



جامعة 08 ماي 1945 - قالمة
كلية الحقوق والعلوم السياسية



تخصص: قانون أعمال

قسم العلوم القانونية والإدارية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون

آليات ضمان شفافية الممارسات التجارية في الجزائر -
دراسة على ضوء القانون 02-04

تحت إشراف الدكتورة:

- عيساوي نبيلة

إعداد الطلبة:

1/ بعوط نريمان

2/ عشور ربيعة

تشكيل لجنة المناقشة

الرقم	الأستاذ	الجامعة	الرتبة العلمية	الصفة
1	- د/ بن الشيخ حسين	08 ماي 1945	أستاذ محاضر-ب-	رئيسا
2	- د/ عيساوي نبيلة	08 ماي 1945	أستاذ محاضر -أ-	مشرفا
3	- د/ عرابة منال	08 ماي 1945	أستاذ مساعد -ب-	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ:

﴿يَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِیْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَ الَّذِیْنَ اٰتَوْا الْعِلْمَ دَرَجٰتٍ وَ اللّٰهُ

بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِیْرٌ﴾

سورة المجادلة الآیة [11]

الحمد و الشكر لله الذي أنار لنا درب العلم و المعرفة و على ما رزقنا من فضل و
نعمة و على ما أمدنا به من صبر و قوة لإنجاز هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر و التقدير لأستاذتنا الفاضلة المشرفة "عيساوي نبيلة" على ما
قدمته لنا من جهد و عطاء و توجيه فبرغم انشغالها لم تبخل علينا بنصائحها القيمة
جزاها الله خير الجزاء.

كما نتقدم بالشكر لأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الأستاذ بن الشيخ حسين و
الأستاذة عرابة منال على قبولهم مناقشة هذا العمل المتواضع.

كما نشكر كل أساتذتنا الكرام بكلية الحقوق و العلوم السياسية بجامعة 8 ماي
1945 قالمة على كل ما قدموه لنا و كل أعوان المكتبة.



إلى من أحمل إسمه بكل فخر، لمن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار،

إلى الذي يحثني على التعلم دوماً، سندي في الحياة أبي الغالي **"عبد السلام"** حفظك الله وامتلك بالصحة والعافية.

إلى جنة الله في الأرض، قرّة عيني، ملجأ، القلب الحنون، من كان دعائها سبب توفيقتي، حبيبة قلبي **"أمي"** شفاك الله وأطال بعمرک.

إلى فرساني الثلاثة، من حبهم يجري في عروقي ويفرح بذكرهم فؤادي، عزوتي في الحياة رزقت بهم سنداً، إلى إخوتي: **فؤاد، علي، عبد الرحمن**، حفظهم الله و سدد خطاهم.

إلى من تحمل قلباً نقياً وروحاً طيبة إلى **أختي**.

إلى نبع الفرح في بيتنا: **مريم، بشرى، محمد أمين**.

لصديقتي الغالية، صديقة الأيام والأوقات الحلوة والمرّة.

إلى كل الأصدقاء والزملاء.

نريمان





لى روح والديا الطاهرة و التي لا تفارقتي أبدا... في كل خطوة أخطوها...
إلى أمي و أبي سر وجودي وقوتي وصلابتي ونجاحي و إستمراري...
إلى عائلتي... إخوتي و أخواتي،
مصدر التشجيع...

إلى الأستاذة الفاضلة و المشرفة على إنتاج هذا العمل المتواضع "الدكتورة نبيلة
عيساوي"

مصدر التوجيه و النصح و الدعم و التشجيع و التقويم

أهدي هذا العمل المتواضع...

ريسة



مقدمة



تعد الشفافية عامل استقرار قوي للدولة، يرسم مفاهيم التقدم الحضارية سياسيا و إداريا و قانونيا، فهي حق من حقوق المواطن اتجاه الدولة، وواجبا من واجبات السلطة و الإدارة اتجاه المواطنين للإطلاع على سير إدارة شؤون المجتمع في كافة النواحي و المجالات¹، نص عليها دستور الجزائر لسنة 2020 وذلك في الباب الرابع منه المعنون ب"مؤسسات الرقابة"، حيث جاء بالسلطة العليا للشفافية وهو ما تناولته المادتين 204، 205 من الدستور.²

إن الشفافية من أهم العوامل التي ترصد لمواجهة السلبيات المحتملة لإقتصاد السوق، فهي تتمثل في المعرفة الكاملة بكل الظروف السائدة في السوق، مما يترتب عليه مقدرة كل شخص سواء كان مشتر أم بائع على معرفة الأثمان التي تعرض بها السلع للبيع أو تطلب عندها للشراء في تلك الأسواق، ويقتررب مفهومها هذا إلى الشفافية الاقتصادية التي تعني توفير مجموعة من المعلومات الأساسية في كل وقت للزبون بخصوص الأسعار، كمية ونوعية السلع و الخدمات، و كذا شروط البيع أو تأدية الخدمة، بحيث يكون قرار الزبون نتيجة مباشرة لاطلاعه عليها، و غيابها يحدث إختلال التوازن في السوق. و بالتالي فإن مبدأ الشفافية هو الكشف عن المعلومة و جعلها متوفرة في يد كل ذي مصلحة.

وقد كرس القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³ المعدل بموجب القانون رقم 10-06⁴ شفافية الممارسات التجارية وذلك في الباب الثاني منه، حيث أقر آليات و ضوابط قانونية تهدف لضمانها، وذلك من خلال تنظيم العلاقات التجارية بين العون الاقتصادي و المستهلك، و بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم.

ولتحديد هذه الآليات الضامنة لشفافية الممارسات التجارية، فإن المشرع قد فرض جملة من الإلتزامات على العون الاقتصادي، و التي تتمثل في الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع حسب ما

¹ - لميز أمينة، مبدأ الشفافية كآلية لدعم الأمن القانوني في مجال الصفقات العمومية على ضوء المرسوم الرئاسي 15-247، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 11، العدد 01، 2023، ص465.

² - المرسوم الرئاسي رقم 20-442، مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية عدد 82، الصادرة في 30 ديسمبر 2020.

³ - قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد41، الصادرة ب27 يونيو 2004.

⁴ - قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46، الصادرة ب18 غشت 2010، المعدل و المتمم للقانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

جاء في الفصل الأول من الباب الثاني من القانون 04-02، وكذا الإلتزام بالفوترة وهو ما جاء في الفصل الثاني، كما فرض المشرع عقوبات على العون الاقتصادي حال مخالفته للإلتزامات.

• أهمية الدراسة

إن دراسة موضوع آليات ضمان شفافية الممارسات التجارية يكتسي أهمية كبيرة من خلال:

الأهمية العلمية: إبراز ماهية هذه الآليات و تحديد الأشخاص المعنيين بها، وكذا تحديد الإلتزامات الملقاة على العون الاقتصادي في علاقاته، سواء مع عون اقتصادي آخر أو مع المستهلك.

الأهمية العملية: تتمثل في حماية المستهلك كونه الطرف الضعيف في المخالفات المرتكبة من قبل العون الاقتصادي و الماسة بشفافية الممارسات التجارية.

• أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن أسباب اختيارنا هذا الموضوع يعود لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

1- الأسباب الذاتية:

- أن موضوع الدراسة يدخل ضمن تخصصنا كطلبة في قانون الأعمال.
- الرغبة في البحث في موضوع من المواضيع المتعلقة بالممارسات التجارية، و كذا ميولنا للقانون التجاري.
- توسيع المعارف ومعرفة الحقوق المخولة لنا بصفتنا مستهلكين.
- الرغبة في تكملة الدراسات العليا في مجال الممارسات التجارية.

2- الأسباب الموضوعية:

تتمثل الأسباب الموضوعية لإختيارنا موضوع الدراسة فيما يلي:

- شفافية الممارسات التجارية تعتبر من الأوليات التي لا بد من تحقيقها، وحتى يتم ذلك يجب على العون الاقتصادي الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع و التزامه بالفوترة مما يؤدي إلى تنوير إرادة الفرد، و بالتالي تسليط الضوء على القانون المنظم لعلاقة العون الاقتصادي مع المستهلكين، و تحديد الجزاءات المترتبة عن مخالفته لهذه الإلتزامات.
- إضافة مرجع لمكتبة الكلية يعتمد عليه الطلبة في إنجاز البحوث و المذكرات.

- مساعدة فئة المستهلكين في معرفة الحقوق المخولة لهم.

• أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- توضيح الإلتزامات و الحقوق المقررة للعون الاقتصادي و المستهلك اتجاه بعضهم في إطار القانون 02-04 المعدل و المتمم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ومعرفة مدى تمكن المشرع من ضمان شفافية الممارسات التجارية.
- التعرف على مضمون الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، وكذا مضمون الإلتزام بالفوترة التي وضعها المشرع لتكريس الشفافية في المعاملات التجارية.
- إبراز الأحكام الإجرائية المتعلقة بمعاينة المخالفات و متابعتها، وكذا إبراز العقوبات المقررة عند مخالفة الإلتزامات.

• الدراسات السابقة

لقد سبق و تم تسليط الضوء على بعض جوانب هذه الدراسة و جزئياتها، فنجد:

- بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018-2019.
- خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016.
- مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة.

• صعوبات الدراسة

من الصعوبات التي واجهتنا خلال إنجاز هذا البحث ما يلي:

- قلة الكتب المتخصصة التي تتكلم عن موضوع الدراسة بصفة مباشرة و الذي استغرق منا وقتا و جهدا للبحث عنها.
- ضيق الوقت.
- الإشكالية:

تعد الشفافية المعرفة الكاملة لكل ما هو محيط في السوق من ظروف و بكل ما له تأثير مباشر أو غير مباشر على أداء العون الاقتصادي و مقدرة المستهلك من أمان و ثقة، ولتحقيق هذه الغايات و لحماية أطراف الممارسات التجارية كرس لها المشرع آليات لضمانها و تحقيقها، و بالتالي تحقيق ممارسة نشاط تجاري حر يحمي السوق و المستهلك. بناء على ذلك ارتأينا لطرح الإشكالية التالية:

ما مدى فعالية الآليات المكرسة في القانون 04-02 المعدل والمتمم لضمان شفافية الممارسات التجارية بما يكفل حماية حقوق المستهلك و المتعامل الاقتصادي؟

إن الإجابة على هذه الإشكالية يستوجب الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف يتم تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات؟
- ما هي الشروط الواجب توفرها لتحرير الفاتورة؟
- ما هي العقوبات المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية؟
- منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية اعتمدنا على المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي من خلال إعطاء وصف شامل للموضوع حيث تم توضيح بعض المفاهيم و التعاريف.

• خطة الدراسة:

لدراسة موضوع البحث قمنا بتقسيمه إلى فصلين، تضمن الفصل الأول الإلتزام بالإعلام و الفاتورة لضمان شفافية الممارسات التجارية، والذي قسم بدوره إلى ثلاثة مباحث، حيث تناولنا في المبحث الأول الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات، بينما تناولنا في المبحث الثاني الإلتزام بالإعلام بشروط البيع، أما المبحث الثالث فتطرقتنا فيه إلى الإلتزام بالفاتورة كآلية لضمان شفافية الممارسات التجارية.

أما الفصل الثاني المخصص للتصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية فقد قسمناه إلى مبحثين، تناول في المبحث الأول معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، بينما تناولنا في المبحث الثاني العقوبات المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية.

الفصل الأول:

الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية

الممارسات التجارية



الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

تعد الممارسات التجارية كل الأفعال الإيجابية والسلبية التي يقدم عليها العون الاقتصادي، يهدف من خلالها إلى تحقيق أهداف اقتصادية تكون تجارية ويكون الغرض الأساسي تحقيق الربح عن طريق ترويج للمنتوجات لرفع حجم مبيعاته ورفع رقم أعماله عن طريق جلب أكبر عدد من المستهلكين بالترغيب أو الإلجار من أجل التعاقد،¹ كما تعد الممارسات التجارية عملا من الأعمال التجارية بالتبعية وفقا لما جاء في نص المادة 04 من القانون التجاري.²

هذا ولقد حرص المشرع الجزائري حرص على إيجاد العديد من الآليات القانونية التي تضبطها وتنظمها، منها الشفافية والتي تعد أحد الدعائم الأساسية حيث نص عليها وخصها بالباب الثاني من القانون 02-04 السالف الذكر.

ولضمان شفافية الممارسات التجارية لآبد للعون الاقتصادي الإلتزام بمجموعة من الإلتزامات والضوابط التي تقع على عاتقه في مواجهة زبونه الذي قد يكون مستهلكا أو عونا اقتصاديا بغية تنظيم العلاقة بينهم. ولمعرفة هذه الإلتزامات الضامنة لشفافية الممارسات التجارية، سنتطرق للإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (وفقا للمبحث الأول)، أما المبحث الثاني سنتناول الإلتزام بالإعلام بشروط البيع، بالإضافة إلى الإلتزام بالفوترة كآلية لضمان شفافية الممارسات التجارية في مبحث ثالث.

المبحث الأول: الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يُعد الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق البائع، وهو ما أقره المشرع الجزائري وفقا للقانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث خصه بالفصل الأول تحت عنوان الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع وذلك من الباب الثاني من القانون السالف ذكره.

¹ نصر الله خيرة، الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2021، 2022، ص07.

² أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد 101، الصادرة ب19 ديسمبر 1975، المعدل و المتمم.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ولتوضيح هذا الإلتزام سنتطرق إلى مفهوم الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وفقا للمطلب الأول، وتنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

إن الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات نجد أساسه بالمادة الرابعة (04) من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تنص: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات...".¹

انطلاقا من نص المادة يستلزم علينا القيام بتقديم تعريف الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وتمييزه عن بعض المصطلحات المتشابهة وهو ما سنتطرق له في الفرع الأول، وكذلك إبراز خصائصه وفق فرع ثاني، أما في الفرع الثالث نتطرق إلى نطاقه.

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وتمييزه عن بعض المصطلحات المتشابهة

يعد القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار² أول القوانين التي نظمت الإشهار بالأسعار، وهو ما جاء في المادة 29 من الباب الرابع المعنون ب "القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية"، وقد تم إلغاء هذا القانون بموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة،³ و الذي جاء في المادة 53 منه بأن إشهار الأسعار إجباري⁴، كما ألغي الأمر 95-06 بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة،⁵ مع الإبقاء على العمل بصفة انتقالية بأحكام الأبواب الرابع و الخامس و السادس منه، و بهذا أخرج المشرع الأحكام المتعلقة بالأسعار و إشهارها من النصوص المتعلقة بالمنافسة بغرض إفرادها بنص خاص، أين صدر القانون رقم

¹ قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

² القانون 89-12 المؤرخ في 5 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار، ج ر ع 29 الصادر في 19/07/1989 (ملغى).

³ الأمر 95-06 المؤرخ في 25 يناير (جانفي) 1995 المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 9 الصادرة في 22 فيفري 1995 (ملغى).

⁴ بالرجوع لنص المادة 53 من الأمر 95-06 الملغى، يلاحظ أن المشرع استعمل مصطلح الإشهار La publicité في حين أن المادة 04 من القانون 04-02 تضمنت مصطلح الإعلام L'information، كما تم استبدال مصطلح إجباري في المادة 53 من الأمر 95-06 بالمصطلح وجوبا في نص المادة 04 من الق 04-02.

⁵ الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003- المتعلق بالمنافسة المعدل بموجب القانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر ع 36 الصادرة بتاريخ 02 يوليو 2008.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

02-04 الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول المعنون ب: "الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع" من الباب الثاني تحت عنوان: "شفافية الممارسات التجارية"، و ذلك في المواد: 4، 5، 6 و 1.7

من خلال ما تم التطرق إليه سيتم تعريف الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (أولاً) ثم تمييزه عن بعض المصطلحات (ثانياً):

أولاً: تعريف الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

إن الإعلام لغة من الفعل أعلم، يعلم، إعلاماً أي أخبره به، جعله يعرفه: "أعلمته بما حدث".² أما اصطلاحاً فهو نشر وإيصال المعلومات والرسائل والمستجدات بوسائل مختلفة (شفهية، كتابية، بيانية، إشارائية) بهدف الأخبار والتعليم والتنقيف والتسليّة.³

كما يعرف بأنه: العملية التي يتم من خلالها نشر الأخبار والمعلومات والأفكار والمواقف في نطاق ضيق أو واسع باتجاه جمهور محدد سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها من خلال استعمال وسائل اتصال مناسبة، وذلك لتحقيق هدف معين يتعلق باتخاذ القرار، أو ترشيد الرأي العام، أو تصحيح مواقف معينة.⁴

¹ مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، ص12.

² المعجم العربي الأساسي (للناطقين بالعربية ومتعلميها) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د. ب ن، د ط، 1989، ص860.

³ أحمد سيفان: قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية (عربي، إنجليزي، فرنسي)، مكتبة لبنان، ناشرون، دط، 2004.

⁴ ناصر قسيمي، مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر، د س ن، ص42.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ولم يعرف القانون العضوي رقم 23-14 المتعلق بالإعلام المقصود بالإعلام وإنما عرف النشاط الإعلامي في المادة 02 بأنه: كل نشر للأخبار والصور والآراء وكل بث لأحداث ورسائل وأفكار ومعارف ومعلومات عن طريق أي دعامة مكتوبة أو إلكترونية أو سمعية بصرية موجه للجمهور أو لفئة منه.¹

وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المتعلق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والذي هو موضوع دراستنا، يتضح بأن المشرع اكتفى بالإشارة إلى وجوب الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وهو ما جاء وفقا للمادة الرابعة (04) منه، حيث يفهم منها أن البائع يتولى وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات.

والملاحظ أن عبارة "الزبائن" جاءت عامة، وهو ما يدل على أن المشرع الجزائري لم يفرق بين إذا كان الزبون هو المستهلك النهائي أو العون الاقتصادي، لأن كل منهما يعتبر مستهلكا في علاقته مع البائع، وهو يحتاج إلى الحماية القانونية.²

والإعلام بالأسعار يعتبر شرط ضروري لشفافية السوق وكذا لحرية اللعبة التنافسية رغم صعوبة تنظيمه³، حيث يحمي المستهلك من الممارسات التمييزية التي يمارسها الأعوان الاقتصاديون، فعدم إعلام أو إشهار الأسعار يجعل العون الاقتصادي يعرض أسعار تختلف باختلاف فئات المستهلكين⁴، لذا أوجب المشرع على البائع أن يقوم بإعلام المستهلك بالأسعار وهو ما جاء في المادة 05 من القانون 04-02.

ولأجل الإلمام بتعريف شامل للإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، لابد من التطرق أيضا إلى وضع تعريف لكل من الأسعار والتعريفات.

¹ القانون العضوي رقم 23-14 المؤرخ في 27 غشت 2023، يتعلق بالإعلام، ج ر ع 56، الصادرة في: 29 غشت 2023.

² ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 51، العدد 02، 2014، ص172.

³ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص57.

⁴ هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2013-2014، ص31.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

فالسعر لغة: من الفعل سَعَرَ، يسعر وتسعيرًا، فيقال سَعَرَ الشيء بمعنى قدر له أو عين له سعرًا وثمنًا.¹ أما فقها، له عدة تعاريف فهناك من عرّفه بأنه: "القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع والخدمات، والتي يتم التعبير عنها بعدد معين من وحدات النقود، ويتحدد السعر في نظام السوق الحرة طبقا لقواعد العرض والطلب، إذن فالسعر هو مبلغ من المال يمثل قيمة السلعة أو الخدمة، لذا يعد من العناصر الجوهرية التي تقوم عليها المعاملات التجارية"،² كما عرّف بأنه المقابل النقدي الذي يدفعه المستهلك للعون الاقتصادي مقابل ما اقتناه من سلع في إطار عقد الاستهلاك.³

إذن فإعلام المستهلك بالأسعار هو التزم يقع على عاتق البائع الذي يقوم بعرض السلع والخدمات بأي وسيلة فنية من وسائل الاتصال عن بعد، وينبغي أن يوضع السعر بطريقة محددة ودقيقة يسهل إثباتها قبل إبرام العقد ويطرق عديدة.⁴

أما التعريفات فهي قائمة أسعار أو بيان بضائع أو أعمال التي يجب تنفيذها مع إدراج الثمن لكل سلعة أو خدمة مراد شرائها سواء من طرف المؤسسات العامة أو الخاصة، وهي عدة أنواع: كالتعريفات الجمركية، الرسم على القيمة المضافة...⁵

ثانيا: تمييز الإلتزام بالإعلام عن بعض المصطلحات المشابهة

لمصطلح الإعلام العديد من المصطلحات المشابهة له، ولعل أقربهم هم الاشهار والترويج وهو ما سنوضحه في الآتي:

¹ معجم منجد الطلاب، الطبعة الخامسة والأربعون، دار المشرق، بيروت، 1997، ص318.

² بن سالم المختار، الإلتزام بالإعلام كألية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017-2018، ص193.

³ عادل عميرات، التزم العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الشهيد محمد لخضر، العدد 13، 2016، ص242.

⁴ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص360.

⁵ شاطر يسرى، بزينة مروى، الموازنة بين حماية المستهلك وحماية المنافسة في ظل قانون الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجليلي بونعامة، خميس مليانة، 2021، 2022، ص09.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

1- تمييز الإعلام عن الإشهار:

إن الإعلام مصطلح أوسع من مصطلح الإشهار، فالإشهار يُعد وسيلة لتجسيد الإعلام.¹ ويُعرف الإعلام بأنه: نشر للحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة والوعي السياسي والاجتماعي،² أما الإشهار فهو الشهرة التي تنتج من خلال استخدام طرق الإعلام، سواء المرئية أو المكتوبة، أو المسموعة، والتي تساهم في جذب اهتمام الجمهور.³

وعرف المشرع الجزائري الإشهار وفقا للمادة 02 الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية"⁴، كما عرفه في الفقرة الثالثة من المادة الثالثة من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.⁵

وبالتالي فالفرق بين الإعلام والإشهار يكمن في الهدف المرجو، إذ أن الإعلام يهدف إلى توصيل المعلومات الصحيحة للجمهور وليس الترويج للسلع والخدمات، فهو أكثر موضوعية من الإشهار الذي

¹ بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص74.

² سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه LMD في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، باتنة، 2016، 2017، ص42.

³ فريجة محمد هشام، شروط الرسالة الإشهارية وعوامل التسويق الصادق، دراسة في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ملتقى وطني، الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وأثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، يوم 5 ديسمبر 2018، ص4.

⁴ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 5 صادرة ب 31 يناير 1990، المعدل والمتمم بموجب مرسوم تنفيذي 01-315.

⁵ تنص المادة الثالثة الفقرة الثالثة من القانون 04-02 على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

يهدف لتحقيق الربح من خلال الترويج، فهو يعتمد على الجانب التأثيري للإقبال على ما رُوِّج له من منتوجات.

بالرغم من الفرق الواضح بين كل من الإعلام والإشهار إلا أن الإعلام يتضمن العديد من العناصر الأساسية والتي يعتبر الإشهار من بينها، وبالتالي فالإعلام أوسع نطاقاً من الإشهار.¹

مما سبق ذكره، يتضح بأن الإشهار يتم التركيز فيه على الجانب الإيجابي للمنتوج بغية في جلب المستهلك دون التطرق للجانب السلبي، والذي يؤدي بالزبون للوقوع في غبن من قبل المهني المحترف، في حين أن الإعلام أكثر موضوعية إذ يقوم بتتوير المستهلك بكل المعلومات والحقائق حول المنتوج وتصحيح الأفكار قصداً في تحقيق المعرفة ورفع الوعي.²

2- تمييز الإعلام عن الترويج:

يعد الترويج أحد عناصر المزيج التسويقي، حيث عُرِفَ على أنه: النشاط الذي يتم ضمن إطار أي جهد تسويقي وبنطوي عملية اتصال إقناعي.

كما يعرف بأنه الجهد المبذول من البائع لإقناع الزبون بقبول المعلومات حول المنتج وحفظها في ذهنه بصورة أكثر تحديداً بعد اتخاذه لقرار الشراء.³

¹ راشي وهيبية، الحماية الوقائية للمستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2020-2021، ص10، 11.

² بواهي نعيمة، غبيش جميلة، شفافية الممارسات التجارية، مذكرة نهاية الدراسة للحصول على شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2019-2020، ص12.

³ بوزاوي نور الدين، بن عريوة أسماء، دور المزيج الترويجي في ترقية السياحة الحموية-دراسة حالة المركب المعدني حمام الشلالة-قالمة-، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص: تقنيات البيع والعلاقة مع الزبون، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016-2017، ص29.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

من خلال التعاريف السابقة يتضح بأن الترويج مختلف عن الإعلام كونه لا يتسم بالموضوعية، وإنما هدفه استمالة المستهلك وحثه على الشراء¹، وذلك من خلال تغيير الميول والاتجاهات والرغبات الاستهلاكية حول السلع والخدمات.²

والملاحظ أن الترويج والإشهار يتفان أكثر من حيث المضمون والهدف، غير أنهما يختلفان في شيء واحد وهو كون الترويج محدد زمانيا ومكانيا في حين أن الإشهار ليس كذلك.³

الفرع الثاني: خصائص الإلتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

إن الهدف من الإلتزام بالإعلام عن الأسعار هو أن يتم إعلام المستهلك بأسعار السلع والخدمات، حتى لا يلجأ لكل بائع من أجل تبيان أو إظهار السعر لما في ذلك من مشقة وعناء، وبالتالي يقع على عاتق البائع وضع الأسعار بطريقة واضحة لا لبس فيها ولا غموض، مما يسهل على المستهلك معرفة السعر بمجرد الاطلاع عليه دون أن يعزز ذلك بطلب من البائع.⁴

وبالرجوع للمواد 4، 5، 6 و 7 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نستنتج بعض الخصائص المتعلقة بالإعلام بالأسعار والتعريفات، وهو ما سنوضحه في الآتي:

أولاً: الإلزامية

إن خاصية الإلزام من بين أهم الخصائص المميزة للقواعد القانونية عن غيرها من قواعد السلوك الأخرى، ذلك أن الإلزام في القواعد القانونية يترتب عليه جزاءات توقعها السلطة العامة حين ثبوت المخالفة.

جاء في نص المادة 04 من القانون 04-02 سالف الذكر أنه: "يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات..."، وجاء في المادة 7 الفقرة الأولى من القانون نفسه: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها...".

¹ بوعولي نصيرة، مرجع سابق، ص 74.

² بوزاوي نور الدين، بن عريوة أسماء، المرجع نفسه، ص 31.

³ بوعولي نصيرة، المرجع نفسه، ص 75.

⁴ سليمان نعيمة، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون، المجلد 05، العدد 05، المركز الجامعي أحمد زبانة، غليزان، 2016، ص 280، 281.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

من خلال هاتين المادتين نستنتج أن الإلتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات هو التزم إجباري، إذ أنه مفروض بقوة القانون على العون الاقتصادي مهما كانت صفته منتجا أو تاجر أو مقدم خدمة أو بائع جملة أو بائع بالتجزئة، وهو التزم مقرر لصالح المشتري أو طالب الخدمة، بحيث أن البائع يلتزم بتقديم كل المعلومات الخاصة بالأسعار والتعريفات، ولا يجوز له الاتفاق على مخالفته تحت طائلة العقوبة.

وقد فرق المشرع الجزائري في إلزامية الإعلام بالأسعار والتعريفات، بحيث عندما تكون العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك تثبت له دون اقترانها بطلب، وهو ما جاء في نص المادة 04 من القانون 04-02،¹ في حين ربطت إلزامية الإعلام بالأسعار والتعريفات في علاقة عون اقتصادي بعون اقتصادي آخر بشرط المطالبة بها من قبل هذا الأخير، وهو ما نصت عليه المادة 07 من القانون 04-02 السالف الذكر² وفي حالة المطالبة لا يمكنه التهرب من التزمه بالإعلام.³

ثانيا: العمومية

إن الإلتزام بالإعلام ينصف بالعمومية، كونه التزم سابق على إبرام جميع العقود، أي أنه ليس التزم خاص بعقد معين، ولا يعني أن له الأهمية ذاتها في كل العقود، إنما قد يكون في عقد ما أكثر أهمية من عقد آخر، والأمر يتعلق خاصة بالعقود الواردة على المنتجات، التي تتسم بتعقيدات أكثر في تركيبها أو خطورة استعمالها، فالإلتزام بالإعلام في مجال الأدوية مثلا يكون أكثر أهمية من بعض المنتجات الأخرى.⁴ وكما سبق وأن أشرنا أن المشرع ربط في نص المادة 07 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية بين هذا الحق وضرورة المطالبة به من طرف الأعوان الاقتصاديين.

في حين لم يشترط هذا الشرط للمستهلكين، والسبب راجع كما يقدره البعض على أن المستهلك غالبا ما يكون على غير علم أي جاهلا بواقع السوق، وهو ما يجعله عرضة لأسعار مبالغ فيها، في حين أن العون

¹ المادة 04 من القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² المادة 07 من القانون نفسه.

³ سلمى بقر، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر (السداسي الثالث)، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2020-2021، ص14، 15.

⁴ عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، دراسة القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، 2016، ص81.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

الاقتصادي يعتبر شخص محترف يفترض فيه العلم بواقع السوق وتقدير مدى معقولية السعر ومن ثمة يصعب خداعه.

وعمومية الإلتزام بالإعلام معناها أن يكون موجها لكافة الجمهور.¹

فالمشرع من خلال قانون الممارسات التجارية خص المستهلك بأن تكون الأسعار معلنة عنها للجميع على الرفوف أو واجهات المحلات، تجنباً للغموض وكذلك تجنب عناء السؤال عن سعر كل سلعة ومعرفة القيمة الحقيقية للسلعة وبالتالي له حرية الإقدام على طلب الخدمة أو السلعة مع إبرام العقد من عدمه.

فالهدف من عمومية الإعلام هو منع البائع من أي استغلال يمارسه بتطبيقه لأسعار تمييزية خاصة للمستهلكين الأجانب أو الزبائن غير المعتادين،² كما يسمح للسلطة الإدارية المختصة بمراقبة مدى تطبيق القواعد المتعلقة بالمنافسة والأسعار بوصفها جزءاً هاماً من النظام العام الاقتصادي.³

ثالثاً: الوضوح

إن غرض الأسعار والتعريفات من قبل العون الاقتصادي لا بد أن يكون بطريقة واضحة لا لبس فيها، ذلك حتى يتمكن المستهلك من إدراكها وعلى العون الاقتصادي أن يكون واضح في أسلوبه، بحيث يتخلى عن الأسلوب المعقد الذي يعجز غير المتخصصين في فهم معانيه وإدراك مضامينه وباللغة التي يفهمها المستهلك.⁴

وبالرجوع للمادة 05 الفقرة الثانية من القانون 04-02 نجدها تنص على أن: "يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة"، بالتالي عنصر الوضوح يثير مسألة اللغة المستعملة، وطريقة الكتابة والعملية المتداولة وكذلك المبلغ الواجب دفعه.

¹ سليمان نعيمة، مرجع سابق، ص 281.

² حساب يمينية، أحمد بوفاتح، الإلتزام بالإعلام حماية لرضا المستهلك على ضوء القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد الثاني، مخبر الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي، الأغواط، 2022، ص 1169.

³ سليمان نعيمة، المرجع نفسه، ص 289.

⁴ بواهي نعيمة، غبيش جميلة، مرجع سابق، ص 15.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

فباللغة لها دور مهم في تحقيق الغرض من الإعلام بالأسعار، إذ أنه لا معنى للإعلام إذا تم بلغة لا يفهمها جمهور المستهلكين، ومن هنا فرض المشرع أن يتم الأعلام بالأسعار باللغة التي يدركها عموم المستهلكين الجزائريين ألا وهي اللغة العربية.

وبالرجوع للمادة 07 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار نجدتها تنص على: "تحرر المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات التي ينص عليها هذا المرسوم، طبقاً للأحكام التشريعية السارية المفعول باللغة العربية...".¹

و هذا النص ينسجم مع ما ذهب إليه المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على ما يلي: "يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة الاستخدام و دليل الاستعمال و شروط ضمان المنتج و كل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساس، و على سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، و بطريقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها"²، و هو ما أكدته المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.³

هذا ولم يكتف المشرع بالنص على ضرورة أن يتم الإلتزام بالإعلام عن الأسعار باللغة العربية، بل نص أيضا على ضرورة أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة وهو ما أوجبه الفقرة الثانية من المادة 05 من القانون 04-02، ولم يحدد المشرع أحجاما معينة للحروف والأرقام التي تكتب بها، ولكن وضع معيارا يتمثل في قابلية الإعلام للرؤية والقراءة قوامه مقدرة الرجل العادي، أي ما يستطيع عموم الناس رؤيته وقراءته وتقدير مدى وضوحه ومقروئيته.⁴

¹ مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 7 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاطات أو بعض السلع والخدمات المعينة، ج ر ع 10 صادرة في 11 فبراير 2009.

² القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر ع 15 صادرة ب 8 مارس 2009 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18-09، جريدة رسمية العدد 35، الصادرة ب 13 يونيو 2018.

³ مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ع 58، صادرة ب 18 نوفمبر 2013.

⁴ سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، مجلد 08، عدد 01، 2022، ص 783.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

أما العملة، فهي الورقة النقدية أو المعدنية المتداولة والمقبولة في البلد لتبادل السلع والخدمات. والعملة شأنها شأن اللغة تعتبر مظهرا من مظاهر السيادة، لذلك فكل البلدان تحرص على فرض التعامل بعملتها الوطنية.

وعليه فعلى الرغم من أن القانون 04-02 لم يصرح بذلك، فإن العون الاقتصادي ملزم بأن يحدد السعر محل الإعلام بالعملة الوطنية، تحت طائلة العقوبات المقررة في المادتين 451 و452 من قانون العقوبات الجزائري.¹

أما المبلغ الواجب دفعه، فانطلاقا من المادة 05 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية² فإنه يجب أن يتضمن السعر محل الإعلام المبلغ الإجمالي الواجب دفعه وهو المبلغ الكلي مع جميع الرسوم، فإذا قام البائع مثلا بإعلان سعر معين فيفترض أنه متضمن لجميع الرسوم، ولا يمكنه أن يفرض على المستهلك دفع مبالغ أخرى بدعوى أنها رسوم.³

رابعا: الطبيعة الوقائية والحمائية

إن الإلتزام بالإعلام يتميز بخاصية الوقائية، والتي تتمثل في العمل على حماية العقود في المستقبل من مقومات الانهيار ودواعي الإبطال، إذ أن أداء المدين لالتزامه بالإعلام يؤدي إلى تنوير رضا الطرف الآخر⁴، وذلك عند تقديم المعلومات الكافية والبيانات اللازمة حول محل العقد للدائن، مما يجعله يبرم العقد دون الحاجة إلى طلب إبطاله لاحقا، وهذا ما أدى بجانب من الفقه بالقول إن هذا الإلتزام يعد تطبيق لمبدأ الوقاية خير من العلاج.⁵

¹ - سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، المرجع السابق، ص783.

² - مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، مرجع سابق.

³ - سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، المرجع نفسه، ص784.

⁴ - أحمد بومدين، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مجلة العلوم القانونية، عدد 1، الجزائر، 2010، ص168.

⁵ - بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، 2017-2018، ص342، 343.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

إذا فالهدف من تقرير الإلتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات هو حماية المستهلك، كونه الطرف الضعيف في العلاقة العقدية، لجهله للمعلومات الفنية والتقنية الخاصة بالمنتجات مما يضمن أمنه وسلامته. كما يعمل هذا الإلتزام على حماية العقود من الإبطال والتقليل من اللجوء إلى الفسخ جراء الوقوع في غلط أو تدليس.¹

الفرع الثالث: نطاق الإلتزام بالإعلام

يعد تطرقنا لمفهوم الإلتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات، وكذلك إبراز الخصائص المميزة له، يستلزم علينا تحديد نطاق الإلتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات من حيث الأشخاص (أولاً)، ومن حيث النشاط (ثانياً).

أولاً: من حيث الأشخاص

سبق وأن تطرقنا للمادة 04 من القانون 02-04 بأن البائع يتولى وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وكذلك تنص المادة 07 من نفس القانون على أنه: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين...".

يتضح من خلال هاتين الماديتين أن هذا الإلتزام جاء بموجب نص أمر، وهو ما يستشف من مصطلح وجوباً، الذي يفيد الإلزام، إذ أن المعني به غير مخير بالإعلام وإنما يجب عليه ذلك.

فمن خلال المادتين السالفة الذكر، يفهم بأن المعني بهذا الإلتزام هو البائع، إلا أنه بالرجوع للمادة 03 من القانون 02/04 نصطدم بتعريف العون الاقتصادي وهو المصطلح المعتمد من المشرع في إطار القانون السالف الذكر، والذي عرفه بأنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أياً كانت صفته القانونية...".²

¹ سلمى بقار، مرجع سابق، ص15.

² مصطلح العون الاقتصادي أجمل و أدق من مصطلح البائع كون هذا الأخير يفلت من مقدم الخدمات لمزيد من التفصيل أنظر المادتين 03 و 09 من القانون 02-04.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وقد عوّض المرسوم التنفيذي رقم 306/06 هذا النقص من خلال المادة 04 منه التي تنص: "يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة وبالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه".¹

من جهة أخرى عبر المشرع الجزائري عن الطرف الآخر حسب نصي المادة 4 و7 بالزبون، فهو مصطلح عام يندرج ضمنه كل من المستهلك.²

إذا فمضمون الدراسة يدور حول الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك، وهو ما يفرض القيام بتعريفهم: حيث نصت المادة 03 من القانون 02/04 على تعريف العون الاقتصادي بأنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

من خلال نص المادة يتضح بأن الأشخاص المعنويين بأحكام هذا القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم هم:

1- المنتج:

عرفه المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ وفقا للمادة الأولى منه بأنه: "كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل مزارع أو صانع أو ماهر أو صناعي".³

¹ مرسوم تنفيذي رقم 306-06 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر ع 56 صادرة ب 11 سبتمبر 2006، معدل بموجب مرسوم تنفيذي رقم 44-08 ممضي في 3 فبراير 2008، ج ر ع 7 صادرة ب 10 فبراير 2008.

² بوعجاجة منال، الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين: دراسة في نصوص القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة لوميروس الأكاديمية، المجلد الثالث، العدد الثاني، الجزائر، 2022، ص 06.

³ أمر رقم 65-76 مؤرخ في 16 يوليو 1976، يتعلق بتسميات المنشأ، ج ر ع 59 صادرة ب 23 يوليو 1976.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

2- التاجر:

التاجر هو ذلك الشخص الذي يمارس عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له، وقد نصت عليه المادة الأولى من القانون التجاري: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له ما لم يقض القانون بخلاف ذلك".¹

من خلال هذا النص يتضح أن الأعمال التجارية تنصب على الأشخاص الطبيعية "الأفراد" والأشخاص المعنوية "الشركات"، ويخضع كلاهما للالتزامات التجارية المنصوص عليها في القانون التجاري والقوانين المكملة له.²

3- الحرفي:

تناوله المشرع الجزائري من خلال نصوص الأمر رقم 01/96 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف³، فهو كل شخص طبيعي أو شخص معنوي يمارس نشاط الإنتاج أو الإبداع أو التحويل أو الترميم الفني أو الصيانة أو التصليح أو أداء خدمة، يطغى عليه العمل اليدوي، ويُمكنه الاستعانة بالآلات بشرط أن بقاء العمل اليدوي محتلا للجزء الأكبر من العمل، ويمارس بصفة رئيسية ودائمة في شكل مستقر أو متنقل أو غرضي في مجالات نشاط معينة وحسب كفايات محددة.⁴

4- مقدم الخدمات:

هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبذل مجهودا لأداء عمل أو منفعة له قيمة اقتصادية ضمن إطار منظم وقابل للتقدير النقدي مع استبعاد تسليم المنتج.

فمقدم الخدمة يمكن أن يكون شخص طبيعي كالمحامي، أو شخص معنوي كشركات النقل.

¹- أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

²- مهري محمد أمين، مطبوعة محاضرات في قانون الممارسات التجارية- معدلة ومنقحة- موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدينة، 2023، 2024، ص 6.

³- أمر رقم 01/96، مؤرخ في 10 يناير 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج ر ج ع 03، صادرة بتاريخ 14 يناير 1996.

⁴- بوعجاجة منال، مرجع سابق، ص 07.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

والمجهود المبذول قد يكون لأداء عمل مادي كغسل شيء ما، وقد يكون ماليا كالتأمين، أو فكريا كتقديم الاستشارات القانونية.

وهذه الجهود لا بد أن تكون لها قيمة اقتصادية، كما يجب أن يكون هذا المجهود قابلا للتقدير النقدي حتى يتمكن مقدم الخدمة من استيفاء ثمن خدمته.¹

5- المستهلك:

بالرجوع للتشريع الجزائري، نجد أن المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش² في المادة 02 منه قد عرف المستهلك على أنه: "كل شخص يقتني بثمن أو مجانا، منتوجا أو خدمة، معدين الاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".³

كما عرفه القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴ في المادة 03 منه على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان آخر".

كما عرفه القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".⁵

فالمستهلك النهائي المعني بالحماية هو كل من يقتني سلعا أو خدمات لأجل إشباع حاجته أو حاجة غيره أو حتى حيوان متكفل به بدون أي طابع احترافي أو وسيطي.⁶

¹- عادل عميرات، مرجع سابق، ص28.

²- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي 01-315، المرجع السابق.

³- يتضح من خلال نص المادة أن المشرع اعتمد التعريف الواسع للمستهلك.

⁴- قانون رقم 09-03 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18-09، المرجع السابق.

⁵- من خلال نصي المادتين السالفي الذكر، يتضح بأن المشرع أصبح يعتمد على التعريف الضيق للمستهلك، وقام بتجريد علاقة المستهلك بالخدمة أو السلعة من كل طابع مهني.

⁶- مهري محمد أمين، مرجع سابق، ص13.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: من حيث النشاط

لم يتم تحديد النشاطات الخاضعة للإلتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات من قبل المشرع الجزائري بصفة مباشرة وفق نصوص القانون 04-02، وإنما جاء بنص عام، يقاس عليه خضوع جميع النشاطات التي يمارسها العون الاقتصادي لهذا الإلتزام دون تحديد.¹

نص المشرع الجزائري في المادة 02 من القانون 04-02 على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يطبق عليها القانون والتي يمارسها العون الاقتصادي، ثم تم تعديل هذه المادة بموجب القانون 10-06² المعدل والمتمم للقانون 04-02 إذ أصبحت تنص المادة 02 على: "بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية".

من خلال نص المادة أعلاه يتضح أن كل من نشاطات الإنتاج، التوزيع والخدمات، الصناعة التقليدية والصيد البحري، وهي التي يخضع لها تطبيق هذا القانون، لذا سنقوم بشرح كل واحدة منهم في الآتي:

1- الإنتاج:

عرف المشرع الإنتاج في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بنص المادة 03 منه على أنه: العمليات 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 الأول.

¹ بوعجاجة منال، مرجع سابق، ص 08.

² القانون 10-06 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

كما عرف وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه: "جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي، والمحصول الفلاحي، والجنبي، والصيد البحري، وذبح المواشي، وصنع منتج ما، وتحويله، وتوضيبيه، ومن ذلك خزنه في أثناء تصنيعه وقبل أول تسويق له".

2- التوزيع:

يقصد به هو كل العمليات التي يقوم بها الموزعون، بموجبها يتوسطون بين المنتجين والمستهلكين، إذ يكمن دورهم في تقريب المنتجات للمستهلك، وعملية التوزيع تختلف باختلاف العقود التي تربط بين المنتج والصانع والموزع والوكيل بعمولة، فهنا الموزع يتعامل مع المستهلكين أو الموزعين الآخرين باسمه الخاص ولكن لحساب الموكل الصانع.¹

وقد جاء تعريفه في المادة 02 فقرة 07 من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المعدل و المتمم كما يلي: "مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة، ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات.²

3- الخدمات:

عرفت الخدمات في العديد من النصوص القانونية، إذ تم النص عليها في المادة 02 من المرسوم رقم 90-39 السالف الذكر على أنها: "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم السلعة ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له". كما عرفت بموجب المادة الثانية من القانون رقم 06/03 المتعلق بالعلامات بأنها: "كل أداء له قيمة اقتصادية".³

كذلك جاء تعريفها في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في نص المادة الثالثة: "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

¹ بوزيرة سهيلة، الحماية الجزائرية للسوق من الممارسات التجارية غير المشروعة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص151.

² المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-39، المرجع السابق.

³ أمر رقم 06-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ع 44، صادر في تاريخ 23 يوليو 2003.

4- الصناعات التقليدية:

بالرجوع إلى الأمر 01-96 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعات التقليدية والحرف، نجد أن المادة 05 نصت على أنه: "كل نشاط إنتاج أو إيداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي، ويمارس بصفة رئيسية ودائمة...".¹

5- الصيد البحري:

نظم المشرع قطاع الصيد البحري بمقتضى القانون رقم 11/01 المتعلق بالصيد البحري وتربية المائيات المعدل و المتمم² إذ عرفه في المادة 02 منه على أنه: "كل عمل يرمي إلى قنص أو استخراج حيوانات أو جني نباتات يشكل ماء البحر وسط حياتها الدائم أو الغالب".

المطلب الثاني: تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

إن قانون الممارسات التجارية جعل من الإعلام بالأسعار شرطا ضروريا ووجوبيا، وذلك لأجل تحقيق حماية المستهلك التي تعتبر نتاجا حتميا لشفافية الممارسات التجارية المنبثقة عن الإعلام بالأسعار الذي يعتبر إلزاما في ذمة العون الاقتصادي.

وأهمية هذا الإلتزام بالنسبة للمستهلك تظهر من خلال أنها تساعده على اختيار السلع والخدمات التي يحتاجها ويرغب في الاستفادة منها، فيقدم على التعاقد بإرادة مستنيرة.³

وحتى يتم تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات لابد من معرفة طرق الإلتزام بالإعلام على الأسعار والتعريفات (وفقا للفرع الأول)، وكذلك شروطه (الفرع الثاني).

¹ الأمر رقم 01-96، المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

² قانون رقم 01-11، مؤرخ في 3 يوليو سنة 2001، يتعلق بالصيد البحري وتربية المائيات، ج ر ع 36، صادرة بتاريخ 8 يوليو 2001 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 15-08 مؤرخ في 02/04/2015 ج ر ع 18، صادرة ب 08/04/2015.

³ شبيبة نوال، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، (المنافسة وحماية المستهلك)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2013-2014، ص 16.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

الفرع الأول: طرق الإلتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

أجبر المشرع الجزائري البائع على أن يتولى وجوبا الإعلام عن الأسعار والتعريفات¹، وبالرجوع للمادتين 05 و 07 من القانون 04-02 يتضح بأنه قد ميز بين طرق الإعلام بالأسعار، إذ تختلف في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك (أولا)، عن الطرق المتبعة بين الأعوام الاقتصاديين فيما بينهم (ثانيا)، وهو ما سنوضحه في الآتي:

أولا: في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك

نصت المادة 05 من الفقرة الأولى من القانون 04-02 على ما يلي: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

يفهم من نص المادة أن المشرع وضع وسائل متعددة لإعلام المستهلك من قبل العون الاقتصادي كأن يضع هذا الأخير علامات تدل على سعر السلعة المعروضة، أو عن طريق الوسم خصوصا بالنسبة للسلع المغلقة أو المعبأة، أو عن طريق المعلقات إذا تعلق الإعلام بسعر السلع المتماثلة في صنفها ونوعها ووزنها حتى ولو تعددت الأمكنة التي تعرض فيها السلعة داخل المحل،² أو الإعلام عن طريق أي وسيلة يراها مناسبة.

كما نصت كل من المادتين 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³ وكذا المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁴ على نفس الطرق المتبعة لإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج.

إذا فطرق إعلام المستهلك تتمثل فيما يلي:

¹ المادة 4 من القانون 04-02، المرجع السابق.

² لياس بروك، تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، عدد 2، 2016، ص 213.

³ القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

⁴ مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ع 58، صادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

1- العلامات:

عرفتها المادة 02 الفقرة الأولى من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات... والرسوم أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".¹

فهي تستعمل لإشهار السلع صغيرة الحجم والهشة التي تتطلب طبيعتها وضع علامة دون أي وسيلة أخرى، وهو إجراء يخص السلع والمنتجات المعروضة على نظر الجمهور والموجهة للبيع بالتفصيل مهما كان مكان تواجدها، سواء في واجهة المحل أو على طاولة البضائع أو داخل المؤسسة، وهنا يجب وضع العلامة الحاملة للسعر على السلعة نفسها أو بالقرب منها، وأن تتكون واضحة وسهلة القراءة.²

2- الوسم:

تم تعريف الوسم في العديد من النصوص القانونية، فقد عرف وفقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي 01-315، على أنه: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما"³، كما عرفته المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

فالوسم يأخذ شكلين، فقد يظهر على غلاف السلع مباشرة مهما كان نوع هذا الغلاف، بلاستيكيًا كغلاف العجائن، أو في شكل عبوة كحليب الأطفال، أو في قنينة كقارورات المياه المعدنية، في صورة بيانات

¹ أمر رقم 03-06، متعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² زقاري آمال، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017، 2018، ص28.

³ مرسوم تنفيذي 90-39 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 01-315، المرجع السابق،

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

مكتوبة، أو في صورة رسوم وأشكال، وقد يأتي الوسم في وثيقة أخرى ترافق المنتج، كوثائق التعريف بالخدمات الفندقية المتوفرة في فندق معين، وإن كانت قواعد الوسم غير مهيأة لتطبيقها على الخدمات.¹ كما عرفته المادة 03 في فقرتها الرابعة من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،² هذا ونصت المادة 18 من القانون السالف الذكر على ما يلي: "يجب أن تحرر بيانات الوسم... باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

نستنتج من خلال هذه المادة أن للوسم شروط وهي:

✓ أن يكون مكتوبا باللغة العربية.

✓ أن يكون كافيا وافيا.

✓ أن يكون مفهوما واضحا.

✓ أن يكون الوسم ظاهرا لصيقا بالمنتج.

3- المعلقات:

لم يتم تعريف المعلقات في النصوص القانونية باعتبارها من وسائل الإعلام عن الأسعار، خلافا للوسم والعلامات.

إلا أن الفقه اعتبرها وسيلة تستخدم غالبا للإعلام عن الأسعار والتعريفات في مجال الخدمات، حيث يكون هذا الإعلام عن طريق وضع وثيقة واحدة أو جدول مكتوب بخط واضح تحتوي أو يحتوي على

¹ بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011، 2012، ص99.

² كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وصفها".

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

المنتجات المعروضة للبيع أو قائمة الخدمات المقدمة والأسعار والتعريفات المقابلة لها، ويجب أن توضع المعلقة في الأماكن التي تقدم فيها تلك الخدمات بحيث يسهل الاطلاع عليها من طرف الجمهور.¹

فالمعلقة عموما هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتجات والخدمات المعروضة على الجداول وأسعار كل منها فهي تدل على قوائم الأسعار مقابل المنتج المقدم.²

4- أية وسيلة أخرى:

لقد حدد المشرع الجزائري كيفية إعلام المستهلك بالأسعار المتمثلة في العلامات، الوسم والمعلقات من جهة، ومن جهة أخرى أعطى الحرية للبائع في اختيار الطريقة المناسبة للإعلام المشتري بشرط أن تقرأ من طرف المستهلكين بشكل يتعذر محوها وتحرر باللغة العربية وتكون سهلة الفهم بالنسبة للزبون.³

وتطبيقا للمادة 05 فقرة أخيرة من القانون 02-04 صدر المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة حيث بين في المادة 02 منه المقصود بالكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار بأنها طرق الإشهار حول الأسعار و التعريفات المتعلقة بالسلع و الخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة، لاسيما الدعائم التقنية و التكنولوجية للإشهار و الاتصال، أما قطاعات النشاط و السلع و الخدمات المعينة فيقصد بها: كل قطاعات النشاط و السلع و الخدمات التي تتطلب أسعارها و تعريفاتها كيفيات خاصة بالإعلام⁴ كما يتم تحديد فئات النشاطات و السلع و الخدمات المعينة الخاضعة لهذا المرسوم و كذا كيفيات الإعلام و الإشهار من الأسعار و التعريفات وعناصرها المفصلة بموجب قرار من الوزير المكلف بالتجارة و / أو الوزراء المعنيين.⁵

¹ سليمان نعيمة، مرجع سابق، ص 293.

² بواهي نعيمة، غبيش جميلة، مرجع سابق، ص 27.

³ جمعة آمال، آيت ساحل كهيبة، ضوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، 2014، ص 19.

⁴ المادة 02 من المرسوم التنفيذي 09-65، المرجع السابق.

⁵ المادة 04 من المرسوم نفسه.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وعملية الإعلام المتعلقة بالإشهار والإعلان عن الأسعار والتعريفات المطبقة على بعض قطاعات النشاط والسلع والخدمات المعينة تتم عبر دعائم الإعلام الآلي (تيليماتيك)، والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الإلكترونية، والدلائل والنشرات البيانية أو أي وسيلة أخرى ملائمة.¹

وقد ألزم المشرع العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة، للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا عند الاقتضاء، كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الانتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة،² كما يتعين على العون الاقتصادي في محال تقديم الخدمات تسليم كشف للمستهلك، قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل، على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع.³

ثانيا: في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم

نصت المادة 07 في القانون 04-02 على ما يلي: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها.

ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة."

يفهم من خلال نص المادة أن العون الاقتصادي غير ملزم بإعلام الأسعار والتعريفات إلى باقي الأعوان الاقتصاديين إلا إذا طلب منه ذلك، وحينئذ يكون الإعلام بجداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار، وهي وسائل يقتصر دورها على إعلام من يطلع عليها فقط، وذلك بخلاف الوسائل التي يتم بها إعلام المستهلك كالعلامات، والوسم والمعلقات التي يجب أن تظهر وتوجه للجميع.⁴

¹ المادة 03 من المرسوم نفسه.

² المادة 05 من المرسوم نفسه.

³ المادة 06 من المرسوم نفسه.

⁴ عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص 60.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وتكمن أهمية الإلتزام بإعلام الأعوان الاقتصاديين بالأسعار والتعريفات في دعم المساواة فيما بين البائعين، كما يسمح للتجار من التحقق فيما إذا كان مورديهم لم يفرضوا عليهم أسعار أو شروط بيع مجحفة تخالف الأسعار والشروط الممنوحة للأعوان الاقتصاديين الآخرين.¹

وتتمثل طرق الإعلام للأعوان الاقتصاديين فيما يلي:

1- جداول الأسعار والنشرات البيانية:

هي وثائق يقوم العون الاقتصادي بإعدادها تتضمن جدول به قائمة السلع والخدمات المقدمة والأسعار التي تقابلها، بما فيها الضرائب والرسوم المفروضة عليها، ويجب أن تكون مكتوبة بوضوح، سهلة القراءة في المكان الذي يتم فيه إستقبال الزبون.

ونشير إلى أنه هناك خدمات بحكم طبيعتها تختلف باختلاف طبيعة الطلب المقدم من الزبون، ففي خدمة التركيب لا يمكن وضع سعر موحد لدى كل الزبائن كونها تختلف من طلب لآخر، لأن السعر يحدد على أساس معيار معين كساعات العمل ثم يتم إضافة باقي التكاليف مثل تكاليف النقل.²

2- دليل الأسعار:

هو وثيقة تتضمن تركيبة الأسعار والخيارات المتاحة للزبون بشأن السلع أو الخدمات المتشابهة، كالدليل الخاص بأسعار السيارات من نفس النوع والذي يتضمن سعر كل صنف منها بحسب ما يحتويه من خصائص أو الدليل الذي تعده الوكالات السياحية، والذي يتضمن أسعار مختلف الخدمات المتاحة للزبون.³

¹ قرواش رضوان، الضمانات لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق فرع القانون الخاص، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2012-2013، ص323.

² لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر، رسالة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2003-2004، ص27.

³ بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018-2019، ص31.

3- أية وسيلة أخرى:

طبقاً لأحكام المادة 07 سالفه الذكر، فالمشرع فتح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين لاختيار أي وسيلة من وسائل إشهار الأسعار بما في ذلك الوسائل المعتمدة في الإعلام بين المستهلك والاعون الاقتصادي، بشرط أن تكون مقبولة وكفيلة بتحقيق الغرض الذي أعدت لأجله.¹

الفرع الثاني: شروط الإعلام بالأسعار والتعريفات

بالإضافة إلى طرق وكيفيات الإعلام بالأسعار والتعريفات، فإن القانون رقم 04-02 قد نص على شروط وضوابط يتم التقيد بها عند وضع السعر المعلن من قبل الأعوان الاقتصاديين بحيث يجب عليهم إحترامها وتتمثل في تحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن (أولاً) وموافقة الأسعار للمبلغ الإجمالي (ثانياً).

أولاً: تحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن

نصت المادة 05 في فقرتها الثالثة من القانون رقم 04-02 على ما يلي:

"...يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري. وعندما تكون هذه السلع مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن...".

يتضح من خلال هذه الفقرة أنها تخص السلع التي تباع بالمقادير سواء عن طريق العد أو عن طريق الوزن، أو عن طريق الكيل، فإذا تعلق البيع بهذا الصنف من السلع نكون بصدد "البيع بالتقدير"، وهو البيع الذي يستلزم لتعيين المبيع فيه عد أو وزن أو كيل أو مقياس، ويترتب على هذا التقدير انتقال الملكية لأن به يتم تعيين المبيع.²

وحرصاً على الشفافية في المعاملات وتسهيلاً للرقابة، أوجب المشرع بموجب المادة 5 سالفه الذكر أن يتم التقدير أمام المشتري، أو من ينوب عنه طبقاً للقواعد العامة.

¹ سلمى بقر، مرجع سابق، ص22.

² سميرة معاشي، زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص668.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وحسب المادة السابقة الذكر كذلك، فالسلع التي تسوق محددة المقدار منذ انتاجها كالمشروبات والمواد المصبرة كالطماطم المعلبة مثلا، يجب على التاجر أو المنتج أو المصنع وضع علامة الغلاف أو العبوة التي تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

لذا فإن إلزام المشرع تحديد مقدار المبيع المقابل للسعر المعلن فيه حماية المستهلك، والعون الاقتصادي البائع أيضا.

وعدم تحديد مقدار السلعة لا يؤثر في انعقاد العقد إذا كان المبيع محدد بذاته دون تحديد مقداره، إذ نكون حينئذ بصدد "البيع بالجزاف"، التي تنتقل الملكية فيه وقت البيع دون حاجة للفرز، طبقا للمادة 362 من القانون المدني الجزائري.

وبالرغم من أن القواعد العامة قد أجازت بيع الجزاف إلا أن المادة 05 فقرة 03 من القانون 04-02 قد استبعدت هذه الصيغة من نطاق عقود الاستهلاك، حيث فرضت على العون الاقتصادي تقدير السلعة المعروضة للبيع وتبيين المقدار المقابل للسعر المعلن، وهذا إحدى نتائج الشفافية التي تبناها المشرع في القانون 04-02 وذلك حماية للمستهلك كون صيغة البيع بالجزاف قد تعمل على تضليل المستهلك.¹

هذا بالنسبة للسلع، أما الخدمات فقد فرضت المادة 06 من المرسوم التنفيذي 06-65 السالف الذكر على العون الاقتصادي في مجال تقديم الخدمات بأن يسلم للمستهلك كشفا قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع.²

ثانيا: موافقة الأسعار للمبلغ الإجمالي

نصت المادة 06 من القانون 04-02 على ما يلي: "يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة".

فقد يتفاجئ المستهلك بمطالبته بمبالغ إضافية على السعر المعلن للسلع أو الخدمات، أو يفاجئ بمبالغ إضافية نظير بعض الملحقات أو مقابل أشياء أو أداءات ترتبط بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة محل العقد، و عادة ما تظهر هذه الإضافات عند تنفيذ العقد مما يوقع المستهلك في إحراج، كحساب قيمة الأكياس

¹ مريشة أحمد، مرجع سابق، ص 20.

² بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 34.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

مثلاً، أو الأغلفة التي يوضع فيها المبيع، أو كأن يطلب الجراح قيمة الأدوية المستعملة في العملية الجراحية فوق الثمن المعلن لتأدية هذه العملية، فهنا يجد المستهلك نفسه في إحراج بحيث يصعب عليه التراجع عن العقد إما لاعتبارات أدبية أو واقعية.

ولا شك أن هذا الأسلوب مخادع، حيث تبدو الأسعار والتعريفات مناسبة للمستهلك إلا أنه عند الدفع تتضح بأنها أكثر مما أعلن لاقتناء السلعة أو حصوله على الخدمة المعلن عنها.

كما أنه أسلوب للتحايل على أحكام التسعير، إذ يظهر السعر المعلن للجمهور وهيئات الرقابة موافقا لما يحدده التشريع، إلا أن العون الاقتصادي يحصل في الحقيقة على ما يفوق السعر المعلن عنه.¹

وتفاديا لذلك أوجب المشرع من خلال المادة 6 أن تكون الأسعار والتعريفات المعلن عنها تشمل قيمة كل ما تطلبه اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة من طرف المستهلك، أي أن السعر المعلن أو التعريفات تشمل قيمة السلعة وملحقاتها وما يلزم لاقتنائها من أكياس وأغلفة...، وكذلك قيمة الخدمة وما يرتبط بها، وما يتطلبه أداؤها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها،² وقد عززت هذا الحكم المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-65 الذي سبق وأن تطرقنا إليه.

وقد يثور نزاع بين المستهلك والعون الاقتصادي حول مدى اعتبار شيء أو أداء معين يدخل ضمن مستلزمات اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة فيتمسك به المستهلك باعتباره مشمولاً بالسعر المعلن، في حين يشترط العون الاقتصادي إضافة قيمته باعتباره ليس كذلك، فحينئذ يجب الرجوع للعرف الجاري والمعتاد في التعامل حسب السلعة أو الخدمة محل العقد وللقاضي سلطة التقدير في ذلك.³

¹ إبراهيم هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص16.

² عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص63.

³ عياض محمد عماد الدين، مرجع نفسه، ص63.

المبحث الثاني: الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

تكمن أهمية الإعلام بشروط البيع في أن المستهلك يجب أن يكون على دراية بها قبل الإقبال على التعاقد وحتى لا يفاجأ بها فيما بعد، وبمعنى آخر فإن هذه الشروط تبين التزامات وحقوق المستهلك. كما أن الإعلام عنها يجعل البائع لا يتراجع عن موقفه بإضافة شروط أخرى إذا سبق للمستهلك وأن اتخذ قراره بالشراء بناء على الشروط التي كانت محل الإعلام وعادة ما تنصب هذه الشروط على طريقة الدفع وكيفية التسليم وشروط إلغاء العقد أو شروط تجديده.¹

لقد أدرج المشرع الجزائري الإلتزام بالإعلام بشروط البيع في القانون رقم 04-02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية إلى جانب الإعلام بالأسعار والتعريفات حيث تنص المادة 04 منه على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن، وبشروط البيع"، هذا في العلاقة بين البائع والزبون.²

وعليه فإن الخوض في الإلتزام بالإعلام بشروط البيع يتطلب منا توضيح مفهوم الإلتزام بالإعلام بشروط البيع في (المطلب الأول) إضافة إلى تنفيذ التزام بالإعلام بشروط البيع في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

يعد الإعلام بشروط البيع وسيلة من وسائل ضمان شفافية الممارسات التجارية، حيث يعتبر أداة منع أي تمييز بين الأعوان الاقتصاديين أو بين المستهلكين، و يؤدي عدم الإعلام حول كفاءات الدفع أو الحسوم والتخفيضات أو مميزات المنتج أو الخدمة إلى خلق ظاهرة تمييزية ممنوعة قانونا، لأنها تؤدي إلى تقوية عون منافس وأضعاف آخر، كما أن إبرام عقد البيع دون التطرق إلى شروطه يؤدي إلى إبطال العقد لغياب الرضا وعدم المعرفة التامة والسابقة بالمبيع وعدم تطابق الإيجاب والقبول وتقتضي هذه الدراسة التطرق إلى تعريف الإلتزام بالإعلام بشروط البيع في (الفرع الأول) وخصائصه في (الفرع الثاني).

¹ د. نادية فضيل، الممارسات التجارية في القانون الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر، ص 41، 42.

² جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، مرجع سابق، ص 19.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

تعتبر شروط البيع أساسا جوهريا لانطلاق المفاوضات بين البائع و المشتري بقصد إبرام العقد، ولهذا يلزم العون الاقتصادي بإعلام المشتري بهذه الشروط، حيث نصت المادة 04 من القانون 04-02 على أن: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات وبشروط البيع" وقد تضمنت هذه المادة إضافة إلى وجوب إعلام الزبائن بأسعار السلع و الخدمات، إعلام الزبائن بشروط البيع، و ينصرف إلتزام البائع بالإعلام بشروط البيع إلى المشتري المهني و المحترف كما ينصرف كذلك إلى المشتري غير المهني أي المستهلك.¹

ويعرف الإلتزام بالإعلام بشروط البيع بأنه عبارة عن تنبيه أو إعلام لمن يطلب التعاقد بطريقة تمكنه من التعرف على عنصر أو واقعة من عناصر العقد المراد إبرامه حتى يكون على دراية كافية وبينه من أمره ويتخذ القرار الصحيح حسب حاجته وغايته من التعاقد.²

هناك من يعرفه بأنه يهدف إلى حماية إرادة الزبون وسلامتها حتى يتمكن من الإقدام على التعاقد وهو على معرفة تامة وكاملة وبينه من أمره بأنه: "اللتزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك".³

وبالرجوع إلى المادة 08 من القانون 04-02⁴ يمكننا تعريف الإلتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي بأنه: "اللتزام قانوني يسبق عملية اختتام عملية البيع يقوم بموجبه العون الاقتصادي (المدين) بإخبار المستهلك (الدائن) حسب طبيعة المنتج أو الخدمة محل البيع بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع".⁵

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية-وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، دط، منشورات بغدادي للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ص83.

² خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، جامعة الحاج لخضر، باتنة 12-05-2016، ص35.

³ أحمد سعد (حمدي)، الإلتزام بالإضفاء بالصفة الخطرة للمبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999، ص45.

⁴ أنظر المادة 08 من القانون 04-02، المرجع السابق.

⁵ خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 36.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

الفرع الثاني: خصائص الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

من خلال التعريفات السالف ذكرها فإن الإلتزام بالإعلام العقدي يجد مجاله الطبيعي في المرحلة السابقة على نشوء العقد، وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، ولا ينبغي أن يكون الوفاء به سابق على التعاقد بفترة طويلة، وهو التزام قانوني يجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل أو أثناء التعاقد، كما يستمد وجوده من مبادئ الشريعة الإسلامية التي تحث على التزام جانب الصدق والأمانة في المعاملات بما يشمل واجب النصيحة وعدم الغش.¹

وتتجلى خصائص الإلتزام بالإعلام العقدي من خلال عدة خصائص نذكرها على التوالي فيما يلي:

أولاً: أطراف الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

ذهبت جل الآراء الفقهية والتشريعات إلى ان الإلتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك يقع حصراً على المحترف، على أساس أنه العالم بالمنتج الذي قام بطرحه للتداول سواء كان منتجاً أو بائعاً فهو أدرى بتركيبته وطريقة استعماله ومكامن الخطر فيه وبالتالي طرق حفظه، وحتى نحقق التوازن العقدي وسلامة المستهلك كان لابد من فرض هذا الإلتزام على المحترف.² حسب نص المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.³

كما يتضح لنا من خلال نص المادة 08 من القانون 04-02⁴ أن عناصر الإلتزام بالإخبار هما البائع المدين بالإلتزام بالإخبار والمستهلك الدائن به، فبالنسبة للدائن والذي هو المستهلك فإن أساس الإلتزام هو عدم توازن المراكز بين العون الاقتصادي والمستهلك فعلى الرغم من أن القضاء الفرنسي قديماً كان لا يعترف بهذا الإلتزام إلا أنه أصبح يتجه إلى ضرورة إلزام المحترفين البائعين به تجاه المستهلك بإعلامه

¹ أحمد خديجي، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 11، سنة 2014، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص22.

² زقاوي أحمد، بن عمور عائشة، الإلتزام بالإعلام كآلية وقائية لضمان سلامة المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 07، العدد01، سنة 2022، ص370،378.

³ أنظر المادة 17 من القانون 09-03 مؤرخ في 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم15 صادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

⁴ أنظر المادة 08 من القانون 04-02، المرجع السابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

بكافة المعلومات الصادقة والنزيهة حول العقد المراد إبرامه سواء من حيث محله أو شروطه أو مدى المسؤولية المترتبة عنه وهو من مظاهر حماية المستهلك الذي لا يملك الدراية القانونية الكافية لأبعاد العقد.¹

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه هنالك فرق بين كون المستهلك مهني ومحترفاً، فإذا كان المستهلك مهنياً فإن الإلتزام بإعلامه ضروري كونه يتعاقد خارج تخصصه حتى وإن كان يملك معلومات ناقصة وغير دقيقة وعلى البائع إكمالها له، أما إذا كان المستهلك محترفاً ويتعاقد في مجال اختصاصه فإن البائع يصبح غير ملزم بإخباره كون أنه يملك معلومات كافية بجوانب العقد، وعليه فإن الإلتزام بالإخبار يختلف عن الإلتزام بالإعلام، حيث أن هذا الأخير هو حق للمستهلك حسب نص المادة 05 من القانون 04-02² كما هو حق للعون الاقتصادي إذا طلب ذلك طبقاً لنص المادة 07³ من نفس القانون بينما الحق في الإخبار هو مقتصر فقط على المستهلك،⁴ طبقاً لأحكام المادة 08 من القانون 04-02.⁵

ثانياً: وقت الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

ذهب جانب من شراح القانون المدني إلى القول أن الإلتزام بالإعلام التزم قبل تعاقد كونه التزم مستقل عن العقد ويجب الوفاء به قبل إبرام العقد، وذلك لوجوب الوفاء به من قبل المنتج أو الصانع قبل طرح منتوجه في الأسواق حتى يكون المستهلك والمستعمل على دراية به، وكذا إعلامهم بمخاطر الشيء المباع وطرق استخدامه وقيام المدين بتوجيه المشتري لاختيار الشيء الأكثر ملائمة لتلبية وإشباع حاجاته ورغباته.⁶

¹ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، سنة 2006، ص 70.

² أنظر المادة 05 من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ أنظر المادة 07 من القانون نفسه.

⁴ إبراهيم هانية، المرجع السابق، ص 29.

⁵ بالرجوع لنص المادة 08 من القانون 04-02 لم تحدد لنا الفرق كون البائع منتجاً أو تاجراً أو حرفياً أو مقدم خدمات فكلهم مدينون تجاه المستهلك بالإلتزام بالإخبار الشيء الذي يستلزم التاجر استعلامه عن كل مواصفات السلع والخدمات من منتجها حتى يكون قادراً على الوفاء بالتزامه بإعلام المستهلك كونه هو الذي يحدد بنود العقد وشروطه.

⁶ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 39.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ونجد المادة 08 من القانون 04-02 أشارت إلى وقت الإلتزام من خلال استخدامها لعبارة "قبل اختتام عملية البيع" وهي تبدو غامضة من حيث الطرح لم يفهم القصد منها هل هو قبل تطابق الإيجاب والقبول أم قبل تنفيذ الإلتزامات التعاقدية؟، ولكن إذا اعتبرنا أن هدف الإلتزام بالإعلام هو حماية إرادة المستهلك وتتويبه فإن وقت الإلتزام بالإعلام يجب أن يكون سابقا لتطابق الإيجاب والقبول اللذان هما أساس إبرام العقد لذا حبذا لو استخدمت المادة 08 عبارة أكثر دقة مثل "قبل إبرام العقد" أو "قبل التعاقد".¹

ثالثا: محل الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

رأينا سابقا أن الغاية من الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد هو تتوير رضا المستهلك، وحتى يفي هذا التتوير بغرضه يجب أن يتضمن البيانات والمعلومات الدقيقة المتعلقة بمحل التعاقد، وقد قسمها الفقهاء والقضاء إلى بيانات ومعلومات متعلقة بالحالة القانونية والمادية للشيء ثم معلومات خاصة بطرق استعماله وقد تبنى التشريع هذا التقسيم فيما بعد وسوف نتناوله فيما يلي:²

1- التزم بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة القانونية للشيء:

في إطار الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام فإن المهني باعتباره المتفوق معرفيا خاصة فيما يتعلق بأمور التطور التكنولوجي في مجال عقود الاستهلاك، يقع على عاتقه التزم بتقديم للطرف الآخر الذي في الغالب يكون هو المستهلك، المعلومات والبيانات الخاصة بالحالة القانونية للشيء محل العقد، أي إعلامه بكل ما على هذا الشيء من أعباء أو التزمات أي مدى تحمله بأية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالشيء محل التعاقد على النحو المأمول، ويترتب على ذلك أن عدم قيام المدين بالإدلاء بالبيانات في هذه الحالة من شأنه قيام مسؤوليته لإخلاله بتنفيذ الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.³

¹- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص39.

²- فرحات فاطمة زهرة، قنفود رمضان، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك مجلة الاجتهاد القضائي، مجلد 12، العدد 02، العدد التسلسلي 24، أكتوبر 2020، ص724.

³- نزيه محمد الصادق مهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود (دراسة فقهية قضائية مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص92.

2- الإلتزام بإعلام المستهلك عن الحالة المادية للشيء:

حث المشرع الجزائري على هذا الإلتزام بنص المادة 04¹ من القانون 04-02 وكذلك المادة 05 من نفس القانون والتي جاء فيها: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، كذلك نجد المادة 17 من القانون 09-03² السالف الذكر قد نصت على هذا الإلتزام من خلال وجوب استعمال اللغة العربية وإحالة باقي التفصيل على التنظيم كما امتد هذا الإلتزام ليشمل الخدمات طبقا لما ورد في المرسوم التنفيذي رقم: 13-378³ متداركا للنقص في القانون 09-03 حسب ما ورد في نص المادة 52 منه والتي تنص على أنه: "يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الاشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة"، وهو ما يحسب للمشرع بإضافة الخدمات كون المستهلك يحصل عليها مثلها مثل المنتجات ولها أضرار قد تسببها لا تقل خطورة عن المنتجات.⁴

3- الإلتزام بالإعلام حول كيفية استخدام الشيء:

في ظل التطور التكنولوجي الذي صاحب انتاج السلع وتقديم الخدمات أصبح يتعذر على المستهلك العادي الالمام بكل ما هو جديد في مجال التقنية الحديثة وبالتالي جهله بالطرق الصحيحة للاستخدام حتى يصل إلى القائدة المرجوة من الشيء محل التعاقد خاصة في حالة كون الشيء مبتكر وحديث الاستعمال، حيث أصبحت البيانات المتعلقة بكيفية استخدام الشيء تكتسي أهمية بالغة فهي تعتبر عنصرا مؤثرا على الإرادة التعاقدية، كون المستهلك على جهل تام بالشيء محل التعاقد، ونظرا لما يترتب عن استخدام الشيء محل التعاقد من خطورة.⁵

¹ أنظر المادة 04 من القانون 04-02، المرجع السابق.

² أنظر المادة 17 من القانون 09-03، المرجع السابق.

³ المرسوم رقم 13-378 المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مرجع سابق.

⁴ د. فرحات فاطمة زهرة، د قنفود رمضان، المرجع السابق، ص726.

⁵ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص40.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ويعنى أنه على المنتج إخبار المستهلك أو مستعمل المنتج عن المخاطر التي تتجم عن الاستخدام الخطأ له، إذ يقع على عاتقه واجب التحذير خاصة بالنسبة للسلع شائعة الاستعمال وتبيان الاحتياطات اللازمة لتوخي مخاطرها،¹ طبقاً لأحكام المادة 08 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.²

رابعاً: مضمون الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

يشمل مضمون هذا الإلتزام المعلومات النزيهة والصادقة التي يقدمها البائع للمستهلك، وطبقاً للمادة 08 من القانون 02-04 فإن مضمون الإلتزام بالإخبار يختلف باختلاف طبيعة المنتج، فمثلاً إذا كان المنتج خطر فعلى البائع أن يدلي للمستهلك بالبيانات المتعلقة بالاستعمال الصحيح لهذا المنتج كما يجب عليه تحديد مكان الخطر فيه وتحذير المستهلك منها.³

نلاحظ من خلال نص المادة 08 من القانون 02-04 السالف الذكر أنها ركزت على طبيعة المنتج متجاهلة طبيعة الخدمة، في حين أن لها أثر كبير في تحديد مضمون الإلتزام بالإعلام العقدي، كما يلاحظ أن المادة ضبطت هذه المعلومات بالصدق والنزاهة الأمر الي يقتضيه مبدأ حسن النية والثقة المتبادلة بين المتعاقدين، وعليه فإن المدين من خلال تنفيذ التزامه مرهون بتقديم معلومات صادقة ونزيهة وإلا أصبح مخلاً بشروط الإلتزام بالإعلام.⁴

خامساً: طريقة الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

لم تحدد المادة 08 من القانون 02-04 طريقة معينة لتنفيذ التزام البائع بالإخبار مقتصرة في ذلك على التعبير ب: "..... بأية طريقة كانت....."، وعليه يفهم من خلال ذلك أنه يمكن تقديم هذه المعلومات شفويًا أو كتابيًا عن طريق الكتالوج أو النشريات أو بأي طريقة أخرى تحقق الغرض،⁵ طبقاً لأحكام المادة 04 من

¹ د. بوخرس بلعيد، الإلتزام بالإعلام التعاقدى: آلية لضمان أمن وسلامة المستهلك من المنتج الخطير، مجلة الحقوق والحريات، مجلد 09، عدد 02، ص 391، جامعة مولود معمري تيزي وزو، تاريخ النشر 31-10-2021.

² أنظر المادة 08 من القانون 02-04، المرجع السابق.

³ إبراهيمي هانية، المرجع السابق، ص 31.

⁴ أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 41.

⁵ إبراهيمي هانية، المرجع السابق، ص 32.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

المرسوم التنفيذي رقم 13-378¹ التي تنص على أنه: "يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى...".

وعادة ما يتم الإعلام عن طريق الوسم الذي يعد وسيلة تسويقية حديثة عوضت أسلوب العرض في الهواء الطلق لمختلف المنتجات²، وقد عرفته المادة 03 من القانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2002 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه يشمل: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".

ويتحقق إعلام المستهلك فيما يخص السلع الغذائية غير جاهزة التعبئة من خلال التعريف بها وبواسطة تسمية خاصة، تسجل على لافتة بشكل ظاهر حتى يتمكن المستهلك من التأكد من طبيعة السلعة وتمييزها عما يشبهها من منتجات، أما السلع الغذائية الجاهزة التعبئة فيكون إعلام المستهلك عن طريق بطاقة ضمن التغليف ذاته بالإضافة أي التسمية³.

المطلب الثاني: تنفيذ الإلتزام بالإعلام بشروط البيع

إن وجوب الإعلام بشروط البيع ينصرف إلى المشتري غير المهني أي المستهلك، كما ينصرف كذلك إلى المشتري المهني أو المحترف، ولقد تطرق المشرع الجزائري إلى الإعلام بشروط البيع ضمن المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم⁴.

¹- أنظر المادة 04 من المرسوم 13-378، المرجع السابق.

²- زقاوي أمحمد، بن عمور عائشة، المرجع السابق، ص 370-387.

³- إبراهيمي هانية، المرجع نفسه، ص 33.

⁴- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-44، مرجع سابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وينحصر الأساس القانوني للإعلام بشروط البيع في القانون رقم: 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم من خلال نص المواد: 4،8،9¹.

وسوف نتطرق لها ويكون الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك (الفرع الأول) أو في حالة كونه عون اقتصادي (فرع ثاني).

الفرع الأول: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك

نصت المادة 08 من القانون 04-02 على أنه: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشورك البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

وعليه سنتطرق إلى إعلام المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة وبشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية على النحو التالي:

أولاً: إعلام المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة

إن العون الاقتصادي ملزم قبل إتمام عقد الاستهلاك الخاص ببيع السلع وتقديم الخدمة أن يبين للمستهلك شروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية، ولكن لم يوضح القانون هذه الشروط لكن المرسوم التنفيذي رقم: 13-378 المحدد لشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وضح هذا الفراغ القانوني، حيث تختلف شروط بيع المنتجات بالنظر إلى طبيعتها إذا كانت مواد غذائية أو مواد غير غذائية والخدمات وكذلك بالنظر إلى شروط ممارسة نشاط البيع في حد ذاته،² طبقاً للمرسوم التنفيذي رقم: 06-215³.

¹ أنظر المواد 4-8-9 من القانون 04-02، المرجع السابق.

² حميدي فاطمة، شفافية الممارسات التجارية كآلية من آليات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14 العدد3، تاريخ النشر 25-09-2021، ص 676.

³ مرسوم تنفيذي رقم 215/06 مؤرخ في 18/06/2006 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، جريدة رسمية رقم41، صادرة بتاريخ21/06/2006.

1- معلومات متعلقة بالمواد الغذائية:

جاء في الفصل الثالث من المرسوم التنفيذي رقم 13-387 السالف الذكر، تحديد مضمون وطريقة إعلام المستهلك في مجال المواد الغذائية، سواء كانت معبأة مسبقاً أو لا والموجهة للمستهلك أو للجماعات حسب ما ورد في نص المادة¹12 المحددة للبيانات الإلزامية في الوسم والمتمثلة في: تسمية البيع للمادة، قائمة المكونات الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي، التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للاستهلاك الشروط الخاصة بالحفظ و /أو الاستعمال، الاسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد، بلد المنشأ و /أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة بطريقة واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية، بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب، تاريخ التجميد و/أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية، المكونات والمواد المبيّنة في المادة 27 من المرسوم التنفيذي 13-378² ومشتقاتها المسببة لحساسية أو حساسية مفرطة والمستعملة في صنع أو تحضير المادة الغذائية ومازالت موجودة في المنتج النهائي وبشكل مغاير، الوسم الغذائي، بيان نسبة الكحول المكتسب بالنسبة للمشروبات المحتوية على أكثر من 1.2 % من الكحول حسب الحجم، عبارة حلال للمواد الغذائية المعنية، إشارة لرمز اشعاع المواد الغذائية المحددة في الملحق الثالث من المرسوم التنفيذي 13-378 مصحوبة ببيان مؤين أو مشع في حالة كون المادة الغذائية معالجة بالأشعة الأيونية.³

حيث يشترط على العون الاقتصادي قبل عرضه للمواد الغذائية للمستهلك التأكد من وجود بيانات على بطاقة المثبّنة على التغليف حيث لا يمكن ازالتها لأنها تمكن الزبون من التمييز بينها وبين مواد مهني آخر.⁴

¹ أنظر المادة 12 من المرسوم التنفيذي 13-378، المرجع السابق.

² أنظر المادة 27 من المرسوم نفسه.

³ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 46، 47.

⁴ حميدي فاطمة، المرجع السابق، ص 676.

2- معلومات متعلقة بالمنتجات غير الغذائية:

إن البائع ملزم بأن تحتوي المواد غير الغذائية¹ التي يقوم بعرضها للاستهلاك على بيانات واضحة تحقق رضا الزبون، والتي تتمثل في: تسمية بيع المنتج كمية صافية، اسم وعنوان الشركة، العلامة المسجلة عنوان المنتج بلد المنشأ طريقة استعمال المنتج وتعريف الحصة وتاريخ أقصى للاستعمال، الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن، ومكونات المنتج وشروط التخزين، العلامة المطابقة للأمن نبيان الأخطار المحتملة للمنتج.²

3- معلومات متعلقة بالخدمات:

لقد أشار الفصل الخامس من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السالف الذكر إلى مضمون وطريقة إعلام المستهلك في مجال الخدمات المقدمة له سواء كانت بمقابل أو مجانا حيث يجب على مقدم الخدمة تزويد المستهلك بالبيانات الآتي ذكرها:

- على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان أو أي طريقة أخرى ملائمة بما يقدمه من خدمات وتعريفه بالحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية وكذا الشروط الخاصة بتقديم الخدمة.
- على مقدم الخدمة قبل إبرام العقد وقبل تنفيذ الخدمة إعلام المستهلك بالخصائص المميزة للخدمة.
- على مقدم الخدمة وضع تحت تصرف المستهلك بطريقة واضحة كل المعلومات المتعلقة بالشركة مقدمة الخدمة كالإسم والعنوان والشروط العامة المطبقة على العقد.
- على مقدم الخدمة إعلام المستهلك بكل الوسائل المتاحة والمناسبة بتقديم معلومات حول اسم مقدم الخدمة عنوانه وإذا كان شخص معنوي فإسم الشركة ومقرها وعنوانها وقيدتها في السجل التجاري والرخصة وتاريخ منحها والهيئة المانحة تكاليف النقل والتسليم والتركيب وكيفيات التنفيذ والدفع مدة صلاحية العرض وسعره تحديد المدة الدنيا لعقد إذا كان تزويدا مستمرا أو دوريا الضمان وشروط فسخ العقد.³

¹ الفصل الرابع من المرسوم 13-378 المعنون بالمنتجات غير الغذائية، المرجع السابق، مواد من 37 إلى 50.

² حميدي فاطمة، المرجع نفسه، ص 677.

³ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 49، 50.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

ثانياً: إعلام المستهلك بشروط البيع والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية

نصت المادة 04 من القانون 02-04 على أنه¹: "يتولى البائع وجوباً إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع".

كما حدد المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم: 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، قد ألزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بشروط التعاقد واعتبرها من العناصر الأساسية في العقد، حسب نص المادة 02 منه.²

إن المستهلك عند إبرامه للعقد مع العون الاقتصادي دون أن يكون مطلعاً على بنوده إلا بشكل سطحي والتي قد تكون هذه مبهمة أو واردة في أماكن هامشية من وثيقة العقد لا ينتبه لها المستهلك المتعاقد مما جعل المشرع يفرض على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بكل المعلومات النزيلة والصادقة وبشروط البيع الواردة في العقد وكل الآثار المترتبة والمخاطر المحتملة جراء مخالفته لبنود التعاقد، بهدف حماية رضا المستهلك وضمان الشفافية في التعامل.³

وكامل لفائدة المستهلك وتعتبر الشروط الموقع عليها ملزمة للطرفين ومن الصعب إثبات عدم العلم والموافقة عليها، حيث يجب أن تكون الكتابة واضحة وسهل الاطلاع عليها ومعقولة، أما الشروط غير الواردة بالوثائق أما فيما يخص إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية فقد أوجبت المادة 08 من القانون 02-04 على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية والمقصود بها جملة الأضرار التي يلتزم بالتعويض عنها حال وقوعها والذي هو التزام يحدد بإرادة الطرفين وقت التعاقد بعرضها والاتفاق على حدود التعويض اللازمة لها ما لم يوجد غش أو خطأ جسيم من كلاهما⁴، حسب نص المادة

¹ حساب يمينة، أحمد بوفاتح، الإلتزام بالإعلام حماية لرضا المستهلك على ضوء القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الفكر القانوني و السياسي، مجلد 06، عدد 02، 2022، ص 1176.

² أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06، المرجع السابق.

³ حسب المادة 8 من القانون 02-04 فإنها لم تشترط أن تكون الشروط تعسفية أو مجحفة أو أن يكون العقد عقد إذعان و إنما جاءت عامة تضم جميع الشروط بغض النظر عن طبيعة عقد البيع الممارس ولكن الفقه و القضاء ميز بين الشروط الواردة بالوثيقة العقدية الموقعة و الشروط غير الواردة فيها، أنظر إبراهيم هانية، ص 46.

⁴ حساب يمينة، أحمد بوفاتح، المرجع السابق، ص 1178.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

182 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم "...فلا يلتزم المدين الذي لم يرتكب غشا أو خطأ جسيما الا بتعويض الضرر الذي كان يمكن توقعه عادة وقت التعاقد".

وعليه فإن العون الاقتصادي مدين بالإلتزام بالإخبار بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، ومن خلاله يضمن المستهلك التعويض في حدود ما تم الإخبار به، فإن بالغ العون الاقتصادي في الحدود المتوقعة للمسؤولية فإنه بذلك شدد على ذمته، وإذا أهمل فإن مسؤوليته قد تتسع لتمتد إلى المسؤولية التقصيرية أو حتى الجزائية.¹

الفرع الثاني: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون عون اقتصادي

نصت المادة 09 من القانون رقم: 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على أنه: "يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كصفات الدفع وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات".

من خلال نص هذه المادة نستخلص أنه تنفيذ الإعلام بشروط البيع ليس له شكل خاص، لكن نطرح التساؤل التالي هل العون الاقتصادي ملزم بإعداد شروط البيع؟

أولاً: مدى الزامية البائع بإعداد شروط البيع وتوقف تقديمها على إرادة الزبون

بالرجوع إلى نص المادة 04 من القانون 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم²، نجد أنها نصت على وجوب إعلام الزبون بشروط البيع ولم تنص صراحة على إعداد وثائق شروط البيع وعليه فهي ملزمة للبائع ومقدم الخدمة بإعلام الزبون ومتلقي الخدمة بها دون إعدادها مسبقا.

ثانياً: مضمون شروط البيع

طبقا لنص المادة 09 من القانون 04-02³ ان الإعلام بشروط البيع في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم يعد أمرا إجباريا وهو كما يأتي:

¹ عادل عميرات، المرجع السابق، ص241.

² أنظر المادة 04 من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ أنظر المادة 09 من القانون نفسه.

1- كفيات الدفع:

وتعني:

- آجال الدفع ووسائله وحالة الدفع قبل الآجال المتفق عليها.
- كيفية حساب الغرامات التأخيرية في حالة الدفع بعد التاريخ المحدد في الفاتورة وتحديد شكل الجزاء المقرر في حالة التأخر عن الدفع مثل حذف التخفيضات أو الحسوم المقدمة من طرف البائع.¹

2- الحسوم Les rabais :

هي عبارة عن تخفيض تجاري يمنح عند تحرير الفاتورة أو بعد تحريرها إذا اكتشف المستهلك عيبا في المنتج أو كان هذا الأخير غير مطابق للقواعد الأساسية المتعلقة به.²

عرفتها المادة السادسة الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم: 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكفيات ذلك³ على أنها: "اقتطاع: كل تنزيل في السعر يمنح البائع من أجل تعويض تأخر في التسليم و/أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية خدمات".

3- التخفيضات والمسترجعات:

أ- التخفيضات (Les remises):

نصت عليها الفقرة الأولى من المادة السادسة من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر وعرفها بتخفيض: "كل تنزيل في السعر يمنح البائع، لاسيما نظرا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة و/أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات".

وعليه فهي عبارة عن تنزيل في السعر يمنح البائع نظرا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة وأولوعيتها أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات.⁴

¹ جمعة أمال، آيت ساهل كهينة، المرجع السابق، ص 26، 27.

² نادية فضيل، المرجع السابق، ص 42.

³ المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية

وكفيات ذلك، جريدة رسمية رقم 80 صادرة بتاريخ 11-12-2005.

⁴ جمعة أمال، آيت ساهل كهينة، المرجع السابق، ص 27.

ب- المسترجعات (Les ristournes):

عرفتها الفقرة الثالثة من المادة السادسة من المرسوم رقم 05-468 السالف الذكر بأنها: "بانقاص كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتري، ويحسب على أساس رقم الاعمال دون احتساب الرسوم المنجزة مع هذا الأخير خلال مدة معينة"، أي بحجم المبيعات المحققة مع المشتري عموما يعوض عند نهاية كل سنة، كما يمكن أن يكون في شكل خدمة يقدمها البائع وهي تحفيز على الشراء بكميات أكبر وتحسب تبعا لحجم رقم الأعمال مع الزبون.¹

المبحث الثالث: الإلتزام بالفاتورة كآلية لضمان شفافية الممارسات التجارية

عمد المشرع الجزائري تكريسا لضمان الشفافية في الممارسات التجارية، على آليات فعالة، جاء بها وفقا للقانون 04-02 المعدل والمتمم، حيث أُلزم البائع بوجوب الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، وهو ما نستنتجه في الفصل الأول من الباب الثاني من القانون السالف الذكر، وقد سبق وأن تطرقنا له، إضافة لذلك فقد نص على إلزامية الفوترة كآلية لتجسيد شفافية الممارسات التجارية، حيث فرض العون الاقتصادي القيام بتحريرها عند البيع أو عند تأدية الخدمة، وغالبا ما تسلم بعد التعاقد.

وعليه، من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم الفاتورة في المطلب الأول، ثم إلى شروط تحريرها وفق المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم الفاتورة

إن الإلتزام بالفاتورة من أهم الإلتزامات التي تعمل على تجسيد شفافية الممارسات التجارية، كما لها أهمية سواء بالنسبة للعون الاقتصادي أو المستهلك، حيث نصت المادة 10 من القانون 04-02 المعدلة بموجب المادة 03 من القانون 10-06 على ما يلي: "يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

¹ بواهي نعيمة، غبيش جميلة، مرجع سابق، ص 37.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها و يلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، و تسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة...¹.

ونظرا لذلك سنقوم بتعريف الفاتورة وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها (في الفرع الأول)، والتطرق إلى أهميتها والبدائل التي تقوم مقامها (وفقا للفرع الثاني)، كما سنتطرق إلى تحديد نطاق الإلتزام بها (في فرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف الفاتورة وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها

تطرق المشرع لمصطلح الفاتورة في عدة نصوص قانونية متفرقة، كونها وثيقة مهمة لضمان شفافية الممارسات التجارية، لذا سنحاول وضع تعريف لها (أولا) ثم تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها التي جاء المشرع في مختلف النصوص القانونية (ثانيا).

أولاً: تعريف الفاتورة

تعرف الفاتورة اصطلاحاً بأنها: قائمة بالحساب أو المبيعات تدرج فيها أصناف البضاعة مع بيان كميتها و ثمنها ومصاريفها، كما تعرف: بأنها مستند يبرز نقل ملكية سلعة معينة من شخص إلى آخر بصورة دائمة أو مؤقتة بحسب نوعية البيع،²

¹ تجدر الإشارة إلى أن المادة 10 من القانون 04-02 تم تعديلها بموجب المادة 120 من القانون 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017 المتضمن قانون المالية لسنة 2018، حيث نصت هذه المادة عن تحرير فاتورة على منتجات التبع و تسمى "فاتورة نقدية"، و المادة 120 عدلت المادة 10 من القانون 04-02 أي قبل تعديلها بموجب القانون 10-06 و لم تتكلم عن الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة، تم تدارك المشرع الأمر بموجب المادة 04 من القانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018.

² قاموس معاجم، الرابط: <https://www.maajim.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 24 أبريل 2024 على الساعة:

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

أما المشرع الجزائري فلم يضع لها تعريف سواء في قانون الجمارك¹ أو في القانون التجاري² أو في التشريع الجبائي وكذلك القانون 02-04 والمرسوم التنفيذي 05-468.³

و قد عرفتها الأستاذة لعور بدرة كالآتي: "هي وثيقة تجارية محاسبية ملزمة يعدها العون الاقتصادي يثبت من خلالها تفاصيل عملية البيع أو تأدية الخدمة تسلم بمجرد إتمام العلاقة التجارية إلى الأعوان الاقتصاديين الأطراف إلى المستهلكين بموجب الطلب مع احترام البيانات اللازمة وفقا لما يقتضيه القانون".⁴

و عرفها الفقيه " LAMI " بأنها: "كتابة تنشأ بمناسبة بيع أو أداء خدمات التي تثبت وجود هذه العملية التجارية وتوضح شروطها".⁵

وهناك من عرفها على أنها: "ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات، تتمثل أساسا في سعر المنتج، وهناك من يعتبرها وثيقة بموجبها يحدد البائع للمشتري في بيع السلع بالتجزئة، شروط التسليم وتنظيم الأسعار".⁶

ثانيا: تمييز الفاتورة عن المصطلحات المتشابهة

من خلال النصوص القانونية المتعلقة بالفاتورة، نلاحظ أن المشرع قد استخدم أيضا مصطلحات قريبة منها، إذ نجد مصطلح الفوترة في القانون 02-04، وكذلك مصطلح عقد تحويل الفاتورة في القانون التجاري، فنظرا لتشابههما سنبرز أهم الفروقات:

¹ القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 غشت 1998، المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، ج ر ع 61، صادرة ب 23 غشت 1998.

² الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري الجزائري، المعدل والمتمم.

³ المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفاءات ذلك، جريدة رسمية العدد 80، الصادرة ب 11 ديسمبر 2005.

⁴ لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014، ص 172.

⁵ سلمى بقر، سامية حساين، الإلتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية، المجلد 7، العدد 2، جوان 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، ص 119.

⁶ مهري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016، 2017، ص 27.

1- تمييز الفاتورة عن الفوترة:

الفاتورة هي وثيقة تجارية إلزامية بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين، تسلم بمجرد إبرام عقد البيع أو تأدية الخدمة، وتخضع لشروط شكلية تتضمن بيانات محددة قانونا وفقا للمرسوم 05-468، أما الفوترة فهي العملية التي يتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات.¹

إذن فالفوترة هي الفعل المادي الواقع على الورقة لتدوين البيانات، أما الفاتورة فهي محل الفوترة إذ تعد الشكلية النهائية لعملية الفوترة.²

2- تمييز الفاتورة عن عقد تحويل الفاتورة:

عرف المشرع الجزائري عقد تحويل الفاتورة في المادة 543 مكرر 14 من القانون التجاري على أنه: "عقد تحل بمقتضاه شركة متخصصة، تسمى "وسيط"، محل زيونها المسمى "المنتمي" عندما تسدد فوراً لهذا الأخير المبلغ التام لفاتورة لأجل محدد ناتج عن عقد بيع وتتكفل بتبعية عدم التسديد وذلك مقابل أجر".

فالفاتورة تحل محل الإلتزام في عقد تحويل الفاتورة وهي جزء منه، ولا تعد في هذه الحالة ورقة تجارية، فالعلاقة بين الفاتورة وعقد تحويل الفاتورة تكمن في أن الفاتورة هي أساس لعملية التحويل التي تتم بموجب عقد تحويل الفاتورة، أي أنها محل لعقد تحويل الفاتورة.³

كما أنهما يتشابهان من حيث أن كلاهما يعد عقد يتم عند المعاملة التجارية، ويهدف للشفافية والحفاظ على الثقة والائتمان، وكذا المحافظة على أطراف المعاملة التجارية خاصة المستهلك، ويختلفان من حيث الأطراف، حيث أن عقد تحويل الفاتورة يتكون من 03 أطراف، في حين أن الفاتورة تتكون من طرفين

¹ لعور بدر، المرجع السابق، ص172.

² عبد الواحد نعيمة، حناشي لخضر، النظام القانوني للفاتورة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، 2021، 2022، ص10.

³ عبد الواحد نعيمة، حناشي لخضر، مرجع سابق، ص10.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وموضوع عقد تحويل الفاتورة ينصب على ديون تجارية، أما الفاتورة فهي التزامات تشمل كافة الأموال المنقولة وغير المنقولة.¹

الفرع الثاني: أهمية الفاتورة والبدائل التي تقوم مقامها

للفاتورة أهمية كبيرة من حيث اعتبارها إحدى الآليات المتاحة لإضفاء الشفافية على المعاملات التجارية، كما أنها وسيلة إثبات وأداة رقابية، ووسيلة محاسبية وهو ما سوف نتطرق إليه تباعا.²

أولاً: أهمية الفاتورة

سوف نتطرق إلى أهمية الفاتورة من خلال أنها وسيلة لشفافية الممارسات التجارية (أولاً) وكوسيلة لإثبات المعاملات التجارية (ثانياً)، كوسيلة محاسبية (ثالثاً) وأخيراً كأداة رقابية في المجال الجبائي (رابعاً).

1- الفاتورة وسيلة لإثبات لشفافية الممارسات التجارية:

تعتبر الشفافية في المعاملات التجارية من الأسس التي يقوم عليها القانون 04-02 مستهدفاً من خلالها حماية المستهلك والمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، ولا شك أن إلزام المشرع للعون الاقتصادي بالفوترة في معاملته مع نظرائه أو مع المستهلك إذا طلبها لما تحتويه الفاتورة من بيانات من شأنها أن تحقق الشفافية المنشودة، بحيث تظهر وتتجسد المعاملة بكل تفاصيلها في هذا السند الذي يمسكه الطرفان ويخضع لرقابة الهيئات المعنية.³

وعليه فإن إلزام المشرع للعون الاقتصادي بالفوترة بينه وبين المستهلك أو بينه وبين نظرائه يؤدي إلى احترام العون الاقتصادي للالتزامات المفروضة عليه من خلال ما تضمنته الفاتورة من بيانات متعلقة بالسعر،

¹ الباهي فصيح، كتيب زعدودي، التزام العون الاقتصادي بتحرير الفاتورة، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022-2023، ص12.

² نبيلة عيساوي، الفاتورة كآلية لتفعيل شفافية الممارسات التجارية في الجزائر، الندوة الوطنية الحضرية / عن بعد - بعنوان الممارسات التجارية بين الإباحة والتجريم، 2023/11/21، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، ص5.

³ حنان مسكين، بن أحمد الحاج، التزام العون الاقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد12، عدد خاص 22 أبريل 2020، ص597.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

واحترامه لجميع الاحكام المتعلقة به كمارسته لأسعار غير شرعية أو التصريح المزيف بأسعار التكلفة أو المناورة لإخفاء زيادات غير شرعية أو ممارسته أسعار مقيدة للمنافسة كالتخفيض التعسفي للأسعار.¹

2- الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية:

بالعودة إلى أحكام المادة 30 من القانون 59-75 المتضمن القانون التجاري² والتي تنص على أنه: "يثبت كل عقد تجاري: بسند رسمي، سند عرفي، بفاتورة مقبولة....".

أما القانون 02-04 من خلال مادته 03 فقرة 2 فقد نصت: "يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جداول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفاً"، وعليه فمن خلال أحكام القانون 02-04، يمكن أن يثبت العقد بالفاتورة.³

كما يمكن لمالك الفاتورة الاحتجاج بها في مواجهة أي شخص أو جهة متى تطلب ذلك ما لم يطعن فيها بالتزوير،⁴ وعليه فإن الفاتورة لها قيمة في الاثبات فيما بين الأعوان الاقتصاديين وفيما بينهم وبين المستهلكين.⁵

3- الفاتورة وسيلة للمحاسبة:

للفاتورة دور أساسي في مساعدة التجار على القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة التي أبرمت حيث يجب الاحتفاظ بالفاتورة،⁶ طبقاً لأحكام المادة 09 من القانون التجاري.⁷

¹ سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، دور الفاتورة في تكريس شفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية مجلد 09 العدد 02، ديسمبر 2022، ص 448.

² الأمر 59-75 المؤرخ في 26-09-1975، يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

³ علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران، 2013، ص 9، 10.

⁴ سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، المرجع السابق، ص 449.

⁵ نبيلة عيساوي، المرجع السابق، ص 5.

⁶ حنان مسكين، الحاج بن أحمد، المرجع السابق، ص 597.

⁷ أنظر المادة 09 من الأمر 59-75 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، المرجع السابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

كما تساعد المستهلك للقيام بحساباته حول المصاريف التي تم تقديمها مقابل الحصول على السلع والخدمات من أجل ضبط ميزانيته الأسبوعية أو الشهرية التي تم صرفها أو سيتم صرفها، كذلك تعد عنصر حيوي للإدارة الجبائية والإدارة المكلفة بعمليات المحاسبة لدى المؤسسات لمعرفة مركزها المالي.¹

4- الفاتورة أداة رقابية في المجال الجبائي:

إن فتح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين لحرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية في السوق، تبعه وضع الدولة لآليات قانونية لحماية السوق من الممارسات المضرة به نظرا للطبيعة الأنانية التي يتميز بها الأعوان الاقتصاديون، الذين قد يلجؤون لممارسات من شأنها الأضرار بنزاهة الممارسات التجارية، وما ينعكس سلبا على المستهلك والاقتصاد الوطني بشكل عام.²

كما تعد الفاتورة أيضا وسيلة رقابية لمحاربة المخالفات المتعلقة بالتهرب الضريبي، وهي بذلك تمكن أعوان الدولة المكلفين بالرقابة من ضمان استيفاء حق الخزينة العمومية من الضرائب المفروضة على الأعوان الاقتصاديين، وأيضا على مدى تطبيق الأسعار المحدد لبعض السلع المدعمة من قبل الدولة كالسميد والدقيق،³ وهو ما نصت عليه المادة 64 من قانون الرسوم على رقم الاعمال في الفقرة الأولى:⁴ "يتعين على كل مدين بالرسم على القيمة المضافة، يسلم أموالا أو يقدم خدمات إلى مدين آخر، أن يسلم له فاتورة أو وثيقة تحل محلها".

ثانيا: بدائل الفاتورة

إن الفاتورة ليست هي الآلية الوحيدة لضمان شفافية الممارسات التجارية حيث ذكر المشرع في المرسوم التنفيذي 05-468⁵ الآليات التالية سند التحويل، وصل التسليم، الفاتورة الإجمالية، بالمقابل فإنه قد صدر

¹ علاوي زهرة، المرجع نفسه، ص 10-11.

² والي نادية، إلزامية التعامل بالفوترة على ضوء قانون الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 15، العدد 01، 2022، ص 690.

³ عمار بوجلال لحسن، نسيغة فيصل، إجبارية التعامل بالفاتورة وفق قانون الممارسات التجارية رقم 04-02 المعدل والمتمم، مجلة الفكر، المجلد 17، العدد 02، 2022، ص 378.

⁴ قانون الرسم على رقم الأعمال، وزارة المالية، المديرية العامة للضرائب، سنة 2015.

⁵ المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

المرسوم التنفيذي المنظم للوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة والمرسوم بسند المعاملة التجارية،¹ وسوف نتطرق إليها بالتفصيل فيما يلي:

1- سند التحويل:

نصت المادة 11 فقرة 3 من القانون 04-02: "يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها"، وعليه فإن سند التحويل ليس فاتورة أو وصل تسليم بل يختلف في طبيعته القانونية عن الفاتورة ووصل التسليم كونه وسيلة تبرير نقل وتحويل البضائع والسلع للعون الاقتصادي من محله إلى أحد وحداته دون القيام بأي عملية تجارية.²

وهو ما أكدته المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10/12/2005³ والذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك بقراءة هذه المادة نلاحظ أن استعمال سند التحويل من قبل العون الاقتصادي لتحويل سلعه بغرض التخزين والتحويل أو التعبئة لا يطرح أي مشكل، على خلاف الحالة الرابعة وهي بغرض التسويق أي البيع.⁴

وقد حددت المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468⁵ بياناته والمتمثلة في: الاسم واللقب والعنوان التجاري، العنوان ورقم الهاتف والفاكس والعنوان الإلكتروني، رقم السجل التجاري، طبيعة السلع وكميتها، عنوان المكان الذي حولت منه وإليه السلع، توقيع العون الاقتصادي وختمه الندي وكذلك إسم ولقب الناقل أو المسلم وكل الوثائق الثبوتية لذلك.⁶

¹ مريشة أحمد، المرجع السابق، ص 45.

² بن عمور عائشة، الفوترة ودورها في تكريس نزاهة وشفافية المعاملات التجارية في القانون الجزائري، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 6 العدد 2، 2021، ص 33، 52.

³ أنظر المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

⁴ عمار بوجلال لحسن، نسيغة فيصل، المرجع السابق، ص 382.

⁵ أنظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع نفسه.

⁶ نبيلة عيساوي، المرجع السابق، ص 6، 7.

2- وصل التسليم:

باستقراء نص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468¹ والمادة 11 فقرة ثانية من القانون 04-02²، يعرف وصل التسليم على أنه وثيقة بديلة للفاتورة يلجأ إليها العون الاقتصادي في العمليات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع سلع (منتجات) لنفس الزبون، فمن خلال هذا التعريف نستنتج أنه هناك شروط يجب توفرها للجوء إلى وصل التسليم وهي أن يكون متعلق بعقد البيع وتكرار العملية التجارية بشكل منتظم ومع نفس الزبون حيث أشارت إلى أن استعمال وصل التسليم محتكر فقط على الأعوان الاقتصاديين الذين يملكون رخصة مسلمة من الإدارة المكلفة بالتجارة بموجب مقرر³.

كما اشترط المرسوم المذكور أعلاه جملة من البيانات الإلزامية التي ينبغي على العون الاقتصادي إدراجها في وصل التسليم تتمثل في رقم وتاريخ المقرر الذي يرخص باستعمال وصل التسليم المشار إليه في المادة 16⁴ من المرسوم إضافة إلى إسم ولقب ورقم بطاقة التعريف الخاصة بالمسلم أو الناقل وكذلك البيانات المذكورة في المادتين 3 و 4 الفقرة أولى⁵ من هذا المرسوم.

3- الفاتورة الإجمالية:

وهي فاتورة تلخص كل العمليات التجارية التي تمت خلال شهر معين، حيث تكون مراجعها مستمدة من وصلات التسليم المعنية (المادة 17 من المرسوم التنفيذي 05/468)⁶.

¹ أنظر المادة 14 من المرسوم التنفيذي نفسه.

² أنظر المادة 11 فقرة 2 من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ مريشة أحمد، المرجع السابق، ص 46، 47.

⁴ أنظر المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

⁵ أنظر المادة 3 و 4 فقرة أولى من المرسوم التنفيذي نفسه.

⁶ أنظر المادة 17 من المرسوم التنفيذي نفسه.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

كذلك نصت المادة 1/11 من القانون 04-02¹ على تحرير فاتورة شهريا مراجعها وصولات التسليم وتقييد عليها المبيعات المنجزة خلال فترة شهر واحد، وباعتبارها أحد بدائل الفاتورة فيجب أن تتوفر هي الأخرى على نفس البيانات التي يجب توفرها في الفاتورة إضافة إلى أرقام وتواريخ وصولات التسليم المنجزة.²

4- سند المعاملة التجارية:

وهي عبارة عن وثيقة بديلة للفاتورة استحدثها المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 66/16³ المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بها وتحرر من طرف العون الاقتصادي الملزمين بالتعامل بها عند عملية البيع لفائدة المشتري حتى وإن لم يكن المشتري النهائي ومكلف ببيع منتج لعون اقتصادي حيث يجب أن يتوفر سند المعاملة على الأسعار الدنيا والقصوى المتفق عليها النهائية والمؤقتة بين المشتري والعون الاقتصادي.⁴

نص المشرع في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 66/16⁵ المذكور سابقا على الفئات الملزمة باستخدام سند المعاملة التجارية وهم المتعاملين المتدخلين في قطاع الفلاحة والصيد البحري والموارد البحرية والحرف والمهن، والهدف من استخدام سند المعاملة التجارية حسب نص المادة 04⁶ من نفس المرسوم هو ضمان شفافية المعلومات ومعرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة للمواد والتحكم في قنوات التسويق التجارية من الإنتاج إلى التوزيع إلى المستهلك.⁷

¹ أنظر المادة 1-11 من القانون 04-02، المرجع السابق.

² سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، المرجع السابق، ص 447.

³ المرسوم التنفيذي رقم 66-16 المؤرخ في 16-02-2016 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بها وتحرر من طرف العون الاقتصادي الملزمين بالتعامل بها، جريدة رسمية رقم 10 صادرة بتاريخ 22-02-2016.

⁴ بن عمور عائشة، المرجع السابق، ص 33، 52.

⁵ أنظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 66-16، المرجع السابق.

⁶ أنظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي نفسه.

⁷ مريشة أحمد، المرجع السابق، ص 48، 49.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

الفرع الثالث: نطاق الإلتزام بالفاتورة

إن مجال الإلتزام بالفاتورة واسع، ولذلك نجد أن المشرع قام بتحديد الأنشطة الخاصة لقواعد الفاتورة، من حيث الأشخاص والنشاط، وهذا لضمان حقوق وواجبات الأعوان الاقتصاديين، وهذا الاتساع مجال استخدام الفاتورة يفسره الدور الكبير الذي تلعبه، والأهمية الكبرى التي تعود على الاقتصاد بصفة عامة.

وسوف نتطرق إلى نطاق الإلتزام بالفاتورة من أولا (من حيث الأشخاص) وثانيا (من حيث النشاط) فيما يلي:

أولا: من حيث الأشخاص

حدد المشرع الجزائري النشاطات الخاضعة للفاتورة وشخص المعاملات في شكل عقد بيع وتأدية خدمة وكلاهما طرفين متعاقدين، أما أن ينشأ بين متعاملين اقتصاديين أي أحدهما بائع أو مقدم خدمة والآخر زبون، وأما ان ينشأ العقد بين متعامل اقتصادي وبين المستهلك.¹

1- الإلتزام بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم:

نصت المادة 10 من القانون 02/04 المعدلة والمتممة بالقانون رقم 10-06 على أنه: "يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، ويلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة".

حيث يشترط قانون الممارسات التجارية على الأعوان الاقتصاديين استعمال الفاتورة فيما بينهم لأنها تعد ضرورة لإثبات هذه العلاقة.²

¹ بكرة لعور، ضمانات المستهلك المتعاقد وفقا لقانون الممارسات التجارية الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد 4، بسكرة، 2017، ص 151، 152.

² نادية فضيل، المرجع السابق، ص 46.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

عرفت المادة 03 فقرة أولى من نفس القانون العون الاقتصادي بأنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

وعليه فإن الأعوان الاقتصاديين ملزمون فيما بينهم بالتعامل بالفاتورة من خلال بيع السلع أو تأدية الخدمات وهم الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 من القانون 10-06¹ المتمثلة في نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع لمستوردي السلع لإعادة بيعها كما هي والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري، وهذا الإلتزام فيما بينهم سواء كانوا مشترين أو بائعين أشخاص طبيعيين أو معنويين حيث أن البائع أو مقدم الخدمة ملزم بتقديم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها والمشتري ملزم بطلبها حسب الحالة وتسلم عند تقديم الخدمة أو عند البيع إذا طلبت من الإدارة المعنية أو أعوان الرقابة² حسب المادة 10 من القانون 02-04 المعدلة بموجب القانون 10-06³.

5- الإلتزام بين العون الاقتصادي والمستهلك:

عرف المستهلك من خلال المادة 03 من القانون 02/04 بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

ونص المشرع الجزائري من خلال الفقرة الثالثة من المادة 10 من القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعجل للقانون 02-04 المتعلق بشفافية الممارسات التجارية أنه: "يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون".

¹ راجع المادة 02 من القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعدل و المتمم للقانون 02-04، مرجع سابق.

² عبد الرزاق مقران، جريمة عدم الفوترة والبيات مكافحتها في التشريع الجزائري، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 9، العدد 1، 2023، ص 252.

³ أنظر المادة 10 من القانون 02-04 المعدلة بموجب القانون رقم 10-06، المرجع السابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

نستنتج من خلال ما نص المادة أن العون الاقتصادي ملزم بتقديم وصل الصندوق أو سند تبرير البيع أو تقديم الخدمة للمستهلك، مثل الخدمات الفندقية المطاعم السياحية أما بالنسبة للفاتورة فإن العون الاقتصادي لا يكون ملزماً بتحريرها إلا إذا طلبها المستهلك منه.¹

حيث أن المشرع حسم في مسألة تقديم الفاتورة للمستهلك وجعلها اختيارية إلا في حالة طلبها من طرفه حيث يصبح الحصول عليها إلزامياً وهذا ما نجده من خلال نص المادة 2/02 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05 التي تنص: "يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه" وهذا ما يعني أن البائع يحزر الفاتورة ويعددها مسبقاً ويكون مخييراً في تسليمها أو عدم ذلك في حالة عدم طلبها من المستهلك أو مجبراً في حالة طلبها من طرف هذا الأخير.²

ثانياً: من حيث النشاط

تشمل الأنشطة الخاضعة للفاتورة طبقاً للمادة 02 من القانون 04-02 المعدلة بموجب القانون 10-06 كل من: نشاطات الإنتاج، نشاطات التوزيع، وكذا نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية و الصيد البحري.³

المطلب الثاني: شروط تحرير الفاتورة

إن الفاتورة هي سند يلزم العون الاقتصادي بتحريره مع تسليمه للزبون والاحتفاظ بنسخ أخرى له، وحتى تؤدي الفاتورة الغرض الأساسي منها والمتمثل في ضمان شفافية الممارسات التجارية يجب أن تكون مقبولة قانوناً، وحتى تكون كذلك لا بد من أن تتوفر على بيانات نص عليها المرسوم التنفيذي 05-468. إضافة لذلك فإن المرسوم التنفيذي رقم 16-66⁴ قد بين بدوره البيانات التي تتضمن الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وتحديد نموذج تلك الوثيقة.

¹ علاوي زهرة، المرجع السابق، ص 49، 50، 51.

² معاشي سميرة، زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الحقوق والحريات، عدد 4، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 674.

³ راجع المادة 02 من القانون 10-06 المعدل للقانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فبراير 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر ع 10، صادرة ب 22 فبراير 2016.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وعليه سنتناول وفق هذا المطلب الشروط الموضوعية (الفرع الأول) ثم نتطرق إلى الشروط الشكلية (الفرع الثاني):

الفرع الأول: الشروط الموضوعية

تتمثل الشروط الموضوعية في ذكر البيانات المحددة في المرسوم التنفيذي رقم 468/05، وهي بيانات متعلقة بالبائع و بالمشتري، باعتبارهم أطراف الفاتورة (أولاً)، كما توجد بيانات أخرى (ثانياً):

أولاً: بيانات متعلقة بالأطراف

وهي البيانات التي نصت عليها المادة 03 من المرسوم التنفيذي 468-05 والمتعلقة بالعميل الاقتصادي (البائع)، وكذا المتعلقة بالمشتري.

1- بيانات متعلقة بالعميل الاقتصادي (البائع):

نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 468-05 على ما يلي: "يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات المتعلقة بالعميل الاقتصادي"¹، نفهم من خلال المادة أن البيانات المتعلقة بالعميل الاقتصادي إجبارية وهي كما يلي:

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه،
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري،
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني، عند الاقتضاء،
- الشكل القانوني للعميل الاقتصادي وطبيعة النشاط،
- رأسمال الشركة، عند الاقتضاء،
- رقم السجل التجاري، و نشير هنا بأن هذا الشرط للأشخاص الملزمين المقيدين في السجل التجاري طبقاً للقانون 08-04² المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، أمّا عند التجار فهم مستثنون

¹ المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 468-05، المرجع السابق.

² قانون رقم 08-04، المؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر ع 52، صادرة ب 18 غشت 2004.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

من هذا الشرط بالرغم من اعتبارهم أعوانا اقتصاديون بمفهوم القانون 04-02 وبالتالي يخضعون للفاتورة.

- رقم التعريف الإحصائي،
 - طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة،
 - تسمية السلع المباعة وكميتها و/أو تأدية الخدمات المنجزة،
 - سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة.
 - السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة،
 - طبيعة الرسوم و/أو الحقوق أو المساهمات ونسبها المستحقة، حسب طبيعة السلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة، ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه.
 - السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، محررا بالأرقام والأحرف، وحسب المادة 05 فهو يشتمل عند الاقتضاء على جميع التخفيضات أو الاقتراعات أو الانتقاصات الممنوحة للمشتري والتي تحدد مبالغها عند البيع أو تأدية الخدمات مهما يكن تاريخ دفعها.¹
 - الختم الندي وتوقيع البائع إلا إذا حرر عن طريق النقل الإلكتروني.²
- 2- بيانات متعلقة بالمشتري:**

جاء في الفقرة الأخيرة من المادة 03 من المرسوم 05-468 ما يلي:

"يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا".

فمن خلال ما جاء في هذه الفقرة، يظهر بأن المشرع قد وضع البيانات المتعلقة بالمشتري في حالة ما إذا كان عون اقتصادي، والبيانات بصفته مستهلكا.

وعليه فالبيانات المتعلقة بالمشتري بصفته عون اقتصادي هي:

- اسم الشخص الطبيعي المعنوي أو عنوانه التجاري،
- الشكل القانوني وطبيعة النشاط،

¹ المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

² المادة 04 من المرسوم نفسه.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

- العنوان ورقما الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني، عند الاقتضاء،
- رقم السجل التجاري،
- رقم التعريف الإحصائي.

أما المشتري بصفته مستهلكا، فيجب أن تحتوي الفاتورة على لقبه وعنوانه.

وتجدر الإشارة أن بيان الرقم الجبائي (NIF) بالنسبة للبائع والمشتري قد أغفله المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 05-468، ولكن تم ذكره في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 34 وهو من البيانات الإجبارية.¹

ثانيا: بيانات أخرى

بالإضافة إلى البيانات المتعلقة بأطراف الفاتورة، نجد أن المرسوم التنفيذي 05-468 قد اشترط بيانات أخرى.

فمن خلال المادة 7 من المرسوم السابق الذكر يتضح بأنه اشترط أن، تذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذ لم تكن مفوترة على حدة أو لا تشكل عنصرا من عناصر سعر الوحدة.²

كما يجب أن تذكر صراحة في الفاتورة الزيادات في السعر، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالأجل والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على المشتري.³

ويجب أن تسجل على الفاتورة المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرزم القابل للاسترجاع، وكذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير، عندما تكون غير مفوترة في فاتورة منفصلة.⁴

¹ - عمار بوجلال لحسن، نسيخة فيصل، إجبارية التعامل بالفاتورة وفق قانون الممارسات التجارية رقم 02/04 المعدل والمتمم، مجلة المفكر، المجلد 17، العدد 02، 2022، ص 379.

² - المادة 07 من المرسوم التنفيذي 05-468، المرجع السابق.

³ - المادة 08 من المرسوم التنفيذي نفسه.

⁴ - المادة 09 من المرسوم التنفيذي نفسه.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

وقد نصت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 على البيانات الإلزامية التي يجب أن يتضمنها سند المعاملة التجارية وهي: التعيين، سعر الوحدة، الكمية، مبلغ المنتج أو المادة، المبالغ المحصلة بموجب ضمان التغليف المسترجع، وكذا المصاريف التي قدمت لفائدة الطرف الثالث.¹

أما وقت تسليم الفاتورة، فمن خلال المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 يتضح أن وقت تسليم الفاتورة يكون عند انعقاد العقد، هذا بالنسبة للمعاملات الفردية غير المتكررة بين البائع والمستهلك، أو بين عون اقتصادي وآخر لا يعد زبونا له.²

أما بالنسبة للعمليات المتكررة والمنتظمة ولنفس الزبون، فإن الفقرة الأولى من المادة 11 من القانون 04-02 نصت على أن العون الاقتصادي في هذه الحالة لا يكون ملزما بتحرير فاتورة عند كل عملية على حدة، لأن ذلك يشكل إرهاقا له، إنما يكفي باستعمال وصل التسليم بدل الفاتورة، على أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية.³

الفرع الثاني: الشروط الشكلية

لا يكفي توفر البيانات المذكورة سابقا لاعتبار الفاتورة صالحة من الناحية القانونية، بل يجب أن تتوفر فيها بعض الشروط طبقا لنص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 السالف الذكر وهي:

- أن تكون الفاتورة واضحة لا تحتوي أي لطخة أو شطب أو حشو، لأن هذه العيوب تمس بأمانة ومصداقية البيانات الواردة فيها.
- يجب أن تحرر الفاتورة استنادا إلى دفتر رسمي سمي دفتر الفواتير، مهما يكن شكله أو في شكل غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي، ويقصد بدفتر الفواتير ; دفتر يضم سلسلة متواصلة وتسلسلية من الفواتير التي يجب أن تحتوي على البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري طبقا لنص المادتين 03 و 04 من المرسوم التنفيذي 05-468 أثناء إنجاز الصفقة، ولا يمكن الشروع في استعمال دفتر فواتير جديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كلية.

¹ المادة 05 من المرسوم التنفيذي 16-66، المرجع السابق.

² المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع نفسه.

³ المادة 11 من القانون 04-02، المرجع السابق.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

و بالنسبة للفاتورة الملغاة يجب أن تتضمن قانونا عبارة "فاتورة ملغاة" تسجل بوضوح يطول خط زاوية الفاتورة.¹

و يتضح من خلال الشروط المكرسة في المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468، أنها شروط صلاحية الفاتورة من الناحية الشكلية.²

¹ المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

² المادة 10 من المرسوم التنفيذي نفسه.

الفصل الأول: الإلتزام بالإعلام والفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق التطرق إليه في الفصل الأول المتعلق بالإلتزام بالإعلام و الفاتورة لضمان شفافية الممارسات التجارية، نستنتج أن المشرع أعطى أهمية كبيرة للممارسات التجارية من خلال جملة من الإلتزامات، حيث أوجب على العون الاقتصادي الإلتزام بالأسعار و التعريفات للسلع و الخدمات سواء للمستهلك أو للعون الاقتصادي الزبون، من خلال تحديد الكيفيات المتبعة لإعلامهم بالوسائل المقررة في كل من المادتين 4 و 7 من القانون 04-02.

كما أُلزم المشرع العون الاقتصادي بالإلتزام بالإعلام بشروط البيع من خلال ضمان مطابقة السلع و الخدمات للمواصفات القانونية، و ذلك بالإلتزام بالصدق و النزاهة للمعلومات المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية.

كما أوجب المشرع الجزائري إلتزاما آخر و المتمثل في التعامل بالفوترة أو ما يقوم مقامها، حيث نظمها من حيث تحديد بياناتها الإلزامية الواجب التقيد بها من طرف محررها، وكذا شروط تحريرها من خلال أحكام المواد من 10 إلى 13 من القانون 04-02، وبشكل أدق في أحكام المرسوم التنفيذي 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك.

الفصل الثاني:

التصدي التشريعي لمخالفة قواعد

شفافية الممارسات التجارية



الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

كرس المشرع الجزائري من خلال القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، آليات تتضمن شفافية الممارسات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك من جهة، وبين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من جهة أخرى. وذلك بسن التزامات تقع على عاتق العون الاقتصادي المتمثلة في الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، إضافة إلى الإلتزام بالفوترة وهو ما سبق وأن تطرقنا إليه.

غير أن هذه الإلتزامات لن تكون كافية لوحدها حتى تضمن شفافية الممارسات التجارية، بل لابد من إيجاد آليات قانونية تقتضي الإحاطة بها إذ تفرض احترام تلك الإلتزامات، وهو ما نجده في القانون 04-02 السالف الذكر، حيث وضع وفرض جزاءات وعقوبات تدفع بالعون الاقتصادي إلى تنفيذ التزاماته.

فبالرجوع للباب الرابع والخامس من القانون 04-02 نجده قد تضمن كل ما يتعلق بالمخالفات والعقوبات، وكذلك معاينة المخالفات ومتابعتها، وبالتالي فالمشرع من خلال النصوص القانونية قد حدد كفاءات المعاينة وإجراءات المتابعة، ووضع عقوبات جزائية وإدارية تطبق على العون الاقتصادي عند مخالفته.

وعليه قسمنا دراستنا في هذا الفصل لمبحثين، نتناول في المبحث الأول معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية ومتابعتها أما المبحث الثاني فقد تطرقنا إلى العقوبات المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

المبحث الأول: معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية ومتابعتها

إن أي مخالفة يرتكبها العون الاقتصادي في إطار ممارسته لنشاطه تقتزن بجزء، ولا يمكن توقيعه عليه إلا بعد أن يتم كشف المخالفة من قبل الموظفون المؤهلون لذلك، حيث قام القانون 04-02 من خلال ما تضمنه من نصوص قانونية بتحديد الإجراءات المتبعة في المعاينة كما حدد مجموعة من الإجراءات لمتابعة المخالفات.

بناء على ذلك سنتطرق إلى معاينة المخالفات وفق المطلب الأول، ثم إلى متابعتها في المطلب الثاني

المطلب الأول: معاينة المخالفات

يقصد بإجراء المعاينة بصفة عامة هو إثبات الحالة القائمة في مكان وقوع الجريمة والأشياء التي تتعلق بها وتفيد في كشف الحقيقة وإثبات حالة الأعوان الاقتصاديين اللذين لهم صلة بالجرائم. ويباشر هذا الإجراء موظفون مؤهلون خصهم القانون بهذه المهمة¹ لذا سنتطرق إلى الموظفون المكلفون بالمعاينة (في الفرع الأول) وإلى المهام التي خصها بهم القانون (في الفرع الثاني):

الفرع الأول: الموظفون المكلفون بالمعاينة

حدد قانون الممارسات التجارية رقم 04-02 الموظفون المكلفون بمعاينة المخالفات، حيث جاء في نص المادة 49 منه ما يلي: "في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم:

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية،
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة،
- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية،
- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض...".²

¹ بفرور محمد اليمين، المسؤولية الجزائية على الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2020-2021، ص198.

² المادة 49، من القانون 04-02، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

من خلال نص المادة أعلاه، حدد المشرع الموظفون والأعوان اللذين لهم الحق في القيام بالمعاينة وضبط المخالفات على سبيل الحصر، كما منحهم لهم صفة الضبطية القضائية، وهما نوعين من الموظفين سنتطرق لهم في الآتي:

أولاً: موظفو الضبط ذوو الاختصاص المحدد

منحت المادة 49 من القانون رقم 04-02 السالفة الذكر، صفة الضبط القضائي لبعض الموظفين المنتمين لإدارتي التجارة والمالية،¹ ويعتبرون أعوانا ذوو اختصاص محدد يخول لهم معاينة وإثبات المخالفات المتعلقة بالقانون 04-02 دون سواها وهم:

المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، وأعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض، ويجب عليهم تأدية اليمين ويفوضون بالعمل طبقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها.

كما منح لهم القانون عدة صلاحيات وحرريات لممارسة مهامهم على أن يبينوا وظيفتهم ويقدموا تفويضهم بالعمل، وإلتزام مهامهم يمكنهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليمياً ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.²

1- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة

حتى يتم تحديد هؤلاء الموظفين المكلفين بالمعاينة والتابعين لإدارة التجارة يجب الرجوع لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة³ حيث أن المادة 03 منه عند تحديدها للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة قد قسمتها لشعبتين: شعبة قمع الغش وشعبة المنافسة والتحقيقات الاقتصادية. فشعبة قمع الغش

¹ عبد الحميد الشوربي، ضمانات المتهم في مرحلة التحقيق الجنائي، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1996، ص 23.

² المادة 49، من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ مرسوم تنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009، المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة وبالتجارة، الجريدة الرسمية، العدد 75، الصادرة ب 20 ديسمبر 2009.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

تضم كل من سلك مراقبي قمع الغش (في طريق الزوال) وسلك محققي قمع الغش وكذلك سلك مفتشي قمع الغش.¹

أما شعبة المنافسة والتحقيقات الاقتصادية فتضم كل من: سلك مراقبي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية وهو في طريق الزوال، وسلك محققي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، كما تضم سلك مفتشي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية.²

وحسب مواد المرسوم 09-415 فإن جميع هذه الأسلاك تتاطب بها مهام البحث عن أية مخالفة للتشريع والتنظيم المعمول بهما ومعاينتها، واتخاذ الإجراءات التحفظية المنصوص عليها في مجال قمع الغش وفي مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية.³

أما إذا كان الموظف التابع للإدارة المكلفة بالتجارة خارج هاتين الشعبتين، فيمكن أن يتمتع بصفة الضبطية القضائية إذا كلف بمهام البحث والمعاينة بشرط أن يكون في الصنف 14 على الأقل.⁴

من خلال تحديد الأشخاص المتمتعين بصلاحيات معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية يتضح أنه ليس كل موظف تابع لمديرية التجارة يتمتع بصلاحيات ممارسة الضبط القضائي، فالمشرع قد حدد الأشخاص المؤهلين لممارسة هذه الصلاحيات.

وتجدر الإشارة إلى أن صلاحية ممارسة الضبط القضائي بالنسبة للمستخدمين والأعوان التابعين لمديرية التجارة تنحصر إلا في معاينة وضبط المخالفات المنصوص عليها بموجب القانون رقم 04-02 والذي منحهم هذه الصلاحيات دون اختصاصهم بالبحث والتحري حول الجرائم التي تخرج عن نطاق هذا القانون.⁵

¹ المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 09-415، المرجع السابق.

² المادة 05 من المرسوم التنفيذي نفسه.

³ المواد 26، 29، 40، 52، 55، 66، من المرسوم التنفيذي نفسه.

⁴ بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 260.

⁵ غريوج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ل.م.د تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017-2018، ص 356.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

2- الموظفون التابعين للإدارة الجبائية:

وفقا لما حدده المرسوم التنفيذي رقم 10-299 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين إلى أسلاك خاصة بالإدارة الجبائية،¹ لاسيما رؤساء فرق التحقيق فإنهم ملزمون ب:

- تنفيذ برنامج التحقيق المسند إلى فرقهم ومتابعته.
- ضمان مهام البحث في إطار التحقيقات.
- توجيه وتنشيط ومراقبة أشغال محققي المحاسبة والتقييم الموضوع تحت سلطتهم، وكذا الشأن بالنسبة لمراقبي الضرائب الذي توكل لهم مهمة القيام بتدخلات ومعاينة المخالفات للتشريع والتنظيم الجبائيين.

غير أن أعوان الإدارة الجبائية لا يدخل في مهامهم بصفة أساسية البحث والتحري في كل الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية، وإنما يدخل في صلاحياتهم البحث عن المخالفات المرتبطة أساسا بالمخالفات الجبائية، كالبيع مثلا بدون فاتورة وتحرير فاتورة وهمية، فضلا عن كونها ممارسة منافية لشفافية التجارة تشكل في نفس الوقت مناورة تدليسية تكيف على أنها مخالفة جبائية تصل لحد الغش الجبائي.²

والأصل أن الأعوان التابعون للإدارة الجبائية يتمثل دورهم الأساسي في البحث عن الجرائم الضريبية المتعلقة بمخالفة التشريع والتنظيم المعمول به في المجال الجمركي، غير أنه استثناء منح المشرع للأعوان التابعون للإدارة الجبائية سلطة البحث والتحري عن جرائم الممارسات التجارية وهذا لتعلق قطاع التجارة بقطاع الضرائب فالعلاقة بينهما هي علاقة تكامل فلا يمكن تصور نشاط تجاري قانوني دون أن يقع على عاتق العون الاقتصادي التزاما قانونيا وهو دفع الضريبة للخرينة العمومية.³

¹ المرسوم التنفيذي رقم 10-299 مؤرخ في 29 نوفمبر 2010، المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية، الجريدة الرسمية، العدد 74، الصادرة ب 5 ديسمبر 2010.

² سلمى بقار، مرجع سابق، ص 127.

³ بوزيرة سهيلة، مرجع سابق، ص 227.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: موظفو الضبط ذوو الاختصاص العام

منحت الفقرة الثانية من المادة 49 من القانون 04-02 السابق ذكره الأهلية لضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية للقيام بالتحقيقات ومعاينة المخالفات.

فبالرجوع لقانون الإجراءات الجزائية نجد أن المشرع قد حدد الأشخاص الحائزين على صفة ضباط في الشرطة القضائية و كذا أعوانهم، و حسب المادة 15 المعدلة بموجب المادة 02 من القانون رقم 19-10 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية¹ فإنه يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية كل من: رؤساء المجالس الشعبية البلدية، ضباط الدرك الوطني، الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمراقبين، و محافظي و ضباط الشرطة للأمن الوطني، ضباط الصف الذين أمضوا في سلك الدرك الوطني ثلاث (3) سنوات على الأقل، و تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل، حافظ الأختام، ووزير الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة، و قد تركت الباقي دون تغيير أي ما جاء في المادة 15 من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية² وهم: مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل و عينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية و الجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة، إضافة إلى ضباط و ضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

وقد نصت المادة 19 من قانون الإجراءات الجزائية³ على أعوان الضبط القضائي كما يلي: موظفو مصالح الشرطة وضباط الصف في الدرك الوطني ومستخدمو المصالح العسكرية للأمن الذين ليست لهم صفة ضباط الشرطة القضائية".

نستنتج من نص المادة أن أعوان الضبط القضائي لا يتمتعون بصفة الضبطية القضائية، وتتحصر مهمتهم في مساعدة ضباط الشرطة القضائية في البحث والتحري حول جميع أنواع الجرائم سواء المنصوص عليها بموجب قانون العقوبات أو القوانين ذات الصلة به على غرار القانون المتضمن القواعد المطبقة على

¹ القانون رقم 19-10 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة ب 18 ديسمبر 2019، المعدل والمتمم للأمر 66-155.

² المادة 15، من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 48، الصادرة ب 10 يوليو 1966.

³ المادة 19 من قانون الإجراءات الجزائية المعدلة بموجب المادة 02 من القانون رقم 19-10، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

الممارسات التجارية، إذ يتمتع هؤلاء الأشخاص بالاختصاص العام في معاينة وضبط الجرائم وعلى اختلافها.¹

الفرع الثاني: مهام الموظفين

عند معاينة وضبط المخالفات من قبل موظفي وأعاون الضبط القضائي المذكورين في المادة 49 من القانون 02-04 والتي سبق وأن تطرقنا لها، فإنهم يباشرون مهامهم المخولة لهم قانوناً حيث أن المشرع قد منح لهم سلطات واسعة في مواجهة الأعاون الاقتصاديين الذين يجري عليهم التحقيق، ولعل أبرزها تفحص المستندات والوسائل (أولاً)، والدخول إلى المحلات التجارية وملحقاتها (ثانياً)، كما يقومون بتحرير التقارير والمحاضر (ثالثاً).

أولاً: تفحص المستندات والوسائل

نصت المادة 50 من القانون 02-04 على ما يلي: "يمكن الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني.

ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها تضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق.

تحرر، حسب الحالة، محاضر الجرد و/ أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة".²

يتضح من خلال نص المادة إمكانية قيام الموظفين المكلفون بمعاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، بفحص كل المستندات المهنية التي يلزم العون الاقتصادي بمسكها، كالسجل التجاري و الدفاتر التجارية، إضافة للوسائل المغناطيسية أو المعلوماتية، فالوثائق المقصود بها حسب نص المادة السالفة الذكر ليست التقليدية فقط، وإنما الوسائل التي تستعمل فيها التكنولوجيا الحديثة، كما لا يمكن للأعاون الاقتصاديين التحجج فيها بالسرية المهنية في مواجهة الموظفين المكلفون بالمعاينة، كما يمكنهم

¹ غريوج حسام الدين، مرجع سابق، ص354.

² المادة 50 من القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

طلب استلام هذه الوثائق أينما وجدت، و القيام بحجزها، و تضاف المستندات و الوسائل المحجوزة إلى محضر الجرد أو محضر إعادة المستندات المحجوزة و تسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.¹

ثانيا: الدخول للمحلات التجارية وملحقاتها

أجازت المادة 52 من القانون 02-04 "الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.

ويعملون كذلك أعمالهم خلال نقل البضائع، ويمكنهم كذلك عند القيام بمهامهم، فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل".²

يتضح من خلال نص المادة أن المشرع منح الحرية الكاملة للأعوان المكلفين بالتحقيقات والمعانة للدخول للمحلات التجارية من أجل تفتيشها، وهو إجراء قانوني من إجراءات التحقيق هدفه ضبط أدلة الجريمة موضوع التحقيق وكل ما يفيد في إثباتها أو نسبتها للمتهم.³

كما أن المشرع لم يضع أية قيود زمنية على الأعوان المكلفين بمعانة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية خلافا كما هو عليه الحال بالنسبة لتفتيش المحلات السكنية، حيث تخضع لأحكام قانون الإجراءات الجزائية. فمن خلال المادة 44 منه حتى يتم إجراء تفتيش لا بد من إذن مكتوب صادر من وكيل الجمهورية أو قاضي التحقيق مع وجوب استظهار هذا الأمر قبل الدخول و الشروع في التفتيش.⁴ و حسب المادة 47 من قانون الإجراءات الجزائية فإن وقت بداية التفتيش يكون من الساعة الخامسة (5) صباحا إلى غاية الساعة الثامنة (8) مساء.⁵

¹ لعور بدر، مرجع سابق، ص411.

² المادة 52 من القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

³ نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011، ص94.

⁴ المادة 44 من الأمر 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المرجع السابق.

⁵ المادة 47، من الأمر نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

كما يمكنهم ممارسة مهامهم خلال عملية نقل البضائع وكذلك فتح الطرود أو المتاع بشرط حضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل، أي لابد من حضور أحد أطراف العقد في عملية الفحص والتحقق من الشيء المرسل.

وتجدر الإشارة، أن المشرع الجزائري أحاط الموظفين المؤهلون للقيام بالتحقيقات والمعاينة بحماية كافية أثناء تأديتهم لمهامهم، وذلك بتوقيع عقوبات جزائية ضد كل عون اقتصادي يقوم بمعارضة المراقبة، والقيام بالعرقلة وارتكاب كل فعل من شأنه منع تأدية مهامهم. أو القيام بإهانتهم و تهديدهم أو كل شتم أو سب أو عنف أو اعتداء جسدي أثناء تأديتهم لمهامهم أو بسبب وظائفهم.¹

فيعاقب عليها طبقا لنص المادة 53 من القانون 04-02 بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، وبغرامة من مائة ألف دينار (100.000) إلى مليون دينار (1.000.000)، أو بإحدى هاتين العقوبتين² كما أنه في حالتي الإهانة والعنف، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا، بغض النظر عن المتابعات التي باشرها الموظف ضحية الاعتداء شخصيا.³

ثالثا: تحرير التقارير والمحاضر

ألزم المشرع على الأعوان المؤهلين بالتحقيقات والمعاينة أثناء تأدية مهامهم في حالة اكتشاف الجرائم المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية إثباتها عن طريق المحاضر التي تحرر من طرفهم، وحتى تعتبر هذه المحاضر دليلا ثبوتيا أمام القضاء، أوجب القانون أن تتوفر على بعض الشروط وأن تتضمن نتائج العمليات التي قاموا بها، وتعتبر المحاضر أمام المحكمة شهادة مكتوبة يعلن فيها محرر المحاضر الوقائع وما اتخذه من إجراءات وما توصل إليه من نتائج.⁴

¹ بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص93.

² المادة 53 من القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

³ المادة 54 فقرة أخيرة، من القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع نفسه.

⁴ بلفروم محمد اليمين، مرجع سابق، ص222.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

1- مضمون وشكل المحضر

يعرف المحضر بأنه: محرر يدون فيه شخص ذو سلطة مختصة الإجراءات المتخذة بشأن الجريمة المرتكبة، والمعلومات المتحصلة بصدد ارتكابها وما يسفر عنها من أدلة ومخلفات تقيد في كشف حقيقتها.¹ وحسب الفقرة الثانية من المادة 55 من القانون 02-04، فإن المحاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، مع مراعاة أحكام المادة 60 من هذا القانون. وحتى يكون المحضر صحيحاً لا بد أن يتضمن شروطاً تم ذكرها في المادتين 56 و57 من القانون 02-04 وهي:

أن تبين المحاضر التي يحررها الموظفون المذكورون في المادة 49، دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش، تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعانيات المسجلة، و تبين هوية و صفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وكذلك هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات و نشاطهم و عناوينهم، كما تبين صنف المخالفة حسب أحكام القانون 02-04 وكذلك العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة، و في حالة الحجز تبين المحاضر ذلك و ترفق بها وثائق جرد المنتوجات المحجوزة.²

ويجب احترام الأجل التي تحرر فيها المحاضر والمحددة بمهلة ثمانية (8) أيام ابتداءً من تاريخ نهاية التحقيق، كما يجب أن تكون المحاضر المحررة موقعة من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة وتكون تحت طائلة البطلان إذا لم يتم التوقيع عليها من طرفهم، ويجب أن يبين في المحاضر بأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، وعندما يتم تحرير المحضر بحضور مرتكب المخالفة يوقعه هذا الأخير. وعند تحرير المحضر في غياب المعني أو في حالة حضوره مع رفضه للتوقيع أو معارضته لغرامة المصالحة المقترحة، فإن ذلك يقيد في المحضر.³

¹ فاضل زيدان محمد، سلطة القاضي الجنائي في تقدير الأدلة: دراسة مقارنة، الطبعة الثالثة، دار الثقافة، عمان، 2010، ص190.

² المادة 56 من القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

³ المادة 57 من القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

وتجدر الإشارة إلى أنه قد صدر المرسوم التنفيذي رقم 20-389 المحدد لشكل محاضر معاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات وبياناتها،¹ كما أرفق بملحق يحدد نموذج هذه المحاضر وذلك تطبيقاً لأحكام المادة 56 من القانون 04-02.

فقد أوجبت المادة من المرسوم 20-389 السابق ذكره بيانات لا بد أن يتضمنها محضر المعاينة، فالبيانات المتعلقة بالموظف محرر المحضر تتمثل في: اسمه ولقبه، صفته، المصلحة الإدارية التي ينتمي إليها، بيانات بطاقة التفويض بالعمل والتوقيع، أما بيانات الشخص المخالف فهي: اسم ولقب التاجر أو الممثل القانوني للشخص المعنوي، تاريخ ومكان ميلاد التاجر أو الممثل القانوني ابن أو ابنة...و.، التسمية بالنسبة للأشخاص المعنوية، طبيعة النشاط الممارس والتوقيع.²

ما يلاحظ من نص هذه المادة أن المشرع تدارك الأمر عندما أشار إلى العون الاقتصادي على أنه شخص معنوي وهو ما لم يشر إليه وفقاً للقانون 04-02، غير أن ما يعاب عليه هو حصره للمخالف على أنه تاجر فقط دون بقية الأعوان الاقتصاديين المنصوص عليهم في القانون 04-02.

كما أوجبت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي 20-389 السابق ذكره أن يحدد المحضر طبيعة المخالفة والمادة القانونية التي تنص عليها مع تحديد العقوبة المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن يعاقب على المخالفة بغرامة المصالحة وفي حالة الحجز يجب أن يتضمن محضر معاينة المخالفة طبيعة السلع المحجوزة ونوعها وكميتها وقيمتها ووثائق جرد المنتجات المحجوزة، كما يجب أن يتضمن مراجع الاستدعاء المرسل للمخالف ومبلغ غرامة الصلح المقترحة:³

¹ مرسوم تنفيذي رقم 20-389، المؤرخ في 19 ديسمبر 2020 المحدد لشكل محاضر معاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية وبياناتها، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة ب 27 ديسمبر 2020.

² المادة 02 من المرسوم التنفيذي 20-389، المرجع السابق.

³ المادة 03 من المرسوم التنفيذي 20-389، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

2- حجية المحضر

تنص المادة 58 من القانون 02-04 على ما يلي: "مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و57 من هذا القانون، تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير".¹

وتطبيقا لهذه المادة منح المشرع حجية مطلقة للمحضر، بإعتباره وسيلة لإثبات المخالفة وكذا وسيلة إثبات احترام الأعوان المكلفين بالمعاينة للإجراءات القانونية.²

المطلب الثاني: المتابعة

بعد إثبات قيام جريمة من جرائم الممارسات التجارية ضد العون الاقتصادي، يقترح المكلف بالرقابة غرامة المصالحة، وقد استحدثت هذه الأخيرة تقاديا للجوء إلى القضاء، وبالتالي اعتبرت المصالحة طريقا بديلا عن القضاء في تسوية جرائم الممارسات التجارية، وفي حالة عدم القبول بالمصالحة من طرف العون الاقتصادي أو كون الجريمة لا تقبل المصالحة فهنا يتم اللجوء حتميا إلى الطريق القضائي لمتابعة جرائم الممارسات التجارية.³

وسوف نتطرق بالدراسة في هذا المطلب إلى المصالحة في (الفرع الأول) ثم المتابعة القضائية في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المصالحة

تعتبر المصالحة وجها من أوجه العدالة التصالحية وأهم البدائل التي تحل محل الدعوى العمومية، وعلى الرغم مما تثيره من خلافات فقهية وما تطرحه من تناقضات في المبادئ العامة للقانون إلا أنه لها تبريرات مقنعة ومؤسسة والشريعة الإسلامية أهم مصدر لها، وقد أخذت بها التشريعات فقط في مجال الجرائم المالية البسيطة، وهي عبارة عن إجراء اداري شبه قضائي تكون فيه الإدارة هي الخصم والحكم في نفس الوقت

¹ المادة 58 من القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

² سلمى بقر، المرجع سابق، ص132.

³ بوزيرة سهيلة، المرجع سابق، ص263.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

وتحدد مبلغ المصالحة الملزم به المخالف لتسديده حتى تنتهي المتابعة الجزائية في حقه وكألية لإنهاء الدعوى العمومية.¹ طبقا لنص المادة 06 فقرة 04 قانون الإجراءات الجزائية.²

كذلك نص القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على المصالحة وإجراءاتها، وهو ما سوف نتطرق إلى تعريف المصالحة (أولا) وإلى إجراءاتها (ثانيا) وآثارها (ثالثا) على النحو التالي:

أولا: تعريف المصالحة

سوف نتطرق إلى تعريف المصالحة من الناحية اللغوية والفقهية والفقهاء الإسلامي والقضاء ثم من الناحية القانونية وفي جرائم الممارسات التجارية وفق القانون 02-04 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

1- المصالحة لغة:

وهي الاتفاق الذي يعقده المتنازعون ليفضوا نزاعا قائما أو متوقعا بتنازل...³

2- المصالحة فقها:

عرف جانب من الفقهاء المصالحة على أنها طريقة لإنهاء المنازعات الجنائية بطريقة ودية، وآخر عرفها بأنها إجراء تتلاقى فيها إرادة كل من الجاني والمجني عليه لوضع حد للدعوى العمومية، حيث عرفها الدكتور أسامة حسنين عبيد بأنها علاقة رضائية تبادلية، يبذل من خلالها الخصوم تنازلات متبادلة أملا في إنهاء

¹ عمر رزازقة، راضية مشري، المصالحة الجزائية في الجرائم الاقتصادية كآلية للتخفيف من أزمة العدالة الجنائية، مجلة الدراسات القانونية و الاقتصادية، مجلد 05/ العدد: 03، 2023، ص 899، 900.

² أنظر المادة 06 فقرة 04 من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08-6-1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم.

³ معجم المعاني الجامع، معجم عربي، موقع المعاني <https://www.almaany.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ 28 أبريل 2024 على الساعة 23:30.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

النزاع بينهم بغير طريق القضاء، أما الدكتور أحسن بوسقيعة فقد عرفها بأنها تسوية لنزاع بطريقة ودية، أو بمعنى آخر أسلوب لإنهاء المنازعات بطريقة ودية.¹

3- المصالحة في الفقه الإسلامي:

لقد سمت الشريعة الإسلامية على التشريعات الوضعية في تقرير التصالح في القرآن الكريم في قوله تعالى: {وَالصُّلْحُ خَيْرٌ}، سورة النساء [الآية:128] وكذلك قوله تعالى: {فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَصْلِحُوا ذَاتَ بَيْنِكُمْ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ..} سورة الأنفال [الآية: 01]، وقد جاء هذا كله لإنهاء الخصومة بين المتخاصمين سواء بمقابل أو بدونه.²

4- المصالحة من الناحية القانونية:

تطرق المشرع الجزائري إلى المصالحة من خلال نص المادة 06 من قانون الإجراءات الجزائية في الفقرة الأخيرة على أنها "... كما يجوز أن تنقضي الدعوى العمومية بالمصالح إذا كان القانون يجيزها صراحة".³

5- المصالحة في جرائم الممارسات التجارية:

بالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد أن المشرع الجزائري أجاز من خلاله المصالحة الجزائية في جرائم المنافسة والأسعار وقد حصرتها المادة 60 منه،⁴ حيث نصت في فقرتها الثالثة على أنه: "... وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون (1.000.000 دج) ونقل عن ثلاثة ملايين (3.000.000 دج) يمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة...".

¹ شنين سناء، النحوي سليمان، نظام المصالحة الجزائية في التشريع الجزائري، دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 02، 2021، ص 202.

² عقاب لزرق، نطاق تطبيق المصالحة الجزائية في التشريع الجزائري، مجلة القانون، المجلد 11، العدد 02، سنة 2022، ص 60.

³ الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المؤرخ في 08-06-1966، المعدل والمتمم.

⁴ أحسن بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص، دار هومة، الجزائر، سنة 2013، ص 131.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

وعليه نستنتج أن المصالحة لا تجوز إلا في الأعمال المخالفة للقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تكون قيمة الغرامة المتعلقة بالمخالفة لا تفوق 3 ملايين دينار، وتتجلى صور المخالفات التي يمكن تطبيق المصالحة الجزائية فيها في عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات المذكورة طبقاً للمواد (4 و 6)، عدم الإعلام بشروط البيع طبقاً للمواد (8 و 9)، عدم الفوترة طبقاً للمواد (10، 11، 13)، الفاتورة غير المطابقة طبقاً للمادة (12) من القانون 04-02 السالف ذكره.¹

فالمصالحة الجزائية تعتبر من الوسائل الضرورية التي لا يمكن الاستغناء عنها في النظام الجنائي نظراً لفائدتها في تحقيق المصلحة العامة جراء كسب الوقت وسرعة معالجة المخالفات وبأقل تكاليف وتخفيف العبء عن العدالة للتفرغ للقضايا الكبرى.²

وعليه ومن خلال هذا يتضح لنا ان للمصالحة مبررات ودواعي تقوم لأجلها تتمثل في مبررات عملية وأخرى اقتصادية تتضح من خلال:

- تخفيف العبء عن القضاء الذي يشكو من تراكم القضايا وتزايدها المفرط بسبب التضخم التشريعي ونقص القضاة المختصين مما جعل المنظومة القضائية تبحث عن بدائل للعدالة الجنائية بتخفيف المخالف بين التسوية القضائية والتسوية الإدارية في مواجهة الجرائم البسيطة.
- تقادي طول الإجراءات وتعقيدها مما أدى بالدول إلى انتهاج إجراءات مختصرة وتبسيط الإجراءات، والمصالحة تحقق ذلك من ناحية ربح الوقت واختصار الإجراءات والحفاظ على سمعة المتعاملين الاقتصاديين من خلال تقادي الوقوف في المحاكم وكذلك تخفيف العبء المالي على الدولة إذ يعتبر قصر مدة الفصل في القضايا تقليل من نفقات الأجهزة القضائية والتنفيذية وبالتالي تحقيق الفائض المالي وتوجيهه إلى قطاعات أخرى.
- نجاعة تحصيل الغرامات المالية المفروضة المستحقة للإدارة دون اللجوء إلى أروقة المحاكم وبالتالي توفير الجهد والوقت.³

¹ عمر زرارقة، راضية مشري، المرجع السابق، ص 904.

² شنين سناء، النحوي سليمان، المرجع السابق، ص 205، 206.

³ بوزيرة سهيلة، المرجع السابق، ص 264 إلى 267.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ولتحقق المصالحة وجب توفر جملة من الشروط في الجهة الموقعة لها (الإدارة) وكذلك الجهة التي وقعت عليها (المخالف) والتي سوف نتطرق إلى توضيحها وبصفة مختصرة فيما يلي:

بالعودة إلى أحكام القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نلاحظ أن المشرع الجزائري اشترط توافر شروط لإجراء المصالحة وتتمثل في:

- شرط يتعلق بطبيعة الجريمة وهي الجرائم المعاقب عليها بغرامة أقل من ثلاثة ملايين دينار جزائري (3.000.000 دج) وتشمل الجرائم المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، عدم الإعلام بشروط البيع، عدم الفوترة، الفاتورة غير المطابقة طبقاً لأحكام المادة 60 من القانون 02-04.¹
- شرط يتعلق بالمخالف أو مرتكب الجريمة والذي يجب أن لا يكون في حالة عود حيث لا يستفيد من إجراءات المصالحة كل من هو في حالة عود ويتابع قضائياً مباشرة،² طبقاً لنص المادة 62 من القانون 02-04.³
- كذلك أن تتوفر فيه الأهلية القانونية سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً حسب ما جاء في المادة 40 من القانون المدني.⁴

ثانياً: إجراءات المصالحة

من خلال استقراءنا لأحكام المادتين 60 و61⁵ من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، يتضح لنا أن إجراءات المصالحة تبدأ بمبادرة من السلطة الإدارية المختصة عن طريق أعوانها المؤهلين قانوناً الذين قاموا بتحرير محضر المخالفات وقاموا باقتراح غرامة الصلح وفقاً للعقوبات المقررة قانوناً.⁶

وعليه سوف نتطرق في هذه النقطة إلى توضيح أطراف المصالحة ثم تقدير مبلغها وآجالها على النحو

التالي:

¹- أنظر المادة 60 من القانون 02-04، المرجع السابق.

²- عقاب لزرق، المرجع السابق، ص82.

³- أنظر المادة 62 من القانون 02-04، المرجع نفسه.

⁴- المادة 40 من القانون المدني أنه: "كل شخص بلغ سن الرشد متمتعاً بقواه العقلية ولم يحجر عليه، يكون كامل الأهلية لمباشرة حقوقه المدنية".

⁵- أنظر المواد 60-61 من القانون 02-04، المرجع نفسه.

⁶- شنين سناء، النحوي سليمان، المرجع السابق، ص208.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

1- أطراف المصالحة:

وتشمل طرفي المصالحة الإدارة المكلفة بالتجارة والمخالف:

أ- الإدارة المكلفة بالتجارة:

من خلال نص المادة 61 من القانون 02-04 المعدل والمتمم يتضح لنا أن الجهة المبادرة بالمصالحة هي السلطة الإدارية المختصة عن طريق الأعوان المؤهلين الذين قاموا بتحرير المحضر والمنصوص عليهم وهم:

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.

- المستخدمون المنتمون إلى الاسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

- الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض طبقاً لأحكام المادة 49 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.¹

حيث يقومون بمهامهم بعد أداء اليمين ويتفويض وفقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها ويمكنهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليمياً في حال تطلب الأمر ذلك أثناء تأدية مهامهم طبقاً لأحكام المادة 49 فقرة 2 و3 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.²

كما يمكنهم القيام بتفحص جميع المستندات الإدارية والمالية والتجارية والمحاسبية أو أية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية وبحرروا محضراً بكل الوقائع في حالة اكتشاف مخالفة طبقاً لأحكام المادة 50 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.³

¹- أنظر المادة 49 من القانون 02-04، المرجع السابق.

²- أنظر المادة 49/2 و3 من القانون نفسه.

³- أنظر المادة 50 من القانون نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

وبالنظر إلى الطابع الاستثنائي الذي يكتسي المصالحة فإن إجراءات الترخيص تكون صحيحة بموجب نص تشريعي والجهات المختصة بها معينة تعيينا دقيقا وبالرجوع إلى أحكام المادة 60 من القانون 04-02 فإن صلاحيات إجراء المصالحة تعود لشخصين إثنين هما:

- المدير الولائي المكلف بالتجارة:

والذي تعود له صلاحية إجراء المصالحة مع المؤسسة المخالفة في حالة ما إذا كانت قيمة غرامة الصلح المحددة في المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهلين أقل أو تساوي مليون دينار جزائري (1.000.000 دج).¹

- الوزير المكلف بالتجارة:

والذي تعود له صلاحية إجراء المصالحة مع المؤسسة المخالفة في حالة ما إذا كانت قيمة غرامة الصلح المحددة في المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهلين تفوق مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار جزائري (3.000.000 دج).²

ب- المخالف:

وهو كل عون اقتصادي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ارتكب مخالفة متعلقة بقواعد الممارسات التجارية وله الحق في الاستفادة من المصالحة.

- الشخص الطبيعي:

أن يكون متمتعا بالأهلية القانونية لممارسة حقوقه المدنية حيث يجب أن يكون الشخص الطبيعي بالغا سن 19 سنة حسب القانون المدني وغير محجور عليه متمتعا بكامل قواه العقلية ويكون الشخص بالغا

¹ جغام محمد، منيغر سناء، الحل الودي للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 4، ص 6.

² راجع المادة 60 الفقرة الثالثة من القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

حسب القانون المدني إذا بلغ سن 19 سنة،¹ في حين يكون بالغاً في نظر القانون الجزائي بتمام 18 سنة وتكون العبرة بتحديد السن بيوم ارتكاب الجريمة.²

والسؤال الذي يطرح ماهي السن التي تؤخذ بعين الاعتبار عند إجراء المصالحة؟

والإجابة على هذا السؤال تتطلب تحديد الطبيعة القانونية لبدل المصالحة هل هو جزاء أم تعويض؟ حسب الفقهاء فإن المصالحة في الجرائم الجزائية هي جزاء اداري وعليه يجوز إجراء المصالحة في جرائم البيع المخالفة لشرعية الممارسات التجارية لكل من بلغ سن 18 سنة ذلك أن المصالحة مرتبطة بالمادة الجزائية سواء من حيث مصدرها (ارتكاب الجريمة) أو من حيث هدفها (انقضاء الدعوى العمومية).³

- الشخص المعنوي:

قد يكون الشخص المعنوي مؤسسة اقتصادية عامة أو خاصة، يسيروها مدير سواء كان منتخبا من بين أعضاء مجلس الإدارة أو تم اختياره من خارج الشركاء وبهذه الصفة يعد وكيلا قانونيا له حق اجراء المصالحة باسم المؤسسة أو التفويض في إجرائها مع استشارة مجلس الإدارة وباقي الشركاء وعليه يجوز للشخص المعنوي إتمام إجراءات المصالحة مع الإدارة بواسطة ممثله الشرعي.⁴

1- تقدير مبلغ غرامة الصلح:

ضبط القانون 04-02 المعدل والمتمم قواعد كفيات تحديد مبلغ غرامة الصلح وجعلها في الحدود المقررة قانونا، ولكنه لم يحدد المرجع التقديري لها حيث أعطى للإدارة المختصة السلطة التقديرية في تحديدها باعتبارها الأدرى والأقدر في تحديد جسامة المخالفة، محددة لها بذلك حدا أدنى وحدا أقصى، حيث أرجعها إلى الجهة التي لها صلاحية اقتراح المصالحة⁵، وطبقا لأحكام الفقرة 04 من المادة 61⁶ من القانون 02/04 السالف الذكر مرتكب المخالفة يكون أمام ثلاث خيارات أولا الموافقة على الاقتراح والاستفادة من تخفيض 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة، أو تقديم معارضته لدى المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير

¹ أنظر المادة 40 من القانون المدني، المرجع السابق.

² أنظر المادة 443 من قانون الإجراءات الجزائية، المرجع السابق.

³ أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 142.

⁴ سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة منتوري قسنطينة، سنة 2004، 2005، ص 165.

⁵ سهيلة بوزيرة، المرجع السابق، ص 271.

⁶ أنظر المادة 61-4 من القانون 02-04، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

المكلف بالتجارة في الغرامة المقترحة عليه طبقا لأحكام الفقرة الأولى من المادة 61¹ من القانون 02-04 السالف الذكر في حدود ثمانية أيام (08) من تاريخ استلامه محضر إثبات المخالفة هنا يجوز تعديل مبلغ الغرامة طبقا لأحكام الفقرة 2 من نفس المادة، أما في حالة الاعتراض وعدم الموافقة على مبلغ الغرامة يرسل محضر إثبات المخالفة إلى وكيل الجمهورية لإحالة على المحاكمة وفقا لإجراءات التقاضي العادية وكذلك في حالة عدم دفعها في اجل 45 يوما من تاريخ الموافقة.²

2- آجال المصالحة:

طبقا لأحكام المادة 61 من القانون 02-04³ المذكور سافا فإن المخالف له مهلة 08 أيام من تاريخ استلام محضر المخالفة للاعتراض على مبلغ غرامة الصلح أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة في حالة عدم موافقته على مبلغ الغرامة، وفي حالة موافقته على المصالحة ومبلغ الغرامة وعدم تسديدها في ظرف خمسة وأربعون (45) يوما من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال ملفه إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا للمتابعة القضائية.

ثالثا: آثار المصالحة

تنتج المصالحة أثرين مهمين على جرائم الممارسات التجارية حيث بمجرد استحقاقها ودفعها تنقضي الدعوى العمومية ولا يمكن اللجوء للقضاء وكذلك تثبيت الحقوق سواء لصالح الإدارة في مواجهة المخالف أو العكس والتي اعترف القانون لكليهما بها.⁴ وعليه سوف نتطرق لها من خلال:

1- أثر المصالحة على انقضاء الدعوى العمومية

انفتحت جل التشريعات الجزائية التي تعترف وتجزئ المصالحة على أن الدعوى العمومية تنقضي إذا تمت المصالحة قبل صدور الحكم النهائي، حيث يختلف الأثر باختلاف المرحلة التي وصلت إليها الدعوى فإذا تمت المصالحة قبل تحريكها تتوقف الدعوى ويحفظ الملف طبقا لنص المادة 36 من قانون الإجراءات

¹ أنظر المادة 61-1 من القانون 02-04، المرجع السابق.

² شنين سناء، النحوي سليمان، المرجع السابق، ص 208.

³ أنظر المادة 61 من القانون 02-04، المرجع نفسه.

⁴ سهيلة بوزيرة، المرجع السابق، ص 276.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

الجزائية،¹ أما إذا أرسل الملف من طرف النيابة للتحقيق أو المحكمة فتصدر هذه الجهة أمراً بأن لأوجه للمتابعة من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام طبقاً لنص المادة 176 من قانون الإجراءات الجزائية،² كما نصت المادتان 381 و 392 من فقرتيهما الأولى من قانون الإجراءات الجزائية³ على انقضاء الدعوى العمومية بدفع غرامة الصلح أو الغرامة الجزافية.

2- تثبیت الحقوق:

ينتج عن المصالحة تثبیت الحقوق التي اعترفت بها المؤسسة المخالفة للإدارة أو تلك التي اعترفت الإدارة بها للمؤسسة المخالفة حيث يتجلى ويتحقق هذا الأثر بالنسبة للإدارة في الحصول على غرامة المصالحة المتفق عليها وانتقال ملكيته لها.⁴

أما الإدارة فتقوم بمسح الصفة الاجرامية عن فعل المخالف وتجنبه المتابعة الجزائية وهذا بناءً على الاتفاق والتراضي بين الطرفين للوصول إلى النتائج المرجوة من خلال إجراء المصالحة.⁵

أما بالنسبة لآثار المصالحة على الغير فإن أثرها لا يتعدى إلى الغير باعتبار أن المصالحة تشمل طرفين فقط هما الإدارة والمخالف، ويقصد بالغير الفاعلون والشركاء والمسؤولين المدنيين والضامنون وبالتالي فإن المصالحة عموماً تتحصر آثارها في المتصلحين فقط ولا يمتد أثرها إلى المتهمين غير المتصلحين سواء كانوا فاعلين أو شركاء حيث لا تشكل المصالحة حاجزاً أمام متابعة الأشخاص المساهمين في ارتكاب المخالفة ولم يقوموا بطلب المصالحة للإدارة.⁶

الفرع الثاني: المتابعة القضائية

ينتج عن معاقبة الجرائم المتعلقة بالممارسات التجارية تحويل مرتكبيها إلى المتابعة القضائية للمحاكمة، والتي تتم بطريقة آلية في الجرائم التي تستثنى من إجراءات المصالحة، أما الجرائم التي تجوز فيها المصالحة

¹ أنظر المادة 36 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، مرجع سابق.

² أنظر المادة 176 من الأمر رقم 66-155، المرجع نفسه.

³ أنظر المادتين 381 و 392 فقرة أولى منهما من الأمر 66-155، المرجع نفسه.

⁴ أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 197.

⁵ شنين سناء، النحوي سليمان، المرجع السابق، ص 210.

⁶ عمر رزازقة، مشري راضية، المرجع السابق، ص 912، 913.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

فلا تتحرك الدعوى القضائية إلا بعد استنفاد طرق وإجراءات المصالحة حسب نص المادة 61 من القانون 04-02¹، حيث أنه بمجرد مرور خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة ولم يتم المخالف بدفع الغرامة المستحقة طبقا لمحضر المخالفة يتم تحويل الملف إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا للمتابعة القضائية.²

و لتحقيق التوازن في العلاقة بين المستهلك والعمول الاقتصادي الذي هو الحلقة الأقوى في العلاقة نتيجة معرفته الفنية بالمعاملات أصبحت الدولة تسعى جاهدة لتوفير الوسائل التي تضمن هذا التوازن من خلال اللجوء إلى القضاء لحماية المستهلك في حالة وقوع اعتداء عليه عن طريق سلوك الدعوى القضائية سواء كانت عمومية أو مدنية.³

وسوف نتطرق في هذا الفرع إلى الدعوى العمومية (أولا) والدعوى المدنية (ثانيا) على النحو التالي:

أولاً: الدعوى العمومية

كل جريمة ينشأ عنها ضرر عام يخول للدولة التدخل والمطالبة بتوقيع العقوبة المقررة لها طبقا لأحكام قانون العقوبات عبر النيابة العامة وعن طريق تحريك ما يسمى بالدعوى العمومية لإقرار حق الدولة في العقاب وإثبات الفعل الإجرامي وإقامة الحجة على مرتكبه وترفع الدعوى العمومية إلا على من يعتبر جانبا تعرف الدعوى العمومية طبقا للمادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية على أنها: "الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون، كما يجوز أيضا للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى طبقا للشروط المحددة في القانون."⁴

وسوف نتطرق إلى الجهات المختصة بمباشرة الدعوى العمومية لقمع الممارسات التجارية على النحو التالي:

¹ أنظر المادة 61 من القانون 04-02، المرجع السابق.

² بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، مناقشة بتاريخ 2009/03/16، سنة جامعية 2009، ص 128.

³ عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعمول الاقتصادي، مرجع سابق، ص 375.

⁴ الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

منح المشرع الجزائري الحق للنيابة العامة بصفتها ممثلة للحق العام كمثل للشعب وتتوب عنه سلطة تكيف الوقائع ومتابعة الجاني وتحريك الدعوى العمومية وتطبيق العقاب عليه وفقا للقوانين المعمول بها¹ وهذا بموجب المادة 1/39 من قانون الإجراءات الجزائية.²

وتعد الدعوى العمومية وسيلة الدولة في تطبيق العقاب على واقعة الاعتداء على مصلحة المستهلك من طرف العون الاقتصادي، الذي كفل له القانون حق المطالبة بحقه حيث نصت المادة 65 من القانون 04-02 السالف الذكر³ على أن متابعة مخالفات الممارسات التجارية يعود للجهات القضائية، وهو اختصاص أصلي للنيابة العامة ويعهد لوكيل الجمهورية بمباشرتها من تلقاء نفسه أو بعد إبلاغه من طرف الموظفين المكلفون بالمعاينة والضبط، أو من طرف المضرور (المستهلك) أو جمعيات حماية المستهلك.

1- اختصاص وكيل الجمهورية في مباشرة الدعوى العمومية:

تطبيقا للقانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن الدعوى العمومية يحركها ويباشرها وكيل الجمهورية عادة، بناء على المحاضر التي يتلقاها من طرف الأعوان المكلفين بالبحث عن المخالفات ومعاينتها، حيث يلعب وكيل الجمهورية دورا مهما في وظيفة المتابعة والاهتمام باتخاذ جميع الإجراءات التي يراها لازمة، كالبحث والتحري عن الجريمة⁴، أو تكليف ضباط الشرطة القضائية بذلك أو اصدار مقرر بحفظ الأوراق، وإخطار الجهات القضائية المختصة، طبقا لأحكام المواد 1، 29، 36 من قانون الإجراءات الجزائية.⁵

2- اختصاص قاضي التحقيق بمباشرة الدعوى العمومية:

يمكن القاضي التحقيق تحريك الدعوى العمومية أما بناء على طلب وكيل الجمهورية أو من المستهلك المضرور، ففي الحالة الأولى يكون عن طريق توجيه طلب إجراء التحقيق، وفي الحالة الثانية يكون عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني حيث أوكل المشرع مهمة التحقيق الابتدائي لقاضي التحقيق وخول له

¹ أحمد عبد اللطيف الفقي، النيابة العامة وحقوق ضحايا الجريمة، د ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، لبنان، 2003، ص 38.

² راجع المادة 39 /1 من الأمر 66-155، المرجع السابق.

³ راجع المادة 65 من القانون 04-02، المرجع السابق.

⁴ أوهابيه عبد الله، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري التحري و التحقيق، ط2، دار هومة، الجزائر، 2011، ص 62، 63.

⁵ أنظر المواد 1 و 29 و 36 من الأمر 66-155 المعدل و المتمم، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

سلطات واسعة في اتخاذ جميع إجراءات التحقيق،¹ حسب المواد من 66 إلى 175 من قانون الإجراءات الجزائية.²

وينتج عن الدعوى العمومية عقوبات جنائية توقع على مرتكبها منها الأصلية والتكميلية سوف نتطرق إليها بالتفصيل في المبحث الثاني من هذا الفصل.

ثانيا: الدعوى المدنية

تتحقق حماية المستهلك عن طريق الدعوى المدنية التي يرفعها بنفسه دافعا عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقوقه المعتدى عليها وهذا بصفة فردية وكذلك يستطيع تحقيق هذه الحماية عن طريق دعوى جماعية تتولي رفعها جمعيات حماية المستهلكين والجمعيات والنقابات المهنية وترفع بصفة مستقلة عن الدعوى العمومية أو بالتبعية لها.

وسوف نتطرق فيما يلي إلى الدعوى المدنية الفردية (1) والدعوى المدنية الجماعية (2):

1- الدعوى المدنية الفردية:

لقد كرس المشرع في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حق المستهلك أو المتضرر في اللجوء إلى القضاء من أجل الحصول على تعويض الأضرار التي أصابته من جراء مخالفة أحكام القانون.

وسوف نتطرق إلى مصلحة المتضرر في رفع الدعوى المدنية (أ) ومصلحة المستهلك في رفع الدعوى المدنية (ب) ومصلحة الأعوان الاقتصاديين في رفع الدعوى المدنية (ج).

أ- مصلحة المتضرر في رفع الدعوى المدنية:

استنادا لنص المادة 124 من ق.م.ج التي تنص: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه يسبب ضررا للغير، يلتزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

¹ دلاندة يوسف، قانون الإجراءات الجزائية، منقح بآخر التعديلات التي أدخلت عليه بموجب القانون رقم 22/06، دط، دار الهومة، الجزائر، 2009، ص34.

² أنظر المواد 66 إلى 175 من الأمر 66-155، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

يحق لكل شخص طبيعي أو معنوي متضرر نتيجة الإخلال بأحكام القانون 04-02 أن يرفع دعوى تعويض ضد العون المخل بالتزامه لجبر الضرر الذي لحقه، شريطة أن يثبت وجود خطأ، ووقوع الضرر والعلاقة السببية بينهما.¹

ب- مصلحة المستهلك في رفع الدعوى المدنية:

أعطى قانون الممارسات التجارية الحق للمستهلك وكل ذي مصلحة في الحصول على تعويض نتيجة الأضرار التي لحقت به جراء المخالفات المرتكبة بموجب أحكام المادة 65 من القانون 04-02² المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والمطالبة بحماية حقوقه شريطة أن تتوفر فيه الصفة والمصلحة في رفع هذه الدعوى طبقاً لأحكام المادة 1/13 من القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.³

وطبقاً لنص المادة 01 و02 من قانون الإجراءات الجزائية⁴ التي نص: "يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصياً ضرراً"، حيث يستطيع المستهلك طبقاً للقواعد العامة في القانون المدني أن يرفع دعوى مدنية يطالب فيها بالتعويض الناتج عن الأضرار التي لحقت به من بعض الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي شريطة أن تتوفر فيه الصفة القانونية للتقاضي.⁵

ج- مصلحة الأعوان الاقتصاديين في رفع الدعوى المدنية:

جاء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لحماية العون الاقتصادي من الأفعال والممارسات التجارية التي قد يقوم بها العون الاقتصادي المنافس بارتكابه خطأ يأخذ صورة من

¹ سلمى بقر، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص115.

² أنظر المادة 65 من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ أنظر المادة 1/13 من القانون 09/08 المؤرخ في 25/02/2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، جريدة رسمية رقم 21، صادرة بتاريخ 23/04/2008.

⁴ الأمر رقم 66-155، المرجع السابق.

⁵ كيموش نوال، المرجع السابق، ص93.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

صور الممارسات التجارية غير النزيهة، فمتى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية بين الخطأ والضرر يتعين عليها الحكم بالتعويض المناسب للمضرور.¹

2- الدعوى الجماعية:

على الرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة، فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده وعدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك، وهذا بوضع تكتلات للمستهلكين ومع مرور الوقت أصبح ذلك في شكل جمعيات تعرف بجمعيات حماية المستهلك.²

وسوف نتطرق فيما يلي إلى مصلحة جمعيات حماية المستهلكين في رفع الدعوى المدنية (أ) ومصلحة الجمعيات والنقابات في رفع الدعوى المدنية (ب).

أ- مصلحة جمعيات حماية المستهلكين في رفع الدعوى المدنية:

الجمعيات هي عبارة عن اتفاقية خاضعة للقوانين المعمول بها تجمع اشخاص طبيعيين أو معنويين لغرض غير مريح بغرض ترقية بعض الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والرياضي مسخرين في ذلك معارفهم ووسائلهم لمدة محددة أو غير محددة وقد اعترف لها المشرع بحق التقاضي أما القضاء وتمثيل المتقاضين أطرافاً أو جماعة بموجب المادة 65 من القانون 04-02 شريطة أن تستوفي إجراءات التأسيس سواء على المستوى المحلي أو الوطني.³

ونجد هذا الحق مقرراً صراحة في المواد 21، 22، 23، 24 من القانون 03/09⁴ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فلقد منح المشرع الجزائري الحق لجمعيات حماية المستهلك رفع الدعاوى أمام المحكمة المختصة لصالح المستهلك أو عدة مستهلكين لحقت بهم اضرار فردية نتيجة الممارسات التجارية غير الشرعية من طرف العون الاقتصادي لاكتسابها الشخصية المعنوية، حيث يمكن لها أن تتأسس كطرف مدني ولها حق

¹ هاني محمد دويدار، التنظيم القانوني للتجارة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1997، ص 293.

² أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص 203، 204.

³ عادل عميرات، المرجع السابق، ص 378.

⁴ أنظر المواد 21، 22، 23، 24 من القانون 03-09، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

رفع الدعوي أمام المحكمة المختصة بشرط أن يكون الضرر لاحقاً بالمصالح المشتركة للمستهلكين وهذا دون توكيل أو شكوى منهم ضد كل عون اقتصادي خالف القانون،¹ طبقاً لأحكام المادة 17 من القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات.²

ب- مصلحة الجمعيات والنقابات في رفع الدعوى المدنية:

عرفت المادة 02 من القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق لجمعيات الجمعية بأنها: "تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، فهي عبارة عن هيئة تطوعية غير حكومية يهدف مؤسسوها إلى تحقيق أهداف من بينها جمعيات مهنية ما تعلق بالمجال الاقتصادي أو المهني، فالأعوان الإقتصاديون ديون لهم أن ينشأوا جمعيات مهنية تختص بحماية مصالح نشاط معين أو مصالح أعوان منطقة معينة و قد توجه مجهودها لحماية هؤلاء من إعتداء غيرهم من الأعوان على مبادئ المنافسة الشريفة أو من الإعتداء على المصالح الخاصة لمنتسبيها.³ وقد اعترف لها القانون بصلاحيه الدفاع عن مصالح العامة والجماعية من خلال نص المادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.⁴

المبحث الثاني: العقوبات المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية

بعد قيام الأعوان المؤهلون بمعاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، نتيجة مخالفة العون الاقتصادي لإلتزاماته المقررة عليه بموجب القانون 04-02 المعدل والمتمم، تصنف المخالفة وتوضع العقوبة المقررة لها، وهو ما جاء في الباب الرابع من القانون 04-02، حيث نص الفصل الأول منه على تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات، كما نص الفصل الثاني على عقوبات أخرى.

لذا سنوضح من خلال هذا المبحث العقوبات الجزائية (مطلب أول)، وكذا العقوبات الإدارية (مطلب ثاني)، والعقوبات ذات الطابع المدني (مطلب ثالث).

¹ بن عنتر ليلي، جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج آلة وجود، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، العدد 2، 2010، ص185.

² أنظر المادة 17 من القانون 06-12 المؤرخ في 06/12/2012 يتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية رقم 02، صادرة بتاريخ 2012/01/15.

³ مهري محمد أمين، مطبوعة محاضرات في قانون الممارسات التجارية، المرجع السابق، ص192.

⁴ أنظر المادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

المطلب الأول: العقوبات الجزائية

إن قانون الممارسات التجارية يحتوي على مجموعة من القواعد القانونية لحماية المستهلك، غير أن هذه القواعد تحتاج إلى جملة من الإجراءات أو الأحكام الجزائية الردعية، حتى تكون ذات فعالية و نجاعة لحماية المستهلك من كل أشكال الممارسات التي تلحقه في تعاملاته المختلفة مع الأعوان الاقتصاديين جراء الاستغلال غير الشرعي الذي يتعرض له من طرفهم، لذا يستدعي الأمر اللجوء إلى العقوبات الجزائية،¹ و عليه سنتعرض إلى الغرامة كعقوبة أصلية (الفرع الأول)، و العقوبات التكميلية (الفرع الثاني)، و كذا إلى العقوبات المتعلقة بحالة العود (الفرع الثالث).

الفرع الأول: الغرامة كعقوبة أصلية

معنى الغرامة، هو إلزام المخالف المحكوم عليه بدفع مبلغ من المال لصالح خزينة الدولة مقدرا في الحكم القضائي.

والغرامة عقوبة مالية أصلية في قانون الممارسات التجارية، ذلك لأن المخالف يهدف إلى الربح السريع فيعاقبه المشرع بنقيض قصده بفرض غرامات مالية عليه.² وهي نفس التكييف الذي منح لها في المادة الخامسة من قانون العقوبات، أما عن تكييف المخالفات المنصوص عليها في القانون 04-02، فبالإطلاع على الحد الأدنى للغرامات الموقعة نلاحظ أن أقل حد أدنى يوقع في حالة ارتكاب مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات يقدر ب 5000 دج. وبالرجوع للمادة الخامسة من قانون العقوبات، نجد بأن هذا الحد تكيف من خلاله هذه الممارسة بأنها جنحة، لكون أنها نصت بأنه إذا كانت العقوبة الأصلية غرامة تتجاوز 2000 دج، فتكون عقوبة في الجرح، أما ما قل عن ذلك فيعتبر مخالفة، وعليه يمكن القول بأن جميع المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية هي جنح.³

وقد ميز المشرع هذه المخالفات، إذ جعل لكل منهما عقوبة خاصة بها وهو ما سنوضحه في الآتي:

¹ بواهي نعيمة، غنيش جميلة، مرجع سابق، ص 83.

² سهيلة بوزيرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم، مجلة أبحاث قانونية و سياسية، المجلد 2، العدد الخامس، 2017، ص 136.

³ كيموش نوال، مرجع سابق، ص 75.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

أولاً: الغرامة المقررة عند عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات

تطبيقاً لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات المنصوص عليه في قانون العقوبات¹ نصت المادة 31 من القانون رقم 02-04 على ما يلي: "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)".

فجريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات تعتبر من الجرائم السلبية التي تقع بطريق الترك في كل مرة يخالف فيها العون الاقتصادي النصوص القانونية المذكورة في المادة 31 من القانون 02-04 المواد (4، 6 و7) ومنها كتابة السعر بخط غير واضح مما يجعل المستهلك في شك من القيمة الحقيقية للسعر.²

وتجدر الإشارة إلى أن ممارسة أسعار غير شرعية التي نص عليها المشرع في الفصل الثاني من الباب الثالث المتعلق بنزاهة الممارسات التجارية من القانون 02-04 تدخل ضمن جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات لصلتها بالجريمة، فالعون الاقتصادي مطالب بالإعلام بالأسعار وأن تكون الأسعار محل الإعلام شرعية (المادة 36 من القانون 02-04).³

وفي مجال الخدمات، فقد نصت المادة 07 من المرسوم التنفيذي 448/02، المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"،⁴ على أنه: "يجب أن تعلق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها أصحاب سيارات الأجرة الفردية والجماعية بشكل واضح داخل السيارات...".

¹ أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49، صادرة ب11 يونيو 1966، المعدل و المتمم بموجب القانون 24-06 المؤرخ في 28 أبريل 2024، نص المادة الأولى منه: "لا جريمة و لا عقوبة، و لا تدابير أمن بغير قانون".

² بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص279.

³ بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص203.

⁴ مرسوم تنفيذي رقم 02-448 مؤرخ في 17 ديسمبر 2002، المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"، الجريدة الرسمية، عدد 84، الصادرة ب22 ديسمبر 2002.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: الغرامة المقررة عند عدم الإعلام بشروط البيع

نصت المادة 32 من القانون رقم 02-04 على أنه: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من 10 آلاف دينار (10.000 دج).

نستنتج من نص المادة، أن شروط البيع تتضمن المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، كما يجب أن تكون شروط البيع إجبارية في العلاقة التعاقدية بين الأعوان الاقتصاديين، وبالتالي فأى إخلال بواجب الإعلام بشروط البيع يعد جنحة ويعاقب عليها بالغرامة المحددة وفقا للمادة 32 من القانون 02-04.

ثالثا: الغرامة المقررة عند عدم الإلتزام بالفوترة

نصت المادتين 33 و 34 من القانون 02-04، على العقوبة المقررة للعون الاقتصادي عند مخالفته لإلتزامه بالفوترة، فأكدت المادة 33 من القانون 02-04 على ما يلي: "دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته".

نستنتج من نص المادة أعلاه، أن جريمة عدم الفوترة تتلخص أساسا في عدم الإلتزام بالأحكام المتعلقة بالفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها والمبينة تحديدا في كل من المادة 10، 11 و 13، فالعون الاقتصادي يعد مرتكبا لجريمة عدم الفوترة¹ طبقا للمادة 33 السابقة الذكر في الحالات الآتية:

- 1- مخالفة أحكام المادة 10 من القانون 10-06 المعدل والمتمم بالقانون 02-04 من خلال:
 - عدم إلتزام العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة للعون الاقتصادي المشتري أو المستهلك إذا هو طلبها عند بيع السلعة أو تأدية الخدمة.
 - عدم إلتزام العون الاقتصادي بطلب الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها عند شراء سلعة أو تأدية خدمة.

¹ عبد الرزاق مقران، جريمة عدم الفوترة و آليات مكافحتها في التشريع الجزائري، مجلة ميلاف للبحوث و الدراسات، المجلد 09، العدد 1، 2023، ص255.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

2- مخالفة أحكام المادة 11 من القانون 10-06 المعدل و المتمم للقانون 04-02 نذكر منها

على سبيل المثال ما يلي:

- عدم إلتزام العون الاقتصادي عند تحرير وصل التسليم بالشروط الخاصة به، والمتمثلة في كون أن وصل التسليم يكون في المعاملات التجارية المتكررة لنفس الزبون.
- عدم الإلتزام بالفترة الزمنية المقدرة لتحرير الفاتورة الإجمالية والمقدرة بشهر واحد من بداية تحرير أول وصل.
- عدم الإلتزام بتقديم وصل التسليم للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم باستعماله صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة.
- عدم تحرير أو تقديم الفاتورة الإجمالية للموظفين المؤهلين عند أول طلب لها أو خلال المدة التي تحددها الإدارة.

3- مخالفة أحكام المادة 13 من القانون 10-06 المعدل و المتمم بالقانون 04-02 من خلال:

عدم التزام العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا بتقديم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها للموظفين المؤهلين، وذلك عند أول طلب لها أو في الأجل الذي حددته الإدارة المعنية.

أما المادة 34 من القانون 04-02، نصت على ما يلي: "تعتبر فاتورة غير مطابقة، كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)، بشرط ألا تمس عدم المطابقة الإسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتوجات المباعة أو الخدمات المقدمة، حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فورة ويعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 33 أعلاه".

إن فالعون الاقتصادي يعد مرتكبا لمخالفة موصوفة بتحرير فواتير غير مطابقة لشروط التنظيم عندما يقوم بإصدار فواتير دون ذكر البيانات الإلزامية الآتية: رقم السجل التجاري للبائع والمشتري، طريقة الدفع، وتاريخ تسديد الفاتورة، رأس مال الشركة... إلخ، في هذه الحالة تكون العقوبة المقررة من 10000 دج إلى 50000 دج، بشرط ألا تمس عدم المطابقة البيانات الإلزامية المحددين بموجب المواد 3 و 4 من المرسوم

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

التنفيذي رقم 05-468، ففي حالة عدم ذكرها تعتبر عدم فويرة المعاقب عليها بموجب المادة 33 من القانون رقم 04-02.¹

وقد جاء في نص المادة 24 من القانون 02-04 بأنه يمنع تحرير فواتير وهمية أو مزيفة وعاقبت على تحريرها المادة 37 من القانون نفسه، بغرامة من 300 000 دج إلى 10.000.000 دج.²

وتجدر الإشارة إلى أن القانون رقم 02-24 المتعلق بمكافحة التزوير واستعمال المزور³ قد نص على العقوبات المقررة عند إصدار فاتورة تثبت وقائع غير صحيحة ماديا في المادة 35 منه حيث تنص على ما يلي: "كل من ارتكب تزويرا..... يعاقب بالحبس من خمس (5) سنوات إلى عشر (10) سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 1000 000 دج.

تطبق نفس العقوبات على كل من أصدر فاتورة تثبت وقائع غير صحيحة ماديا...".

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

إضافة للعقوبات الأصلية المتمثلة في الغرامة المالية، فإن المشرع فرض عقوبات تكميلية على العون الاقتصادي عند مخالفته للآليات الضامنة لشفافية الممارسات التجارية، وهي وفقا للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تتمثل في المصادرة ونشر الحكم وهو ما سنوضحه في الآتي:

¹ والي نادية، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية، يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارة و الصناعة-تيكجدة بالتنسيق مع مديرية التجارة لولاية البويرة حول الفاتورة كوسيلة لإضفاء شفافية الممارسات التجارية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، يوم 05 جوان 2016، ص07.

² نص المادة 37 من القانون رقم 02-04: "دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، فتعتبر كل مخالفة لأحكام المادتين 24 و25 من هذا القانون، ممارسات تجارية تدليسية، و يعاقب عليها بغرامة من ثلاثمائة ألف دينار (300 000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)".

³ قانون رقم 02-24 مؤرخ في 26 فبراير 2024، المتعلق بمكافحة التزوير و استعمال المزور، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة ب29 فبراير 2024.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

أولاً: المصادرة

عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات المعدلة و المتممة بموجب المادة 04 من القانون رقم 24-06¹ على أنها: "الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء...". و المصادرة كعقوبة تكميلية تعد من الحلول الناجعة و الوقائية التي تلجأ إليها الدولة، كذلك نص عليها القانون 04-02.²

حيث نصت المادة 44 منه المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 10-06 على ما يلي: "زيادة على العقوبات المنصوص عليها في هذا القانون يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة..."، و بذلك فإن المصادرة أمر جوازي يمكن للقاضي أن يحكم به أو أن يستبعده، و عليه فإنه في حالة امتناع العون الاقتصادي عن إعلام المستهلك بأسعار المنتجات و شروط بيعها يمكن للقاضي أن يكتفي بالعقوبات الأصلية كما يمكنه أن يحكم زيادة على ذلك بمصادرة السلع.³

أما عن كيفية إجراء المصادرة فإنه إذا كانت السلع موضوع حجز عيني فإنها تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع و التنظيم المعمول بهما، أما إذا كانت موضوع حجز اعتباري فإن المصادرة تكون على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، بحيث يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية.⁴

و يشكل الحكم النهائي بالمصادرة سند ملكية للدولة، لأنه بعد صدور هذا الحكم تنتقل الأشياء موضوع المصادرة إلى ملكية الدولة دون حاجة إلى أية إجراءات تنفيذية، و نشير إلى أن المصادرة لا تسقط بالعمو العام و لا تتقادم مع مرور الزمن.⁵

¹ قانون رقم 24-06، مؤرخ في 28 أبريل 2024، معدل و متمم للأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، عدد 30، صادرة بـ 30 أبريل 2024.

² سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005، ص 153.

³ رفاوي شهيناز، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الإستهلاك، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سطيف، 2015-2016، ص 219.

⁴ المادة 44 من القانون 04-02 المعدل و المتمم، المرجع السابق.

⁵ رفاوي شهيناز، المرجع نفسه، ص 220.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: نشر الحكم

تعد عقوبة نشر الحكم و تعليقه عقوبة تكميلية للعقوبة الأصلية، كما لها بالغ الأثر على سمعة العون الاقتصادي، فهي تصيبه في شرفه و اعتباره لدى زبائنه الذين يعتمد عليهم في كسب ربحه و تنمية دخله، ففقدان الثقة فيه يؤدي إلى تقليل حجم مكاسبه المالية المستقبلية لعزوف الجمهور عن التعامل معه بسبب ما يسمعه الزبائن و المستهلكين عامة عن طريق الراديو و التلفزيون و غيرها من وسائل الإعلام بأن العون الاقتصادي المعني ليس أهلا للثقة، و من لم تسمح له الفرصة من معرفة ذلك فسيجد الحكم معلقا على واجهة المنشأة أو المحل.

لذا يقصد بعقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة إيلاام المحكوم عليه في سمعته، فهو وسيلة إعلام الغير و بالأخص الأعوان الاقتصاديين بخطر مخالفة أحكام قواعد الممارسات التجارية، هذا من أجل ضمان احترام هذا القانون.¹

و قد نص المشرع الجزائري على نشر القرار في المادة 09 من قانون العقوبات، و كذا في المادة 48 من القانون رقم 04-02، إذ نصت على ما يلي: "يمكن للوالي المختص إقليميا، و كذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها".

نستنتج من نص المادة أن المشرع منح السلطة التقديرية لكل من الجهة الإدارية المتمثلة في الوالي، و كذا للقاضي لتوقيع عقوبة نشر الحكم، كما أن تكاليف النشر تقع على نفقة العون الاقتصادي المرتكب لجرائم الممارسات التجارية.

الفرع الثالث: العقوبات المتعلقة بحالة العود

نصت المادة 47 في فقرتها الثانية من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم على: "يعتبر في حالة عود، في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة..."

¹ بفرور محمد اليمين، مرجع سابق، ص344.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

و قد عدل المشرع نص المادة 47 من القانون 04-02 بموجب المادة 11 من القانون 10-06 إذ أصبحت تنص: "يعد في حالة عود في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي إنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط...".

من خلال المادتين أعلاه يتضح بأن المشرع قد رفع من المدة التي يعتبر فيها العون الاقتصادي في حالة عود، كما أكد في تعديله على أن تكون المخالفة المرتكبة لها علاقة بنشاطه، و بالتالي تطبق عليه إحدى العقوبات المنصوص عليها وهي مضاعفة الغرامة أو منعه من ممارسة النشاط أو الحبس، و هو ما سنوضحه من خلال الآتي:

أولاً: مضاعفة الغرامة

بعد أن مكن المشرع المهني من تجنب دفع مقدار الغرامة المقررة في حقه، و ذلك وفقاً للشروط المحددة، و التي تعتبر إمكانية لتخفيف العقوبة، استحدث وسيلة مضادة، و التي تتصف بطابع ردي و مشدد للعقوبة، حيث جعل هذا المقدار قابلاً للمضاعفة في حالة العود، و يمتد مجال المضاعفة إلى كل المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية.¹

ثانياً: المنع المؤقت من ممارسة النشاط

إضافة لعقوبة الغرامة التي تطبق بصفة أساسية، مكن المشرع القاضي من منع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري، وهو ما جاء في المادة 47 من القانون 04-02 قبل تعديلها، فالمنع يؤدي إلى حرمانه من العمل تحت أية صفة في إطار هذا النشاط، حيث تنقطع صفته به، و يعد المنع من ممارسة المهنة أو النشاط من تدابير الأمن، حسب المادة 19 من قانون العقوبات.

ما يلاحظ على نص المادة 47، أن عقوبتي المنع من ممارسة النشاط و الشطب من السجل التجاري المترتبتين على حالة العود تتخذان بموجب حكم صادر عن القاضي رغم كونهما عقوبتين ذات طابع إداري، وهذا ما يدل على رغبة المشرع في تشديد العقوبة على الأعوان الاقتصاديين في حالة العود، ذلك أن توقيع

¹ - كيموش نوال، مرجع سابق، ص 83.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

العقوبة من طرف الجهات الإدارية يترتب عليه التأثير على السمعة التجارية للعون، في حين أن توقيعها بموجب حكم صادر عن القضاء يؤثر بالإضافة على ذلك على السمعة القانونية.¹

أما المادة 11 من القانون 06-10 المعدلة للمادة 47، فإنها تضمنت تحديد مدة المنع من ممارسة النشاط على أنها لا تزيد عن 10 سنوات و تكون في النشاط المذكور في المادة 02 من نفس القانون، وهو ما لم تتضمنه المادة 47 من القانون 02-04.

ثالثا: الحبس

نصت الفقرة الرابعة من المادة 47 من القانون 02-04 على أنه: "فضلا عن ذلك يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى سنة واحدة".

إن عقوبة الحبس، تعد عقوبة أصلية في مادة الجرح، وذلك طبقا للمادة الخامسة من قانون العقوبات، كما تعد من العقوبات المقيدة السالبة للحرية، أما في إطار قانون الممارسات التجارية فإن هذه العقوبة لم تحافظ على هذا التكييف، كما هو الحال بالنسبة للغرامة، إنما أصبحت عقوبة تخييرية في يد القاضي، بإمكانه تطبيقها في حالة معارضة المراقبة إلى جانب عقوبة الغرامة أو بإحدهما، و في حالة العود إلى جانب عقوبتي المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة.

و بموجب التعديل، فإن المشرع رفع الحد الأقصى لهذه العقوبة بخمس سنوات، بموجب الفقرة الأخيرة للمادة 11 من القانون 06-10 بعد أن كان بموجب المادة 47 من القانون 02-04 سنة واحدة، وفي هذا تدعيم لحماية المستهلك.²

المطلب الثاني: العقوبات الإدارية

بعد أن تطرقنا في المطلب الأول من المبحث الثاني إلى العقوبات الجزائية المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية الأصلية منها والتكميلية، نتطرق في المطلب الثاني إلى العقوبات الإدارية المقررة لذلك

¹ بن شيخ راضية، نزاهة الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2017-2018، ص223.

² بن شيخ راضية، المرجع نفسه، ص223، 224.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

والتي تطبقها الإدارة ضد الأعوان الاقتصاديين حيث سنتناول في الفرع الأول الحجز الإداري للبضائع، بينما نتناول في الفرع الثاني الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري.

الفرع الأول: الحجز الإداري للبضائع

الحجز الإداري هو إجراء تحفظي الهدف منه الاستحواذ على المواد المعينة حتى إتمام إجراءات المتابعة،¹ حيث نصت المادة 51 من القانون 02-04 على أنه: "يمكن للموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بحجز البضائع طبقاً للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون".²

وسوف نتطرق فيما يلي إلى أنواع الحجز (أولاً)، المخالفات المستوجبة للحجز (ثانياً)، الأشياء القابلة للحجز (ثالثاً)، إجراءات الحجز (رابعاً)، وآثار الحجز (خامساً).

أولاً: أنواع الحجز

باستقراء المادة 40 من القانون 02-04 السالف الذكر والتي تنص على: "يمكن أن يكون الحجز عينياً أو اعتبارياً".

يقصد في مفهوم أحكام هذا القانون بما يأتي:

- الحجز العيني، كل حجز مادي للسلع،
- الحجز الاعتباري، كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخالفة ان يقدمها لسبب ما".³

نجد أن الحجز ينقسم إلى نوعين هما:

- الحجز العيني: وهو كل حجز مادي للسلع يقوم به أعوان الرقابة على جميع الممتلكات التي تكون محل المخالفات، و كذلك بتحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من ساحل (المخالفة) أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق، و يكلف صاحب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة بعد أن تشتمع بالشمع الأحمر، و يمكن أن تحول الحراسة إلى إدارة أملاك الدولة التي

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص102.

²- قانون 02-04، المرجع السابق.

³- من القانون نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

تقوم بتخزين المواد المحجوزة إلى غاية صدور حكم أو قرار من العدالة و تكون تكاليف التخزين على حساب المتهم.¹

• الحجز الاعتباري: هو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقيمها لسبب ما، وهو عبارة عن جرد وصفي و كمي لهوية السلع و قيمتها الحقيقية، و يتم تحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس قاعدة سعر البيع الذي يطبقه المخالف حسب الفاتورة الأخيرة أو السعر الحقيقي في السوق.²

ثانيا: المخالفات المستوجبة للحجز

طبقا لأحكام المادة 39 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم³ يقع الحجز على المخالفات المنصوص عليها في المواد: 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 مكرر و 24 و 25 و 26 و 27 (و 2 و 7) و 28 من هذا القانون.

ثالثا: الأشياء القابلة للحجز

باستقراء نص المادة 39 من القانون 02-04⁴ المعدلة بموجب المادة 08 من القانون 06-10 نجد أنها تكلمت عن الأشياء القابلة للحجز والمتمثلة في البضائع والتي هي موضوع المخالفات المنصوص عليها بموجب أحكام المواد 04 و 05 و 06 و 07 و 08 و 09 و 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 من هذا القانون، وكذا العتاد والتجهيزات المستعملة في ارتكاب المخالفة مع مراعاة الغير حسن النية.

من خلال ما ذكر من المواد أعلاه نجد المشرع أدرج أهم حالات التي يترتب على إثرها حجز السلع منها المخالفات الواردة في المواد من 4 إلى 13 و المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع

¹ علي بولحية، جهاز الرقابة و مهامه في حماية المستهلك، مجلة العلوم السياسية و القانونية، مجلد 39، عدد 01، تاريخ النشر 15-12-2002، ص85.

² غزالي نصيرة، عمران عائشة، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 02-04 المعدل و المتمم، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، المجلد 05، العدد 2، السنة 2021، ص1434.

³ أنظر المادة 39 من القانون 02-04، المرجع السابق.

⁴ أنظر المادة 39 من القانون 02-04، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

بين العون الاقتصادي و المستهلك وبين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم وكذا عدم الفوترة وتسليم وسائل الفاتورة و الإلتزام بالشروط الشكلية لها.

بموجب أحكام المادة 8 من القانون 10-06 المعدل لأحكام المادة 39 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.¹

رابعاً: إجراءات توقيع الحجز

طبقاً لأحكام المادة 39 من القانون 04-02 فقرة 2² فإن إجراءات الحجز تكون وفق إجراءات محددة عن طريق التنظيم حيث صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المحدد لإجراءات جرد المواد المحجوزة.³

ونصت المادة 03 من نفس المرسوم السالف الذكر⁴ على أن محضر الجرد يجب أن يرفق بمحضر معاينة المخالفة كما جاء نص المادة 04 من ذات المرسوم⁵ على ضرورة استوفاء محضر الجرد جملة من الشروط الشكلية، تتمثل في رقم وتاريخ المحضر معاينة المخالفة المبرر لعملية الحجز والجرد، ورقم تسجيله في سجل المنازعات هوية، ونشاط ورقم السجل التجاري، وعنوان مرتكب المخالفة، طبيعة وكمية المواد والعتاد والتجهيزات المحجوزة، مكان وتاريخ إجراء الجرد، ومكان إيداع المواد والتجهيزات المحجوزة، وكذا هوية وامضاء الموظفين الذين قاموا بالحجز والجرد واسم وامضاء المخالف.⁶

أما المادة 05⁷ من نفس المرسوم فقد نصت على أن محضر الجرد يحضر في ثلاث نسخ في أجل ثمانية أيام (08) بداية من تاريخ نهاية التحقيق، بدون أي شطب أو حشو أو إحالة موقعا من طرف الأعوان المكلفين

¹- أنظر المواد من 4 إلى 13 من القانون 04-02، المرجع السابق.

²- أنظر المادة 39 من القانون 04-02، المرجع نفسه.

³- المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005، يتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، جريدة رسمية رقم 81، سنة 2005.

⁴- أنظر المادة 03 من المرسوم نفسه.

⁵- أنظر المادة 04 من المرسوم نفسه.

⁶- مريشة أحمد، المرجع السابق، ص 115، 116.

⁷- أنظر المادة 05 من المرسوم 05-472، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

بتحريره، وكذا توقيع المخالف وتم تبليغه إلى المدير الولائي للتجارة، والذي يرسله بدوره إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.¹

خامساً: آثار الحجز

طبقاً لأحكام المادة 41 من القانون 04-02² فإنها تجيز بقاء السلع المحجوزة تحت حراسة العون الاقتصادي المخالف إذا كان يمتلك محلاً للتخزين، أما في حالة عدم امتلاكه لمحله تخزين فإن الأعوان المكلفين بالحجز يقومون بتخزين المواد في أي مكان تختاره لذلك³، وهو يعد مسؤولاً كبيرة على العون المخالف حيث يتحمل كافة تكاليف الخسائر التي تلحق بالبضائع والسلع المحجوزة تحت مسؤوليته ويدفعها للخزينة العمومية، كما أن ضياعها وهلاكها بسبب رفضه الحراسة يشكل جنحة تبديد أموال محجوزة مما يرتب مسؤولية جزائية عليه وكذلك تحمل كافة المصاريف المتعلقة بالحراسة (أجره الحراس و مصاريف الكهرباء).⁴

حيث أن الحجز متوقف على مآل الدعوى العمومية المتابع فيها العون الاقتصادي المخالف، فإذا صدر حكم بإدانته فالقاضي يجوز له الحكم بمصادرة السلع المحجوزة، وإذا كان الحجز اعتبارياً فإن الأعوان المؤهلين بضبط المخالفة يقومون بتقدير قيمة السلع المحجوزة حسب سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو سعر السوق، ويدفع المبلغ إلى الخزينة العمومية ويطبق نفس الإجراء في حالة الحجز العيني إلى غاية صدور قرار العدالة، وفي حالة تعذر ردها كالتصرف فيها بالبيع أو التخلي عنها للهيئات ذات الطابع الإنساني والاجتماعي أو إتلافها لأنها سريعة التلف حسب نص المادة 43 من القانون 04-02.⁵

الفرع الثاني: الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري

إن الغرض من غلق المحلات التجارية هو منع مرتكب الجريمة من ممارسة نشاطه بإغلاقها، ذلك أن المحل التجاري هو الوسيلة التي تساعد وتوفر الظروف الملائمة للعون الاقتصادي لاقترااف جريمته

¹ مريشة أحمد، المرجع السابق، ص 116.

² أنظر المادة 42 من القانون 04-02، المرجع السابق.

³ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 212.

⁴ المرجع نفسه، ص 212.

⁵ أنظر المادة 43 من القانون 04-02، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

والاستمرار فيها، لذلك تعد عقوبة الغلق أحسن وسيلة لمنع تكرار الجريمة والمساهمة في تحقيق العدالة بين المهنيين وإعادة التوازن لمراكز المؤسسات الاقتصادية وحماية المستهلكين من المخاطر التي تهدد سلامتهم.¹ والغلق الإداري للمحلات هو عقوبة تكميلية للعقوبة الأصلية أقرها المشرع في قانون العقوبات² وكذا المادة 46 فقرة أولى من القانون 02-04 والمعدلة بموجب المادة 10 من القانون 10-06،³ تختص بها الإدارة ممثلة في الوالي يقرها بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة لمدة أقصاها ستون (60) يوما، وهو إجراء يمكن أن يكون نهائيا أو مؤقتا وقابلا للطعن أمام الجهات القضائية المختصة.

وسوف نتطرق فيما يلي إلى أسباب الغلق الإداري (أولا)، ثم تحديد الجهة المختصة بتوقيع عقوبة الغلق الإداري (ثانيا)، كما نتطرق إلى آثار الغلق الإداري للمحل التجاري (ثالثا)، وأخيرا الضمانات الممنوحة للعون الاقتصادي في مواجهة قرار الغلق (رابعا).

أولاً: أسباب الغلق الإداري

باستقراء نص المادة 46 من القانون 02-04 والمعدلة بموجب المادة 10 من القانون 10-06⁴ نجد أنها نصت على اتخاذ الوالي قرار الغلق للمحلات التجارية في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد من 04 إلى 14 و المادة 20 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون وتطبق نفسها في حالة العود طبقاً لأحكام المادة 47 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 10-06⁵، فقرار الغلق الإداري يتخذ على المحلات التجارية في عدة حالات نذكر منها:

- عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات طبقاً للمواد 4، 5، 6، 7، وكذا عدم الإعلام بشروط البيع طبقاً للمادتين 8 و 9.

- عدم الفوترة طبقاً للمواد من 10 إلى 13.

¹ فضيلة سويلم، تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ نزاهة الممارسات التجارية على ضوء القانون 02-04 المعدل والمتمم، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، مجلد 7 عدد 01، 15 جوان 2022، ص 144.

² أنظر المادة 09 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08/06/1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

³ أنظر المادة 46 من القانون 02-04 المعدل والمتمم بنص المادة 10 من القانون رقم 10-06، المرجع السابق.

⁴ أنظر المادة 46 من القانون 02-04 المعدل والمتمم بنص المادة 10 من القانون رقم 10-06، المرجع نفسه.

⁵ أنظر المادة 47 من القانون 02-04 المعدل والمتمم بنص المادة 11 من القانون رقم 10-06، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: تحديد الجهة المختصة بتوقيع عقوبة الغلق

طبقا لأحكام المادة 46 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 10 من القانون 10-06¹، فإن الوالي المختص إقليميا هو من يملك صلاحية اتخاذ قرار الغلق للمحلات التجارية ضد كل عون اقتصادي يرتكب مخالفة من المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، ويمس قرار الغلق هذا المتاجر والمؤسسات والمصانع الخاصة بالمحكوم عليه وإن كانت متعددة فيجب تحديد المؤسسة التي وقع عليها الغلق وإن كانت عبارة عن مشروع متعدد الأقسام فالحكم بالغلق يكون على فرع أو جزء منها.²

ويعتبر الاقتراح مجرد اجراء أولي وعمل تمهيدي لصحة قرار الغلق، ولا يقبل الطعن فيه (الاقتراح) بصفة مستقلة عن قرار الغلق، لأنه لا يرقى للقرار الإداري ولا يرتب أي أثر عليه، وغاية المشرع من ضرورة الاستناد إلى الاقتراح عند إصدار قرار الغلق هو الاستعانة باستشارة جهة أخرى لتحقيق المصلحة العامة، فالوالي يصدر قرار الغلق باقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة لمدة ستون(60) يوما حسب المادة 46 السالفة الذكر إلا أنه لا يعني الزامية الأخذ بالرأي الوارد في الاقتراح كون أن الوالي يمكن له أن يمتنع عن اصدار قرار الغلق وهذا ما يبرره عبارة يجوز.³

ثالثا: آثار قرار الغلق الإداري للمحل التجاري

إن الهدف من الغلق الإداري هو منع الاستمرار في المخالفة والحد من تكرارها مستقبلا، حيث أن المستهدف من العملية هو المحل التجاري وليس المخالف، وينتقل إليه الجزاء في يد من كان، أما في حالة التصفية أو الشطب فإنه لا يلحق به قرار الغلق كون ملكيته انتقلت إلى الغير بسجل تجاري جديد، وعليه فآثار الغلق هي:

- منع العون الاقتصادي المخالف من ممارسة نفس النشاط خلال مدة الغلق ويتعين عليه عن ممارسته في أي مكان آخر.

¹ أنظر المادة 46 من القانون 02-04 المعدل والمتمم بنص المادة 10 من القانون رقم 10-06، المرجع السابق.

² فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص144.

³ خديجة قندوزي، الإجراءات الإدارية لقمع الممارسات التجارية غير الشرعية، المجلة النقدية للقانون والسياسة، المجلد 16، العدد3، تاريخ النشر 2021/10/30، ص113.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

- تأثر العمال الذين يعملون لدى العون الاقتصادي والمستهلكين الذين كانوا يقتنون ويستفيدون من منتجات وخدمات العون الاقتصادي.

لذلك جعل المشرع الغلق لا يكون إلا في الحالات الجسيمة، مع اتسام تصرف العون الاقتصادي بصفة الجرم، وصعوبة تدارك نتائجها،¹ ومن أجل تخفيف آثارها جعلها محددة المدة (ستون يوماً)، طبقاً للمادة 46 قانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 10 من القانون 10-06.²

رابعاً: الضمانات الممنوحة للعون الاقتصادي في مواجهة قرار الغلق الإداري للمحل التجاري

منح المشرع للعون الاقتصادي المخالف عدة ضمانات في مواجهة قرار الغلق وأثاره عدة ضمانات نذكر منها:

- القيام بتبليغ القرار في آجاله للعون الاقتصادي المخالف حتى تسري آثاره وآجال الطعن فيه،
- الطعن في قرار الغلق عن طريق دعوى الإلغاء أو دعوى فحص المشروعية والمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به جراء الغلق غير المشروع في حالة إلغائه. طبقاً لأحكام المادة 2/46 قانون 02-04.³

حيث أن خضوع قرار الغلق للرقابة القضائية يعد مكسباً وضمناً للعون الاقتصادي ضد التصرفات التعسفية للإدارة جراء قراراتها.⁴

المطلب الثالث: عقوبات ذات طابع مدني

إن متابعة الممارسات المخالفة لأحكام الإعلام والأسعار أو أحكام الفاتورة المنصوص عليها في القانون 02-04 من طرف القاضي أو الجهات الإدارية المختصة، و الحكم على المخالف بالعقوبات الأصلية أو التكميلية المقررة لها، لا يحول دون حق كل شخص طبيعي أو معنوي، أو جمعية حماية المستهلك أو الجمعيات المهنية، برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة هذا القانون، كما يمكنهم

¹ عبد الله سليمان، النظرية العامة للتدابير الاحترازية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990، ص158.

² أنظر المادة 46 قانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 10 ق 10-06، المرجع السابق.

³ أنظر المادة 46، المرجع نفسه.

⁴ خديجة قندوزي، المرجع السابق، ص116.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

التأسيس كطرف مدني في دعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم،¹ فالتعويض الذي جاءت به المادة 65 من القانون 02-04 ليس هو الجزاء المدني الوحيد، كون أن القانون 02-04 قد أغفل تحديد جزاءات مدنية أخرى، وهو ما يجبرنا على العودة للقواعد العامة في القانون المدني، فقد يكون الجزاء أيضا هو بطلان العقد المبرم بين العون الاقتصادي و غيره. لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى بطلان التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية (الفرع الأول)، و كذا للتعويض على الضرر الناجم عن التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: بطلان التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية

إن بطلان التصرف القانوني لا يترتب إلا نتيجة مخالفته للنصوص و القواعد القانونية التي تستوجب أركانها معينة و شروطا محددة، بحيث يبطل التصرف عند تخلفها.²

فالبطلان عقوبة ضرورية، ذلك لأنه مكمل للجزاءات الإدارية و كذا للجزاءات ذات الطابع الجنائي، فهو يشكل نقطة التقاء بين قانون المنافسة و قوانين العقود.³

و بإعتبار أن قانون الممارسات التجارية قد نظم شفافية هذه الممارسات من خلال الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع و كذا الفوترة، فإن البطلان يمكن أن يكون بسبب مخالفة أحد هذه الإلتزامات و التي تتعلق بعيوب الإرادة (أولا)، أو بسبب عدم احترام شروط البيع (ثانيا)، أو من خلال مخالفة النظام العام (ثالثا) وهو ما سنتطرق له في الآتي:

أولا: البطلان المؤسس على عيوب الإرادة

حتى يكون العقد صحيحا لابد من توافر جميع أركانه، فركن التراضي يعتبر أساس العقد و قوامه، و يقصد به اتجاه الإرادة لإحداث أثر قانوني، غير أن الرضا لا يكفي ليكون العقد صحيحا إذ يستلزم أن يكون سليما من العيوب التي تفسده، و بالتالي عند الإخلال بالإلتزام بالإعلام يمكن المطالبة بإبطال العقد بسبب الغلط أو التدليس أو الإستغلال و التي تعد عيوباً للإرادة وهو ما سنوضحه:

¹ محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص135.

² رفاوي شهيناز، مرجع سابق، ص125.

³ سلمى بقر، مرجع سابق، ص109.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

1- الإبطال المؤسس على الغلط:

الغلط هو وهم إي اعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه إلى التعاقد¹، وحتى يكون الغلط منتجا لآثاره القانونية و المتمثلة في قابلية العقد للإبطال يجب أن يستوفي شرطين: أن يكون الغلط جسيما أي مؤثرا في العقد بحيث لو علمه المتعاقد لما أبرم العقد، و أن يقع الغلط في صفة جوهرية في الشيء محل التعاقد.²

و بالرجوع إلى نص القانون رقم 04-02، نجد أنه لا إشكال يطرح إذا كان الزبون له صفة المستهلك، غير أن الزبون الذي يحمل صفة العون الاقتصادي، لا تسعفه النصوص القانونية كثيرا في أن يتمسك بالغلط كونه شخص محترف يفترض فيه الحرص في الحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالشيء المتعاقد عليه، لذلك جاءت المادة 08 من هذا القانون صريحة، و حصرت نطاق حق الحصول على بيانات نزيهة وصادقة حول مميزات الشيء المتعاقد عليه على الزبون الذي يحمل صفة المستهلك.

أما فيما يخص الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، فإن نص المادة 04 من القانون 04-02 تجعل إمكانية التمسك بالغلط لكل زبون مهما كان صفته متى ادعى عدم تلقيه المعلومات الكافية حو الأسعار و التعريفات المتعلقة بالسلع و الخدمات محل التعاقد وهو ما يستفاد من صياغة هذه المادة.

و تمسك الزبون بالغلط نتيجة إخلال العون الاقتصادي بالإلتزامه بالإعلام لا يمكن إعماله لإبطال العقد على وجه يتعارض مع مقتضيات حسن النية، خاصة إذا أبدى العون الاقتصادي استعدادا لتنفيذ العقد و تثبت أن من شأن هذا التنفيذ إزالة الضرر عن الغلط الذي وقع فيه الزبون.³

¹ محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات: مصادر الإلتزام العقد و الإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية، دار الهدى، ط4، عين مليلة، الجزائر، د.س ن، ص162.

² أنظر المادتين 81 و 82 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، متضمن القانون المدني، المعدل و المتمم.

³ بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص179 و180.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

2- الإبطال المؤسس على التدليس:

قد يعتمد العون الاقتصادي أن يعلم زبونه بالأسعار أو بشروط البيع أو مميزات المنتج أو بحدود المسؤولية بشكل مخالف للحقيقة، وذلك من أجل دفعه للتعاقد تحت تأثير ذلك الإعلام السيء فيشكل هذا تدليسا يمكن معه إبطال العقد.

و يعرف التدليس بأنه إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، فالمتعاقد يستعمل حيلة من شأنها أن توقع المتعاقد الآخر في الغلط الذي ينقذح في ذهنه فيدفعه للتعاقد، وهذا الإيقاع لا بد أن يعتمد إليه المتعاقد، فالتدليس هو استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه و تدفعه إلى التعاقد.

و قد نظمت المادتين 86 و 87 من القانون المدني أحكام التدليس، و لاعتبار واقعة معينة تدليسا لا بد من توفر عنصرين العنصر المادي و يتمثل في العناصر المختلفة التي تستعمل لتضليل المتعاقد ودفعه لإبرام العقد، و تشمل أساسا الحيل و الكذب و في بعض الحالات السكوت العمدي. أما العنصر الثاني فهو العنصر المعنوي و المتمثل في نية التضليل و الخداع عند المدلس، و يقتضي هذا العنصر أن يكون الغرض من الحيل المستعملة بشتى أنواعها خداع المدلس عليه و إيقاعه في غلط يدفعه إلى التعاقد.¹

3- الإبطال المؤسس على الاستغلال:

إن تطبيق أحكام الاستغلال وفق القواعد العامة المنصوص عليها بموجب المادة 90 من القانون المدني لا يمكن أن تقدم حماية خاصة للزبون، لذلك اتجه البعض إلى ضرورة التوسع في شروط تطبيق نظرية الاستغلال، و ذلك بإضافة شرط ضعف أو عدم خبرة المتعاقد.

لكن في غياب نص صريح على توسيع نظرية الاستغلال ليشمل شرط الضعف أو عدم الخبرة، فإن تطبيق هذه النظرية في التشريع الجزائري يبقى مقتصرًا على شرط الضعف المبني على الطيش و الهوى الجامح، مما يجعل استعمال هذه النظرية لحماية الزبون من استغلال العون الاقتصادي غير مجدية.²

¹ طحطاح علال، إلتزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق فرع القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2013-2014، ص 65، 66 و 69.

² بقر سلمي، مرجع سابق، ص 110.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ثانيا: البطلان بسبب عدم احترام شروط البيع

إضافة للإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات فإن العون الاقتصادي يلتزم أيضا بإعلام الزبون بشروط البيع، وتعتبر هذه الأخيرة تجسيدا للنظرية العامة للإلتزامات، ذلك أن الإعلام بشروط البيع ما هو إلا حق المشتري في العلم الكافي بالشيء المبيع، و الإعلام بالأسعار هو شرط تحديد الثمن لانعقاد البيع.

1- البطلان المؤسس على عدم احترام شرط العلم الكافي بالمبيع:

تقضي أحكام عقد البيع إعلام المشتري بالمبيع علما كافيا نافيا للجهالة، و الإخلال بالإلتزام بإعلام المشتري المستهلك في عقد البيع يمكن أن يؤدي إلى انطباق أحكام عدم العلم الكافي بالمبيع على حالة المستهلك، فإذا لم يعلم هذا الأخير علما كافيا بالمبيع من أي طريق آخر فإن الجزاء المترتب على عدم علمه سيكون البطلان النسبي لعقد البيع، حيث يمكن الاستناد إلى المادة 352 من القانون المدني للمطالبة بإبطال العقد.¹

و بالرجوع للمادة 05 من قانون 04-02، نجد أن المشرع قد كفل حق الزبون في الحصول على المعلومات الكافية حول السلعة أو الخدمة محل التعاقد، و ذلك باستخدام الوسم أو المعلقات أو أية وسيلة أخرى يمكن أن تحقق العلم الكافي بالشيء محل التعاقد. فعدم وجود هذه الوسائل هو دليل على عدم تحقق العلم الكافي بالمبيع، فهنا ورغم أن الزبون قد رأى و عاين السلعة إلا أن عدم احتوائها على البيانات الأساسية من شأنه أن يجعل علم الزبون بها ناقصا.²

2- البطلان المؤسس على عدم احترام نظام الأسعار:

إن إخلال العون الاقتصادي بنظام الأسعار و المتمثل في عدم إعلام الزبون بالأسعار مسبقا سيؤدي إلى جعل الاتفاق بينهما قد تم بدون تحديد للثمن، وهي مسألة كثير ما تؤدي إلى نشوء خلاف بين الطرفين عند تنفيذ العقد، كما أن عدم علم الزبون بالثمن مسبقا، قد يجعله يقع في غلط جوهرى بحيث أنه لو علم بهذا الثمن قبل أن يعبر عن قبوله، لما كان قد أصدر هذا القبول.

¹ طحطاح علال، مرجع سابق، ص 71.

² بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 184.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

فإغفال تعيين الثمن يؤدي حتما إلى بطلان العقد لتخلف ركن المحل بالنسبة للزبون، و تخلف ركن السبب بالنسبة للعون الاقتصادي إذ أن الثمن هنا يعتبر من المسائل الجوهرية التي يجب الاتفاق عليها و إلا استحالة قيام العقد.¹

فبالنسبة للقانون المدني الجزائري يعتبر عدم تحديد الثمن في عقد البيع سبب مؤديا إلى بطلان هذا العقد، إلا إذا تبين أن المتعاقدان قد نوبا الاعتماد على السعر المتداول في التجارة، أو السعر الذي جرى التعامل بينهما.² و يترتب على ذلك أنه إذا ترك المتعاقدان الاتفاق على الثمن إلى وقت لاحق فإن العقد لا ينعقد. لكن بالمقارنة بين هذه الأحكام العامة التي جاء بها القانون المدني، و بين الأحكام التي جاء بها القانون 02-04 يتضح أنه في العلاقة بين العون الاقتصادي و الزبون يتعين أن يحدد الثمن بدقة، و قبل أن يصدر الزبون قبوله تحت طائلة بطلان العقد.

و من جهة أخرى، فإن البطلان قد يكون بسبب التعدي على نظام الأسعار، وذلك إما بفرض أسعار أعلى من السعر المحدد في حالة قيام الدولة بالتسعير، و إما بعرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق عن طريق التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها، حيث أنه في هذه الحالة الأخيرة يكون الاتفاق باطلا حتى لو لم يؤدي إلى الإضرار بالمنافسين للعون الاقتصادي، كما أنه في هذه الحالة يمكن لغير أطراف الاتفاق أن يتمسكوا ببطلانه لمساس هذا النوع من المخالفات بالنظام العام.³

رابعاً: البطلان المؤسس على مخالفة النظام العام

إن النظام العام الاقتصادي في مجال حماية الممارسات التجارية يهدف إلى تحقيق غايتين، الأولى إجبار الفرد على المساهمة في غاية اقتصادية و اجتماعية، وهنا يكون النظام العام الاقتصادي نظاماً توجيهياً، أما الغاية الثانية فهي توفير الحماية للفرد من تعسف و اضطهاد الأطراف القوية، وهنا يكون النظام الاقتصادي نظاماً حمائياً.

فمن خلال القانون 02-04، كرس المشرع الجزائري النظام العام الاقتصادي التوجيهي من خلال إرسائه مبادئ حرية السوق و المنافسة الحرة و منع الاحتكار، وفي مجال العقود يظهر هذا التركيز من خلال

¹- أحمد خديجي، مرجع سابق، ص186.

²- المادة 357 من القانون المدني الجزائري.

³- أحمد خديجي، مرجع نفسه، ص187.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

فرض الدولة لبعض الأنماط التعاقدية، و يظهر ذلك من خلال إجبار المتعاقدين على إجراء المعاملة بطرق متنوعة كتحديد السعر .

كما كرس أيضا في القانون 04-02 النظام العام الاقتصادي الحمائي، وذلك من خلال حماية المستهلك سواء بتنظيم العلاقة العقدية أو فرض بعض الواجبات على المتعاقدين.¹

وبالرجوع إلى القانون 04-02، فإن تنظيم المشرع للممارسات التجارية ينطلق من فكرة حماية النظام العام الاقتصادي بنوعيه، و بالتالي فإن كل إخلال بالقواعد المنظمة لهذه الممارسات يشكل تعد على النظام العام، يستوجب معه بطلان العقد بطلانا مطلقا، تطبيقا لنص المادة 93 من القانون المدني التي تعتبر كل تصرف مخالف للنظام العام هو حكم التصرف الباطل بطلانا مطلقا.²

الفرع الثاني: التعويض عن الضرر الناجم عن التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية

في حالة وقوع جريمة ما فإنه يقع ضرر عام وضرر خاص يلحق بالشخص المضرور، ومنه ينشأ له حق المطالبة بالتعويض من خلال الدعوى المدنية أو دعوى المنافسة غير المشروعة.³

حيث أن المبدأ القانوني ينص على أن كل شخص تسبب في ضرر للغير يكون ملزما بالتعويض، وهو مبدأ مكرس في جل التشريعات، وهذا ما نصت عليه المادة 124 من القانون المدني المعدلة بموجب القانون 05-10⁴ والمادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية المعدلة بموجب القانون 06-22.⁵

وعليه في العلاقة بين العون الاقتصادي والزبون، وعند الاخلال بالعلاقة والقواعد التي تضمن نزاهة وشفافية المنافسة التجارية يترتب عنها قيام مسؤولية مدنية للعون الاقتصادي والتي تتيح للمتضرر وكل ذي

¹ بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 187.

² المرجع نفسه، ص 187.

³ بقار سلمى، المرجع السابق، ص 113.

⁴ نص المادة 124 من القانون المدني المعدلة بموجب القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20/06/2005، ج ر ع 44، ص 23. " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، و يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

⁵ المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية: "يجوز لكل شخص متضرر من جناية أو جنحة أن يدعي مدنيا بأن يتقدم بشكواه أمام قاضي التحقيق المختص"، معدلة بموجب القانون 06-22 المؤرخ في 20/12/2006، ج ر رقم 84، ص 10.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

مصلحة برفع دعوى للمطالبة بالتعويض، وهو ما نصت عليه المادة 65 من القانون 04-02 المعدل والمتمم¹، حيث أن التعويض يعد بمثابة جزاء عن قيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي².

وسوف نتطرق فيما يلي إلى شروط قيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي (أولاً)، وتحقيق الحماية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة (ثانياً).

أولاً: شروط قيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي

يشترط لقيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي توفر ثلاثة شروط تتمثل في: الخطأ والضرر والعلاقة السببية.

1- الخطأ:

يعرف الخطأ الذي تقوم من خلاله المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي أنه الإخلال بالالتزام بالإعلام للمستهلك بكل ما يخص المنتج، مما يؤدي إلى الضرر به نتيجة الإعلام الناقص والغير كاف³.

ويقوم الخطأ على ركنان هما: الركن المادي، والمتمثل في الإخلال بالالتزامات التي يقرها القانون على العون الاقتصادي، أما الركن المعنوي فيتمثل في إدراك التصرف. وقد وضح القانون 04-02 الواجبات التي يتعين على العون الاقتصادي، الإتيان بها والالتزام بها ومخالفتها يعد إخلالاً بالتزام قانوني يشكل عند ثبوته تحقق الركن المادي للخطأ سواء بصفة إيجابية أو سلبية، وتتحقق مسؤولية العون الاقتصادي حتى لو ارتكب أحد مستخدمي المخالفة على أساس مسؤولية المتبوع عن أفعال تابعه⁴.

2- الضرر:

يعد الضرر العنصر الأساسي لقيام المسؤولية المدنية، حيث لا يكفي ثبوت الخطأ من العون الاقتصادي حتى تقوم مسؤوليته تجاه الزبون، بل يجب توفر عنصر الضرر الناجم عن هذا الخطأ والذي يصيب المصالح المادية أو الأدبية للزبون. والضرر الذي يتطلب الإثبات هو الضرر المباشر الناتج عن التصرف

¹ أنظر المادة 65 من القانون 04-02 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 191، 192.

³ آسيا يلس، الإلتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 165.

⁴ بقار سلمى، المرجع السابق، ص 113، 114.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

الخطأ للعون الاقتصادي، ومن أمثلة ذلك إطالة أمد المفاوضات قبل التعاقد، وحرمان الزبون من بعض الضمانات أو التأمينات، أو تنفيذ التعاقد بشروط ذات تكاليف عالية. أيضا إخلال العون بالتزامه بإعلام الزبون عن المخاطر الناتجة عن استعمال سلعة، أو عدم تنويره بكيفية الاستعمال الصحيحة، كذلك نجد أن إخلال العون الاقتصادي بالإلتزام بالفوترة، وحرمان الزبون من امتيازات ضريبية لصالحه. وللقاضي السلطة التقديرية في تقويم الضرر بالرجوع إلى الخبرة أو المعاينة أو دراسات خاصة.¹

3- العلاقة السببية بين الخطأ والضرر:

هي الرابطة المباشرة بين الخطأ المرتكب والضرر، ففي حال ما استطاع العون الاقتصادي إثبات وقوع الخطأ بسبب أجنبي لا يد له فيه مثل القوة القاهرة أو حدث مفاجئ أو خطأ الزبون أو الغير، تنتفي عنه المسؤولية لانتفاء العلاقة السببية بين الضرر الذي لحق الزبون والفعل المنسوب إليه.²

ثانيا: تحقيق الحماية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة

من خلال المادة 27 من القانون 02-04³ قام المشرع بإعطاء أمثلة عديدة عن الأفعال التي يقوم بها العون الاقتصادي والتي تشكل منافسة غير مشروعة، فعند قيام العون الاقتصادي بأحد هذه الممارسات فإنه يخلق الحق للزبون في أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة لوقف الاعتداء وطلب التعويض، حيث يقوم العنصر الأساسي للمنافسة غير المشروعة على استعمال أساليب ملتوية لتحويل الزبائن من مشروع إلى آخر.⁴

حيث تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى علاجية لإصلاح الضرر اللاحق بالضحية الناتج عن الأعمال الغير مشروعة وهذا عن طريق التعويض الذي تقضي به المحكمة، فدعوى المنافسة غير المشروعة عن طريق طابعها التأديبي كذلك تسعى إلى تحقيق المنافسة النزيهة والحرّة بين المتنافسين وتأييد سلوكهم باتباع معايير النزاهة والشرف، كما أنها دعوى وقائية من خلال وقف الأعمال غير المشروعة واتخاذ التدابير اللازمة لذلك بحكم المحكمة بمنع ممارسة النشاط التنافسي والكف عن الاستمرار في السلوكيات غير النزيهة

¹ أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 195، 196.

² بقار سلمى، المرجع السابق، ص 114.

³ أنظر المادة 27 من القانون 02-04 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

⁴ أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 198-200.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

ومحو أسبابها مثل وقف البيانات المضرة بسمعة المنتج كما يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم في الجرائد وأماكن أخرى على نفقة المحكوم عليه للحد من المنافسة غير المشروعة.¹

¹ شامي ياسين، محمودي قادة، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية الرسوم والنماذج الصناعية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيسمسيلت، جامعة تيارت، لمجلد 7، العدد 02، 2021، ص 356، 357.

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

خلاصة الفصل:

توصلنا من خلال الفصل الثاني المتعلق بالتصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية، إلى أن المشرع الجزائري لم يكتفي بالآليات المكرسة في القانون 04-02 لضمان شفافية الممارسات التجارية، و إنما أقر عقوبات تضبط هذه الآليات، من خلال توزيع جملة من الصلاحيات بين الإدارة المكلفة بالتجارة تحت وصاية الوزارة المعنية وكذا السلطة القضائية، و يتجلى هذا في عمليات المراقبة و المعاينة للمخالفات المرتكبة من طرف الأعوان الإقتصاديين، و التي يقوم بها الأعوان المكلفون بمهام المعاينة، و التي تنتهي بتحرير محاضر للمخالفات المرصودة من قبلهم.

وقد منح المشرع صلاحيات لأعوان الرقابة لإقرار غرامة المصالحة على العون الاقتصادي المخالف تحت طائلة المتابعة القضائية في حالة رفضه إجراءات المصالحة. ومن جهة أخرى أقر جملة من العقوبات ذات الطابع الجزائي، والمتمثلة في الغرامات المالية كعقوبات أصلية، إضافة للعقوبات التكميلية كالمصادرة ونشر الحكم، كما أقر عقوبات متعلقة بحالة العود بحيث يتم مضاعفة الغرامة أو المنع المؤقت من ممارسة النشاط والحبس.

كما أقر عقوبات ذات طابع إداري والمتمثلة في الحجز الإداري للبضائع والسلع، وكذا الغلق الإداري للمحل التجاري، أما ما يتعلق بالعقوبات ذات الطابع المدني فنجد أن المشرع قد أغفل التطرق لها ضمن القانون 04-02، مما استدعى اللجوء إلى القواعد العامة لتطبيقها على المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.

الخاتمة



من خلال دراستنا لآليات ضمان شفافية الممارسات التجارية في الجزائر وفقا للقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم بموجب القانون 10-06 و المنصوص عليها ضمن أحكام الباب الثاني منه، يتبين أن تطبيق مبدأ الشفافية أمر ضروري لجعله الممارسات التجارية أكثر وضوح وبساطة بين أطراف العلاقة الاقتصادية المتمثلين في العون الاقتصادي و المستهلك.

إن آليات ضمان شفافية الممارسات التجارية حسب القانون 04-02 هي إلتزامات تقع على عاتق العون الاقتصادي، إذ يلتزم هذا الأخير بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، من أجل تعزيز اختيارات المستهلك و تنوير رضاه، وتزويده بكل المعلومات الصحيحة و الصادقة حول مميزات المنتج أو الخدمة وكذا توضيح الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، وقد وضع القانون 04-02 السالف الذكر وسائل يلتزم بها العون الاقتصادي عند الإعلام بالأسعار و التعريفات سواء في علاقته مع المستهلك أو في علاقته مع عون إقتصادي آخر، ويجب على العون الاقتصادي عند إلتزامه بالإعلام بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات أن يحدد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن، كما يجب أن تتوافق الأسعار و التعريفات مع المبلغ الإجمالي المدفوع من قبل المستهلك.

أما الآلية الثانية التي كرسها المشرع لضمان شفافية الممارسات تتمثل في الفوترة، حيث فرض المشرع على العون الاقتصادي البائع الإلتزام بتحريرها أو ما يقوم مقامها، فهي واجبة التسليم في علاقة الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم، غير أنها لا تكون إلزامية في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك إلا إذا طلبها هذا الأخير.

وقد نظمها المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، حيث وضح كيفية تحريرها و البيانات اللازمة وقرر عقوبات في حالة الإخلال بهذه الأحكام.

إن مخالفة هذه الإلتزامات المكرسة لشفافية الممارسات التجارية يترتب عقوبات متنوعة حددها المشرع في القانون 04-02 السالف الذكر، فنجد عقوبات ذات طابع جزائي وعقوبات ذات طابع إداري، أما الجزاءات المدنية فلم يفصل فيها القانون 04-02.

وعليه فقد استخلصنا النتائج الآتية:

- أن الآليات المكرسة لضمان شفافية الممارسات التجارية في القانون 04-02 جاءت لتنظيم السوق وضبط العلاقة بين العون الإقتصادي و المستهلكين، كما تحقق الحماية لكل منهم بحيث تجعل الممارسات التجارية أكثر وضوح وبساطة.
- كرس المشرع الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع دون وضع تعريف، وهو التزم موجه لكافة الأعوان الإقتصاديين مهما كانت صفتهم.
- ألزم المشرع ألزم العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار و التعريفات الخاصة بالسلع و الخدمات، وقد ميز بين طرق الإعلام في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك، وفي العلاقة بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم.
- أصاب المشرع في إلزام الأعوان الإقتصاديين بإعلام المستهلكين بالأسعار، لكن من الناحية العملية نلاحظ تهاون للمستهلكين في المطالبة بحقهم في الإعلام بالأسعار.
- ألقى المشرع على عاتق العون الاقتصادي الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية، والذي يستوجب أن يكون العون الاقتصادي حائزا على كل المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، ويكون المستهلك جاهلا بها ولا يستطيع الإستعلام عنها بوسائله الخاصة وهو ما يميز قانون الممارسات التجارية.
- أن الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية يدخل ضمن شروط البيع الواجب إعلام المستهلك بها.
- الفاتورة وسيلة فعالة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية وذلك من خلال تسديد العقوبات على المخالفين لأحكامها.
- منح المشرع للأعوان المؤهلين سلطة البحث و التحري عن المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، كما منح لهم ضمانات قانونية بهدف تمكينهم من الأداء الجيد للرقابة و القيام بمتابعة هذه المخالفات.
- أجاز المشرع للأعوان الإقتصاديين إمكانية اللجوء للمصالحة للتسوية الودية للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية بهدف التقليل من الردع الجزائي وتعويضه بغرامة مالية.
- حدد المشرع عقوبات متنوعة عند إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته، غير أن العقوبات المالية المقررة لا تؤثر في الأعوان الإقتصاديين أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة لرمزيتها بالنسبة إليهم.

- منح المشرع الحق لجمعيات حماية المستهلك لمقاضاة العون الاقتصادي و المطالبة بالتعويض.
- وبعد تناولنا لأهم النتائج نوصي بجملة من الإقتراحات التي نراها مفيدة، إن تم تطبيقها نذكر منها ما يلي:
- ✓ على المشرع تعديل نصي المادتين 4 و 7 و استبدال مصطلح البائع بالعون الإقتصادي ذلك أن هذا الأخير يشمل كل من البائع و مقدم الخدمات.
 - ✓ التوعية القانونية للأعوان الإقتصاديين بإلتزاماتهم فيما بينهم أو اتجاه المستهلكين، لتجنبهم الوقوع في المحذور ذلك لأن معظم المخالفات المرتكبة من قبلهم بسبب جهلهم للقانون.
 - ✓ غرس الثقافة الإستهلاكية من خلال إدراج مقاييس و برامج تربية في حماية المستهلك في مختلف أطوار الدراسة.
 - ✓ تكثيف الخرجات الفجائية للأعوان المؤهلين بمعاينة المخالفات و متابعتها على فترات غير منتظمة حتى لا يتوخى الأعوان الإقتصاديين المخالفين الحذر منهم.
 - ✓ إعادة النظر في مبلغ الغرامة المقررة عند إخلال العون الاقتصادي بإلتزاماته بإعتبارها العقوبة الأصلية، ذلك لأنها تعتبر مبلغ ضئيل لا يحقق الردع للعون الاقتصادي في الوقت الحالي.
 - ✓ تعديل فحوى المادة 31 من القانون 04-02 المعاقبة على مخالفة أحكام المادة 4 و 6 و 7 بجعلها تعاقب على أحكام المواد 5، 6 و 7 ذلك أن المادة 05 جاءت بكيفيات الإعلام بالأسعار و التعريفات، في حين أنا المادة 04 تضمنت حكم عام هو الإعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع، لذا فالأولى هو ذكر المادة 05 بدل المادة 04.
 - ✓ سد الفراغ القانوني المتعلق بالجزاء المدنية إلى جانب العقوبات الجزائية تسهيلا لمهمة القاضي، عوض الرجوع للقواعد العامة الذي تكون أحكامها ناقصة وغير ملائمة أحيانا.
 - ✓ تشجيعا للمستهلكين المتضررين، لأبد من تقوية دور جمعيات حماية المستهلك لرفع الدعاوى عند إخلال العون الاقتصادي بإلتزاماته.
 - ✓ تدعيم جمعيات حماية المستهلك من خلال رفع الدعم المالي بإنشاء صندوق خاص لإضفاء الفعالية على نشاطها كونها الجهاز الدفاعي عن مصالح المستهلكين المتضررين.

تم بحمد الله وعونه

قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

❖ النصوص القانونية:

🇲🇦 الدساتير:

1. المرسوم الرئاسي رقم 20-442، مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية عدد 82، الصادرة في 30 ديسمبر 2020.

🇲🇦 القوانين:

1. القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 29 الصادر في 19/07/1989 (ملغى).
2. قانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، جريدة رسمية عدد 03، الصادرة ب 16 جانفي 1991، معدل ومتم بموجب الأمر 96-30 المؤرخ في 21 ديسمبر 1996، جريدة رسمية عدد 81، صادرة ب 22 ديسمبر 1996.
3. القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 غشت 1998، المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، جريدة رسمية عدد 61، صادرة ب 23 غشت 1998.
4. القانون رقم 01-11، مؤرخ في 3 يوليو سنة 2001، يتعلق بالصيد البحري وتربية المائيات، جريدة رسمية عدد 36، صادرة بتاريخ 8 يوليو 2001 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 15-08 مؤرخ في 02/04/2015 جريدة رسمية عدد 18، صادرة ب 08/04/2015.
5. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادرة ب 27 يونيو 2004.
6. القانون رقم 04-08، المؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 52، صادرة ب 18 غشت 2004.

7. القانون 09/08 المؤرخ في 25/02/2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، جريدة رسمية العدد 21، صادرة بتاريخ 23/04/2008، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 22-13، المؤرخ في 12 يوليو 2022، الجريدة الرسمية العدد 48 الصادرة ب 17 يوليو 2022.
 8. القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريدة رسمية عدد 15 صادرة ب 8 مارس 2009، المعدل و المتمم بموجب القانون 18-09.
 9. القانون 10-06، المؤرخ في 15 غشت 2010، يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46، صادرة بتاريخ 18 غشت 2010.
 10. القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، يعدل و يتمم القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 46، الصادرة ب 18 غشت 2010.
 11. القانون 12-06 المؤرخ في 12/01/2012 يتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية رقم 02، صادرة بتاريخ 15/01/2012.
 12. القانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018.
 13. القانون رقم 19-10 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة ب 18 ديسمبر 2019، المعدل والمتمم للأمر 66-155.
 14. القانون العضوي رقم 23-14 المؤرخ في 27 غشت 2023، يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 56، الصادرة في 29 غشت 2023.
 15. قانون رقم 24-02 مؤرخ في 26 فبراير 2024، المتعلق بمكافحة التزوير و استعمال المزور، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة ب 29 فبراير 2024.
- الأوامر:**
1. الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 48، الصادرة ب 10 يوليو 1966.

2. الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49، صادرة ب11 يونيو 1966،
3. الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية، عدد78 صادرة ب30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم.
4. الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري الجزائري، جريدة رسمية عدد 101، الصادرة ب19 ديسمبر 1975، المعدل والمتمم.
5. الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو 1976، يتعلق بتسميات المنشأ، جريدة رسمية عدد 59 صادرة ب 23 يوليو 1976.
6. الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 9، صادرة بتاريخ 22 فبراير 1995 (ملغى).
7. الأمر رقم 01/96، مؤرخ في 10 يناير 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، جريدة رسمية العدد 03، صادرة بتاريخ 14 يناير 1996، المعدل والمتمم.
8. الأمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد 44، صادر في تاريخ 23 يوليو 2003.
9. الأمر 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد43، صادرة ب20 يوليو 2003، المعدل و المتمم بموجب القانون 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010، جريدة رسمية، عدد 46، صادرة ب18 غشت 2010.
10. الأمر رقم 20-04 مؤرخ في 30 غشت 2020، يعدل و يتم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 و المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، جريدة رسمية العدد 51، صادرة ب31 غشت 2020.
11. الأمر رقم 24-06 المؤرخ في 28 أبريل 2024، المعدل و المتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، عدد30، صادرة ب30 أبريل 2024.

❖ المراسيم:

🇲🇦 المراسيم التنفيذية:

1. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 5 صادرة ب 31 يناير 1990، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 01-315، المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية عدد 61، صادرة ب 21 أكتوبر 2001.
2. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-09-1990 يتعلق بضمان المنتج والخدمات، جريدة رسمية عدد 40 صادرة بتاريخ 19-09-1990.
3. المرسوم التنفيذي رقم 02-448 مؤرخ في 17 ديسمبر 2002، المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"، الجريدة الرسمية، عدد 85، الصادرة ب 22 ديسمبر 2002.
4. المرسوم التنفيذي رقم 05-468، مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفيات ذلك، جريدة رسمية عدد 80، الصادرة ب 11 ديسمبر 2005.
5. المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005، يتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، جريدة رسمية رقم 81، سنة 2005.
6. المرسوم التنفيذي رقم 05/484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 90/367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 83 صادرة ب 25 ديسمبر 2005.
7. المرسوم التنفيذي رقم 06/215 مؤرخ في 18/06/2006 المحدد لشروط وكفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، جريدة رسمية رقم 41، صادرة بتاريخ 21/06/2006، المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-399، المؤرخ في 26 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية العدد 80، الصادرة ب 29 ديسمبر 2020.

8. المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، جريدة رسمية عدد 56 صادرة ب 11 سبتمبر 2006، معدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-44 ممضي في 3 فبراير 2008، جريدة رسمية عدد 7 صادرة ب 10 فبراير 2008.
9. المرسوم التنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 7 فبراير 2009، المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، جريدة رسمية عدد 10، صادرة ب 11 فبراير 2009.
10. المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009، المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة وبالتجارة، الجريدة الرسمية، العدد 75، الصادرة ب 20 ديسمبر 2009.
11. المرسوم التنفيذي رقم 10-299 مؤرخ في 29 نوفمبر 2010، المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية، الجريدة الرسمية، العدد 74، الصادرة ب 5 ديسمبر 2010.
12. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، صادرة ب 18 نوفمبر 2013.
13. المرسوم رقم 13-378 المؤرخ في 2013/11/09 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، صادرة بتاريخ 2013/11/18.
14. المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المؤرخ في 16-02-2016 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بها وتحرر من طرف العون الاقتصادي الملزمين بالتعامل بها، جريدة رسمية رقم 10 صادرة بتاريخ 2016-02-22.
15. المرسوم التنفيذي رقم 20-389، المؤرخ في 19 ديسمبر 2020 المحدد لشكل محاضر معينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية وبياناتها، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة ب 27 ديسمبر 2020.

ثانيا: المراجع

❖ الكتب:

1. أحمد سعد (حمدي)، الإلتزام بالإضفاء بالصفة الخطرة للمبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999.
2. أحمد عبد اللطيف الفقي، النيابة العامة وحقوق ضحايا الجريمة، دون طبعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، لبنان، 2003.
3. آسيا يلس، الإلتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.
4. أوهابية عبد الله، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري التحري و التحقيق، الطبعة 02، دار هومة، الجزائر، 2011.
5. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، سنة 2006.
6. بوسقيعة أحسن، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص، دار هومة، الجزائر، سنة 2013.
7. دلاندة يوسف، قانون الإجراءات الجزائية، منقح بآخر التعديلات التي أدخلت عليه بموجب القانون رقم 22/06، دون طبعة، دار الهومة، الجزائر، 2009.
8. السعدي محمد صبري، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات: مصادر الإلتزام العقد و الإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية، دار الهدى، ط4، عين مليلة، الجزائر.
9. سعيان أحمد، قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية (عربي، إنجليزي، فرنسي)، مكتبة لبنان، ناشرون، دون طبعة، 2004.
10. الشواربي عبد الحميد، ضمانات المتهم في مرحلة التحقيق الجنائي، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1996.
11. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.

12. فاضل زيدان محمد، سلطة القاضي الجنائي في تقدير الأدلة: دراسة مقارنة، الطبعة الثالثة، دار الثقافة، عمان، 2010.
13. فضيل نادية، الممارسات التجارية في القانون الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر.
14. قسيمي ناصر، مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر.
15. كتو محمد الشريف، قانون المنافسة و الممارسات التجارية - وفقاً للأمر 03-03 و القانون 04-02، دون طبعة، منشورات بغدادي للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2010.
16. نزيه محمد الصادق مهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود (دراسة فقهية قضائية مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982.
17. هاني محمد دويدار، التنظيم القانوني للتجارة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1997.

❖ المقالات العلمية:

1. بدرة لعور، ضمانات المستهلك المتعاقد وفقاً لقانون الممارسات التجارية الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد 4، بسكرة، 2017.
2. بروك لياس، تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، المجلد 03، عدد 2، 2016.
3. بقار سلمى، سامية حساين، الإلتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية، المجلد 7، العدد 2، جوان 2020.
4. بن عمور عائشة، الفوترة ودورها في تكريس نزاهة وشفافية المعاملات التجارية في القانون الجزائري، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 6، العدد 2، 2021.
5. بن عنتر ليلي، جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج آلة وجود، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلد 1، العدد 2، 2010.
6. بوجلال عمار لحسن، نسيغة فيصل، إجبارية التعامل بالفاتورة وفق قانون الممارسات التجارية رقم 02/04 المعدل والمتمم، مجلة المفكر، المجلد 17، العدد 02، 2022.

7. بوخرس بلعيد، الإلتزام بالإعلام التعاقدى آلية لضمان أمن وسلامة المستهلك من المنتج الخطير، مجلة الحقوق والحريات، مجلد 09، عدد 02، 2021.
8. بوزيرة سهيلة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم، مجلة أبحاث قانونية و سياسية، المجلد 2، العدد الخامس، 2017.
9. بوعجاجة منال، الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين دراسة في نصوص القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة لوميروس الأكاديمية، المجلد الثالث، العدد الثاني، الجزائر، 2022.
10. بوعزم عائشة، النظام القانوني للفاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الأول، مارس 2014، المجلد 1.
11. بولحية علي، جهاز الرقابة و مهامه في حماية المستهلك، مجلة العلوم السياسية و القانونية، مجلد 39، العدد الأول.
12. بومدين أحمد، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مجلة العلوم القانونية، العدد الأول، الجزائر، 2010.
13. جغام محمد، منيغر سناء، الحل الودي للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، مجلة أبحاث قانونية و سياسية، المجلد 2، العدد 2، 2017.
14. حساب يمينة، أحمد بوفاتح، الإلتزام بالإعلام لحماية لرضا المستهلك على ضوء القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد الثاني، 2022.
15. حميدي فاطمة، شفافية الممارسات التجارية كآلية من آليات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14 العدد 3، 2021.
16. خديجي أحمد، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 11، سنة 2014، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
17. رزازقة عمر، راضية مشري، المصالحة الجزائية في الجرائم الاقتصادية كآلية للتخفيف من أزمة العدالة الجنائية، مجلة الدراسات القانونية و الاقتصادية، مجلد 05، العدد 03، 2023.

18. زقاوي أمحمد، بن عمور عائشة، الإلتزام بالإعلام كآلية وقائية لضمان سلامة المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 07، العدد 01، 2022.
19. سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، مجلد 08، عدد 01، 2022.
20. سكفالي عبد الجليل، مغربي قويدر، دور الفاتورة في تكريس شفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية مجلد 09 العدد 02، ديسمبر 2022.
21. سليمان نعيمة، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون، المجلد 05، العدد 05، 2016.
22. سميرة معاشي، زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 5، العدد الرابع، 2017.
23. سويلم فضيلة، تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ نزاهة الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 المعدل والمتمم، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، مجلد 7 عدد 01.
24. شامي ياسين، محمودي قادة، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية الرسوم والنماذج الصناعية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 7، العدد 02، 2021.
25. شنين سناء، النحوي سليمان، نظام المصالحة الجزائية في التشريع الجزائري، دفاثر السياسة والقانون، المجلد 13 العدد 02، 2021.
26. عبد الله ليندة، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 51، العدد 02، 2014.
27. عقاب لزرق، نطاق تطبيق المصالحة الجزائية في التشريع الجزائري، مجلة القانون، المجلد 11، العدد 02، سنة 2022.
28. عميرات عادل، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 13، جوان 2016.
29. غزالي نصيرة، عمران عائشة، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، المجلد 05، العدد 2، السنة 2021.

30. فرحات فاطمة زهرة، قنفود رمضان، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك مجلة الاجتهاد القضائي، مجلد 12، العدد 02، 2020.
31. قندوزي خديجة، الإجراءات الإدارية لقمع الممارسات التجارية غير الشرعية، المجلة النقدية للقانون والسياسة، المجلد 16، العدد 3، 2021.
32. مسكين حنان، بن أحمد الحاج، التزام العون الاقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، 2020.
33. معاشي سميرة، زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 02-04، مجلة الحقوق والحريات، عدد 4، 2017.
34. مقران عبد الرزاق، جريمة عدم الفوترة و آليات مكافحتها في التشريع الجزائري، مجلة ميلاف للبحوث و الدراسات، المجلد 09، العدد 1، 2023.
35. والي نادية، إلزامية التعامل بالفوترة على ضوء قانون الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 15، العدد 01، 2022.
36. لميز أمينة، مبدأ الشفافية كآلية لدعم الأمن القانوني في مجال الصفقات العمومية على ضوء المرسوم الرئاسي 15-247، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 11، العدد 01، 2023.

❖ الرسائل و المذكرات:

🚩 الأطروحات:

1. بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018-2019.
2. بلفروم محمد اليمين، المسؤولية الجزائرية على الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2020-2021.

3. بن سالم المختار - الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017-2018.
4. بن شيخ راضية، نزاهة الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2017-2018.
5. بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، 2017-2018.
6. بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.
7. بوزيرة سهيلة، الحماية الجزائية للسوق من الممارسات التجارية غير المشروعة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.
8. خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 12-05-2016.
9. زقاري آمال، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017-2018.
10. طحطاح علال، إلتزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2013-2014.
11. عزوز سارة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه LMD في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، باتنة، 2016-2017.

12. عميرات عادل، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، دراسة القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.
13. غروج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ل.م.د تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017-2018.
14. قرواش رضوان، الضمانات لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق فرع القانون الخاص، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2012-2013.
15. لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.
16. مهري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016-2017.

رسائل الماجستير:

1. إبراهيم هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013.
2. أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
3. بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، مناقشة بتاريخ 2009/03/16، سنة جامعية 2009.

4. بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
5. بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011، 2012.
6. بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.
7. رفاوي شهيناز، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الإستهلاك، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سطيف، 2015-2016.
8. شبيرة نوال، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، (المنافسة وحماية المستهلك)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2013-2014.
9. علال سميحة، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005.
10. علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
11. عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية (دراسة على ضوء القانون 04-02)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2005-2006.
12. كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011.

13. لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر، رسالة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2003-2004.
14. مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة.
15. مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بالمنافسة، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، كلية الحقوق، 2012-2013.
- ✚ مذكرات الماستر:**
1. الباهي فصيح، كتيب زعدودي، التزام العون الاقتصادي بتحرير الفاتورة، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022-2023.
2. بلفركوس فطومة، بلحسين بأية، الإلتزام بالفوترة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية، 2013-2014.
3. بواهي نعيمة، غبيش جميلة، شفافية الممارسات التجارية، مذكرة نهاية الدراسة للحصول على شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2019-2020.
4. بوزاوي نور الدين، بن عريوة أسماء، دور المزيج الترويجي في ترقية السياحة الحموية-دراسة حالة المركب المعدني حمام الشلالة-قالمة-، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص: تقنيات البيع والعلاقة مع الزبون، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016-2017.
5. جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، ضوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، شعبة قانون الأعمال تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية، سنة 2013-2014.

6. راشي وهيبة، الحماية الوقائية للمستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2020-2021.
7. شاطر يسرى، بزينة مروى، الموازنة بين حماية المستهلك وحماية المنافسة في ظل قانون الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2021، 2022.
8. عبد الواحد نعيمة، حناشي لخضر، النظام القانوني للقاتورة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2021، 2022.
9. نصر الله خيرة، الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2021، 2022.
10. هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2013-2014.

❖ المداخلات:

1. عيساوي نبيلة، الفاتورة كآلية لتفعيل شفافية الممارسات التجارية في الجزائر، الندوة الوطنية الحضرية /عن بعد -بعنوان الممارسات التجارية بين الإباحة والتجريم، 2023/11/21، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.
2. فريجة محمد هشام، شروط الرسالة الإشهارية وعوامل التسويق الصادق، دراسة في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ملتقى وطني، الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، يوم 5 ديسمبر 2018.
3. والي نادية، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية، يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارة و الصناعة-تيكجدة بالتنسيق مع مديرية التجارة لولاية البويرة حول الفاتورة كوسيلة لإضفاء شفافية الممارسات التجارية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، يوم 05 جوان 2016.

❖ المحاضرات:

1. بقار سلمى، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر (السداسي الثالث)، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2020-2021.
2. مهري محمد أمين، مطبوعة محاضرات في قانون الممارسات التجارية- معدلة ومنقحة- موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدية، 2023، 2024.

❖ المواقع الإلكترونية:

1. قاموس معاجم، الرابط: <https://www.maajim.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 24 أبريل 2024 على الساعة: 10.00.
2. معجم المعاني الجامع، معجم عربي، موقع المعاني <https://www.almaany.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ 28 أبريل 2024 على الساعة 23:30.

الفهرس



1.....	مقدمة
6.....	الفصل الأول: الالتزام بالإعلام و الفوترة لضمان شفافية الممارسات التجارية
6.....	المبحث الأول: الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات
7.....	المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات
7.....	الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وتمييزه عن بعض المصطلحات المتشابهة...
13.....	الفرع الثاني: خصائص الإلتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات
18.....	الفرع الثالث: نطاق الإلتزام بالإعلام
24.....	المطلب الثاني: تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات
25.....	الفرع الأول: طرق الإلتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات
31.....	الفرع الثاني: شروط الإعلام بالأسعار والتعريفات
34.....	المبحث الثاني: الإلتزام بالإعلام بشروط البيع
34.....	المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام بشروط البيع
35.....	الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام بشروط البيع
36.....	الفرع الثاني: خصائص الإلتزام بالإعلام بشروط البيع
41.....	المطلب الثاني: تنفيذ الإلتزام بالإعلام بشروط البيع
42.....	الفرع الأول: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك
46.....	الفرع الثاني: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون عون اقتصادي
48.....	المبحث الثالث: الإلتزام بالفاتورة كآلية لضمان شفافية الممارسات التجارية
48.....	المطلب الأول: مفهوم الفاتورة

49	الفرع الأول: تعريف الفاتورة وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها
52	الفرع الثاني: أهمية الفاتورة والبدائل التي تقوم مقامها
58	الفرع الثالث: نطاق الإلتزام بالفاتورة
60	المطلب الثاني: شروط تحرير الفاتورة
61	الفرع الأول: الشروط الموضوعية
64	الفرع الثاني: الشروط الشكلية
66	خلاصة الفصل الأول
67	الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية
68	المبحث الأول: معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية ومتابعتها
68	المطلب الأول: معاينة المخالفات
68	الفرع الأول: الموظفون المكلفون بالمعاينة
73	الفرع الثاني: مهام الموظفين
78	المطلب الثاني: المتابعة
78	الفرع الأول: المصالحة
87	الفرع الثاني: المتابعة القضائية
93	المبحث الثاني: العقوبات المقررة عند مخالفة شفافية الممارسات التجارية
94	المطلب الأول: العقوبات الجزائية
94	الفرع الأول: الغرامة كعقوبة أصلية
98	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية
100	الفرع الثالث: العقوبات المتعلقة بحالة العود
102	المطلب الثاني: العقوبات الإدارية

103	الفرع الأول: الحجز الإداري للبضائع
106	الفرع الثاني: الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري
109	المطلب الثالث: عقوبات ذات طابع مدني
110	الفرع الأول: بطلان التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية
115	الفرع الثاني: التعويض عن الضرر الناجم عن التصرفات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية
119	خلاصة الفصل الثاني
120	الخاتمة
123	قائمة المصادر و المراجع
139	الفهرس

الملخص

حرص المشرع الجزائري على إيجاد إطار قانوني يضبط شفافية الممارسات التجارية من خلال الآليات المكرسة في الباب الثاني من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم بموجب القانون 06-10، حيث فرض المشرع الجزائري على العون الاقتصادي الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع وكذا الإلتزام بالفترة وهذا في العلاقة بين الأعوان الإقتصادييين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلك. كما نظم المشرع من خلال القانون 02-04 السالف الذكر مجال الرقابة وذلك بمنح الأعوان المكلفين بالمعاينة و المتابعة صلاحيات واسعة، كما أقر عقوبات رادعة في حالة مخالفة الممارسات التجارية.

الكلمات المفتاحية: عون إقتصادي، المستهلك، الشفافية، الممارسات التجارية.

Summary :

The Algerian legislator was keen on establishing a legal framework that regulates the transparency of commercial practices through the mechanisms set forth in chapter two of Law 04-02, which stipulates the rules applicable to commercial practices, amended and supplemented by Law 10-06. The Algerian legislator mandated economic agents to adhere to informing about prices, tariffs, and sales conditions, as well as to comply with invoicing in relations among economic agents themselves or between them and consumers. Moreover, through the aforementioned Law 04-02, the legislator organized the field of oversight by granting extensive powers to the agents responsible for inspection and follow-up, and instituted severe penalties in the event of violations of commercial practices.

Keywords: Economic aid, consumer, transparency, business practices.