة في مجال البحث والتطوير والإبداع، ومن أجل تحقيق أقصى ما يمكن من الأرباح قد يحاول البعض منهم تقليص عدد منافسيهم أو إقصائهم من السوق بوسائل غير قانونية توصف بالممارسات المنافسة للمنافسة، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري إلى اتخاذ التدابير اللازمة لوقف هذه الممارسات، وذلك بالنص على العديد من القواعد التي تحظر العجوة إلى مثل هذه الممارسات والتي تكمن فيما يلي:

الفرع الأول: الاتفاقات المحظورة

لقد أوردت المادة 06 من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم¹، على مبدأ منع الاتفاقات المنافسة لقواعد المنافسة، وفي هذا الإطار نصت على أنه " تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه....".

من خلال هذه المادة يتبين لنا أن قانون المنافسة لا يمنع التحالف أو تنسيق الجهود بين المؤسسات والقيام بدراسة مشتركة، وتبادل المعلومات والخبرات لتطوير الإنتاج أو طرق التسويق، أو الحد من التكاليف وغيرها من أشكال التعاون فيما بين المؤسسات، وإنما يمنع تلك الاتفاقات التي تهدف أو يمكن أن تكون لها آثار ضارة بالمنافسة وبالمستهلك، وحتى تكون الاتفاقات محظورة لابد من توافر بعض الشروط والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

أولاً: وجود اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين

ويقصد به التعبير عن الإرادة المستقلة من طرف مجموعة من الأعوان الاقتصاديين بهدف تبني خطة مشتركة تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع والخدمات، ويستوي أن يكون هذا الاتفاق تعاقدياً أو في صورة ترتيبات ودية بين الأطراف المتواطئة، كما يستوي أن يكون هذا الاتفاق صريحاً أو ضمناً، ظاهراً أو مستتراً².

ثانياً: الإخلال بحرية المنافسة

بالرجوع إلى أحكام المادة 06 من القانون 12/08، السابقة الذكر فإن الاتفاقات سواء كانت صريحة أو ضمنية فإنها تأخذ في الحسبان إذا كانت تهدف إلى العرقلة أو الإخلال بحرية المنافسة في السوق، وبالتالي انصراف نية

¹ - الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة ج ر العدد المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المؤرخ في 25 جويلية 2008 ج ر العدد 36 والمتعلق بالمنافسة.

² - محمد الشريف كبو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03/03 والقانون 02/04، دار بغداد للطباعة والنشر- والتوزيع، الجزائر، 2010، ص45.

الأطراف إلى إعاقه المنافسة الحرة، وحسب عبارة المشرع "يمكن أن تهدف " فإن أثر الاتفاق ينظر له سواء كان محقق أو محتمل¹.

ثالثا: العلاقة السببية بين الاتفاق والإخلال بالمنافسة

لكي يتحقق هذا الشرط يجب أن تكون هناك علاقة بين الاتفاقات التي تجري بين الأطراف، وما تخلفه هذه الاتفاقات من آثار سلبية على حرية المنافسة، إذ لا يمكن للجوء مباشرة إلى تجريم الاتفاقات المبرمة بين الأطراف المتواطئة فيه دون أن يثبت وجود مساس بقواعد حسن سير السوق².

الفرع الثاني: التعسف في وضعية الهيمنة على السوق

ويقصد بالهيمنة تلك القوة الاقتصادية التي تحصل عليها مؤسسة وتتيح لها سلطة التخلص من منافسة مؤسسات أخرى موجودة في السوق نفسه، ولقيام مخالفة التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة يجب توافر شروط محددة وهي:

الوجود الفعلي لوضعية الهيمنة الاقتصادية وأن يكون هناك تعسف ناتج عن هذه الهيمنة أدى إلى الإخلال بالمنافسة، مما انعكس سلبا على المستهلك الذي يكون مجبرا على الرضوخ لمطالب المحترف في تعاملاته، وكثيرا ما يثبت الواقع مثل هذه التصرفات حيث غالبا ما يؤدي غياب سلعة ما في السوق إلى قيام المؤسسات الاقتصادية المهيمنة بعرض منتجات بديلة بجودة أقل وبأسعار أعلى³.

الفرع الرابع: البيع بأسعار مخفضة تعسفا

تعتبر عملية البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي من بين الظواهر الخطيرة، نظرا لما تخلفه من آثار سلبية على المستهلك وعلى مبدأ حرية المنافسة، إذ كثيرا ما تلجأ المؤسسات إلى البيع بأسعار مخفضة تعسفا من أجل إزاحة المنافسين والاستيلاء على السوق، فتقوم المؤسسات بعرض السلع والمنتجات لبيعها بأثمان رخيصة وزهيدة، ولتمويه العملية تقوم نفس المؤسسة بعرض سلع أخرى بأسعار معقولة، بحيث تظهر هذه السلع التي تكون بأسعار زهيدة أنها تخدم مصالح المستهلك فيتلهف لإقتناءها إلا أن الحقيقة غير ذلك، حيث تكون نية المؤسسة من وراء ذلك هي إفشال المنافسة الحرة والبقاء في السوق لوحدها، ثم يعمل جاهدا لتعويض هذه الخسارة برفع الأسعار إلى أعلى مستوياتها مادام بقي وحيدا في السوق⁴.

¹ - تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومو للنشر والتوزيع، 2013، ص 192.

² - محمد الشريف كوو، المرجع السابق، ص 48.

³ - تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 195.

⁴ - كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، كلية الحقوق، 2009، ص 82.

يتميز اقتصاد السوق بظاهرة اقتصادية تتمثل في تجميع أو تركيز المؤسسات الاقتصادية الذي يساعد على تكوين وإنشاء وحدات اقتصادية ضخمة، الأمر الذي قد يدفع بعجلة التقدم التقني والاقتصادي إلى الأمام، ولكن لا يخفى على أحد ما لهذه الظاهرة من جوانب سلبية، إذا كان الهدف من ورائها هو السيطرة والتحكم في النشاط الاقتصادي ومراقبته مما يؤدي إلى قتل المنافسة، الأمر الذي دفع بالمشروع الجزائري إلى فرض الرقابة على هذه التجميعات، على اعتبار أن المشروع يفرض مراقبته على مختلف التصرفات التي يمكن أن تؤدي إلى تقييد المنافسة، سعياً منه إلى بث المنافسة في السوق ومن ثمة حماية المستهلك¹.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة

حماية للمنافسة الحرة وترقيتها وبغية تنظيم السير العادي للسوق ومحاربة كل الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة والإضرار بالمستهلك، قام المشروع الجزائري بإنشاء هيئات تسهر على حماية المنافسة والمستهلك على حد سواء، مثلاً في مجلس المنافسة (المطلب الأول)، وجمعيات حماية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

زود مجلس المنافسة الجزائري في إطار القيام بمهامه بصلاحيات واسعة جعلت منه يحتل مكانة مميزة في السوق ضمن البناء المؤسساتي الجزائري كسلطة إدارية مستقلة، حيث يتمتع بصلاحيات استشارية تمنح للعديد من الأشخاص والهيئات لاستشارته بشأن مختلف المسائل المتعلقة بالمنافسة (الفرع الأول)، كما يتمتع بصلاحيات ذات طابع تنازعي تمكنه من متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة لحماية للسوق وللمستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة

يستشار مجلس المنافسة ويصدي رأيه في كل مسألة متعلقة بالمنافسة، كما يحق للحكومة والجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والجماعات المهنية والنقابية وكذلك جمعيات حماية المستهلكين طلب الاستشارة في المواضيع التي تتصل مباشرة بالمنافسة، وتتنوع الاستشارة التي يقدمها مجلس المنافسة إلى استشارة اختيارية واستشارة إلزامية.

أولاً: الاستشارات الاختيارية

ترك المشروع الجزائري لجهات معينة المجال مفتوحاً في استشارة مجلس المنافسة، ومنحها حرية الاختيار في إمكانية القيام بذلك أو الامتناع عنه، فبالرجوع للمادتين 35 و36 من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة، نجد أن المشروع قد قام بتعداد الأشخاص والجهات التي لها الحق في استشارة مجلس المنافسة اختيارياً وهم كالاتي: (الحكومة، الجماعات المحلية، الهيئات الاقتصادية والمالية، المؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية، جمعيات حماية

¹ - المادة 19 من الأمر 03/03 المعدل والنتم بالقانون 12/08 المتعلق بالمنافسة والسابق ذكره.

المستهلكين والجهات القضائية)، حيث له أن يبدي رأيه بشأن المسائل التي لها صلة بالمنافسة أو بالممارسات المقيدة لها، ولا تعتبر الاستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة لطالبيها، فهي تعتبر ذات طابع إعلامي فقط، إذ بعد حصولها على رأي مجلس المنافسة حول المسألة التي تم استشارته حولها تبقى لها حرية الأخذ بها¹.

ثانيا: الاستشارات الإلزامية

استنادا لنص المادة 19 من القانون 12/08 المعدل والمتمم للأمر 03/03 في مادته 36 نلاحظ أن المشرع قد فرض على كل من البرلمان والسلطة التنفيذية من استشارة مجلس المنافسة في المواضيع التالية:

- يستشار المجلس وجوبا في كل نص تشريعي يصدر من البرلمان ممثلا للسلطة التشريعية.
 - يستشار المجلس وجوبا حول كل مشروع تنظيمي يصدر من قبل الهيئة التنفيذية.
 - يستشار المجلس في كل مشروع أو تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديديها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الاحتكار الاستثنائية في مدة أقصاها 06 أشهر قابلة للتجديد.
- ولاشك أن مثل هذه الاستشارات تخدم مصالح المستهلك، والذي كثيرا ما يجد نفسه أمام محيط اقتصادي في الجهل الكثير من جوانبه التنظيمية والتشريعية الأمر الذي يدفعه إلى طلب استشارة مجلس المنافسة والذي يعد بمثابة الخبير المختص في هذا المجال.

الفرع الثاني: الدور القمعي لمجلس المنافسة

تمنح العديد من النظم القانونية صلاحيات تنازعية لمجلس المنافسة، ويقصد بها ما يتمتع به المجلس من سلطة قمع الممارسات التي يأتي بها التجار سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين تنطوي على أفعال تستهدف تعزيز وضعيتها التنافسية بطريقة غير مشروعة بغاية القضاء على الفاعلين الاقتصاديين من السوق ذات الصلة، وهو ما يترتب عنه مساس جوهرى بالمنافسة من خلال الحد منها أو تشويها أو تقييدها²، غير أن تمتع مجلس المنافسة بهذه الصلاحيات التنازعية تبقى محدودة فقط في الممارسات المنافية للمنافسة، وذلك بعدما يتم إخطاره من قبل الهيئات المحول لها ذلك قانونا، كما يمكن أن يتم مباشرة ذلك بنفسه³.

وحيثما يقدر مجلس المنافسة أن الإخطار قد استوفى شروطه الشكلية والموضوعية فإنه يصرح بقبوله، وكنتيجة لذلك يقوم بإجراء التحري والتحقيق فيما ورد إليه من وقائع للتأكد من وقوع هذه الممارسات المنافية

¹ - حذري سمير، السلطات الإدارية المستقلة وإشكالية الاستقلالية، مجلة الإدارة، المجلد 19، العدد 02، 2009، ص 9.

² - محمد الشريف ككو، المرجع السابق، ص 61.

³ - تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 197.

للمنافسة بالإضافة إلى سلطته في توقيع الجزاء على الأطراف الذين ثبتت إدانتهم نتيجة انتهاك قواعد قانون المنافسة¹.

أولاً: صلاحية القيام بالتحقيقات

إذا قدر مجلس المنافسة أن الإخطار قد استوفى شروطه الشكلية والموضوعية فإنه يصرح بقبوله، وكنتيجة لذلك يقوم بإجراء التحري والتحقيق فيما ورد فيه من وقائع، للتأكد من صحة وقوع هذه الممارسات المقيد للمنافسة، وقد أوكلت مهمة البحث والتحقيق في هذه الممارسات المقيدة للمنافسة للأشخاص الذين تم ذكرهم بموجب نص المادة 49 من الأمر 03/03 المعدلة بموجب القانون 02/08 المتعلق بالمنافسة والتي جاء فيها " علاوة على ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، يؤهل للقيام بالتحقيقات المتعلقة بتطبيق هذا الأمر ومعاينة مخالفة أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم: المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، المقرر العام والمقررون لدى مجلس المنافسة".

يتولى المقرر بعدما يحصل على المحاضر والتقارير التي تعين وقوع الممارسات المقيدة للمنافسة، تحرير تقرير أولي يتضمن عرض الوقائع المسجلة ضد المتهمين بارتكاب الممارسات المحظورة ويبلغه إلى مجلس المنافسة، وإلى الأطراف الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز ثلاثة أشهر، وبعد الانتهاء من التحقيق الأولي يتم وضع تقرير ختامي للقضية يودع لدى رئيس مجلس المنافسة والذي يتولى مهمة تبليغ الأطراف المعنية مع تحديد الجلسة يتم الفصل بموجبها في القضية².

ثانياً : صلاحية توقيع الجزاء

تنظم جلسات مجلس المنافسة من طرف الرئيس الذي يمارس سلطته في إطار السهر على حسن سير الجلسة، ولا تعقد الجلسات إلا بحضور الأطراف المعنية والمقرر وكذا ممثل الوزير المكلف بالتجارة، هذا ولا تصح جلسات المجلس إلا بحضور ثمانية أعضاء على الأقل³، وبعد إجراء المداولة يصدر المجلس قراره في مواجهة المخالفين للممارسات والتي توصف بأنها مقيدة للمنافسة حسب الأحوال المنصوص عليها بموجب المواد من 56 إلى 62 من الأمر 03/03، كتوجيه أمر للطرف المشتكي منه بالكف عن الممارسات المقيدة للمنافسة أو الحكم عليه بغرامات مالية وبتخاذ تدابير تحفظية، ولاشك أن هذه العقوبات تنعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من قرارات مجلس المنافسة.

¹ - كحال سلمي، المرجع السابق، ص 89.

² - محمد الشريف كبو، المرجع السابق، ص 63.

³ - المادة 28 من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في توفير الحماية للمستهلك.

لقد اعترف المشرع الجزائري بموجب القانون 31/90 (الملغى)، للمستهلكين بحق إنشاء جمعيات لحماية أنفسهم بصفة رسمية، حيث تم الاعتراف لهذه الجمعيات بالمنفعة العامة، وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها¹، وتلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك مختلف الوسائل الإعلامية وهذا ما سنبينه في (الفرع الأول)، كما لها حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد إلغاء الممارسات المنافية للمنافسة والحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون وهذا ما سنبينه في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

وهو الإجراء الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك قبل حدوث الضرر وذلك بهدف خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلك، يكون من خلالها مؤهلا لحماية نفسه، ويتم هذا الدور عن طريق التحسيس والإعلام (أولا)، وأيضا عن طريق مراقبة الجودة والأسعار (ثانيا).

أولا: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام

نصت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقع الغش²، على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لمهامه، وذلك بالنص على أن جمعية حماية المستهلكين في هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.

فمن خلال هذه المادة يتبين لنا أن من الواجبات الأساسية التي تقع عاتق هذه الجمعيات توجيه المستهلك بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، من خلال وسائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون والإذاعة والإشهار والانتزنت، بالإضافة إلى إلقاء المحاضرات وعقد الندوات وتعليق المصققات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك³. كما اعترف المشرع لهذه الجمعيات المعتمدة بحقها وسلطانها في مجال تطبيق قانون المنافسة، أو كل ما من شأنه أن يهدد صحة وأمن المستهلك⁴.

ثانيا: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا هاما في متابعة الأسواق ومراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، وكذا مدى مطابقة السلع للجودة، إلا أن المتنبع للقوانين يجد أنه لم يتم منح هذه الجمعيات أية سلطة رقابية

¹ - القانون رقم 31/90 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بتنظيم الجمعيات الجريدة الرسمية العدد 53، (الملغى)، بموجب القانون 06/12 المؤرخ

12 جانفي 2012 ج ر العدد 33

² - القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقع الغش ج ر العدد 15

³ - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000 ص 67.

⁴ - المادة 1/35 من الامر 03/03 المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المتعلق بالمنافسة، السابق ذكره.

كالبحث عن المخالفات، وتفحص المستندات التجارية وأماكن الإنتاج والتخزين والقيام بتحقيقات، وتحرير المحاضر، الأمر الذي جعل التأثير الاجتماعي لهذه الجمعيات يبقى ضعيفا مقابل تدهور القدرة الشرائية للمستهلك نتيجة التلاعبات المستمرة بالأسعار والتي يقع ضحيتها المستهلك¹.

الفرع الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

ويقصد بالتدخل الدفاعي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك، ذلك الإجراء الذي تباشره هذه الجمعيات أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بالمستهلك (أولا)، كما يمكن لها الدفاع عن مصالح المستهلك باللجوء لأسلوب مقاطعة السلع والخدمات بالإضافة إلى القيام بالإشهار المضاد (ثانيا).

أولا: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن مصالحه أمام القضاء

لقد اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بحق الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية من خلال المادة 23 من القانون 03/09 والتي جاء فيها " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

وبالرجوع إلى أحكام القانون المتعلق بالمنافسة، نجد أن المشرع الجزائري قد أعطى لجمعيات حماية المستهلك دورا فعالا، وذلك نظرا لما تقوم به هذه الجمعيات من حملات توعية للدفاع عن مصالح المستهلكين، حيث أدخل ضمن التشكيلة الجديدة لمجلس المنافسة ممثلين عن هذه الجمعيات وأوكل لها مهمة إبراز الآراء وتقديم الاقتراحات التي لها علاقة بالمستهلك، بالإضافة إلى دورها في عمليات التحقيقات التي يجريها مجلس المنافسة في حالة إخطاره بوجود ممارسات غير نزيهة تهدد أمن وسلامة المستهلكين.

ثانيا : الدعوى إلى المقاطعة أو الإشهار المضاد

ويقصد بالمقاطعة دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم وسلامتهم²، حيث تعتبر كنوع من أنواع التوعية والتحميس التي كثيرا ما تلجأ لها جمعيات حماية المستهلكين نظرا لفعاليتها في التأثير على المهنيين وجعلهم يحترمون الحقوق المشروعة للمستهلكين³. ولم يتضمن القانون الجزائري أي نص يمنع أو يجيز المقاطعة، وفي ظل سكوت المشرع الجزائري عن هذا الأمر فالأصل هو مشروعيتها، بشرط عدم التعسف في استعماله وأن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.

¹ - هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والادارية، جامعة سيدي بلعباس، 2005، 224.

² - هامل الهواري، المرجع نفسه، ص 225

³ - السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة دار المعارف، الاسكندرية، ص 160.

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تدافع عن المستهلك عن طريق الدعاية المقابلة أو المضادة، وذلك عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلام مما يؤدي إلى إلحاق أضرار بالغة بالمنتج أو مقدم الخدمة¹.

خاتمة:

في الأخير يمكن القول أن حماية المستهلك تبقى مرهونة بتنظيم المنافسة وضبطها، حيث أن الحرية المنوطة للأعوان الاقتصاديين في إطار معاملاتهم مع المستهلك، لم تضمن حقوق هذا الأخير، فكثيرا ما يكون المستهلك هو المستهدف بالدرجة الأولى من الممارسات غير المشروعة، لذا ندعو المشرع إلى ضرورة اعتماد آليات جديدة لتطوير مهمة الرقابة والتصدي لمختلف الممارسات المنافية للمنافسة والتي يقع ضحيتها المستهلك.

قائمة المراجع:

النصوص القانونية:

- القانون 02/89 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)، الجريدة الرسمية العدد 154.
- القانون رقم 31/90 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بتنظيم الجمعيات الجريدة الرسمية العدد 53 (الملغى)، بموجب القانون 06/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 والمتعلق بالجمعيات ، الجريدة الرسمية العدد 33.
- الامر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية العدد 43.
- القانون 12/08 المؤرخ في 25 جويلية 2008 المعدل والمتمم للأمر 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد رقم 36.
- القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر العدد 15.

المؤلفات:

- السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة دار المعارف، الاسكندرية.
- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن – دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي-، الطبعة الأولى ، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومه للنشر والتوزيع، 2013.

¹ - هامل الهواري، المرجع السابق ، ص 225.

مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ————— المجلد 03 / العدد 02

- حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000 .
- محمد الشريف كنو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 والقانون 02/04، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2010.
- محمود عبد العزيز، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2008.

الرسائل العلمية:

- كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس ، كلية الحقوق، 2009.

المقالات:

- حذري سمير، السلطات الإدارية المستقلة وإشكالية الاستقلالية، مجلة الإدارة ، المجلد 19، العدد 02، 2009.
- هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والادارية، جامعة سيدي بلعباس، 2005.