

محاضرات في قانون المنافسة

المحاضرة رقم 09

- **الفئة المستهدفة:** طلبة السنة الثانية ماستر قانون الأعمال
- **السداسي:** الثالث
- **المعامل:** 01
- **الرصيد:** 01
- **أستاذ المقياس الدكتور:** بركات عماد الدين (أستاذ محاضر / أ)
- **الموسم الجامعي:** 2025-2024

أهداف المحاضرة رقم 09

- التطرق إلى صور ممارسات البيع التمييزي
- تعريف الطالب على جريمة البيع التمييزي والبيع المتلازم
- التعرف على جريمة رفض البيع دون مبرر شرعي

الفرع الثالث: صور جريمة التعسف لوضعية التبعية الاقتصادية

أولاً: جريمة رفض البيع دون مبرر شرعي

نظم المشرع الجزائري نوعين من هذه الممارسة، النوع الأول نستشفه من نص المادة 11 من الأمر 03-03 وهو رفض البيع الصادر من عون اقتصادي مستغل لوضعية التبعية الاقتصادية في مواجهة هون اقتصادي آخر، والذي يعود الاختصاص فيه إلى مجلس المنافسة، أما النوع الثاني فهو منصوص عليه في المادة 15 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهو رفض البيع الصادر في مواجهة الأعوان الاقتصادية وكذا المستهلكين بصفة خاصة.

ويمكننا أن نعرفه بأنه امتناع المؤسسة المتبوعة عن البيع للمؤسسة التابعة لها اقتصادياً، دون مبرر شرعي وبشكل تعسفي، مع غياب الحل البديل للمؤسسة التابعة.

1. تعريف رفض البيع دون مبرر شرعي

يعد رفض البيع ممارسة تجارية غير شرعية، ويمكن أن تشكل تعسفاً في وضعية هيمنة إذا صدر عن مؤسسة مهيمنة على السوق، ومركز متحكم يؤهلانه للتأثير على غيره من التجار، وقد يتم ذلك بتظافر جهود العديد من التجار من خلال اتحادهم.

إذا كان رفض البيع أو رفض التعامل عموماً، بما فيه رفض تأدية الخدمة، لا يمنع بحد ذاته المنافسة، إلا أن دوافع رفض البيع، قد تكون إنفاذ ممارسات أخرى مثل فرض أسعار إعادة البيع أو ترتيبات التوزيع الانتقائي، وتزداد خطورة هذه الممارسة عندما تمارسها مؤسسة محتكرة للمادة الأولية لمنتج معين، حيث تقرض سعراً مرتفعاً جداً، ثم تقوم بالتكامل الرأسي لإنتاج المنتج نفسه وتبيعه بسعر منخفض جداً، فتضطر إلى الخروج من السوق، كما لا يكون بوسع منافسين آخرين الدخول إلى هذه السوق.

2. شروط البيع المحظور

يشترط توفر أربعة شروط لقيام الممارسة المقيدة للمنافية رفض وهي:

أ. أن يكون للطلب صفة غير عادية:

يشترط أن يكون الطلب عادياً أو مألوفاً، ولا يهم هنا الشكل الذي قدم فيه هذا الطلب، ولا تهم صفة الطالب، أكان مستهلكاً أو عوناً اقتصادياً.

يكون للطلب صفة غير عادية أيضاً، إذا ما تم بطريقة غريبة كالطلب الضئيل الكمية، أو بالعكس طلب بكمية كبيرة وغير معقولة، خاصة إذا كان غير مصحوب بتقديم الضمانات الكافية لتسديد ثمن المبيع.

ب. أن يكون الطالب حسن النية

يشترط أيضاً أن يكون الطالب حسن النية، ولا يعتبر كذلك مثلاً، إذا أخل بالتزام سابق يربطه بالبائع، كعدم الوفاء بالثمن في شراء سابق، أو سوء تنفيذ عقد سابق للتوزيع مع عون اقتصادي. يتم الكشف عن سوء النية بالنظر إلى مواقف المشتري السابقة، مثل مخالفته للالتزامات التعاقدية، كعدم دفع ثمن طلبات سابقة أو سوء تنفيذ عقد توزيع سابق، ويجب تقدير سوء نية المتعامل وقت طلب السلعة من الموزع، ويكون الزبون سيئ النية كذلك إذا ما كان يهدف للإضرار بالبائع، كإعادة بيع السلعة بسعر منخفض جداً، وبصفة غير عادية، ففي هذه الحالة نكون بصدد المنافسة غير المشروعة.

ج. انعدام المبرر:

يكمن في انعدام المبرر الشرعي للامتناع، حيث يكون سبب الامتناع غير مبرر قانوناً أو واقعياً عن رفض البائع أو المنتج.

وقد يكون رفض البيع مبرراً ومشروعاً، إذا ما تم تطبيقاً لنص قانوني، وعادة ما تكون هناك نصوص قانونية منظمة لبيع السلع ذات الطبيعة الخاصة، مثلما هو الأمر بالنسبة لبيع المواد الصيدلانية، فلا يمكن فتح مؤسسة لإنتاج المنتجات الصيدلانية وتوزيعها واستغلالها إلا بإتباع إجراءات معينة.

د. الامتناع عن البيع

وذلك برفض عارض السلعة بيعها رغم أنها مهيأة للبيع أو ظاهرة للمستهلك في المكان المخصص لذلك.

3. حالات مشروعية رفض البيع

قد يكون لرفض بيع المنتج أو الخدمة ما يبرره، كما لو كان يتجاوز تلبية طلبه المبيع المقدم إليه، قدرته الإنتاجية بأن لم يكن لديه مخزوناً، أو كان المخزون غير كاف لتلبية طلب عميل جديد، بالتالي فالرفض الذي يشكل تعسف في استغلال وضعيته الهيمنة هو الرفض غير المبرر بأسباب موضوعية وبناء على ذلك، لا يجوز مثلاً للمؤسسة المهيمنة أن تبرر الرفض بقيامها بتغيير سياستها التجارية أو

التوزيعية هذا من جهة، ومن جهة أخرى إذا أمكن الحصول على بديل المنتج أو الخدمة محل الهيمنة من منافس آخر، فلا يعد رفض البيع في هذه الحالة من جانب المؤسسة المسيطرة، تعسفاً في استغلال وضعيتها المهيمنة.

وعليه فعن أهمية حظر المشرع لهذه الممارسة، تكمن في المحافظة على التوازن بين المنتجين والمستهلكين، فقانون حماية المنافسة يهدف إلى تحقيق المصلحة المشروعة للمستهلك الذي يشتري السلعة أو الخدمة من جهة، وبين المحافظة على القوى الدافعة للمؤسسات وتشجيعها على العمل لتحقيق النمو الاقتصادي، وفي إطار المحافظة على هذا التوازن يأتي تجريم رفض البيع، من خلال سياسة تشريعية اقتصادية تهدف إلى تشجيع الاستثمار، وتدعيم البحث والتطوير والقضاء على أو على الأقل محاربة البطالة وفتح أسواق جديدة.

ثانياً: جريمة البيع التمييزي والبيع المتلازم

1. جريمة البيع التمييزي

أ. تعريف البيع التمييزي

يعرف البيع التمييزي بأنه بيع منتجين من حيث الجودة أو الدرجة أو النوع أو الخدمات المتماثلة بأسعار مختلفة من نفس البائع.

المقصود به ذلك البيع الذي تمنح بموجبه المؤسسة الممونة لأحد زبائنهم سواء كان موزعاً، تاجر جملة أو تاجر تجزئة والذي تربطه بها علاقة تجارية، جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات الأخرى بمعنى أن بعض الزبائن وليس كلهم، سوف تطبق عليهم شروط خاصة أو سعر خاص، تختلف عن شروط البيع العامة، هذه المزايا التي يحصل عليها أحد العملاء دون غيره، تجعله في وضعية أفضل مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة الأخرى، وهذا من شأنه أن يحسن مركزه على مستوى السوق.

نكون بصدد معاملة تمييزية عموماً، كلما فرض متعامل اقتصادي على متعامل اقتصادي آخر شروطاً غير عادية، وما على المتضرر إلا بإثبات ما يدعيه، ولمعرفة ما إذا كنا بصدد هذه الوضعية يمكن الاستناد إلى عدة معايير من بينها :

- المقارنة بين معاملة متعاملين اقتصاديين موجودين في الظروف نفسها، في الزمان نفسه والمكان نفسه، أما إذا ما كان المتعاملون في ظروف مختلفة، فالمعاملة التمييزية بين المتعاملين طبيعية، ولن تشكل صورة من صور التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية
- يمكن أن يتعامل الممون مع فئات مختلفة من الموزعين، فقد يتعامل أساساً وبطريقة منتظمة مع شبكة توزيع انتقائية، إضافة إلى موزعين آخرين يتم التعامل معهم بصفة عرفية، فهذا لا يمكن أن نكون نصدد معاملة مماثلة وهذا طبيعي ومشروع، وعليه ما على الضحية إلا إثبات الظروف والعلاقة العقدية لادعاء المعاملة التمييزية .
- يجب ألا تبرر المعاملة التمييزية بمنح امتيازات مقابلة، لكن بالمقابل يجب أن يتعلق بالصفة نفسها وبالعقد نفسه، وليس مرتبطاً بعملية بيع أو شراء سابقة، ويجب أيضاً أن يكون الامتياز الممنوح بقدر الخدمة المقدمة، وبالتالي يجب النظر في الشروط العامة للعقد، والفواتير المقدمة والاتفاقيات المبرمة، فكل هذه العوامل تساعد على معرفة أهمية الامتياز بالنظر إلى الخدمة المقدمة.

ب. صور ممارسات البيع التمييزي

• التمييز في شروط البيع أو الشراء

تعد المؤسسات المتواجدة في نفس السوق في وضعية متماثلة، مما يستوجب خضوعها لنفس شروط البيع أو أساليب الشراء، والتي تكون ناتجة عن العرف التجاري المعمول به في تلك المنطقة دون غيرها، ومنه فإن استفادة إحدى المؤسسات الزبونة من شروط بيع أو أساليب بيع أو شراء تمييزية بعد خرقاً للأعراف التجارية.

وتجد هذه الممارسة تطبيقها خاصة في تلك المعاملة غير المتماثلة التي تتعرض لها شبكات التوزيع التابعة لنفس المؤسسة الممونة، حيث تمنح هذه الأخيرة لبعض المؤسسات الموزعة شروطاً أو أساليب متميزة للبيع أو الشراء، لتكون بذلك قد تعسفت في استغلال وضعية التبعية نتيجة المعاملة التمييزية.

• التمييز السعري

تقوم المعاملات التجارية بين التجار والمتعاملين الاقتصاديين على السعر، هذا الأخير يعتبر عصب المعاملات والركن الأساسي في عقد البيع، فالسعر هو المقابل الذي تدفعه المؤسسة الزبونة إلى

المؤسسة الممونة، لما تزوده هذه الأخيرة من منتجات حيث يشترط أن يكون هذا السعر متماثلاً بالنسبة لكل المؤسسات المتعاقدة مع المؤسسة الممونة، بحيث لا تختص إحداها بسعر مميز دون البقية، مما يجعلها تحتل مكانة أفضل في السوق.

إلا أنه في الواقع نجد أن معظم المؤسسات الممونة تقوم بتخفيض الأسعار وتفضيل بعض زبائنهم عن البعض الآخر، مما يؤدي إلى ظهور التمييز في التعامل بين المؤسسات الزبونة بصورة واضحة، بحيث يتم تخفيض سعر بعض المنتجات لأحد الزبائن دون استفادة باقي المؤسسات من هذا الامتياز، وهذا ما يؤدي إلى نشوء ممارسة تمييزية يجرمها القانون ويعاقب عليها.

• التمييز في أجال التسديد

أسئلة خاصة بالمحاضرة رقم 09

- ما هي معايير اثبات الوضعية التمييزية ؟
- ما هي شروط البيع المحظور؟
- أشرح صورة التمييز في شروط البيع ؟