وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية الحقوق والعلوم السياسية

شفافية الممارسة التجارية

مذكرة نهاية الدراسة للحصول على شهادة ماستر
تخصص: قانون الأعمال

من تقديم الطالبتين:

- بواهي نعيمة
- غبيش جميلة

تحت إشراف الأستاذ:

د- مهري محمد أمين

السنة الجامعية 2019-2020

شكـــــر

نشكر الله عز وجل على توفيقنا في انجاز هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من أمدنا بيد المساعدة من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة،وكما نخص بالشكر الأستاذنا المشرف **"الدكتور مهري محمد أمين"** على نصائحه وتوجيهاته القيمةومعلوماته النيرة وسعة صدره طيلة مدة إنجازالمذكرة.

وفي الأخيرنشكر كل **الأساتذة** الذين اشرفوا على تأطير دفعة الماستر قانون الأعمال بجامعة يحي فارس بالمدية.

والى كل عمال إدارة كلية الحقوق

.

وشكـرا

الإهداء

نهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:

إلى الوالدي الغاليين

ابي وامي

إلى منأشد بهم أزري واشركهم في امر ي إخواتي وأخواتي

إلى كل الأهل والأقارب،إلى كل من جمعتني بهم الصداقة من كل محطة

سعادة في الحياة

وكل من وسعتهم ذاكرتني ولم تسعهم مذكرتي

جميلة

الإهداء

الى من دفعني الى العلم وأضاء دربي بالدعاء أبي رحمه الله واسكنه فسيح جنانه

الى نسائم العطر وينبوع الحب والحنان الى أعز ما أملك

أمي الغالية حفظها الله واطال في عمرها

الى من اشد بهم أزري أخواتي وإخواتي

إلى كل الأ هل والأقارب

الى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي
الى كل الذين أحبوني واحببتهم .

نعيمة

قائمة المختصرات:

ج ر..... جريدة رسمية

ص ..... صفحة

ب ط .....بدون طبعة

ب س ..... بدون سنة

د ج ..... دينار جزائري

مقدمة

مقدمة:

انتهجت الجزائر غداة الاستقلال نظام اقتصادي موجه، قائم على احتكار الدولة لمعظم النشاطات الاقتصادية، تنعدم فيه روح المبادرة الفردية والمنافسة.

وبعدما ثبت فشل هذا النظام نتيجة للتحولات الاقتصادية، سعت الجزائر لاستبداله بنظام جديد، هو نظام اقتصاد السوق، الذي يمثل الوجه الاقتصادي للديمقراطية في الدولة، القائم على المنافسة الحرة، وهذا لتعزيز اندماجها في الاقتصاد العالمي، إذ كشفت ظروف الحياة الاجتماعية في ظل الانفتاح الاقتصادي للبلاد وانتهاج حرية التجارة وتحرير الأسواق إلى ظهور العديد من السلع والخدمات المتنوعة ، ماحدا بالمستهلك بأن يقابل بموقف حرج يصعب عليه معرفة الأصلح والأنفع له ،من تلك السلع المعروضة عليه ، وهي قد تتشابه أوتختلف في الكثير من مواصفاتها ،علما أن المستهلك غالبا ما يفتقد الخبرة والقدرة على تفرقة سلعة عن أخرى ،من حيث مدى جودتها أ والفائدة التي تتضمنها ، لاسيما إذا لم يتم تزويده بمعلومات كافية عنها من طرف البائعين، الذين لا يؤمنون إلا بالربح السريع. نتيجة للجشع الذي أصبح سمة يتصفون بها، وبعيدا عن كل روح تنافسية شريفة، هذه الروح التنافسية التي سعى المشرع الجزائري إلى تنظيمها وتأطيرها قصد تحقيق الفعالية الاقتصادية، من خلال سن قوانين، بداية كان لقانون رقم 89-12[1] الرائد والسباق في تنظيم الإشهار القانوني للأسعار، وهذا ما كرسته المادة 29 منه ، غير أن هذا القانون قد تم إلغائه بموجب الأمر 95- 06[2] المتعلق بالمنافسة وبصدور الأمر 03- 03[3] المتعلق بالمنافسة تم إلغاء الأمر95- 06.

وقد كانت هذه كخطوة ومبادرة من المشرع الذي عمل على إخراج الأحكام المتعلقة بالأسعار من قانون المنافسة وخصها بالمقابل بنص خاص ، تجسد بموجب القانون رقم 04-02[4] المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، الذي يعتبر من أهم النصوص المنظمة للسوق ، المعدل والمتمم بالقانون 10- 06 المؤرخ في 15 أوت 2010 [5] ، والذي سعى المشرع من خلاله إلى عصرنة المنظومة القانونية في مجال الممارسات التجارية، وجعلها أكثر تنافسا مع القواعد الدولية

---

(1) القانون رقم 89-12، المتضمن قانون الأسعار المؤرخ في 05 يوليو 1989، ج ر، عدد 58، الصادر في 08 أكتوبر 1995، الملغى.

(2) الأمر رقم 95-06، يتعلق بالمنافسة المؤرخ في 25 جانفي 1995، ج ر ، عدد 09، الصادر في 22 فيفري 1995،الملغى.

(3) الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 19 يوليو 2003، ج ر ، عدد 43، الصادر في 20 يوليو 2003.

(4) القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج ر ، عدد41، الصادر في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.

(5) القانون رقم 10-06، مؤرخ في 5 رمضان 1431الموافق 15 أوت سنة 2010، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

المطبقة في هذا المجال، فقد هدف من خلاله الى حماية حقوق الأفراد والتجار على حد سواء ،واضفاء الشفافية والنزاهة على الممارسات التجارية .

لقد جاء القانون رقم04-02 لمخاطبة الفاعلين في الحياة الاقتصادية، والخاضعين لأحكامه وهو المستهلك والعون الاقتصادي، وتحديد الالتزامات الملقاة على هذا الأخير، لضمان الشفافية في المعاملة التجارية، ويعتبر كل من المستهلك والعون الاقتصادي نطاق تطبيق قواعد الممارسة التجارية من حيث الأشخاص.

جاء في المادة 03 من القانون رقم04-02، تعريف للمستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي، ينتقي سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له مجردة من كل طابع مهني".، كماعرفت نفس المادة العون الإقتصادي على أنه كل، منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات، أي كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي، أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها، وتظيف المادة 02 من نفس القانون المعدلة بالقانون رقم10-06 على أن المخاطبين بقانون الممارسات التجارية سواء كانوا أشخاص طبيعية أو معنوية يمارسون جميع نشاطات الإنتاج، و نشاطات التوزيع، ومنها تلك التي يقوم مستوردو السلع بإعادة بيعها على حالها أو الوكلاء ووسطاء للبيع بالجملة، وكذا نشاطات الصناعة التقليدية، والصيد البحري مهما كانت طبيعتهم القانونية.

اختلال التوازن المعرفي بين العون الاقتصادي المهيمن ،داخل السوق وبين المستهلك غير القادر على الإحاطة بمميزات السلعة أوالخدمة ،يحول دون أن يسمح له باختيار أحسنها جودة وسعرا، وكذلك عندما يقع العون الإقتصادي ضحية ممارسة منافية للمنافسة ،إذ ينجر على هذا الإختلال ،ظهور . تجاوزات وجرائم اقتصادية، تعود بالضرر على المستهلك والعون الإقتصادي من جهة وعلى الإقتصاد

الوطني من جهة اخرى، لذلك تهدف القواعد القانونية في مجملها إلى فرض الشفافية في ميدان الممارسات التجارية وإضفاء النزاهة عليها. إذ يشمل نطاق تطبيقها جميع مراحل النشاط الاقتصادي.

فالقانون رقم 04-02 أقر جملة من الآليات والقواعد، بهدف ضبط وتنظيم العلاقات التجارية للأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من جهة، وفي علاقتهم بالمستهلك من جهة أخرى، وذلك بتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية التي يجب أن تسودها الشفافية والنزاهة ،حيث رفع كل غموض ولبس عنها ،والغاية من ذلك، إعلام العون الإقتصادي لزبائنه بشروط البيع وأسعار وتعريفات السلع والخدمات والفوترة، سواء في علاقته مع المستهلك أومع الأ عوان الإقتصاديين.

يعتبر موضوع دراستنا موضوعا جديدا، لم ينل القدر الكافي من الدراسة لحد الأن في جامعتنا ، فإختيارنا له كان لعوامل ودوافع شخصية ذاتية وأخرى موضوعية.

- تعود الدوافع الشخصية ،إلى رغبتنا في توسيع وتعميق المعارف في مجال تخصصنا الدراسي، كطلبة علوم قانونية وإدارية ،بغية منا إثراء موضوع من مواضيع قانون الأعمال والمتمثل في شفافية الممارسة التجارية.

اما دوافعنا الموضوعية، تتمثل في أن دراستنا هي موضوع الساعة، وحديث وسائل الإعلام ، لمواكبتها لتطورات المجتمع، بالموازات مع التجاوزات والخروقات في مجال المنافسة و المعاملات التجارية .

كما تكتسي الدراسة ،أهمية علمية فهي موضوع بحث ونقاش وتطلع لمعظم الطلبة وباحثي الإقتصاد والقانون ، وهذا لتقديم مادة علمية هادفة، لها أهمية عملية تتمثل في الدور الذي يلعبه الجهاز الرقا بي في المعاملات والممارسات التجارية بالسوق، في ظل تزايد حالات الغش التجاري، وانتشار ممارسات تجارية خارج النطاق القانوني لها ، مما يستوجب الردع لإرساء الشفافية والنزاهة لغرض حماية المستهلك والحفاظ على قدرته الشرائية .

ونهدف من خلال موضوع بحثنا هذا إلى :

-تحديد الإلتزامات القانونية الواقعة على عاتق الأعوان الإقتصاديين ، عند عرضهم لسلعة أو خدمة ،حتى لا يتهرب هؤلاء من المسائلة ،عند الإخلال بها وبالتالي رسم الإطار العام لحدود مسؤولية العون الإقتصادي .

-البحث في الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المتعاقد .

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية : **ما مدى نجاعة الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لتحقيق شفافية الممارسة التجارية؟**

تمخض عن الإشكالية، التساؤل التالي:

- هل خص المشرع الجزائري المتعاقد بآليات محددة لضمان حمايته من جرائم الممارسات التجارية؟

لهذا إعتمدنا على المنهج التحليلي الوصفي، فجمعنا بين التفسير والتحليل، وهذا ما يتناسب ويتلاءم مع الدراسة، ومع إشكاليتنا، من خلال تقديم وصف شامل للموضوع وتحليل النصوص القانونية ،التي تناولت بدورها احكام وإجراءات لأرساء سبل الشفافية والردع لكل المخالفات المخلة بالتجارة .

وعلى ضوء ذلك ارتأينا إلى وضع خطة البحث المقسمة إلى:

فصلين وكل فصل مقسم إلى 03 مباحث على التوالي. ، الفصل الأول أدرجناه تحت عنوان ضمانات شفافية الممارسة التجارية، لينظم المبحث الأول تحت عنوان الإلتزام بإعلام الأسعار والتعريفات والمبحث الثاني تحت عنوان إلتزام الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية وادرج المبحث الثالث تحت عنوان .الإلتزام بالفوترة.

اما الفصل الثاني خصصناه لكل ماهو تحقيق وتوقيع عقوبة فكان تحت عنوان التصدي التشريعي لمخالفات قواعد شفافية الممارسة التجارية ،المبحث الأول فيه يتحدث عن معاينة المخالفات والتحقيق فيها. والمبحث الثاني العقوبات الجزائية والإدارية والمدنية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية أما المبحث الثالث فكان ختاميا للفصل الثاني وتحدثنا فيه دور الجمعيات في حماية المتعاقد .

الفصل الأول

ضمانات شفافية الممارسة التجارية

الفصل الأول:ضمانات شفافية الممارسة التجارية

كشفت ظروف الحياة المدنية الجديدة، التي إزدادت وتعقدت فيها أشكال السلع والخدمات،عن نمط جديد من عدم التوازن العقد ،بين محترف يعرف كل ماهو مهم بشأن ما يعرض من سلع أو يقدم من خدمات ومستهلك جاهل بالسلع والخدمات التي يطلبها،إذ لايفترض فيه العلم نظرا لضعف إمكانياته وعدم تخصصه :وعدم درايته .فيكون بذلك في غالب الأحيان غير قادر على الإحاطة بالسلع والخدمات المعروضة في السوق على نحو يسمح له بالمقارنة بينهما وإختيار أحسنها جودة وسعرا .

وفي ظل المنافسة كثرت المنتجات وتنوعت ،وغالبا ما تحمل في طياتها مخاطر جسيمة، ويعتبر المستهلكون الفئة الغالبة في المجتمع وهم يقتنوا ما يحتاجون إليه من سلع وخدمات بشكل كبير، والغالبية منهم لايتسمون بالإدراك والوعي الاستهلاكي،الذي يسمح لهم بمعرفة حقوقهم لدى الأعوان الاقتصاديين مما أدى إلى ظهور بعض الممارسات التي تضر بمصلحة المستهلك،باعتباره طرفا ضعيفا في علاقته مع العون الاقتصادي،إضافة إلى بعض الممارسات التي تضر بمصلحة العون الاقتصادي في علاقته مع بقية الأعوان الاقتصاديين، مماستدعى ضرورة وضع تشريعات تعيد التوازن لهذه العلاقات.

ونظرا لكون الشفافية من أهم العوامل التي ترصد لمواجهة السلبيات المحتملة لاقتصاد السوق، فلقد كرس المشرع صراحة الالتزام بالشفافية في القانون الجزائري، بموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة،وبعد إلغاء هذا الأمر، بموجب القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة ،الذي أوجب أن تكون الممارسات فيما بين المتعاملين الإقتصاديين ،وبينهم وبين المستهلكين ،نزيهة وشفافة ، وتعمل على تدعيم المنافسة الحرة، كما جسد الشفافية، من خلال القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية الذي بقضى بجملة من الإلتزامات في العلاقة التي تخص كل المتعاملين في السوق.

في عملنا هذا ،سنقتصر على إلقاء الضوء،حول الالتزام بشفافية الممارسة التجارية ،وذلك من خلال ثلاث مباحث، تناولنا في المبحث الأول الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات والالتزام بالإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية في المبحث الثاني،والالتزام با لفوترة في المبحث الثالث.

المبحث الأول: الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات.

يقصد بالإعلام **لغة** :هوتحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه ، أما **إصطلاحا**: فيقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح [1].

إن إعلام الأسعار يعتبر شرطا أساسيا لحرية التعاقد،حتى يكون في مقدور المشتري أن يعلم بها قبل إبرام العقد،وإلزاميةإعلام الأسعارتجدمبررها ،في الإختيار الأحسن بين المنتوجات والخدمات المعروضة،ذلك أن المستهلك يخضع لسيطرة المنتجين والموزعين ويضطر بسبب حاجته إلى الموارد الاستهلاكية والخدمات ،الى توفر المعلومات الكافية لديه عن الخدمة أو السلعة للدخول معهم في روابط تعاقدية ،قد تمثل إخلال ملموسا يعكس خضوع المستهلك لسيطرة المنتج والموزع، لذا تقرر حق المستهلك في العلم بحقيقة السلعة ،ويقتضي هذا الحق أن يقوم الموزعون والمنتجون بإعلام المستهلك عن خصائص السلع والخدمات وما يحيط بها من مخاطر[2].

ويقصد بالالتزام بالإعلام ،ذلك التزام الذي يفرض على أحد طرفي الاستهلاك،إعلام الطرف الآخر بما يجهله، من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد، وذلك في الوقت المناسب ،مستخدما في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحله[3].

بالرجوع إلى نص المادة 04 من القانون 04-02 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،أن المشرع الجزائري أوجب على البائع إتجاه زبونه مهما كانت صفة هذا الأخير سواء كان مستهلكاأو كان عونا إقتصاديا،الإعلام عن الأسعار وتعريفات السلع والخدمات،وجاء في المادة 07من نفس القانون أنه في العلاقة بين الأعوان الإقتصاديين يلزم البائع بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها ، كل ذلك من أجل شفافية الممارسة التجارية ،كما يجب أن ينفذ هذا الالتزام وفق شروط محددة ضبطتها المادة 05 والمادة 06 من القانون رقم 04-02 ،والتي لابد للعون الاقتصادي مراعاتها.

إن البحث في الالتزام بإعلام الأسعار، يستدعي إبراز مفهومه في المطلب الأول وضوابط الالتزام بإعلام الأسعار في المطلب الثاني.

---

[1] عمران هباش ،مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري ،مذكرة ماستر في القانون، كلية الحقوق، جامعة مسيلة ، 2004 ، ص 29

[2] عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية،الطبعة الأولى،لبنان،2007، ص 260.

[3] مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2011، ص 52.

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات.

في الماضي عندما كانت علاقات الفرد بسيطة واحتياجاته محددة، كان يستطيع اختيار بسهولة ما يحتاجه من سلع وخدمات، إذ لم يكن أمامه سوى القليل من الخيارات.

لكن نتيجة التطور العلمي الكبير الذي يشهده العصر الحديث، أصبح الفرد مستهلكا في مختلف جوانب حياته، فهو يعقد في اليوم الواحد العديد من العلاقات مع المنتجين والموزعين ،إلا أن هذه العلاقات لا تكون عادة متوازنة ،إذ أن البائع أو مقدم الخدمة يتميز بالقوة الاقتصادية والاختصاص والخبرة.[1]

هذا ما أدى إلى فرض واجب الإعلام على الأعوان الاقتصاديين،وهذا ما نجده في المادة 04 من القانون رقم 04-02، حيث اعتبرت إعلام الأسعار شرطا ضروريا لحرية التعاقد، لأن السعر يعبر عن المبلغ الذي سيدفعه فعلا، في حالة اقتنائه لمنتوج ما أو تحصيله لخدمة ما، بحيث يجب أن يكون السعر المعلن عنه يتوافق مع المبلغ الإجمالي والثمن الذي يدفعه الزبون،فبعتبر بذلك السعر الحقيقي الشامل للخدمة ،هذا ما تضمنته المادة 06 من القانون رقم 04-02 ،الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،التي نصت على مايلي: "يجب توافق الأسعار والتعريفات المعلنة، المبلغ الإجمالي والثمن الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على الخدمة".

يعتبر إعلام الأسعار ،من أهم ما يحتاجه المستهلك لأنه يتعرف به على الفرق بين السلع والخدمات المعروضة في السوق، والتي تكون من طبيعة واحدة ،مما يتسنى له الإختيار بينها حسب قدرته ورغبته وهو وسيلة لتقرير حرية التعاقد.[2]

ولدراسة مفهوم الالتزام بالإعلام،تم تقسيم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع ، يخصص الفرع الأول في تعريف الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات بينما يتم التطرق إلى تمييز إعلام الأسعار عما يشابهه من معا ني في الفرع الثاني وخصائص الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات الفرع الثالث.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات وطبيعته القانونية

أولا: تعريف الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات:يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات،الإعلام الأهم الذي يقع على عاتق البائع في مواجهة المستهلكين ويعتبر من الحقوق الأساسية للمستهلك وعامل تنمية

[1] عائشة خوجة ،مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري ،مذكرة ماستر في القانون الإجتماعي ،كلية الحقوق ، جامعة الدكتور الطاهر مولاي ، سعيدة، 2017، ص41

[2] عبد المنعم موسى ابراهيم، المرجع السابق، ص364 .

وتشجيع للمنافسة، ويفضل إعلام البائع للمستهلك بسعر السلعة أو الخدمة والخصائص الأساسية للمنتجات،التي تجعل المستهلك يتخذ قراراته عن علم ودراية ويرشد استهلاكه، مما يعود بالمنفعة عليه ، وعلى السوق وذلك بالقضاء على المنتوجات والخدمات ذات النوعية الرديئة[1].

كما أن الإعلام بالأسعار يحمي المستهلك من الممارسات التمييزية ،لتي يمارسها الأعوان الاقتصاديين، فعدم إعلام وإشهار الأسعار يجعل العون الاقتصادي يعرض أسعار تختلف باختلاف فئات المستهلكين[2]،إذ فرض المشرع على المنتج الذي يعرض منتجه للتداول في السوق، أن يقوم بإعلام المستهلك بأسعار البيع، وكذلك مختلف الشروط الواردة في عملية البيع، حتى إذا تعاقد معه كان تعاقده على بينة، مدركا للأثارالمترتبة عليه.

جاء هذا الالتزام بموجب المادة 04 من القانون رقم 04-02[3]،الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،المعدل والمتمم[4]،إذ تنص على:"يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع".

كما ذكر الإعلام بالأسعار في المادة 05 من نفس القانون السالف الذكر ما يلي:

"يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ،ويجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة".

يعتبر إعلام المستهلك المسبق بالأسعار والتعريفات من العناصر الأساسية التي يجب إدراجها في العقود،والمرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك،فمن حقه معرفة سعر السلع والخدمات وهوأمرإجباري ووجوبي يخضع له البائع حتى ولو لم يطلب منه ذلك، أما فيها يخص التعريفات القانونية فإنه لابد من تبيانها بصفة مرئية ومقروءة، وذلك حتى يتسنى للمستهلك معرفة قيمة الحصيلة النهائية الناتجة عن الحصول عن السلعة أو الخدمة[5].

فالشفافية الاقتصادية تكمن في توفير المعلومات الأساسية في كل وقت للمستهلك عن الأسعاروكذا

---

(1) محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية ،وفقا لأمر 03-03 والقانون 04-02 ،دار بغدادي الجزائر، 2010، ص 81.

(2) عمران هباش، المرجع السابق4 ،ص 31.

(3) قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ،يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،المعدل والمتمم.

(4)عدل القانون رقم 04-02 وتمم عن طريق القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15أوت2010،ج ر ،عدد 46، الصادر بتاريخ 18أوت2010.

(5)دليل المستهلك، وزارة التجارة، الجزائر، 2011، ص 142.

التعريفات اللازمة عن كمية ونوعية السلع والخدمات التي يحق للمستهلك الإطلاع عليها، وغيابها يحدث عدم التوازن في السوق،كما نصت عليه المادة 06 من قانون رقم 04 – 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،المعدل والمتمم .

يتضح بموجب هذه المادة، أنه يعتبر غير قانوني، عدم إدراج السعر الحقيقي للسلعة من طرف بعض تجار مساحات البيع الكبرى ،التي توهم زبائنها من خلال نشر التعريفات أنها منخفضة، ليفاجأ الزبون عند دفع الحساب ،أن التعريفة المعلن عنها هي خارج الضريبة[1]،كما يعتبر غير قانوني ما يلجأ إليه بعض التجار من خلال بعض الإعلانات التجارية ،على الانترنت أو بالوسائل السمعية أو السمعية البصرية من عرض لسلع يتم إرسالها عن طريق البريد ،ليفاجأ الزبون أن السعر المعلن عنه ليس صحيحا وأضيف له مبالغ نفقات النقل والتسليم.

وهذا ما تؤكده أيضا في نفس السياق، المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، حيث أوجبت على العون الإقتصادي في إيطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة، وعلى طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة[2] .

ثانيا: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

لمعرفة الطبيعة القانونية للإلتزام بإعلام، يجب معرفة رأي الفقهي فيها.

أ – الالتزام بالإعلام،هو إلتزام ببذل عناية.

يرى جانب من الفقه ،أن الالتزام بالإعلام ماهو إلا التزاما ببذل عناية ،فالعون الاقتصادي غير مسؤول عن نتيجة المعلومات التي يقدمها، ولايستطيع أن يلزم المستهلك بكافة البيانات بإتباعها،بل يتعهد فقط ببذل كل مامن شأنه إحاطة المستهلك بكافة البيانات المتعلقة بالمنتوج، لأنه مهما بلغ حرص العون الاقتصادي على وضوحها فإنه لا يكفي لتحقيق النتيجة المنتظرة، بل يتوقف الأمرعلى مدى

(1) سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04 – 02 ،مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال ،كلية الحقوق،جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية ،2009،ص 11.

(2)-نصت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09- 65على :"يجب على العون الإقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجازالمعاملة ،على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا ، عند الإقتضاء ، كل الإقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاص الممنوحة والرسوم المطبقة".

استجابةالمستهلك والتزامه بذلك[1].

ب-الالتزام بالإعلام، هوإلتزام بتحقيق نتيجة

كما يذهب جانب من الفقه، إلى أن التزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك خاصة في مجال العقود التي ترد على المنتجات الخطيرة ،هو التزام بتحقيق نتيجة ويؤسس هذا الاتجاه رأيه على أن هذه الطبيعة هي التي تتناسب مع الالتزام بالإعلام ،وتضمن تحقيق النتيجة للهدف المنشود من وجوده، كما يستند إلى أن هذه الطبيعة هي التي تضمن اتساق الأحكام المطبقة على حالات المسؤولية الناشئة عن الأضرار التي تلحقها المنتوجات محل التعاقد بالمستهلك.[2] "فالمنتج يستطيع توقع عيوب المنتوجات التي يقوم بتصنيعها,ان يزيلها تماما قبل أن يطرح هذه المنتوجات للتداول ،ولكنه لايستطيع مهما أدلى ببيانات للمستهلك عن كيفية استعمال السلعة وعن مخاطرها ،أن يضمن فهم المستهلك لتلك البيانات[3].

أما المشرع الجزائري حسم الخلاف بموجب القا نون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، واعتبره التزام بتحقيق نتيجة وذلك بترتيب جزاء جنائي في حالة مخالفة هذا الالتزام،الذي يقع على عاتق الأعوان الاقتصاديين ولو لم يترتب ضرر للمستهلك، أما إذا وقع الضرر،تقررت المسؤولية المدنية بالإضافة إلى جانب المسؤولية الجزائية[4] .

الفرع الثاني : تمييز الإعلام بالأسعار عما يشابهه من معاني :

أولا- تمييز الإعلام عن الإشهار:

يجب عدم الخلط بين الإشهار والإعلام ،فبالنسبة للإلتزام بالإعلام فهو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه ،كما له وظيفة توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل الإتصال السمعية منها والبصرية، أما الإشهار فهو مجموعة الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات، المعدة لترويج سلعة أو خدمة بواسطة وسائل إتصال بصريةأو

---

[1]- حفيظة بتقة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة ماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق ،جامعة البويرة، الجزائر، 2013، ص 23، 24.

[2]-فايزة بولباني ، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماجستير ،فرع العقود والمسؤولية ،جامعة بن عكنون ، الجزائر، كلية الحقوق، 2012، ص 31.

[3]-مصطفى أحمد أبو عمرو ،موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان، بيروت ، 2011 ، ص94 .

[4]- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة ،للطباعة للنشر، الجزائر، 2017، ص 65، 66.

سمعية مستعملة لبثه.[1]

عرفت الجمعية الأمريكية للتسوق الإشهار، بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكارأو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع.[2]

ويظهر الاختلاف بين الإعلام والإشهار ،من حيث أن الأول يكتفي بإعلام الجمهور بالمنتوج أو الخدمة للإقبال عليه ويقوم على نقل الوقائع بصفة موضوعية، في حين أن الثاني يسعى إلى حث الناس على اختيار المنتوج موضوع الإشهار والتأثير عليهم[3]،عن طريق الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات، المعدة لترويج، تسويق سلعة أو خدمة بواسطة وسائل بصرية أو سمعية بصرية[4]، فالإشهار هدفه هو جلب المستهلك وليس تنبيهه ويرتكز على إيجابيات المنتوج فقط.

والإعلام أكثر موضوعية حيث يقوم بتنبيه وبنشر الحقائق للجمهوربقصد المعرفة وينمي الوعي ويهدف إلى تكوين أو تصحيح فكرة معينة، يقوم بتنوير المستهلك.

أما الإشهار يكتفي بذكر الجانب الإيجابي ويخفي الجانب السلبي ، مما يؤدي إلى وقوع الزبون في غبن من طرف المهني المحترف.

ثانيا - تمييز الأسعار عن التعريفات :

يعتبر السعر من بين العناصر الجوهرية التي تحدد ارادة المستهلك وهوعبارة عن كمية من النقود التي تمثل قيمة السلعة أو الخدمة ،والتي يجب أن يكون تكلفة تسليم التجهيزات ووزنها وكيفية نقلها تدخل

ضمن وعاء السعر، ويلعب السعر دورا أساسيا في تغيير معطيات السوق. فالسعر هو عنصر متغير عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي، يتغير بتغير قيمة الشيء المعروض للبيع ويتغير بتغير القدرة التجارية على التفاوض بين البائعين والتي تختلف من بائع إلى آخر وكذا طريقة جلب المشتري وهو ما

---

[1]-عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجيستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ،جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2009 ، ص 7.

[2]-زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 57، 58.

[3]-أمال جمعة، كهينة ايت ساحل ، ظوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون العام الأعمال، كلية الحقوق ،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ، 2014، ص 9.

[4]-المادة 2 فقرة الثامنة من المرسوم التنفيذي رقم 90 – 39 الصادر في30 جانفي 1990 ،المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ج ر عدد50 .

يثبت أن السعر هو المتحكم في المنافسة.[1]

في حين أن التعريفات،تحتوي على قائمة أسعار أو بيان بضائع أو أعمال يجب تنفيذها مع ثمن كل وحدة أو ثمن الخدمات التي يشتريها الزبون في مؤسسة، يعتبر الثمن أداة اتصال بين المنتج والمستهلك يهدف إلى تحقيق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك[2]،ومن الأمثلة عن التعريفات نجد،التعريفات الجمركية والرسم على القيمة المضافة.

ثالثا- تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالتحذير :

يتبين من النظرة الأولى للالتزامين ،أن هناك تشابه بينهما على اعتبار أن محل كلاهما ،تقديم المعلومات والبيانات للمستهلك التي تخص محل العقد ،غير أنه و بالتمعن أكثر في كلا الالتزامين، نجد أن كل واحد منهما يختلف عن الآخر في النقاط التالية:

إن الالتزام بالتحذير هو إعلام البائع ،المتعاملين معه سواء المشتري مباشرة أو المستهلك بمصادر خطورة المنتوجات ،وكيفية التعامل معها استعمالا وحفظا ،وذلك على النحو الذي يقيه المخاطر التي يمكن أن تنجم عنها، حال عدم إتباع التحذيرات اللازمة[3]. بحيث يحيطه بما يكتنف هذا العقد أو ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية[4]،حيث أن الأخطار هي معيار الالتزام بالتحذير، فبوجودها ينشأ الالتزام وبدونها ينتفي، بينما الالتزام بالإعلام يفرض على المتدخل سواء كان منتجا أو موزعا أو بائعا إحاطة المستهلك بكافة البيانات الضرورية من أجل تنوير إرادته و تعريفه بالمنتوج.

رابعا- تمييزالالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة

الالتزام بالإعلام هو مجرد تقديم للمعلومة بطريقة حيادية،دون أن يتضمن حثا أو دفعا اتجاه اتخاذ القرار، في حين أن النصيحة تمثل دفعا وحثا على أمر معين، يختلف عن مجرد تقديم المعلومةالبسيطة حيث توجب هذه الأخيرة على من يقدمها بذل العناية اللازمة في تزويد طالبها بالمعلومات الفنية المطابقة للمعلومات المكتسبة.[5]

---

[1]أمال جمعة، كهينة ا يت ساحل، المرجع السابق، ص 10.

[2]نبيل بن عديدة ،الالتزام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك ،للحصول على شهادة دكتوراه ،في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق ،وهران2، 2018 ، ص 284.

[3]مصطفى أحمد ابو عمرو ،المرجع السابق، ،ص 58.

[4]سعيد سعدعبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، دار النهضة العربية القاهرة، ب ط، 1999، ص 11.

[5]رفيقة بوا لكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة دكتوراه، في العلوم، تخصص قانون ، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص30.

هدف الالتزام بالإعلام ،هو تنوير المتعاقد بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالسلعةً أو الخدمة محل العقد المزمع إبرامه ،من أجل إيجاد رضا سليم، أما الالتزام بتقديم نصيحة هوتوجيه الزبون في اتخاذ قراره النهائي.

أما بالنسبة للجزاءات المقررة عند الإخلال بالالتزام بالإعلام فهي متعددة ،حيث يمكن المطالبة بإبطال العقد بالإضافة إلى طلب التعويض ،بينما الالتزام بتقديم النصيحة فجزاءه هو المطالبة بالتعويض طبقا لأحكام المسؤولية العقدية[1] .

الفرع الثالث: خصائص إلتزام الإعلام بالأسعار والتعريفات

يتميزإلتزام الإعلام بالأسعار بعدة خصائص تميزه على غيره من الالتزامات وتتمثل في:

أولا -العمومية : يتساوى جميع المستهلكين في الحق في اقتناء أي منتج ،لذا فإنه من الطبيعي أن يتسم عرض الأسعار بالعمومية، حيث يمكن للمستهلك الوصول إلى أي منتج بطريقة سهلة ومعرفة مستحقاته دون أن يستشير العون الاقتصادي، حول السعر أو عن ماهية شروط البيع، فالغرض من فرض هذه البيانات أن يكون في متناول المستهلك، وهي مظهرمن مظاهر الشفافية والتي تجسد الممارسة التجارية النزيهة[2].

وعلى هذا فإن الإعلام بالأسعار الموجه للمستهلك، يجب أن يتصف بالعمومية، أي أن يكون موجها لجمهور المستهلكين، بحيث كل مستهلك يمكنه الوصول للأسعار وبطريقة آلية،ودون أن يكون مضطرا في كل مرة أن يسأل البائع عن سعر السلعة ،في ذلك أن الأسعار إذا لم تكن معروضة بشكل عمومي فإن المشتري أو طالب الخدمة لا يمكن معرفة إذا كان سيقع ضحية للتمييز الذي يمكن أن يقوم به البائع أو عارض الخدمة.

فالبائع عادة ما يستغل عدم عمومية الأسعار ليطبق أسعارا تمييزية خاصة في مواجهة الأجانب و الزبائن العرضيين.[3]

تعتبر عمومية الإعلام بالأسعار مظهرا من مظاهر الشفافية في الممارسة التجارية ،إذ يمكن من

---

[1] رفيقة بوا لكور، المرجع السابق، ص 31.

[2] مختار بن سالم، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2008، ص 195.

[3] زكية جداييني، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجيستير ،في قانون الأعمال ، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر،2001، ص 21.

جعل جميع المستهلكين في وضعية متساوية إزاء الأسعار المقترحة من طرف البائع أو مقدم الخدمة[1] .

ثانيا-الوضوح: يجب أن يتم عرض الأسعار والتعريفات من طرف العون الاقتصادي، بطريقة واضحة لا لبس فيها، ليتمكن المستهلك من إدراكها وأن يكون واضح في أسلوبه،و يتخلى عن الأسلوب المعقد الذي يعجز غير المتخصصين عن فهم مدلولاته وإدراك مضامينه وباللغة التي يفهمها المستهلك[2]. حيث جاء في نص المادة 5 من القانون رقم04-02،على أنه" يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية مقروءة".

وعنصر الوضوح يثير مسألة اللغة المستعملة وطريقة الكتابة والعملة المتداولة والمبلغ الواجب دفعه..

أ- اللغة: تلعب اللغة دورا مهما في تحقيق الغرض من الإعلام بالأسعار حيث لا معنى للإعلام إذا تم بلغة لا يفهمها جمهور المستهلكين.

من هنا فرض المشرع أن يتم إعلام الأسعار، باللغة التي يدركها عموم المستهلكين الجزائريين ألا وهي اللغة العربية[3]، حيث تنص المادة 7 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار على أن: "تحرر المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات .....باللغة العربية ويمكن استعمال لغات أجنبية على سبيل الإضافة.....".

وهذا النص ينسجم مع ما ذهبت إليه المادة18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[4].التي نصت على ما يلي: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا. وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى ،سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها ".وهو ما أكدته المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك[5].

---

[1]زكية جداييني، المرجع السابق، ص 25.

[2]عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص 49.

[3]نصت لمادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 ، على : "يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن إستعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الإستيعاب لدى المستهلك وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها ".

[4]القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25فبراير 2009 ،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،ج ر، عدد 15

[5] المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09نوفمبر2013 ،المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ،ج ر ،عدد 58 .

كما ينسجم هذا الحكم مع المبدأ العام المسطر في المادة22من القانون رقم 91-05 المؤرخ في 1991/01/16،المتعلق بتعميم اللغة العربية التي تنص على وجوبية استعمال اللغة العربية ،في كتابة البيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات مع إمكانية استعمال لغات أجنبية استعمالا تكميليا.

ب-الكتابة: أوجبت الفقرة الثانية من المادة 5 من القانون رقم 04-02، أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية و مقروءة.

ولم يحدد المشرع أحجاما معينة للحروف والأرقام التي يكتب بها الإعلام لكن وضع معيارا يتمثل في قابلية الإعلام للرؤية والقراءة، وهو معيار موضوعي، قوامه مقدرة الرجل العادي، أي ما يستطيع عموم الناس رؤيته وقراءته وتقدير مدى وضوح و مقروئيته.[1]

ج- العملة: وهي الورقة النقدية أو المعدنية المتداولة والمقبولة في البلد لتبادل السلع والخدمات.

وتعتبر العملة شأنها شأن اللغة، مظهرا من مظاهر السيادة، لذلك تحرص كل البلدان على فرض التعاملبعملتها الوطنية.

وعليه فإن العون الاقتصادي ملزم بأن يحدد السعر محل الإلزام بالعملة الوطنية تحت طائلة العقوبات المقررة في المادتين 451و452 من قانون العقوبات .

د- المبلغ: تنص المادة05 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار على أنه، يجب على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا عند الاقتضاء كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة.[2]

انطلاقا من هذه المادة 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.

ثالثا- الطبيعة وقائية للإعلام: فالهدف المرجو من تقريره هو العمل على حماية العقود في المستقبل، من

---

[1] احمد خديجي ،قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص ،كلية الحقوق ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2016 ،ص23.

[2] أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 24.

مقومات الانهيار ودواعي الإبطال إذ أن أداء المدين لالتزامه بالإعلام قبل التعاقد،يؤدي إلى تنوير رضا الطرف الأخر، باعتباره الطرف الضعيف في عملية التعاقد ،لافتقاره المعلومات الفنية[1] والتقنية الخاصة بالمنتوج .مما يضمن أمنه وسلامته، وذلك بتقليل أو منع المخاطر المتوقعة من استعماله.

وهذا ما أدى جانب من الفقه، لقول أن هذا الالتزام يعد تطبيقها لمبدأ الوقاية خير من العلاج[2].

رابعا- إستقلالية الإعلام: الالتزام بالإعلام مستقل عن الالتزامات الأخرى، وهو يقع على عاتق كل طرف يرغب في التعاقد مع غيره،حيث لايقوم من أجل حماية رضا الطرف الأخر في العقد، بقدر ما ينشأ لتحقيق المساواة بين الطرفين عند تحديد مركزهما ،في المرحلة السابقة على التعاقدولقد أكد الفقه استقلالية هذا الالتزام بقوله : إن الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام ،التزام مستقل يقع على عاتق شخص ينوي التعاقد مع غيره وهو لا يقوم لحماية رضا الطرف الآخر بل لتحقيق التكافؤ بين الطرفين إعمالا لمقومات العدالة العقدية[3].

المطلب الثاني: ضوابط الالتزام بإعلام الأسعار.

تختلف اهتمامات المستهلك قبل التعاقد من مستهلك إلى آخر ،فمنهم من يحرص على معرفة خصائص الشيء المبيع،أوطبيعة الخدمة المقدمة ،بشكل دقيق و تفصيلي ومدى تلبيتها لمتطلباته ورغباته الاستهلاكية مهما كان سعرها، ومنهم من يحرص على العلم بأسعار السلع والخدمات قبل المواصفات ومدى كفاية قدرته المادية للحصول عليها والمعيار في ذلك هو القدرة الشرائية ومستوى الدخل.

ولكن في كلا حالتين، جوهر الالتزام الذي يقع على عاتق العون الاقتصادي قبل التعاقد هو إحاطة المشتري ،علما بمكونات السلعة وخصائصها وبالطريقة السليمة لإستعمالها وبأسعارها ، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره و يتخذ قراره بالإقدام أو التراجع بناءا على رضا سليم كامل، بإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي سيتخذه بما يحقق حماية لمصالح و سلامة المستهلك.[4]

الفرع الأول: تنفيذ الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات

لقد جعل قانون الممارسات التجارية من إعلام الأسعار، شرطا ضروريا وجوبيا من أجل تحقيق

---

[1]أحمد بومدين، "دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية المستهلك"،مجلة العلوم القانونية،عدد 1، الجزائر،جوان 2010، ص 168.

[2]نبيل بن عديدة، المرجع السابق، ص 342.

[3]محمد ابراهيم الدسوقي، الالتزام بالإعلام في التعاقد، ب ط،دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985، ص 42.

[4] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، دارالجامعية، الاسكندرية، 2007، ص 164.

حماية المستهلك ،التي تعتبرنتاج احتميا لشفافية الممارسة التجارية المنبثقة عن إعلام الأسعار، وهذا الأخيريعتبرالتزاما في ذمة العون الإقتصادي، وإعلام الأسعار يتم بواسطة دعائم قانونية ،سوف نتعرض لها لاحقا وتظهر أهمية هذا الالتزامبالنسبة للمستهلك من منطلق أنها تساعده على اختيار السلع التي يحتاجها أو الخدمة التي يريد الاستفادة منها فيقدم على التعاقد بإرادة مستنيرة.[1]

أولا: التنفيذ في الحالة التي يكون فيها الزبون مستهلك.

يلزم العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالسعر لمختلف السلع و الخدمات وجوبيا ،حتى وإن لم يطلب منه ذلك، تطبيقا لأحكام نص المادة 05 من القانون رقم04-02، الذي يفرض على العون الاقتصادي إلزامية إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات،ولابد أن يكون هذا الإعلام بالوسائل المحددة قانونا وبالشروط المنصوص عليها.

كما أوجب على أن تكون التعريفات القانونية بصفة مرئية و مقروءة ،حتى يتسنى للمستهلك معرفة القيمة الإجمالية للعملية التجارية، التي قام بها ومعرفة قيمة الحصيلة النهائية الناتجة عن الحصول على السلعة أو الخدمة[2]. وهذا لتجسيد مبدأ الشفافية .

كما أن سعر السلع والخدمات يجب أن تقدم وتوضع في علم المستهلك مبدئيا ،في المكان الذي عرضت فيه هذه السلع والخدمات وأما إذا كانت السلع المعروضة للعوام في واجهات تجارية أو فوق معروضات، داخل أماكن مخصصة للبيع فإنها يجب أن تكون محل ترقيم كتابي أومحل وسم حتى يتسنى للمستهلك الذي يرغب في التعاقد مع التاجر معرفة مدى قيمة السلعة التي يريد اقتنائها[3]، أما السلع غير المعروضة للبيع رغم وجودها داخل المحل التجاري أو في أماكن مرفقة مباشرة ،مع هذا تغييرها بثمن معينا فوق الأسعار يؤدي إلى ضمان شفافية السوق وكذا حرية العملية التنافسية[4].

كذلك فإن إشهار أسعار السلع والخدمات ،يلعب دورا هاما في التأثير على قرار الشراء لدى المستهلك، نظرا لتأثر هذا الأخير بالمركز المالي الذي يتمتع به ،أين تنعدم لديه المعلومات الكافية عن

---

[1] نوال شبيرة، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع ،مذكرة ماجستير في الحقوق ،فرع المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر 1، 2015، ص 16.

[2] كريموزوقاوي ،مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة السادسة عشرة، 2008، ص 7.

[3] أحمد مريشة، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق ،جامعة أكلي محند أوالحاج ،البويرة، ب س ،ص 16.

[4] زوبيرأرزقي، المرجع السابق، ص 58.

السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها،غير أن عدم ظهور السعر في السلع يزيد من فرص احتيال البائع على المستهلك ،وإيهامه بأسعار لا تنطبق و قيمة السلعة أو الخدمة الموجهة للبيع[1].

ثانيا- التنفيذ في الحالة التي يكون فيها الزبون عون اقتصادي :

لقد رسم المشرع الجزائري الطريق القانوني الذي يسلكه العون الإقتصادي، في تنفيذ هذا الإلتزا م حيث نص في المادة 07 فقرة 01 من قانون رقم 04-02 السالف الذكر ،على أنه :"يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها".

وعليه إذا كان الإعلام بالأسعار والتعريفات إجبارية عند التعامل مع المستهلك، فهي تعتبر كذلك بين الأعوان الاقتصاديين متى طلبت من البائع.[2].

أما عن طريقة التي يمارسها إعلان هذه الأسعار، فقد نصت عليها الفقرة 2 0 من نفس المادة والتي تنص على أنه ،يكون هذا الإعلام بواسطة جداول ا لأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو أية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة.

يعود سبب التطرق للحالة التي يكون فيها الزبون عون اقتصادي لعدة أسباب منها :

- حماية هذا الزبون من التلاعب بالأسعار حتى لا يلجأ هذا الأخير بدوره إلى رفع الأسعار عند تعامله مع المستهلك، نظرا لارتفاع تكلفة الإنتاج أو التوزيع.

- الأمر الثاني، يكمن في أنه في بعض الأحيان التعامل الذي يبرمه عون اقتصادي مع غيره من الأعوان الاقتصاديين خارج نشاطه الاعتيادي أو يتصرف لغايات شخصية يجعله مستهلكا في مواجهة البائع وأنه يتمتع بالحماية المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش خاصة مع الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري للمفهوم الضيق للمستهلك.[3]

ثالثا- تحديد مقدار السلعة مقابل للسعر المعلن:

حسب المادة 05 من القانون رقم 04-02، فإن التحديد المهني لسعر البيع وإعلانه للمستهلك

---

(1) أحمد عبد الهادي، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية وقمع الغش، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون المؤسسة والتنمية المستدامة، كلية الحقوق ، جامعة عبد الحميد ابن باديس ،مستغانم، 2017،ص 11.

(2) أميرة حمزة، سمية بن عمارة ،مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية ، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ،جامعة 8 ماي1945 ،قالمة، 2016 ،ص34 .

(3)أحمد مريشة، المرجع السابق، ص 18.

يتطلب، تحديد مقدار السلعة الذي يقابل السعر المعلن عنه، ويتعلق النص السابق بالسلع التي يتم بيعها عن طريق العد، أو عن طريق الوزن مثل الحبوب والخضر،أو عن طريق المقاس كالقماش أو عن طريق الكيل بالنسبة للسوائل كالزيوت،وهو البيع الذي يستلزم الفرز أو التعيين عن طريق العد والوزن أو الكيل أو المقاس.

أما بالنسبة للسلع التي تسوق، محددة المقدار منذ إنتاجها كالمشروبات والمياه المعدنية والمواد المصبرة ، فيجب على التاجر أو المنتج أو المصنع، طبقا للمادة 05من القانون رقم04-02 وضع علامة على الغلاف أو العبوة، حتى تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن، وإذا وجد نقص في المقدار المبيع ،كان البائع مسؤولا على هذا النقص في حدود ما يقتضي به العرف[1]، أما إذا كان النقص جسيما في مقدار المبيع، بحيث لو علمه المستهلك لما أتم عملية البيع فحينئذ يجوز لهذا المستهلك أن يطلب فسخ العقد وذلك تطبيقا لنص المادة 365 من القانون المدني[2]، أما إذا تبين أن مقدار السلعة يزيد على ما تم تحديده في الغلاف وكان السعر مقدر بحسب الوحدة، مع كون السلعة غيرقابلة للتقسيم[3] أصلا بغض النظر عن العدد أو الكيل أو الوزن، ففي هذه الحالة يجب على المستهلك إكمال الثمن مالم تكن هذه الزيادة جسيمة، بحيث لو علم بها عند الشراء لما أتم العقد ،حيث يجوز له عندئذ طلب فسخ العقد، أما إذا كانت السلعة قابلة للتقسيم كما لو بيع كيس من السكر على أنه يتضمن 60كلغ وتبين أنه 70كلغ، فيأخذ المستهلك القدر المبين على الكيس ويترك الباقي للبائع. ولا يجوز للمستهلك إلزام البائع بتسليم كل الكمية الموجودة في الكيس مقابل زيادة السعر كما لا يجوز أيضا للعون الاقتصادي إلزام المستهلك بذلك مع الزيادة[4].

لذا فإن إلزام المشرع بتحديد مقدار المبيع المقابل للسعر المعلن فيه حماية للمستهلك والعون، الاقتصادي.

تعتبر الخدمة محلا لعقد استهلاك، إذا دار هذا العقد حول القيام بعمل، لذلك يجب أن تحدد وفق السعر المعلن، لكن هناك بعض الخدمات لا يمكن تحديد قيمتها إلا بعد إنهاء أداء الخدمة، وبالتالي لا

---

(1) زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيعة (دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية)، ب ط ،الأمل للطباعة، والنشر والتوزيع، عين ميلة ، الجزائر، ب س ،ص 152،159 .

(2)نصت المادة 365 من التقنين المدني على :"إذا عين في عقد البيع مقدار المبيع كان البائع مسؤولاعما نقص منه بحسب مايقضي به العرف غيرأنه لايجوز للمشتري ان يطلب فسخ العقد لنقص في البيع الاإذا ثبت أن النقص يبلغ من الأهمية لوكان يعلمها المشتري لما أتم البيع. والعكس إذا تبين أن قدر الشيء المبيع يزيد على ماذكر بالعقد ن وكان الثمن مقدرا بحسب الوحدة وجب على المشتري إذاكان المبيع غير قابل للتقسيم أن يدفع ثمنا زائدا إلا إذاكانت الزيادة فاحشة ففي هذه الحالة يجوز له أن يطلب فسخ العقد كل هذا مالم يوجد اتفاق يخالفه ".

(3)أحمد مريشة، المرجع السابق، ص 19.

(4) أميرة حمزة، سمية بن عمارة، المرجع السابق، ص 34.

يمكن الإعلان عن السعر مسبقا هذا ما دفع المشرع إلى إحالته للتنظيم فنصت المادة 05 الفقرة04 من قانون 04-02 على أن"تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع و الخدمات المعينة عن طريق التنظيم ".

ويقصد بالكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار،ماجاءت به المادة 02الفقرة 01 من المرسوم التنفيذي 09- 65 على:" طرق الإشهار حول الأسعاروالتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة لا سيما الدعائم التقنية التكنولوجية للإشهار والاتصال"

لتجنب هذا الإشكال المتعلق بالخدمات التي لايمكن تحديد قيمتها مسبقا، أوحى المشرع على العون الاقتصادي تسليم كشف للمستهلك، قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع المادة06من المرسوم لتنفيذي 09-65[1].

رابعا:- موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع.

أوجب المشرع أن تكون الأسعار والتعريفات المعلنة موافقة للمبلغ الإجمالي المدفوع، مقابل اقتناء السلع أو الحصول على خدمات، حيث نصت المادة 06من القانون 04-02 على أنه يجب أن: "توافق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي مقابل اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة".

فقد يفاجأ المستهلك بمطالبته بمبالغ إضافية على السعر المعلن، للسلع أو الخدمات أو يفاجئ بمبالغ إضافية نظير بعض الملحقات أو مقابل أشياء أو أدوات ترتبط بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة محلالعقد وعادة ماتظهر هذه الإضافات عند تنفيذ العقد،[2]مما يوقع المستهلك في إحراج، مثال حساب الأكياس أو الأغلفة التي يوضع فيها المبيع، ففي هذا المثال يجد المستهلك نفسه في إحراج، حيث يصعب عليه التراجع عن العقد إما لاعتبارات أدبية أو واقعية [3].

ولا شك أن هذا الأسلوب مخادع، لأن الأسعار والتعريفات المعلنة تبدو للمستهلك مناسبة ،لكنه يدفع في نهاية المطاف أكثر مما أعلن،لاقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة المعلن عنها.

فضلا عن كونه أسلوبا للتحايل على أحكام التسعير،حيث يظهر السعر المعلن للجمهور وهيئات

---

[1]نصت المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم09-65 على: "يتعين على العون االإقتصادي في مجال تقديم الخدمات تسليم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع."

[2] هانية ابراهيم،الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية ،مذكرة ماجستيرفي القانون العام ،فرع التنظيم الإقتصادي، كلية الحقوق ،جامعة قسنطينة ،2013،ص 15.

[3] هانية إبراهيمي، المرجع السابق، ص 16.

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 05من المرسوم رقم09-65 ،أن يطلع المستهلك قبل إنجاز المعاملة على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات لواجب دفعهاوكذلك كيفية الدفع وكل الإقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة.[2]

وبالرجوع إلى القواعد العامة فإن إعلان العون الاقتصادي للأسعار والتعريفات على السلع والخدمات المعروضة ،هو بمثابة إيجاب ومتى صادفه قبول من طرف المستهلك انعقد العقد، وحينئذ يجب على العون الاقتصادي طبقا للمادة 07 من القانون المدني الجزائري، تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية. وهذا هو جوهر الحماية التي تضمنتها المادة 60 من القانون رقم04-02.

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ إعلام الأسعار والتعريفات

إذا كان الهدف من إعلام الأسعاروالتعريفات، هو إضافة الشفافية على الممارسات التجارية على نحويستطيع من خلاله المتعاقد(مستهلك أو عون إقتصادي)، تحديد اختياره من بين مختلف السلع والخدمات المنافسة على ضوء قدراته ومتطلباته، لذلك أوجب المشرع أن تبين هذه الأسعار بصفة مرئية ومقروءة[3].

يستطيع من خلاله المتعاقد(مستهلك أو عون إقتصادي)، تحديد اختياره من بين مختلف السلع والخدمات المنافسة على ضوء قدراته ومتطلباته، لذلك أوجب المشرع أن تبين هذه الأسعار بصفة مرئية ومقروءة[4].

فقد نصت المادة 5 من القانون رقم04 -02 ،على كيفية إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات كما نصت المادة17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،على إلتزام كل متدخل في عملية عرض المنتوج للإستهلاك أن يعلن للجمهور عن كل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه

---

[1] محمد عماد الدين عياض ، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية ،مذكرة ماجيستير، كلية الحقوق جامعة ورقلة ، 2006، ص 61.

[2] نصت المادة5 من المرسوم التنفيذي رقم09-65على :"يجب على العون الإقتصادي في اطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجار المعاملة،على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا، عند الإقتضاء كل الإقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة ".

[3] مختار بن سالم. المرجع السابق، ص 198.

[4] مختار بن سالم. نفس المرجع ، نفس الصفحة .

للإستهلاك وإشترط أن يتم ذلك بواسطة الوسم ووضع العلامات وبأي طريقة مناسبة .

وتجدر الإشارة أن بعض قطاعات النشاط تتبع أساليب أخرى في الإعلام بالأسعار ،على سبيل المثال يمكنها إرسال قائمة منتجاتها في كتب ، كتالوج مبينة فيها الأسعار التي يجري التعامل بها، أما بالنسبة للصفقات فيتم الإعلام بالأسعار فيها عن طريق أجهزة الاتصال المختلفة والمحددة قانونا[1]،ويدخل في ذلك تحديد كيفيات الدفع ومبلغ التسليم قبل إتمام العقد وفي حالة عدم إعلام المستهلك بذلك فإن نفقات التسليم والحسوم والتخفيضات والمسترجعات تعتبر ضمن الثمن المعلن.

إن طرق إعلام الأسعارتختلف حسب اختلاف أطراف العلاقة التجارية ،أي وسيلة إعلام العون الاقتصادي للمستهلك تختلف عن إعلام الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم.

أولا- وسائل تنفيذ إعلام الأسعار و التعريفات في العلاقة بين العون الاقتصادي و المستهلك:

تناولت المادة05 من القانون رقم04-02، وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات المعتمدة في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك، حيث نصت على أنه "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة،يجب أن تبين الأسعار بصفة مرئية ومقروءة "، وعليه فإن المشرع حدد بعض الوسائل على سبيل الذكر فيما ترك المجال للعون الاقتصادي لاختيار وسيلة أخرى مناسبة.

أ- الوسم Etiquetage des prix

ينبغي إعلام المستهلك بشتى الطرق ومن بينها الوسم ،وللتوضيح أكثر سنتناول دراسة تعريف الوسم وأهميته وشروطه.

1- تعريف الوسم = عرفته المادة02 الفقرة 06 من المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30جانفي 1990 ،المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجا ما أو خدمة أو يرتبط بها".

كما عرفته المادة 02 الفقرة 01 من المرسوم التنفيذي 90-367، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها على أنه "كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر البطاقة الذي يرفق بالمنتوج

(1) علي حساني، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض ، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، كلية الحقوق ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان عدد11 ، 2011، ص 77.

أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"[1].

عرفته مؤخرا المادة 03 الفقرة04 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،بأنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو الصور أو التماثيل أو إلى رموز أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة دالة على طبيعة المنتوج ،مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها[2]، وبذلك فالوسم هو تلك البيانات الموضوعة على الأغلفة والعبوات والمتعلقة أو المرتبطة بسلعة ما والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك ويجب أن يكون علم المستهلك يقيني بالمنتوج من خلال تلك البيانات البارزة فيه[3] .ويتخذ الوسم شكل بطاقات تلصق على المنتوج أونشرات ترفق معه أوبيانات تحفر عليه إذاكان صلبا أوسائلا .

ومنه يتضح أن الدور الأساسي للوسم هو إعلام المستهلك بطبيعة المنتوج ومكوناته الأساسية وكيفية الاستعمال ومخاطر الاستعمال أو مخاطره في حد ذاته[4]، وكذلك أصل المنتوج وتاريخ إنتاجه ومدة صلاحيته وشروط حفظه.

لقد أورد المشرع عدة نصوص لوسم مختلف السلع، نذكر منها المرسوم التنفيذي 367/90المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها[5] السالف الذكر، ونظم وسم السلع غير الغذائية بالمرسوم التنفيذي رقم90-367المتعلق بوسم المنتجات غير الغذائية[6]، فذكرتها المادة 02 منه،ونظم وسم مواد التجميل والتنظيف البدني بالمرسوم التنفيذي رقم 97-37المحددلشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني، ونظم وسم المنتجات النسيجية من خلال المرسوم التنفيذي رقم97-429 المتعلق بالمواصفات التقنية، ونظم وسم اللعب الخاصة بالأطفال بالمرسوم التنفيذي رقم97-494 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن اللعب.

2- أهمية الوسم:

تتضح أهمية الوسم من خلال نص المادة17 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش فا للوسم

---

[1]المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05 – 484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، المتعلق بوسم السلع الغذائيةوعرضها، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90- 367 ،ج ر، عدد 83، سنة 2005.

[2] أمال جمعة، كهينة أيت ساحل، المرجع السابق، ص 14.

[3]مختار بن سالم، المرجع السابق ، ص 228 .

[4]عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 364.

[5]المرسوم التنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر ،عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

[6]المرسوم التنفيذي رقم 90 – 366، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 ،المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغير غذائية وعرضها،ج ر، عدد 50 ،صادر في 21نوفمبر 1990.

وظيفتين جوهريتين الأولى إعلامية والثانية أمنية.

- الوظيفة الإعلامية: للوسم دور كبير في تسهيل عملية تقييم المنتجات وكذا إبراز جودتها ،بالنظر إلى المعلومات التي يوفرها ،خاصة أمام الكم الهائل للمنتجات التي تشهده الأسواق وبالتالي تحقق نوع من الضمان بالنسبة للمستهلك[1]،وكذلك يسهل له التفرقة بين السلع ويقلل من عنصر المخاطرة عند تحديد السلع المراد شرائها.

الوظيفة الأمنية: الوسم وسيلة مستعملة من قبل المتدخل من أجل لفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتوج[2]،فهو يتميز عادة بشكل ولون واضح يختلف عن الوسم الإعلامي، بحيث تستعمل فيه العبارات والرموز،مثلا المذكورة في المواد السامة كمبيد الحشرات،الأدوية،أدوات التنظيف بعبارة مضر بالصحة، ممنوع تناوله وغيرها من العبارات التي تمكن المستهلك من الانتفاع بالمنتوج دون عائق أو خطورة وفي إطار أمني ووقائي.

3- الشروط الواجب توافرها في الوسم.

-أن يكون الوسم مكتوب باللغة العربية: وهذا بموجب قانون رقم 91-05 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغات أخرى مألوفة بين الناس مما يسهل إدراكها من طرف شريحة المستهلكين فورود المعلومات في صيغة مكتوبة، ييسر عبء الإثبات عندما تثور منازعات[3] بشأنها.

وهذا ماجاءت به المادة 18 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه :

"يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى، منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى ،سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها[4]".

---

(1) مختار بن سالم، المرجع السابق، ص 230.

(2) سميرة محرش، "الالتزام بالإعلام في عقد البيع "،مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، جامعة بليدة الجزائر،عدد10 ،2017،ص352.

(3) ويزة لحراير، حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة ماجيستر في القانون، تخصص قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود،معمري ،تيزي وزو، 2012، ص 52.

.

(4) المادة 18 من القانون رقم 09 -03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

وفي نفس السياق اشترطت وزارة التجارة تحريربيانات وسم المنتوجات المستوردة باللغة العربية طبقا للتعليمة رقم714 المؤرخ في 26ديسمبر 2016 المتعلقة بوسم المنتوجات المستوردة ،وسمحت وزارة التجارة بإنجاز عملية الوسم داخل التراب الوطني، على مستوى مستودعات المتعاملين الاقتصاديين أو المنشأت المتخصصة لمؤسسة أخرى[1].

- أن يكون الوسم وافيا كاملا :وهذا بقصد ،إحاطة المستهلك بكل المعلومات الكافية، لجلب الإنتباه لخصائص المنتوج وعناصره وأخطاره، وكذلك ينبغي على المتدخل الإعلام بكل المعلومات والبيانات غير أنه ليس ملزما بأن يسهب في عرض التفاصيل بما يرهق البائع ويبعث الملل في نفس المستهلك، فيصرفه عن معرفة المعلومات الضرورية، وإذا ألزمه القانون ذكر بيانات معينة فيجب ذكرها، كما أن المنتج لا يجب عليه أن يقتصر على جذب انتباه المستهلك إلى السلعة مكتفيا بذكر خصائصه وطريقة الاستعمال، بل ينبغي الإعلام بالأخطار ليس فقط الأخطار البسيطة ضنا منه أن المستهلك على دراية بها، كما يتحسن إرفاق التحذير برسم أو مخطط بسيط للخطر، الذي قد ينجم عن منتوجات خاصة لكل إعلام ناقص سيترتب على ذلك مسؤولية تقصيرية للمنتج.[2]

-أن يكون الوسم ظاهر ولصيقا بالمنتوج:على المنتج كتابة البيانات الخاصة بالمنتوج كتابة واضحة للفت انتباه المستهلك، خاصة فيما يخص التحذيرات أو إرشادات استعمال المنتوج، بحيث يجب أن يكون بلون مختلف عن باقي البيانات[3]،إضافة إلى هذا فإنه يجب كتابة البيانات، بشكل لايمكن نزعه أو محوه، ويشترط أن تجمع البيانات في المجال النظر ،حتى يمكن قراءتها من زاوية وحيدة النظر، ويمنع إضافة أو شطب أو تصحيح بيانات محررة في الوسم ،و في حالة نسيان بيان أوعدة بيانات يلزم المنتج بتحريرها مجددا وفقا للطرق المعتمدة تحت رقابة المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.

يرى الفقه الفرنسي أن الوسم بائع صامت خفي ويخضع لضوابط وقواعد هدفها إعلام المستهلك عن ماهية المحترف والخصائص الجوهرية للمنتوج[4].

---

[1] www.sewocommerce – biskra.dz.le20-06-2020

[2] زاهية حورية سي يوسف،" الالتزام بالإفضاء عنصر ضمان سلامة المستهلك التقنية "،المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ،كلية الحقوق،جامعة، مولود معمري ، تيزي وزو ،عدد 2 ،2009،ص 60 ،61.

[3] كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك في ظل إقتصاد السوق (دراسة مقارنة) ،أطروحة دكنوراه، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو ،2014، ص 156.

[4] شهيدة قادة، "التزام العون الاقتصادي بالإعلام دراسة في القانون المقارن والجزائري حسب التعديلات"، مجلة الراشدية، كلية الحقوق ، جامعة معسكر، الجزائر،عدد02،2010، ص 276.

ب - العلامات: Les marquages

وهي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور ،و الألوان بمفردها أو مركبة،التي تستعمل كلها لتمييز السلع والخدمات لشخص الطبيعي أوالمعنوي ، وهو ماتضمنته المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ،وتعتبر العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتمييزها عن بعضها وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط.

وفي الغالب تشمل العلامات اعلام أسعار السلع الصغيرة الحجم ،التي لا تحمل ملصقات كالمجوهرات ،وتوضع العلامة على المنتوج أو في جواره بحيث لا تدع مجالا للشك في انتسابه لمنتوج آخر، سواء من حيث الطبيعة أو من حيث النوعية، ويكون ذلك بتسمية المنتوج بدقة وفي كل الأحوال يجب أن تكون العلامة سهلة القراءة [1].

ج-المعلقات:Les affichages

لم يحدد المشرع الجزائري المقصود بالمعلقات ، لكنه نص على إمكانية الاعتمادعليها في مجال الإعلان عن أسعار السلع والخدمات، بمقتضى نص المادة50 من القانون رقم 04-02 التي تنص على أنه:"يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع.....معلقات....."،وبما أن المعلقات تقدم المعلومات في شكل مكتوب ،فيجب أن تتوافر فيهاالموضوعية والوضوح، وتستعمل هذه الطريقة في الإعلام عن الأسعار للسلع المعروضة على الجمهور، سواء في واجهات المحلات أو في داخلها، حيث يشار إلى السعر على لافتة تتضمن قائمة السلع، ثم سعر كل سلعة على حدة ، وكذلك جدول يعلق في مكان اقتراح الخدمة يضم أسعارها وطبيعتها بحيث تكون مقروء ة ،بالإضافة إلى ذلك الرسوم والتكاليف الإضافية إذا كانت الخدمة تصحب بعمليات إضافية[2].

وعلى العموم، فالمعلقة هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتوجات والخدمات المعروضة على جداول و أسعار كل منها فهي تدل على قوائم الأسعار مقابل المنتوج المقدم.[3]

- وسائل أخرى: لم .يحصرالمشرع وسائل الإعلام، بل فتح المجال لحرية اختيار الوسيلة، فقد

---

[1] محمد الشريف كتو ،المرجع السابق،ص 91.

[2]أسيا يلس، الإلتزام با لإعلام في عقد البيع الإستهلاكي ،مذكرة ماجيستير في قانون الأعمال, كلية الحقوق ،جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ،2012،ص121.

[3] أميرة حمزة، سمية بن عمارة، المرجع السابق، ص 40.

تكون الهاتف، الانترنيت[1]، البريد الإلكتروني, اللوحات الإلكترونية، حيث يتم البيع لمختلف السلع والخدمات عن بعد ، وتطبيقا لأحكام المادة 05من القانون رقم 04-02، صدرالمرسوم التنفيذي رقم: 09-65 ،المحددللكيفيات الخاصة بالإعلام حول الأسعار، المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة[2].كما يبين كذلك، كيفيات الإعلام والإشهار عن السلع والتعريفات وعناصر مفصلة، بموجب قرار من وزير التجارة، أو الوزراء المعنيين كما يمكن أن يكون القرار مشتركا بين وزير التجارة والوزراء المعنيين أو يكون بقرارمن أحدهما[3] .

يرى البعض ان نطاق الخدمات يعتبر من المجالات التي صدرت فيها نصوص عديدة تولت تنظيم الإعلان عن الأسعار بصفة مفصلة ،فتشير كلاها إلى إلزام كل من يتولى عرض خدمات بالإعلان عن سعر هذه الخدمات عن طريق معلقات ويجب أن تكون مرئية بوضوح في المكان الذي يستقبل فيه الزبائن ، فيجب أن لاتكون بعيدة عنه وغير مغطاة بحيث يمكن رؤيتها بسهولة .ويتم ذلك عن طريق وثيقة وحيدة تحتوي على قائمة للخدمات المعروضة وسعرها ، مضاف إليها الرسوم وهذا حسب طبيعة الخدمة أو السعر الواجب دفعه[4] .

وتوجد عدة مراسيم تنظيمية تضمنت بعض النشاطات الإقتصادية ،ووضحت كيفية دفع الأسعار مثل نشاط نقل الركاب في سيارات الأجرة ونشاط النقل بالسكك الحديدية ، ونشاط الفندقة[5]، حيث ألزم المشرع تنظيم المؤسسات الفندقية أيضا، بضرورة إظهار أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات، توضع على مدخل المؤسسات الفندقية وفي مكاتب الاستقبال والدفع وفي الغرف والمطاعم وهو مضمون المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-46[6]،المؤسسات الفندقية وفي هذا تدعيم لحماية المستهلك في مجال الإعلام بالأسعار و التعريفات.

---

[1]بهجة قطوف ،مبدأحرية الأسعار في القانون الجزائري ،مذكرة ماجستيرفي القانون، فرع قانون الأعمال ،كلية الحقوق ،جامعة بن يوسف بن خدة ،الجزائر،2013،ص40.

[2] المرسوم التنفيذي رقم09-65 ،المرجع السابق ، ص 44.

[3] نصت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 09 – 65 على :"تحدد فئات النشاطات والسلع والخدمات المعينة الخاضعة لهذا المرسوم وكذا كيفيات الإعلام والإشهار عن الأسعار والتعريفات وعناصر المفصلة بموجب قرار من وزير المكلف بالتجارة و/أو الوزراء المعنيين "، .

[4]ذهبية حامق ،الإلتزام بالإعلام في العقود ، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر ، 2009، ص248

[5]نصت المادة56 من القانون رقم 99-01 المؤرخ في6جانفي 1999الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقةعلى :"تلتزم المؤسسات الفندقية بتعليق اسعار الخدمات المقدمة بشكل يسهل قراءتها بما فيها الخدمات والرسوم وكذا النظام الداخلي للمؤسسة لاسيما على مستوى مكان الإستقبال وداخل الغرفة."

[6] المرسوم التنفيذي رقم 2000 – 46 المؤرخ في 19 مارس 2000 ،،يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها ،ج ر ،عدد 10،.

ثانيا : وسائل تنفيذ إعلام الأسعار و التعريفات فيما بين الأعوان الاقتصاديين.

نص المشرع في المادة07 من قانون رقم 04-02 بأنه: " يكون الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعارأو بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة.[1]

هذا الالتزام كان منصوص عليه في الأمر رقم95-06 الملغى والمتعلق بالمنافسة في مادته 54تحت عنوان شفافية الممارسات التجارية والتي نصت على:"يكون إشهارالأسعار في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بواسطة جداول الأسعارأو النشرات أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة.

تحدد الكيفيات الخاصة بإشهار الأسعار في العلاقات بين الأعوان اقتصاديين، عند الاقتضاء عن طريق التنظيم."

أ- **جداول الأسعار والنشرات البيانية.**

هي عبارة عن وثيقة يقوم العون الاقتصادي بتنظيمها ،تحتوي على جداول نجد فيها 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 استقبال الزبون، بشكل لايدع مجالا للشك حول طبيعة الخدمة أو سعرها وكذلك الحال بالنسبة للخدمات الإضافية [2]،وإذا كان من السهلالإعلام بأسعار السلع، فإن الإعلام بأسعار الخدمات والتنبؤ المسبق بها يصعب في بعض الأحيان، فهناك بعض الخدمات ذات الطبيعة المتعددة تختلف باختلاف طبيعة الطلب الذي يتقدم به الزبون مثال ذلك خدمة التركيب أو الصيانة: حيث لا يمكن وضع سعر موحد لكل الزبائن[3].

ب-دليل الأسعار= catalogue

هي وثيقة تتضمن تركيبة الأسعاروالخيارات المتاحة للزبون، بشأن السلع أ والخدمات مثال ذلك الدليل الخاص بأسعار السيارات من نفس النوع والذي يتضمن سعر كل صنف منها، بحسب ما تحتويه من خصائص،أو الدليل الذي تعده وكالات السياحة والذي يتضمن أسعار مختلف االخدمات[4].

---

[1]نجية.لطاش، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر، مذكرة ماجيستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2004، ص 27.

[2]نجية لطاش، المرجع السابق،ص27 .

[3]عمران هباش، المرجع السابق، ص 36.

[4] أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 27.

.الفرع الثالث- الالتزام باعلام الأسعار والتعريفات بالنسبة لعقود التجارة الإلكترونية

في مجال التجارة الإلكترونية والتي بموجبها يقوم المورد الإلكتروني، بإقتراح أوضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق إتصالات إلكترونية ،إذ جاء في المادة06 الفقرة03من القانون رقم 18- 05المتعلق بالتجارة الإلكترونية ،على أن المستهلك الإلكتروني، هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي .

كماجاء في الفقرة 04 من نفس المادة ،أن المورد الإلكتروني، هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية، وذلك بإستعمال وسيلة دفع إلكترونية ،مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به ،إذ تمكن صاحبها بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية .

من أكثر المشاكل التي تثير قلق المستهلك الإلكتروني وتحد من إقباله ،على إبرام عقود الاستهلاك الإلكتروني ،هي عدم معرفة شخصية المورد الإلكتروني[1]،إذ يجب على هذا الأخير وفي نطاق الثقة ومبدأ حسن النية، أن يعلم المستهلك بكافة البيانات التي تحدد شخصيته بطريقة قاطعة وقت أن يعرض عليه الإيجاب الإلكتروني وأن يقدم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة وأن يتضمن المعلومات التي نصت عليها المادة 11 من قانون رقم18-05والمتمثلة ،في رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، رقم هاتف المورد الإلكتروني،رقم السجل التجاري ،توفير السلعة أو الخدمة وطبيعة وخصائص أسعارها،و كذلك مصاريف وآجال التسليم ومدة صلاحية العرض ، وطريقة إرجاع المنتوج أو إستبداله أو تعويضه.

وقد أقر المشرع الجزائري، صحة التعاقد بآلات الاتصال الإلكتروني الحديثة أو المعاملات الإلكترونية وذلك بموجب المادتين 323 مكرر 1[2] و327 الفقرة02 من القانون المدني ، من خلال الاعتداد بالتوقيع الإلكتروني، شريطة التأكد من هوية الشخص الذي أصدره وتكون بوسائل آمنة معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها.

---

[1] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني،ا لطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008 ص.52 .

[2]نصت المادة323 مكرر1 من القانون المدني على :"يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرهاوأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها" .

المبحث الثاني :إلتزام الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية

لقد تضمن القانون رقم 04-02 ،المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلى جانب الإعلام بالأسعار والتعريفات ،الى الإعلام بشروط البيع ،حيث نصت المادة 04 منه على أنه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن .....وبشروط البيع"،هذا في العلاقة بين البائع والزبون.

أما إذا تم البيع بين الأعوان الاقتصاديين،فالإعلام بشروط البيع يكون وجوبا حسب مانصتعليه المادة09 من القانون رقم04-02، التي تنص على أنه:"يجب أن تتضمن شروط البيع إجباري في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، كيفيات الدفع وعند الاقتضاء الحسوم والتخفيضات والمسترجعات".

أما الشروط التي يجب أن يعلم بها المستهلك، فقد حددها المشرع فهي المعلومات وصفاتها ،التي ألزم أن تكون نزيهة وصادقة ،وأن تتعلق بمميزات المنتوج وشروط التعاقد وذلك بتوضيح إلتزامات الطرفين .

وعليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى مضمون الإعلام بشروط البيع في (المطلب الأول) بالإضافة إلى إجراءاته في (المطلب الثاني).

المطلب الأول : مضمون إلتزام الإعلام بشروط البيع ومميزات المنتوج وحدود المسؤولية التعاقدية

يعتبر الإعلام بشروط البيع الحلقة الثانية لضمان شفافية الممارسات التجارية، باعتباره الوسيلة التي من خلالها، تحضر الممارسات التمييزية فيما بين الأعوان الاقتصاديين أو بين المستهلك والعون الإقتصادي، فقد يشكل عدم الإعلام بكيفيات الدفع والحسوم والتخفيضات طريق استفادة البعض دون الغير، من الامتيازات مما يؤدي إلى وجود منافسة تمييزية محضورة قانونا، كونها تؤدي إلى تقوية عون منافس وإضعاف عون آخر[1].

بالرجوع إلى القواعد العامة، فإنه إذا تم العقد دون تبيان لشروط البيع ،فإنه يكون قابلا للإبطال لوجود عيب من عيوب الرضا، على أساس عدم العلم بشروط البيع أو عدم علمه، علما كافيا بالمبيع.

الفرع الأول : تعريف إلتزام الإعلام بشروط البيع

لاستكمال تنويرإرادة المستهلك بشكل كامل، يستلزم إحاطته بشروط عقدالاستهلاك، من حيث مراحل التنفيذ وأسلوب التسليم،و مدة العقد.[2] وكل ما يرد على العقد من ضمانات .

وألزم المشرع، العون الاقتصادي بإعلام الزبون بشروط البيع، وهذا ما نصت عليه المادة 08 من قانون رقم 04-02،على إلتزام إعلام المستهلك بشروط البيع، وربطت هذا الإلتزام بالتزام الإعلام بمميزات المنتوج أو الخدمة وكذلك الإلتزام بالإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية، وأن يكون هذا الإعلام قبل وأثناء التعاقد.[3]

كما جاء في المادة 09 من القانون رقم 04-02 على أنه:"يجب أن يتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين ،كيفيات الدفع وعند الإقتضاء ، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات"

يلاحظ بأن المشرع ،لم يفصل في معنى شروط البيع التي يجب أن يعلمها العون الإقتصادي عندما يكون هوالزبون واكتفى بتبيان العناصر الإجبارية، و المتعلقة بعنصر السعر، أمافيما يخص الشروط

---

(1) سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 47.

(2) جلال مسعد، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة ماجيستير في القانون ،فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2002، ص 21.

(3)محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن ،(دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ،ب ط ، 2006 ، ص 87.

التي يجب أن يعلم بها المستهلك، فقد حدد ها المشرع في أن تكون معلومات نزيهة وصادقة[1] .

الفرع الثاني : تمييز إعلام بشروط البيع عن واجب النصح وتقديم المشورة:

أ- المقصود بواجب النصح و تقديم المشورة

لم يورد المشرع تعريفا لواجب النصح والمشورة، وإنما عرف عناصره[2]،فإذا كان البعض يستعمله مقرونا مع الالتزام با لإعلام،فإن حدوده تبدو غير واضحة، وبموجب واجب النصح فإن المحترف لا يلتزم بإعلام المتعاقد الآخر فقط، وإنما يجب عليه أن يعرض على المتعاقد الحل الأوفق لمصالحه،مما يعني أنه يقع على عاتقه،التزام يتجاوز مجرد الإعلام ،حيث يكون ملزما ببذل عناية أكبر لقيامه ببعض الأبحاث[3]،كدراسة مسبقة من أجل تركيب جهاز إعلام آلي مثلاأو ملائمة العتاد المعروض للاستعمال المقصود.

أ- **موقف المشرع من واجب النصح وتقديم المشورة :**

يستشف وجود هذا الإلتزام من نص المواد 03،01،02 ،و21 من القانون رقم 89-02 المتعلق

بالقواعد العامة لحماية المستهلك ،وقد تحدد هذا المبدأ العام بشكل أدق عن طريق المراسيم والقرارات التي جعلت من الوسم أهم وسيلة من وسائل الإعلام، حول خصائص ومميزات المنتوج، أما المادة 08 من قانون رقم04-02، فقد نصت في هذا الإطار على أنه:" يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع، بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات ،هذا المنتوج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة." إن واجب النصح والمشورة ،هو إلتزام مميز عن الإلتزام بشروط البيع،بالنظر الى إستعمال المشرع لكلا التزامين منفصلين،غير أن أهم ما يميزالإلتزامين ،هو أن عدم الإلتزام بشروط البيع معاقب عليه بموجب المادة 32 من القانون رقم04-02، إلاأن عدم الإلتزام بواجب النصح وتقديم المشورة لانجد له نص يعاقب على عدم احترامه.

الفرع الثالث : إعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية

إضافة إلى التزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وضع المشرع على

---

[1] محمد أمين مهري ،النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه علو م في الحقوق،فرع القانون الخاص، بن يوسف بن خدة ، جامعة الجزائر ،2017، ص 207 .

[2] المادة 08 من القانون رقم 04-02 ،مرجع سابق.

[3] محمد بودالي ،المرجع السابق ،ص 37.

عاتقه بموجب المادة 08 من القانون رقم 04-02،التزاما أخر، وهو الإعلام بشروط البيع.

وهو نفس المقتضى الذي نصت عليه المادة 8 من نفس القانون، بقولها:" يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك..... .بشروط البيع الممارس ...."،ونظرا لما لشروط العقد من بالغ الأثر على رضا المستهلك وإقباله على التعاقد، فإن العون الاقتصادي ملزم بإعلامه بها .

إن المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، يقبل على التعاقد دون التفطن إلى الشروط التي توردها هذه العقود، خاصة إذا كانت عقود نموذجية، بحيث لايستطيع أن يتبين خطورتها وآثارها ومن ثم فلن يتمكن من مناقشتهاوالمطالبة بتعديلها،لأنها تحرر بأسلوب معقد،أو تكتب بحروف صغيرة تصعب قراءتها، كما يمكن أن تكتب الشروط الأساسية في أماكن هامشية في وثيقة العقد[1].

ونظرا للأسباب السابقة، تدخل المشرع في نصي المادتين 06و08 من القانون رقم 04-02سالفتيالذكر،وألزم البائع بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة المتعلقة بشروط البيع الممارس والتي تتعلق بخصائص السلع والخدمات، وبأسعارها وبكيفية دفعها لاسيما إذا كان الدفع بالتقسيط وشروط تسوية النزاعات وذلك حتى يتحقق الهدف من الإعلام وهو شفافية الممارسة التجارية .

بالإضافة إلى إلزام المهني بإعلام المستهلك بشروط البيع الممارس، فقد ألزمه المشرع أيضا بأن يعلم هذا الأخير بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية ،خاصة في العقود ذات الأثر الخطير مثل عقد التأمين الذي يجب أن يحتوي وجوبا وبحروف واضحة على بيانات اختيارية أهمها محل التأمين، طبيعة المخاطر،تاريخ سريان العقد ومدته، مبلغ الضمان، مبلغ القسط ،أو اشتراك التأمين إلى غيرهامن البيانات الإلزامية المذكورة في المادة 07 من الأمر رقم95-07 المتعلق بالتأمينات[2].

وبصفة عامة، البائع ملزم بإعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناتجة عن التعاقد وحتى الناتجة عن تطبيق النصوص القانونية ،ولاختلاف العقود من حيث الآثار ومن حيث الأهمية وسيلة هذا الإعلام تكون بأي طريقة،وألزم أن تكون المعلومات حول شروط البيع ومميزات المنتوج والمسؤولية التعاقدية معلومات نزيهة وصادقة وهذا لجعل المستهلك على علم بجميع المسائل الجوهرية[3].

إن أهم عنصر من العناصر المحدد للمسؤولية التعاقدية ،التي يجب أن يكون المستهلك على علم بها، هوالتزام البائع بالضمان وهوالالتزام الذي نص عليه قانون حماية المستهلك السابق والحالي رقم

---

[1] احمد مريشة، مرجع سابق، ص 33.

[2] الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 ،المتعلق بالتأمينات المعدل والمتمم.

[3] محمد أمين مهري، المرجع السابق ، ص 39.

89-02 في المواد 06و07و08 منه ،على أن المستهلك يستفيد من ضمان للمنتوج تدوم صلاحيته حسب طبيعة هذا الأخير، مالم ينص القانون على خلاف ذلك.

ثم جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،الذي ألغى القانون رقم89-02 حيث أكد المشرع على الالتزام بالضمان في مواجهة المحترف ،واعتبره من أهم مبادئ حماية المستهلك فقد جاء في المادة 13 من هذا القانون،بأن الالتزام بالضمان هو التزام قانوني يشمل الخدمات والسلع ومهما كانت طبيعتها،وهي إما استبدال المنتوج أو إرجاء ثمنه أو تصليحه،أما الخدمة فإن نتيجة الضمان ينفذ دون أن يتحمل المستهلك أعباء إضافية وإذا وجد شرط مخالف لهذا عد باطلا[1].

لقد أكد القانون رقم 04-02، على وجوب إعلام المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية ومن بينها مسؤولية البائع فيما يخص الضمان.[2]

المطلب الثاني : إجراءات الالتزام بالإعلام بشروط البيع

يهدف الالتزام بالإعلام بشروط البيع إلى وضع الزبون، في مأمن وتفادي كل المفاجآت فيما يخص المبلغ المدفوع لاقتناء المنتوج أو الخدمة[3]،بمعنى يجب أن يكون المستهلك عالما علما كافيا بالمبيع وأن يطلع على الإجراءات المتبعة في علاقته مع البائع ونفس الحال بالنسبة للعون الاقتصادي في علاقته مع العون المتنافس.

الفرع الأول: الإجراءات الالتزام بالإعلام بشروط البيع بين العون الاقتصادي والمستهلك.

إن الإعلام بشروط البيع بين العون الاقتصادي والمستهلك يسمح لهذا الأخير من تحديد مركزه ومعرفة ما إذا كان ضحية عمل تمييزي عن طريق مقارنة التخفيضات الممنوحة لباقي الزبائن وكإجراء أولي يتجسد في مبدأ حرية التفاوض قبل التعاقد (أولا) والثاني هو مبدأ التفاوض أثناء التعاقد (ثانيا).

أولا : مبدأ حرية التفاوض قبل التعاقد

حرية التفاوض هو أن تكون جملة من المعلومات عن السلعة أو الخدمة تسمح للزبون بتكوين رأي

---

(1) تنص المادة 13 من القانون رقم 09-03 على:" يستفيد كل مقتن لأي منتوج سواء كان جهازا أو أداة أو ألة أو عتاد أو مركبة أو مادة تجهيزية من الضمان بقوة ويمتد هذا الضمان أيضا على الخدمات يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتوج إستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته،.يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية، يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة."

(2) محمد أمين مهري، المرجع السابق، ص 45.

(3) سفيان بن قري ، المرجع السابق، ص 22.

عن محل العقد ومقارنتها مع باقي الاقتراحات الممنوحة في السوق ،الشيء الذي يدفعه إلى التعاقد والوصول إلى مرحلة الرغبة في إبرام العقد بكل شفافية ووضوح[1]،وينبغي على البائع أن يطلعه على كافة أوصاف المبيع الأساسية التي تبين له ما إذا كان صالحا أو غير صالح لأداء الغرض المنوط به.

والتفاوض هو دعوة إلى التعاقد والمناقشة حول الشروط المعلنة،كأن يضع البائع إعلانا للجمهور يعرض فيه بيع سيارة من غير تحديد نوعها وثمنها ومواصفاتها، ويعد الإعلام التزام عام يأتي في المرحلة السابقة قبل التعاقد وفي جميع عقود الاستهلاك[2].

ثانيا : مبدأ حرية التفاوض أثناء التعاقد.

إن مبدأ المنافسة يفرض أن يكون تحديد الأسعار، بالإرادة المنفردة للأطراف،بالنظر للعرض والطلب في السوق والإعلام بشروط البيع تستدعي تدخل الزبون الذي يشارك بدوره في تحديدها ،فهذا الأخير يرغب إلى اقتناء أفضل نوعية وبأقل ثمن و البائع يهدف إلى بيع أكبر كمية ممكنةبأعلى سعر وأثناء هذه المرحلة، كلاهما يقدم عروضه وتحصل في نفس الوقت تنازلات، ليتم في الأخير التوصل إلى الثمن، ونتيجة ترضي الطرفين[3]وأثناء مرحلة التفاوض يجب الالتزام بالإفضاء وهو عنصر يثقل كاهل المنتج والبائع المهني استنادالخبرتهما في العمل وهو التزام يحقق نوع من التوازن في العلاقة العقدية بين المشتري غير المهني والبائع المحترف[4].

الفرع الثاني : الإجراءات الالتزام بلإعلام بشروط البيع فيها بين الأعوان الاقتصاديين

يتضمن الالتزام القانوني بالإعلام بشروط البيع بين الأعوان الاقتصاديين ،جملة من الإجراءات لحماية مصالحهم الشخصية ومن أجل ذلك يجب أن يكون فيما بينهم إعلام بكيفيات الدفع (أولا) الحسوم (ثانيا) التخفيضات (ثالثا) والمسترجعات (رابعا).

أولا : كيفيات الدفع Les modalites de reglement

تعني كيفيات الدفعلعدة عناصر،إذ يمكن أن يكون الدفع نقدا أو بواسطة شيك،كما يمكن أن يكون حالا أو مؤجلا،حسب نوع الزبون، جديد،قديم ،فإذا كانت كيفية الدفع مؤجلة وجبتوضيح طريقة الدفع،حيث يمكن أن تكون دفعة واحدة في أجل معلوم أو على دفعات بآجال محددة عن طريق الاتفاق.

---

[1] نجية لطاش، المرجع السابق، ص 37.
[2] احمد خديجي، مرجع سابق ،ص51.
[3] لطاش نجية، المرجع السابق، ص 36.
[4] زاهية حورية سي يوسف،الألتزام بالإفضاء، عنصر ضمان سلامة المستهلك التقنية، المرجع السابق، ص 77.

-تحديد الجزاء المقرر في حالة التأخر عن الدفع مثلا اختيار حذف التخفيضات أو الحسوم المقدمة من طرف البائع[1].

ثانيا: الحسومLes rabais

عرف المشرع الجزائري في الفقرة02 من المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، "باقتطاع كل تنزيل في السعر يمنحه البائع، من أجل تعريض تأخر في التسليم أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية الخدمات."

ثالثا: التخفيضاتLes remises

عرفها المشرع في الفقرة 01 من المادة06 من المرسوم التنفيذي رقم05-468 " كل تنزيل في السعر يمنحة البائع،لاسيما نظرا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة. و/أو النوعية لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات"[2].

رابعا: المسترجعاتLes ristournes

عرف المشرع في الفقرة 3 من المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم05-468 ، المسترجعات هو: "انتقاص، كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتري، ويحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم المنجزة مع هذا الأخير خلال مدة معينة"

وبالتالي فالمسترجعات، هو إنقاص من الثمن المعد بعد الفوترة، تبعا لحجم المبيعات المحققة مع المشتري و يعوض المبلغ عادة للمشتري ،في نهاية السنة كما يمكن أن يكون في شكل خدمة يقدمها البائع فهي تحفز الزبون على الشراء ،بكميات أكبر وتحسب النسبة من رقم الأعمال المحقق مع الزبون[3].

الفرع الثالث : فعالية الإلتزام بالأسعار وشروط البيع

إن فرض الإلتزام بإعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع من طرف العون الإقتصادي ،حقق للمستهلك إيجابيات وسلبيات في توجيه إرادته وتنوير بصيرته .

---

[1]نجية لطاش، المرجع السابق، ص 36.

[2]بلقاسم طارق فتحالدين، قواعد الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2013 ، ص 33.

[3]بلقاسم طارق فتح الدين ، المرجع السابق،ص34 .

أ- إيجابيات إعلام الأسعار وشروط البيع :

-النتيجة الإيجابية المحققة من خلال فرض التسعيرة وشروط البيع ،هي تقديم معلومات للمستهلك.

-يترتب عن كشف الأسعار وشروط البيع ،إستغلال المهني لأهواءالمستهلك عن طريق ميول المستهلك وراء الإعلانات الوقتية .

إستقرار الأسعار المعروضة للمنتجات ،حتى لايكون المستهلك عرضة للإستغلال،نتيجة الزيادات الفجائية .[1]

-تسهيل الرقابة من طرف المعنيين بر قابة الأعوان الإقتصاديين .

ب-سلبيات إعلام الأسعار وشروط البيع :

-القيود الواردة على الأسعار تشكل نوعا من التحكم في السوق، وقد تكون سلبا على عدم توازن العرض مع الطلب .

-تسقيف الأسعارمن سلبياته تحميل الخزينة العمومية التكاليف الزائدة في كثير من الأحيان .

-إن إلتزام المهني بتقديم معلومات وفيرة حول السلع والخدمات ،من شأنه أن يصبح عبءعليه ،مما يقوم في كثير من الأحيان بالتمادي في إعطاء المعلومات الكاملة والإكتفاء بذكر بعضها ، وهو سلبا على إرادة المستهلك .[2]

مايمكن التوصل إليه ،هو أن المعلومات الجوهرية التي تصلح أن تكون محلا للإلتزام هي المعلومات التي تؤثر على رضاء المستهلك.

كما تهدف هذه الالتزامات الى جعل رضا المتعاقد سليم،و حمايته من التلاعبات الممكنة في الأسعار،. وهذه الالتزامات التي نظمها المشرع في عدة نصوص وأحكام ،تعتبر إحدى ركائز النظام الاقتصادي الحر والمنافسة النزيهة .

[1] مختار بن سالم، مرجع سابق، ص204.
[2] مختار بن سالم، مرجع سابق، ص205.

المبحث الثالث : الالتزام بالفوترة

اعتنى المشرع الجزائري بجوانب عديدة، في سبيل تكريس حماية فعالة للممارسات التجارية ومكافحة كل مخالفة من شأنها الحيلولة دون الوقوف على قواعد متينة، تجسد شفافية العلاقة القائمة إما بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين،تلك الشفافية التي تتجسد من خلال الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع من جهة ومن خلال الفوترة من جهة أخرى.

فصل المشرع في جزئيات الفاتورة ، من خلال المواد من10 إلى13 من القانون رقم04-02 والمرسوم التنفيذي رقم05-468[1]،في مادته 02 الفقرة 03 :" يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه" .

الفاتورة ،هي وثيقة قانونية ومحاسبية يعدها العون الاقتصادي والتي من يطالب من خلالها المستهلك بدفع مبلغ السلعة أو الخدمة المقدمة،وتحتوي هذه الوثيقة على مجموعة من البيانات الجوهرية ،التي تظهر شفافية المعاملة التجارية بين الطرفين،وتسلم الفاتورة بعد التعاقد،وبالتالي فإن ما تحتويه من شروط والتزامات لا تعد اتفاقا جديدا، بل هي تجسيد لما تم الاتفاق عليه عند التعاقد أو مكملا له ، ويظهر ذلك من خلال المادة10من القانون رقم04 -02 ،التي تنص على أنه :"يجب أن يكون كل بيع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02[2]،مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها"،أما في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك فهي اختيارية بحيث لا يكون إلزاميا على العون الاقتصادي تحريرها إلا إذا طلبها المستهلك.

يعتبر عدم تسليم الفاتورة،مخالفة تصنف من بين الجرائم الاقتصادية،التي تمس بقواعد شفافية الممارسة التجارية،و هو ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة33 من القانون رقم04-02 كلما وقع الفعل مخالفا لمقتضيات المواد 10، 11، 13 من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم.

لدراسة هذا المبحث،تم تقسيمه الى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول: مفهوم الفاتورة وفي المطلب الثاني ،الضوابط القانونية للتعامل بالفاتورة.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10ديسمبر 2005 ،يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك ،ج ر ،عدد 80 ،صادر في 11 ديسمبر 2005.

[2] نصت المادة02 من القانون رقم 04-02 المعدلة بالمادة 02 من القانون رقم10-06 على : "بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة،يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها الشاطات 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 و الصناعة التقليدية والصيد البحري، التي يمارسها أي عون اقتصادي ،مهما كانت طبيعته القانونية."

المطلب الأول: مفهوم الفاتورة

تنص المادة 10 من القانون رقم 04-02[1]،،على أنه، يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بالفاتورة. يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه العملية ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون فالمعاملة التي تربط العون الاقتصادي بالمستهلك لابد أن تكون محل فاتورة إذا طلبها المستهلك، للفاتورة مرجعية في حالة الحاجة للحصول على المزيد من الخدمات .

الفرع الأول: تعريف الفاتورة وأهميتها.

أولا : تعريف الفاتورة

رغم أن موضوع الفاتورة تناوله كل من قانون الجمارك والقانون التجاري والتشريع الجبائي،فضلا عن القانون رقم04-02 و المرسوم التنفيذي 05-468، إلا أننا لم نجد أي تعريف قانوني لهافي التشريع الجزائري.

في حين ترك ذلك للفقه ،فمنهم من عرفها، بأنها وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة إبرام عملية بيع أو خدمة ،بحيث أن لهذه العملية التجارية شروط خاصة بها،[2] كما تعرف أيضا على أنها ، الوثيقة التي يبعثها البائع للمشتري من أجل إعلامه بثمن مااشتراه.[3]

كما عرفها البعض أخر ،بأنها وثيقة مكتوبة،حسابية تحرر وقت انعقاد البيع، أو عند تقديم الخدمة فثبات وجود هذا العقد متضمن شروط انعقاده وشروط تنفيذه [4].

ونظرا لأهمية الفاتورة ،جعلها المشرع إجراءا إلزاميا يقع على عاتق العون الاقتصادي،فالمادة 10 من القانون04-02 المعدلة بالمادة03من القانون 10-06 ،فقد أضيف لها مفهوم الوثيقة التي تقوم مقامها، والتي لميكن منصوص عليها سابقافي المادة 10 من القانون رقم 04-02.

---

[1]المادة 10 من القانون رقم 04 – 02 المتعلق بالقواعد المطيفة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

[2]نوال كيموش، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية ،مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 2004 ، ص50.

[3]زهرة علاوي ،الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية ،مذكرة ماجستير في القانون الخاص، الأعوان الإقتصاديين والمستهلك، كلية العلوم الساسية والإقتصادية ، جامعة وهران ، 2013،. ص10.

[4] نجية لطاش،المرجع السابق، ص 44.

والوثيقة التي تقوم مقامها هي ،وصل التسليم[1]،.والذي ينص بصفة صريحة على إجبارية التعامل بالفاتورة ،في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم،وحتى لفائدة المستهلك إن طلبه صراحة ،سواء تعلق الأمر بالبيع أو تأدية الخدمة.

ومما تقدم يمكن أن نحاول وضع التعريف التالي للفاتورة : " هي وثيقة تجارية محاسبية ملزمة يعدها العون الاقتصادي، يتبين من خلالها تفصيل عملية البيع أو تأدية الخدمة، تسلم بمجرد إتمام العلاقة التجارية ،إلى الأعوان الاقتصاديين الأطراف أو إلى المستهلكين، بموجب الطلب مع احترام البيانات اللازمة وفقا لما يقتضيه القانون"[2].

ثانيا: أهميتها.

إن الفاتورة وسيلة تعمل على تنظيم السوق من كل الممارسات الغير نزيهة والغير شفافة،حيث تندرج ضمن الالتزامات التي تقع على البائع،ويتجسد أساسها القانوني في المادة10 من قانون04-02 حيث ألزم المشرع التعامل بها نظرا لأهميتها والمتمثلة في :

أ-الفاتورة وسيلة لإضفاء الشفافية على المعاملات التجارية :

تعتبر الشفافية في المعاملات التجارية، من الأسس التي يقوم عليها القانون 04-02 ،مستهدفا من خلالها حماية حقوق الأعوان الاقتصاديين في السوق،من خلال البيانات التي تتضمنها،و في نفس الوقت تشكل وسيلة إعلامية للمستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم، وكذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق القروض الاستهلاكية،التي يكون فيها مقسطا أو مجزءا أو مؤجلا[3].

ويترتب على الشفافية مزايا عديدة نذكر منها:

-أن الفاتورة بما تحتويه من بيانات تعتبر صورة حقيقية، للعقد المبرم بين البائع والمستهلك،وهو ما يجعلها وسيلة للوقوف على مدى احترام العون الاقتصادي للالتزامات المفروضة عليه ،اتجاه المستهلك أو باقي الأعوان الاقتصاديين.

---

[1]تنص الفقرة 01 من المادة 10 من القانون رقم 04-02 قبل تعديلها بالمادة 03 من القانون رقم 10-06 على " يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة " وبعد التعديل أصبح نصها ،يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها".

[2]بدرة لعور،آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ،أطروحة دكتوراه ،تخصص قانون الأعمال ،كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر ،بسكرة ، 2014، ص 172.

[3] أحمد مريشة، مرجع سابق، ص 40.

-كما أن الفاتورة بما تحتويه من بيانات، تمكن الدولة من مراقبة النشاط التجاري والاقتصادي، ففضلا عن مراقبة احترام قواعد حماية المستهلك والمنافسة،فإن الفاتورة تخول لكل من إدارة الضرائب والجمارك تحديد مستحقاتها،ومراقبة مدى احترام النصوص الجبائية والجمركية. كما أن الفاتورة تعتبر من الوسائل الأساسية التي يعتمد عليها في التحقيقات القضائية[1].

- آن الفاتورة نظرا لطابعها الرسمي ،تمكن الهيئات المعنية من، تتبع المنتوجات ومصدرها ومواطن توزيعها واستهلاكها وهو ما يسهل إجراء التحقيقات المتعلقة بها، أو مصادرتها ومعالجة آثارها إذا اقتضى الحال.

إن الفواتير ووصولات التسليم وسندات التبرير بوجه عام، تعتبر من الوسائل المهمة التي تأخذ بعين الاعتبار عند الحكم بالإفلاس أو تسوية القضائية ومدى اعتبار الإفلاس بسيطا أو بالتقصير أو بالتدليس،لأن الفواتير ووصولات التسليم ،تعطي صورة حول الوضع المالي للتاجر وكيفية تسييره لأمواله[2].

هذه بعض المزايا التي توفرها الفاتورة ،من خلال ما تضفيه من شفافية على المعاملات ،انطلاقا مما يجب أن تتضمنه من بيانات من شأنها تكريس قواعد حماية المستهلك، وضبط النشاط التجاري والاقتصادي بوجه عام.

ب-الفاتورة وسيلة للإثبات.

إن الأهمية المباشرة التي يجنيها المستهلك من التزام العون الاقتصادي بالفوترة ،هو إثبات العقودالتي يبرمها معه وإثبات وجود شروط تعسفيةوالإستفادة من أحكام الضمان[3]، وإثباتأن الأسعاروالتعريفات وكذلك شروط البيع المعلن عنها ،موافقة لما دفعه المستهلك [4]في حالة طلبه للفاتورة من العون الاقتصادي، فإنها تعتبر محررذا كفاية ذاتية في الإثبات[5]، أي أن الطرف الذي يقع عليه عبء الإثبات يقوم بإثبات حقه من خلال البيانات الواردة في هذا المحرر، فهذه البيانات كافية لإنشاء الحق وحمايته دون الحاجة إلى طرق الإثبات الأخرى، أما العون الاقتصادي في علاقته مع المستهلك فلا يمكنه إثبات حقه إلا بطرق الإثبات في المواد المدنية،باعتبار العمل مدنيا بالنسبة إليه،فلا يمكن له إثبات

---

[1] هانية ابراهيمي ، المرجع السابق ،ص66

[2] نادية فضيل، الإفلاس والتسوسة القضائية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 54، ص 55.

[3] نوال كيموش، المرجع السابق، ص 57.

[4] دليل المستهلك الجزائري، المرجع السابق ، ص124.

[5] محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق ، ص90.

مبلغ يفوق مائة ألف دينار جزائري (100000 دج) إلا بالكتابة حسب المادة 333 من القانون المدني.

أما إذا كان العون الاقتصادي غير تاجر، يمكن أن يكون العون الاقتصادي ممن يمارسون أعمالا مدنية، كالطبيب والحرفي ....إلخ ومع ذلك فهو ملزم بتقديم الفاتورة إذا طلبها المستهلك في معاملاته معهم،،فهي بمثابة محرر عرفي[1]،كونها تحمل توقيع العون الاقتصادي حسب المادة 327 من القانون المدني[2]المعدلة بموجب القانون رقم05 -10،وبالتالي هي حجة على موقعها ما لم ينكر هذا التوقيع والختم ،فإذا أنكر العون الاقتصادي ذلك ،سقطت حجة الفاتورة مؤقتا ،إلى أن يثبت صحة التوقيع من عدمه.

أما بالنسبة للفاتورة الإلكترونية[3]،فإنه وطبقا للمادة 323 مكرر 01من القانون المدني والمادة20 فقرة03 من قانون 18- 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه:" يمكن للمستهلك الإلكتروني طلب الفاتورة في شكلها الورقي" ،وبالتالي فإثبات يكون بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها ،وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها .

وتجدر الإشارة إلى أن الفوترة، كما تحقق مصلحة المستهلك فإنها أيضا تحقق مصلحة العون الاقتصادي، حيث أن التزامه بالفوترة يعزز ثقة المستهلك نحوه ،فتغدو الفوترة بذلك ميزة تنافسية لصالح العون الاقتصادي.

أما في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم ،ألزم المشرع من خلال القانون 04-02 أن تتم المعاملات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبة بفاتورة، لذلك فإن لكل طرف التمسك بالفاتورة كدليل للإثبات، مادامت الفاتورة مقبولة حسب المادة30 من القانون التجاري [4].

ج- الفاتورة وسيلة للمحاسبة:

تلعب الفاتورة دورا أساسيا في مساعدة التجار، في القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة التي أبرمت حيث فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في الدفتر اليومي ،وهو ما نصت عليه المادة 09

---

[1] انظر في شروط المحرر العرفي، حسن قاسم،أصول الإثبات في المواد المدنية و التجارية،منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت، لبنان ،2003،ص 154،156.

[2] تنص المادة327 معدلة من القانون المدني على مايلي:"يعتبر العقد العرفي صادرا ممن كتبه أو وقعة أووضع عليه بصمة إصبعه مالم ينكر صراحة ماهو منسوب إليه"، و يعتد باالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكر1".

[3] نص على أحكام الفاتورة الإلكترونية المرسوم التنفيذي 05-468، المواد 4،10،11 من هذا المرسوم.

[4] نصت المادة 30 من القانون التجاري على :"-يثبت كل عقد تجاري، بسندات رسمية ، بسندات عرفية ،بفاتورة مقبولة، بالرسائل ، بدفاتر الطرفين ،بالإثبات بالبينة أو بأي وسيلة أخرى ،إذا رأت المحكمة وجوب قبولها" .

من التقنين التجاري ،والتي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات الحسابية ومن هذه الوثائق الفاتورة، كما أنها تساعد المستهلك على قيامه بحسابات حول المصاريف التي تم تقديمها للحصول على السلع أو الخدمات من أجل الميزانية الأسبوعية أو الشهرية ،التي تم أو سيتم صرفها[1].

وهكذا يكون على معرفة ودراية بالمصاريف التي صرفها أسبوعيا أو شهربا[2].

د- الفاتورة وسيلة للمراقبة:

تدخل القانون بممارسة الرقابة التي تتم من طرف الأعوان المكلفين بالرقابة،من مراقبة العمليات التجارية لتنظيم السوق من جهة ولضمان حق الخزينة من جهة أخرى وهو ما نص عليه التشريع الجبائي بموجب المادة 24 (الملغاة)من قانون الرسم في الفقرة 01 :"يتعين على كل مدين بالرسم على القيمة المضافة،يسلم أموالا أويقدم خدمات على مدين أخرأن يسلم له فاتورة أووثيقة تحل محلها"وإدراج عقوبات جبائية وجنحية.[3]

الفرع الثاني: شروط وكيفيات تحرير الفاتورة

الفاتورة هي سند يتولى العون الاقتصادي تحريره ،في أصل يقدم إلى الزبون نسخة منه ولقد حدد المرسوم التنفيذي 05- 468،البيانات الإلزاميةا لتي يجب أن تذكر في الفاتورة والخاصة بالعون الإقتصادي البائع والمشتري، وكذا شروط صلاحيتها كما حدد ملامح الفاتورة الإلكترونية.

أولا : البيانات الواجب توافرها في الفاتورة

طبقا للمواد من 03 إلى05 من المرسوم التنفيذي 05-468 ،فصلت في بيانات تتعلق بأطراف المعاملة التجارية وبيانات تتعلق بموضوع وإجراءات تحرير الفاتورة والتي نوجزها فيمايلي:

أ- البيانات الخاصة بأطراف الممارسة التجارية.[4]

---

[1]أحمد مريشة، المرجع السابق، ص 42.

[2]نادية الوالي، الفاتورة كألية لشفافية الممارسات التجارية، يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارة والصناعة، تيكجدة ،بويرة ،يوم 5 جوان 2016، ص 4.

[3]اميرة حمزة ،سمية بن عمارة ،مرجع سابق ،،ص.58

[4]نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 ،المؤرخ في10ديسمبر 2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك،الذي صدر تطبيقا لأحكام المادة12 من القانون رقم04-02على البيانات المتعلقة بالعون الإقتصادي البائع والبيانات المتعلقة بالعون الإقتصادي المشتري.

1-بيانات العون الاقتصادي (بائع سلعة أو مقدم لخدمة).

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه.

-تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

-العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.

-الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة النشاط

- رأسمال الشركة عند الاقتضاء.

-رقم السجل التجاري

-رقم التعريف الإحصائي.

-طريقة الدفع وتاريخ التسديد.

-تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها.

-تسمية السلع المبيعة وكمياتها،أو تأدية الخدمة أو الخدمات المنجزة.

-سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المبيعة أو تأدية الخدمات. أو الخدمات المنجزة.

-السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المبيعة أو تأدية الخدمات المنجزة.

2- بيانات العون الاقتصادي (المشتري)

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه.

-تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

-العنوان ورقم الهاتف والفاكس،وكذا العنوان الإلكتروني عندالاقتضاء.

-الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة النشاط.

-رقم السجل التجاري.

-رقم التعريف الإحصائي.

3- بيانات المستهلك(المشتري):

- الاسم واللقب والعنوان.

إضافة إلى البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري، الواردة في المادتين 03و04من المرسوم التنفيذي05-468،فإنه اشترط أن نذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة ،إذا لم تكن مفوترة على حدى، أو لاتشكل عنصرا من عناصر سعر الوحدة[1]، والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع ،كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على المشتري[2].

كما يجب أن تسجل على الفاتورة ،المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرزم القابلة للاسترجاع كذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير، عندما تكون مفوترة في فاتورة منفصلة[3] .

كما يجب للمتعاقدين إضافة بيانات اختيارية أخرى، يريانها ذات أهمية تحتاج إلى توثيق، كمكان الوفاء أو الشروط التعاقدية.

ثانيا: شروط صلاحية الفاتورة:

حتى تعتبر الفاتورة مقبولة من الناحية القانونية ،لا بد من توافر شروط أخرى، إضافة إلى البيانات الإلزامية السابق ذكرها، وقد حددت المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 هذه الشروط وهي:

- يجب أن تكون الفاتورة واضحة ولا تحتوي على لطخة أو شطب أو حشو فوجود مثل هذه العيوب يؤدي إلى التشكيك في مصداقية الفاتورة.

-يجب أن تحرر الفاتورة استنادا إلى دفتر(أورمات) يدعى دفتر الفواتير مهما يكن شكله، أو في شكل غير مادي بالجوء إلي وسيلة الإعلام الآلي.

---

[1]نصت المادة 07 من المرسوم رقم 05 – 468 ،على: "يجب أن نذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة ،او لاتشكل عنصر من عناصر سعر الوحدة".

[2]نصت المادة 08 من المرسوم رقم 05 – 468 على :"يجب أن نذكر صراحة في الفاتورة الزيادات في السعر ،لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع ، كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط ا لتأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على المشتري."

[3]نصت المادة 09 من المرسوم رقم 05 – 468 على :"يجب أن تسجل على الفاتورة المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرزم القابل للاسترجاع وكذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير، عندما تكون .غير مفوترة في فاتورة منفصلة."

دفتر أورمات يضم سلسلة متواصلة وتسلسلية من الفواتير، التي يجب أن تحتوي على المعلومات المنصوص عليها في المادتين 03،04 من المرسوم 05-468 ،أثناء إنجاز الصفقة،لايمكناستعمال دفتر فواتيرجديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كاملا.

- يجب أن تتضمن الفاتورة الملغاة قانونا عبارة فاتورة (ملغاة) ، تسجل بوضوح على طول خط زاوية الفاتورة ،إذيجب أن تحتوي الفاتورة على ختم وتوقيع البائع،باستثناء الأعوان الذين يحررون عدد ا مهما من الفواتير، ويقومون بنشاط ذومصلحة عمومية مثل الكهرباء والغاز،فيحتفظون بشكل الفاتورة التي يستعملونها، وكذلك باستثناء الفواتير المحررة عن طريق النقل الإلكتروني[1].

ولقد اعترف القانون المدني بالإثبات الإلكتروني شرط التأكد من هوية مصدر الإثبات وأن تحفظ وسيلة الإثبات في ظروف تضمن سلامتها[2].

الفرع الثالث: القوة الإلزامية للفاتورة والوسائل البديلة لها

سنتناول في هذا الفرع مدى إلزامية الفاتورة، ومتى يمكن الاستغناء عنها ،مع تبيان الآليات البديلة لها.

أولا: مدى إلزامية التعامل بالفاتورة: يميز القانون في ذلك ،بين المشتري كمستهلك والمشتري كعون اقتصادي.

أ-إلزامية الفاتورة با لنسبة للعون الإقتصادي:

نصت المادة 03من القانون رقم 10-06 المعدلة للمادة 10 من القانون رقم 04-02 ،على وجوب أن تكون كل عملية بيع سلع أو تأدية خدمات ،بين الأعوان الاقتصاديين موضوع فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها وهو نفس الحكم الذي تضمنته المادة 02من المرسوم التنفيذي رقم05-468 ،المحددلشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك ،والذي جاء تطبيقا للمادة 12 من القانون رقم04-02[3] ،و ما يلاحظ على كلاالنصين لم يحددقيمة السلع أو الخدمات التي تكون موضوع فاتورة ،ومن ثمة تكون محل فاتورة كل معاملة مهما كانت قيمتها. وحكم إلزامية الفاتورة

---

[1] تنص المادة 11 من المرسوم رقم 05 – 468 على : "استثناء لأحكام هذا المرسوم، يسمح بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الالكتروني ،الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو لأكثر بتبادل الفواتير عن بعد. يجب أن يتم استعمال الأسلوب المذكور أعلاه في الفقرة السابقة، وفق الكيفيات والإجراءات المحدد ة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالتجارة والمالية وبالمواصلات السلكية واللا سلكية."

[2] تنص المادة 323 مكرر من القانون المدني على: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، أو أن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

[3] علاوى زهرة، المرجع السابق، ص 12.

يسري على طرفي العلاقة التجارية ،فالبائع ملزم بتحريرها وتسليمها حتى ولو لم يطلبها المشتري،والمشتري من جانبه ملزم بطلبها[1]، كما نصت على ذلك ،المادة04[2]من القانون 18- 13 المعدلة للمادة 10و12 من القانون04-02 .وبدورها تلزم المادة 13 من القانون رقم 04 -02،العون الاقتصادي بصفته بائع أو مشتري أن يقدم الفاتورة للموظفين المؤهلين ،عند أول طلب لها أو أجل تحدده الإدارة المعنية،ومنه فإن مخالفة أي حكم مما ورد أعلاه، يشكل جنحة عدم الفوترة.

ب-إلزامية الفاتورة بين العون الإقتصادي والمستهلك:

إن الفاتورة ليست إلزامية على البائع إلا إذا طلبها المستهلك ،بغض النظر عن قيمة البضاعةوفي هذه الحالة، ترك المشرع الخيارلإرادة المستهلك في المطالبة بالفاتورة من عدمه ،وفي هذا السياق نصت المادة 10 في الفقرة 03 في ظل التعديلات لسنة 2010 "..... غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون ..." ،وعلى الرغم من أهمية هذا السند نلاحظ ،عدم اهتمام معظم المستهلكين بطلب الحصول على فاتورة الشراء من البائع، ويعود ذلك إلى عدم تعود هؤلاء على هذا الأمر ولشعورهم بعدم أهمية الفاتورة.

ولا شك أن هذا السلوك يعتبر من التصرفات السلبية من المستهلك، حيث يعتبر عدم طلب الفاتورة تنازل من المستهلك في حماية نفسه من الوقوع في الغش أو المبالغة في التسعيرة أو الخطأ في الحساب أو عدم حصوله على خدمات الضمان.

والملاحظ أن المشرع في المادة 02 من المرسوم 05-468 ،حصر تسليم الفاتورة بطلب من المستهلك في عقد بيع السلع دون عقد تقديم الخدمات،في الوقت التي نصت عليها المادة 10 المعدلة بموجب القانون10-06:"غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون...." مما يخلق تناقضا وتساؤلا جوهريا،هل يلزم العون الاقتصادي الذي يؤدي الخدمة بتسليم

---

[1]محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 42.

[2]نصت المادة04 من القانون 18- 13 المعدلة للمادة10 من القانون رقم 04-02،على : "يجب أن يكون كل بيع سلع أو تادية خدمات ببين الأعوان الإقتصاديين الذين يمارسون النشاطات المذكورة في المادة 02أعلاه،محل إصدار فاتورة أووثيقة تحل محله.
يلزم البائعأومقدم الخدمات بتسليم الفاتورةأو الوثيقة التي تحل محلها،ويلزم المشتري بطلبها منه ،بحسب الحالة، تسلم هذه الوثائق بمجردإتمام البيع أو تأدية الخدمة .استثناء مما ورد أعلاه ،فيما يخص تجار التجزئة يسمح ان يتم بيع المنتجات التبغية من قبل المصنعين أو الموزعين المعتمدينمن قبل وزارة المالية ،الى تجار التجزئة ن ويدعون "المشترى النقدي" من خلال إصدار فاتورة بيع للمشتر ي تحررتحت مسمى" فاتورة نقدي "وإصدار وصل صندوق يحتفظ به البائع" المصنعون او الموزعون المعتمدون"على ان يتكفل البائع بتسديد الضرائب المستحقة على تاجر التجزئة في هذه الحالة.
يحدد نموذ ج الوثيقة التي تحل محل الفاتورة ، وكذا فئات المتعاملين الإقتصاديين الملزمين بإستعمالها ، عن طريق التنظيم"

الفاتورة للمستهلك إذا طلبها أم لا ؟[1] من زاوية المرسوم التنفيذي 05-468 ،هو غير ملزم،ومن زاوية المادة10 المعدلة بموجب القانون 10-06 هو ملزم، لذلك نلفت غاية المشرع إلى تعديل المادة 2 من المرسوم التنفيذي 05-468 وإضافة عقد الخدمات إلى جانب عقد البيع خاصة أن تقديمها في بعض الخدمات يعد إلزاميا حتى وإن لم يطلبها المستهلك[2].

ثانيا: الوسائل البديلة للفاتورة

أحيانا يمكن أن تحل بعض الوثائق التجارية محل الفاتورة ،إذا توفرت بعض الشروط التي حددها القانون ،وهذه الوثائق هي: وصل التسليم،الفاتورةالإجمالية،سند التحويل و عقد تحويل الفاتورة ،وقد نص عليها المرسوم التنفيذي 05-468 على أن يكون الترخيص باستعمالها في حالات محددة.

أ-سند التحويل: يستعمله العون الاقتصادي في حالة، نقل سلعة باتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة أو التسويق بدون أن تتم العملية التجارية[3] ،ويجب أن يرفق سند التحويل المؤرخ والمرقم بالسلع أثناء تحويلها، ويقدم عند أول طلب من ضابط الشرطة القضائية وأعوان الرقابة المؤهلين ،ويجب أن يتضمن هذا السند البيانات المتصلة بالعون الاقتصادي،بحيث يجب أن يحتوي على الإسم واللقب و العنوان التجاري، رقما الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني،وعند الاقتضاء ،طبيعة السلعة المحولة وكميتها،مع ذكر اسم ولقب وعنوان المسلم أو الناقل، وكل الوثائق التي تثبت صفته.وبعد استيفاء كل هذه البيانات في سند التحويل ،يتم التوقيع عليه من طرف العون الاقتصادي وختمه بالختم الندي.[4]

ب-وصل التسليم: في حالة المعاملات المتكررة والمنظمة مع نفس الزبون،يجوز أن تحرر الفاتورة الإجمالية شهريا ،يكون مرجعها وصولات التسليم التي يسلمها العون للمشتري، والتي تكون موضوع ترخيص مسبق من طرف الإدارة المكلفة بالتجارة،ويحتوي وصل التسليم على ما يثبت صدور مقرر الإدارة الذي يرخص به التعامل بهذا السند والبيانات الواجب ذكرها في الفاتورة وهوية الناقل،كما يجب أن يكون صالحا شكلا وفقا لنفس شروط صلاحية الفاتورة المشار إليها سابقا.[5]

ج- الفاتورة الإجمالية: هي وثيقة محاسبية يقيد من خلالها العون الاقتصادي (البائع) ،المبيعات التي

---

[1] احمد مريشة، مرجع سابق، ص 43.

[2] احمد مريشة، نفس المرجع ،ص.44

[3] المادة 12 من المرسوم التنفيذي، 05 -468 والتي تنص على أنه:"عندما يقوم العون الإقتصادي بنقل سلعة بإتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة و/ أو التسويق بدون أن تتم عملية تجارية ، فإنه يجب أن يبرر حركة هذه المنتوجات بواسطة سند للتحويل ."

[4] المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05 – 468 ،مرجع سابق .

[5] نصت المادة 15من المرسوم رقم05-468 على: "يجب أن يحتوي وصل التسليم، زيادة على رقم وتاريخ المقرر الذي يسمح باستعمال وصل التسليم المذكور في المادة 16 ،الاسم و اللقب ورقم بطاقة التعريف المسلم أو الناقل وكذا البيانات المذكورة في المادتين 03 و04 الفقرة 01 ،ويخضع الى نفس شروط الصلاحية المنصوص عليها في أحكام المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468".

أنجزها مع كل زبون أي متعاقد (عون اقتصادي أو مستهلك) ،خلال فترة شهر واحد على أن يكون مرجع ذلك وصولات التسليم المحررة[1] ،وأهم البيانات التي تظهر على الفاتورة الإجمالية هي:أرقام و تواريخ وصولات التسلم المعنيةويجب أن تتضمن جميع البيانات المنصوص عليها في المادتين 03 و04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468.حسب نص المادة 12المعدلة بموجب المادة04 من القانون18-13المتعلق بقانون المالية التكميلي، حيث غير المشرع اسم الفاتورة الإجمالية لتصبح تحت إسم ،الفاتورة التلخيصية.[2]

د-عقد تحويل الفاتورة: أدرجت أحكام عقد تحويل الفاتورة في القانو ن التجاري الجزائري ،بموجب المرسوم التشريعي رقم93-08،المؤرخ في25 افريل1993، الذي عدل وتمم القانون التجاري في المواد من 543 مكرر14[3]الى 543 مكرر18

فعقد تحويل الفاتورة وسيلة من وسائل التمويل التجاري ،ويؤدي إلى حصول الدائن على المال بدون انتظار حلول أجل دفع الفاتورة.

ظهرت صورة جديدة من الفاتورة تتلاءم ومتطلبات التكنولوجيا، حيث أصبح كل شيء قابل للشراء ببساطة عن طريق شبكة إلكترونية،فظهرت السوق الإلكترونية والعقد الإلكتروني والمستهلك لإلكتروني[4]،كما نصت المادة 20 في فقرتها 01 و02 من القانون رقم 18-05[5]على الفاتورة الإلكترونية .

ومن الملاحظ أن القانون رقم 04-02، لم يتطرق الى الفاتورة الإلكترونية ، لكن جاء ذكرها بموجب المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05 – 468 .

---

[1]أحمد بدر أسامة، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة للنشر الإسكندرية، 2005،ص20.

[2]نصت المادة 12 المعدلة بموجب قانون 18-13،على :" يجب أن يتم إعداد الفاتورة وسند التسليم والفاتورة التلخيصية وسند التحويل وكذا وصل الصندوق طبقا للشروط والكيفيات المحددة عن طريق التنظيم" .

[4]-نصت المادة 543 مكرر 14 من القانون التجاري على :" عقد تحويل الفاتورة هوعقد تحل بمقتضاه شركة متخصصة، تسمى "وسيط" محل زبونها المسمى "المنتمي"،عندما تسدد فورا لهذا الأخير المبلغ التام لفاتورة ، لأجل محدد ناتج عن عقد ، وتتكفل بتبعة عدم التسديد ،وذلك مقابل أجر " .

[4] المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05 – 468.مرجع سابق

[5]نصت المادة 20 من القانون 18- 05 المتعلق باالتجارة الإلكترونية علىأنه :"يترتب كل بيع أو تأدية خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية ،إعداد فاتورة من قبل المورد تسلم بيع أو تأدية خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني،يجب أن تعد الفاتورة طبقاللتشريع والتنظيم المعمول بهما ".

المطلب الثاني: الضوابط القانونية للتعامل بالفاتورة

يعتبر الالتزام بالفوترة من أهم الالتزامات التي تترجم مبدأ شفافية الممارسة التجارية والمنافسة الشريفة داخل السوق،كما أن الفوترة تدعم المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين، كونها دليل على وجود شروط تعاقد متساوية، كما تعتبر وسيلة من وسائل إرساء الإئتمان والثقة المميزة للحياة التجارية.

سنتناول في هذا المطلب الأشخاص الملزمين بالفوترة وكذلك النشاطات الخاضعة للفاتورة ونتناول أيضا مدة الاحتفاظ بالفاتورة.

الفرع الأول: من حيث النشاطات الخاضعة للفاتورة

جاء في المادة 10 من القانون رقم04-02،المعدلة بموجب المادة 03 من القانون رقم10-06 أنه :" يجب أن يكون كل بيع لسلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 مصحوبا بفاتورة أوبوثيقة تقوم مقامها."

ومن النشاطات التجارية التي تخضع للفوترة والتي تم إدراجها في المادة 02 من القانون10-06، المعدلة للمادة 02 من القانون 04-02 كمايلي :

-النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها ،والوكلاء،ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة،وكذا نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية[1]،هكذا فإن كل الأعمال التجارية التي تدخل في هذه المجالات تخضع لتحرير الفاتورة.

أما السلع التي لاتعني هذه النشاطات :كأن يقوم عون بتموين مصانعة فيجب أن تكون مصحوبة بسند تحويل يبرر تحركهاتنص المادة 11 فقرة 3 من القانون 04 – 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن تكون البضائع التي ليس لها محل معاملات تجارية ،مصحوبة عند نقلها بسند يبرر تحركها" .

- كل سلعة تسلم على سبيل التخزين إلى حين بيعها:حيث تبقى السلعة ملكا لصاحبها، وهذا البائع غير ملزم بتحرير الفاتورة شريطة أن يثبت أنه أبرم هذا النوع من العقود فعلا، وأن السلعة سلمت له على سبيل التخزين إلى حين بيعها ولم تباع له فعلا.[2]

---

[1] بدرة لعور، ، مرجع سابق، ص 150.

[2] زهرة علاوة، االمرجع السابق، ص 53.

- حالة استرجاع السلعة أو تعويضها: في حالة رفض المشتري شراء السلعة أو في حالة انتهاء صلاحية المنتوج، أو كان المنتوج غير مطابق للشروط والمواصفات ،وبصفة عامة كل الحالات التي تعطي للبائع الحق في استرجاع السلعة فإنها تبطل الفاتورة، أما الاسترجاع من أجل التبديل، فالفاتورة تعتبر لاغية وتحرر فاتورة أخرى للمنتوج الذي تم تبديله[1].

حدد المشرع الجزائري مفهوم لكل من السلع والخدمات، وذلك لمقتضيات التعاملات التجارية فيما بين الأعوان الإقتصاديين من جهة والعون الإقتصادي والمستهلك من جهة اخرى .

أ- مفهوم السلع:

لقد عرف المشرع الجزائري السلع في القانون المتعلق بحماية المستهلك على: "أنها كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا."[2]، كما نص في الفقرة 02 من المادة 140 مكرر من الأمر 75-58[3] للقانون المدني على أن:" يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعات الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية."

فالمشرع ذكر بعض أنواع السلع وذلك تماشيا مع ظهور سلع متعددة ومتنوعة بين الفترة والأخرى[4]،

ب- مفهوم الخدمات:

الخدمة هي كل عمل مقدم،غير تسليم السلعة ،حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة[5]،والخدمة قد تكون مادية مثل: الفندقة، التنظيف، الإصلاح، أو مالية مثل: القرض، التأمين، أو فكرية مثل :العلاج طبيعي، استشارات قانونية.

فالأضرار التي تسببها الخدمات لا تقل خطورة عن التي تسببها غيرها من المنتوجات، وهذا ما يظهر أهمية الإعلام في المجال ألخدماتي.والمستهلك يجعل جودة الخدمة وربما يقبل عليها دون معرفة ما يترتب عليها، ولذا ألزم المشرع مقدم الخدمة بتقديم كل المعلومات الصحيحة بتلك الخدمة دون إحداث

---

(1) نصيرة بلكحل الإيطار القانوني لمبدأ شفافية الممارسة التجارية ، مذكرة ماستر ، قانون خاص كلية الحقوق ن جامعة محمد خيضر ، بسكرة ،2019، ص 78

(2) المادة 03 الفقرة 18 من القانون 09 – 03 ،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(3) الأمر 75 – 58 ،المتضمن القانون المدني،ج ر، عدد78 ،الصادر بتاريخ 30سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

(4) حفيظة بتقة، المرجع السابق، ص 59.

(5) المادة 03 الفقرة 17 من القانون 09 -03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أي لبس في ذهن المستهلك.[1]

كما ألزم المشرع في المادة 53 من المرسوم التنفيذي 13- 378[2] : "يجب على مقدم الخدمة ،قبل إبرام العقد ،إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة، وفي حالة عدم وجود عقد مكتوب، يطبق هذا الالتزام قبل بداية تنفيذ الخدمة المقدمة".

الفرع الثاني: من حيث الأشخاص الخاضعة للفاتورة.

ضبط المشرع الجزائري النشاطات الخاضعة للفاتورة ،وشخص المعاملات في صورة عقد البيع وتأدية الخدمات، وكلاهما يتم بين طرفين متعاقدين لا يخرجان عن واحدة من الاحتمالين التاليين:

أ- **إماينشأ العقد فيما بين متعاملين اقتصاديين**: لم يميز المشرع الجزائري كأصل عام، في الطبيعة القانونية للأعوان الاقتصاديين وقد جاءت المادة 02 بعد تعديلها في القانون 10-06 بصيغة "..... التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية"،أي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا خاصا أو عاما ،بمعنى كل من ينطبق عليه تعريف العون الاقتصادي الوارد في المادة 03 الفقرة01 من القانون رقم 04 – 02 التي جاء فيها كذلك تحديد العون الإقتصادي إذ :"يقصد في مفهوم هذا القانون،العون الإقتصادي، 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" .

كما جاء في المادة 04 من قانون المالية لسنة2018[3] المعدلة للمادتين 10و12 من قانون رقم04-02على : "يجب أن يكون كل بيع سلع ، أوتأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين الذين يمارسون النشاطات المذكورة في المادة02 أعلاه ،محل إصدار فاتورة أووثيقة تحل محلها.

يلزم البائع أو مقدم الخدمات بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تحل محلها، ويلزم المشتري بطلبها منه بحسب الحالة .تسلم هذه الوثائق بمجرد إتمام البيع أو تأدية الخدمة."

ب- **أن ينشأ العقد بين العون الإقتصادي والمستهلك:** وفي هذه الحالة يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك، محل وصل الصندوق أو سند يبرر هذه المعاملة بحيث أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون ،غير أنه يبقى وصل الصندوق إجباري متى كانت المعاملة

---

[1] زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص 59.

[2] المادة 53 من المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 ،االمؤرخ 9 في نوفمبر 2013 ،يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ،ج ر، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

[3] قانون رقم 18- 13، المؤرخ في 11 يوليو2018،يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018

التجارية بين عون اقتصادي ومستهلك من جهة أخرى.

أين جاء في المادة 10من القانون رقم 04-02 المعدلة بالمادة 03 من القانون رقم 10-06وفي فقرتها03 تنص على أنه: "يجب أن يكون البيع 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". كما جاء تعريف المستهلك حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي ،من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان متكفل به "[1].

وتوفر الفاتورة أو ما يقوم مقامها للمستهلك إعلام ما بعد التعاقد يسمح له بإثبات حقوقه اتجاه البائع أو مقدم الخدمة لاسيما فيما يتعلق بالحق في ضمان السلعة أو أداء الخدمة وهذا ما نصت عليه المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 327[2]،المؤرخ في 26 سبتمبر 2013المحددلشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

الفرع الثالث: مدة حفظ الفاتورة:

لم ينص القانون رقم 04 – 02، ولا المرسوم التنفيذي رقم 05 – 468،عن المدة التي يجب أن يحتفظ بها العون الإقتصادي كدفتر اليومية ،الذي يقيد فيه عمليات المقاولة يوما بيوم ،واستثناءا كل شهر بشرط الاحتفاظ في هذه الحالة بكل الوثائق التي تمكن من مراجعة كل العمليات يوميا ،حسب المادة 09 من القانون التجاري.[3]

والملاحظ أن المادة 12 من القانون التجاري الجزائري نصت على أنه: "يجب أن تحفظ الدفاتر والمستندات المشار إليهما في المادتين 09 و10لمدة عشرة سنوات، كما يجب أن ترتب وتحفظ المراسلات الواردة ونسخ الرسالات الموجهة طيلة نفس المدة" ،وتأتي الفاتورة على رأس قائمة هذه الوثائق ويعد تحديد هذا الأجل جانبا مهما يبرز مظهر من مظاهر الشفافية، فمعرفة العون الاقتصادي بذلك، يمكنه من تحديد مجال سلطات الإدارة المكلفة بالرقابة ،وبالتالي ضمان حقوقه ،وإلزام الإدارة على

(1) المادة03 من القانون 09- 03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(2) نصت المادة08من المرسوم التنفيذي13-327 على :"يبقى الضمان ساري المفعول في حالة عدم تسليم شهادة الضمان أوعدم مراعاة البيانات المذكورة في المادة06 ، أو ضياعها ويحق للمستهلك المطالبة به عن طريق تقديم فاتورة أو قسيمة الشراء أو تذكرة الصندوق أو أي وثيقة أخرى مماثلة ، أو أي وسائل إثبات أخرى" .

(3) محمد امين مهري، المرجع السابق، ص 228.

العمل في إطار الشفافية دون التعدي على حقوق الأعوان الاقتصاديين[1].

كما حرص المشرع على ميعاد الفاتورة ولم يجعله رهنا لاتفاق الطرفين، فتسلم الفاتورة يكون وقت تسليم المبيع أو وثائق ملكيته ،أما في عقد الخدمات فيجب أن يتماشى التسليم ،مع وقت تأدية الخدمة الى حين تنفيذها[2].

التاجر ملزم بالاحتفاظ بالفواتير لمدة 10 سنوات وعدم إتلافها أو إخفائها وإلا تعرض للعقوبة المنصوص عليها في المادة 37 من القانون رقم 04 – 02.

[1]نجية لطاش، مرجع سابق، ص 48.
[2] بدرة .لعور، مرجع سابق، ص 152.

خلاصة الفصل الأول:

إن تفعيل مبادئ الشفافية وما تكفله من ضمانات بشكل خاص للمستهلك وبشكل مضاعف للعون الاقتصادي يظهر، من خلال جملة من الالتزامات، حيث أوجب القانون على العون الإقتصادي إعلامالأسعار وتعريفات السلع والخدمات المقدمة ،سواءا في علاقته مع المستهلك بحيث طلب منه ذلك أو لم يطلب منه،وكذلك في علاقة مع الأعوان الاقتصاديين لأخريين.

وقد ألزم المشرع على العون الاقتصادي الإلتزام بالإخبار، حيث فرض عليه إعلام المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة، حول مميزات المنتوج والخدمة المقدمة وبشروط البيع والحدود المتوقعة للمسؤولية، ويضيق هذا الالتزام في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم،نظرا لخبرتهم ودرايتهم الكافية عن المنتوجات في السوق .

كماأوجب المشرع الجزائري على العون الاقتصادي التزاما آخروالمتمثل في الفوترة، لما لها من حجية في الإثبات ، فتسليم الفاتورة أو ما يقوم مقامها،واجب في المعاملات التي تبرم بين العون الأقتصادي والعون الإقتصادي الأخر ،وكذلك في المعاملات بين العون الإقتصادي والمستهلك.

الفصل الثاني

التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسة التجارية

الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسة التجارية

إن الحكمة ليست في إصدار نصوص قانونية تتضمن إلتزامات على سبيل الإرشاد و التوجيه،ودعوة

الأشخاص إلى إحترامها ،بل إن الحكمة هي في إيجاد الآليات القانونية اللازمة لفرض إحترام تلك الإلتزامات، وإلا ستبقى تلك النصوص القانونية مجرد صياغة لفظية خالية من الروح والحياة، لهذا لم يكتف قانون الممارسات التجارية بتحديد الإلتزامات و مضامينها ،بل حدد جزاءات على مخالفاتها ضمانا لإحترامها و تحقيقا لمبدأ الردع القانوني للمحافظة على جدوى و هيبة القانون. لقد تضمن الباب الرابع والخامس من القانون رقم 04-02 ،كل مايتعلق بالمخالفات والعقوبات وكيفيات التحقيق والمتابعة، وباستقراء النصوص نجد أن المشرع الجزائري ،حدد إجراءات التحقيق والمتابعة ، كما وضع عقوبات جزائية وأخرى إدارية لردع هذه المخالفات .

أكثر من هذا،و من أجل ضمان شفافية الممارسة التجارية فرض المشرع الجزاءات التي توقع على مرتكب المخالفة ،وذلك بإتباع الإجراءات القانونية التي تنقسم إلى إجراءات غير قضائية تتمثل في المصالحة ،لتمنح العون الإقتصادي المخالف الحق في تسوية النزاع دون اللجوء إلى القضاء .

والإجراءات القضائية تتمثل في المتابعة القضائية و العقوبات المقررة على كل مخالفة .

لقد قمنا بتقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث :معاينة المخالفات و التحقيق فيها في المبحث الأول،وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى العقوبات الجزائية و الادارية والمدنية المطبقة على المخالفات المرتكبة ، ودور الجمعيات في حماية مصالح المتعاقد في المبحث الثالث .

المبحث الأول : معاينة المخالفات و التحقيق فيها

لقد كرس المشرع لمعاينة المخالفات الماسة بقواعد شفافية الممارسة التجارية من طرف الأعوان الاقتصاديين مع المستهلك والأعوان الإقتصاديين فيما بينهم بمقتضى قانون رقم 04-02 حيث قام بتحديد الإجراءات المتبعة في المعاينة و إثبات المخالفات المرتبة للعقوبة، لأن الإجراءات هي محرك فعال للقواعد العقابية حتى تنتقل من دائرة التجريم إلى دائرة التطبيق.وكان ذلك عن طريق مجموعة من

الآليات القانونية ،تتمثل في البحث و التحري كسبيل قانوني من أجل الكشف عن مخالفات القواعد المنظمة للمارسات التجارية لاسيما ما تعلق بمجال الشفافية فيها[1].

وحتى تضمن الدولة الرقابة على سير الأنشطة التجارية لابد أن يكون من أولوياتها ضمان شفافية الممارسة التجارية سواء في العلاقة فيما بين الأعوان الإقتصاديين أو علاقتهم بالمستهلكين. وذلك من خلال القانون رقم 04-02 ، حيث تشرف الهيئات الإدارية المتخصصة في مجال التجارة على تنظيم السوق ومنع الإضطرابات داخله عن طريق البحث والتحري من أجل الكشف عن المخالفات التي تهدد مصلحة المستهلك.[2]

كما ألزم المشرع جملة من الإجراءات من الضروري إتباعها لمعاينة المخالفات الماسة بقواعد الشفافية.

الهدف من ورائها متابعة المخالفات وفق منهج إجرائي سليم تطبيقا لما هو منصوص عليه ضمن أحكام قانون الممارسات التجارية ، وعليه سنتطرق في دراستنا لهذا المبحث إلى إجراءات التحقيق ،في المطلب الأول و المتابعة، في المطلب الثاني.

المطلب الأول : إجراءات التحقيق

التحقيق الاقتصادي هو إجراء رقابي يقوم به مجموعة من الأشخاص المؤهلين قانونا يتمتعون بسلطات تمكنهم من أداء مهامهم في إطار الدقة و السرعة للبحث ومعاينة المخالفات ، والتحقيق الإقتصادي وسيلة فعالة لضمان إحترام قواعد المنافسة التجارية الشفافة، في هذه المرحلة وضع المشرع أحكام تخدم مصلحة العون الإقتصادي، لتمكينه من معرفة كل المعلومات المتعلقة بحقوقه سواء تعلق الأمر بالأعوان

[1] أحمد مريشة ، مرجع سابق ، ص 72 .

[2] سمية نايلي ، النظام القانوني لمكافحة جرائم الممارسات التجارية غير مشروعة في التشريع الجزائري ، مذكرة ماستر في الحقوق ، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق،جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018 ، ص 78.

المكلفين بالتحقيق الإقتصادي ،الذي حددهم المشرع ولا يجوز لغيرهم القيام بهذا العمل أو تحديد إجراءات القيام بالبحث و المعاينة بكل مراحله[1]ا .

و لكن من جهة أخرى أعطى المشرع هؤلاء الأعوان سلطات واسعة قد تمس بمصالح العون الإقتصادي في نفس الوقت هي أداة ضمان إحترام المنافسة.[2]

الفرع الأول : الأعوان المكلفين بالبحث و المعاينة :

أولا: أصنافهم

بإستقراء المادة 49 من القانون رقم 04-02 نجدها تنص على أنه ،في إطار تطبيق هذا القانون يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة أحكامه الموظفون الأتي 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 الصنف14 المكلفون قانونا لهذا الغرض .

يجب على الأعوان المذكورين أعلاه وخلال قيامهم بمهامهم أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل،وهم ملزمون باليمين القانونية بإستثناء ضباط وأعوان الشرطة القضائية.

-ولإتمام الموظفين مهامهم ،يمكنهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا،مع إحترام قواعد قانون الإجراءات الجزائية.

ونلاحظ تنوع في صفة الموظفين المكلفين بمعاينة المخالفات ، وهو الأسلوب الذي إنتهجه المشرع الجزائري بغية تحقيق قدر من الوقاية و القمع في آن واحد والإحاطة بالممارسات المخلة بالتجارة على كل المستويات .

---

[1] أميرة حمزة ، سمية بن عمارة ، المرجع السابق ،ص80 .
[2]رفيقة بوالكور ، المرجع السابق، ص 319 .

جاءت المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية ،وفقا لأخر تعديل ، في ديسمبر 2019[1]، تبين من هم ضباط الشرطة القضائية :

-يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية : رؤساء المجالس الشعبية البلدية ، ضباط الدرك الوطني ، الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمراقبين والمحافظين ، ضباط الشرطة للأمن الوطني ،ضباط الصف الذين أمضوا في سلك الدرك الوطني على ثلاث سنوات على الأقل ، وتم تعينهم بموجب قرار مشترك من طرف وزير العدل ووزير الدفاع .

إذ يتم إرسال المحاضر إلى وكيل الجمهورية وليس إلى مديرية التجارة وهذا ما يخالف نص المادة 55 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ثانيا : ضمانات تنفيذ الأعوان المكلفين بالبحث والمعاينة لمهامهم .

أحاط المشرع الجزائري أعوان المراقبة، بجملة من الضمانات التي جاءت في صيغة تجريم السلوك المعرقل للتحقيق[(2)] وفقا لمايلي :

تجريم كل من :

-رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم .

-معارضة أداء الوظيفة من طرف كل عون إقتصادي، عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر، لأي مكان، غير محل السكن، الذي يسمح بدخوله طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية . مع العلمأن معارضة المراقبة،هي كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين في المادة 49 من القانون رقم04-02 .[(3)]

-رفض الإستجابة عمدا لأستدعاء اتهم .

-توقيف عون إقتصادي لنشاطه أو حث أعوان إقتصاديين أخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة .

[(1)] قانون 19- 10 الصادر في 11ديسمبر 2019 المعدل لأمر 66- 155المؤرخ في 8جوان 1966،المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، ج ر،عدد78 ، الصاد 18 د سبتمبر2020 ، ص 04 .
[(2)]بدرة لعور، المرجع السابق ، ص 409 .
[(3)]بدرة لعور،نفسمرجع ، نفس الصفحة .

-إستعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل لإنجاز التحقيقات .

- تجريم كل إعتداء لفظي على أعوان المراقبة من إهانة وتهديد وشتم وسب وإتهام.

-تجريم كل إعتداء جسدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية المهام أوبسببها.

وفي هاتين الحالتين الأخيرتين ، تتم المتابعات القضائية ضد العون الإقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا ، بغض النظر عن المتابعات التي يباشرها الموظف ضحية الإعتداء شخصيا .[1]

كل هذه الأعمال عاقب عليها المشرع بـ :

* عقوبة سالبة للحرية بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين

* غرامة مالية من مائة ألف دينار (000. 00 1دج) إلى مليون دينار (1.000000دج)

* أو بإحدى هاتين العقوبتين.

الفرع الثاني : مهام الموظفين المؤهلين لمعاينة المخالفات .

يتمتع الموظفين المؤهلين لإثبات المخالفات، بحق الإطلاع عل الوثائق، وحجز السلع وتفتيش المحلات المهنية وتحرير المحاضر[2]، مع إمكانية اقتطاع العينات لإجراء خبرة .

أولا : الإطلاع على الوثائق: طبقا لنص المادة 50 من القانون رقم04-02 ،:يمكن للموظفين المؤهلين القيام بتفحص كل المستندات الإدارية و التجارية و المالية و المحاسبية ، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية ،دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني.

و يمكنهم أن يشترطوا إستلامها حيثما وجدت و القيام بحجزها .وكذلك لهم الحق في طلب توضيحات وتبريرات إمامباشرة عند المعاينة أوعند الإستدعاء.

وتضاف المستندات و الوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق ، تحرر حسب الحالة إما محاضر الجرد أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة و تسلم في الحالتين نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.[3]

---

[1] المادة 54 من القانون رقم 04- 02 مرجع سابق.

[2] احمد غاي،الوجيز في تنظيم ومهام الشرطة القضائية ،بدراسة نظرية و تطبيقية ميسرة تتناول الأعمال والإجراءات التي يباشرها أعضاء الشرطة القضائية للبحث عن الجرائم ، الطبعة الخامسة ، دار هومة الجزائر ، 2009 ، ص22 .

[3] بدرة لعور ،المرجع السابق ، ص 411 .

ثانيا : حجز السلع و العتاد و التجهيزات التي استعملت في إرتكاب المخالفة :يتضح من خلال المادة 39 المعدلة بالمادة 8 من قانون رقم 10-06 ، يمكن ان تحجز البضائع موضوع المخالفات المشارإليها في نص هذه المادة ،وهي التي يمكن فقط أن يرد بشأنها الحجز (4 , 5 , 6 , 7 , 8 , 9 , 10 , 11 , 12 ,13 , 14 ،20 ، 22 ،مكرر،23 27،26،25،24(7،2)،28 .

يمكن للأعوان المؤهلين القيام بحجز السلع طبقا لشروط معينة نصت عليها المادة 39 و المواد من 40 الى غاية 43 من هذا القانون[1].

كذلك يتم حجز السلع و الآلات المستعملة في إرتكاب مخالفة عدم مسك الفاتورة .

وقد أجازت المادة 39من قانون رقم04-02، حجز البضائع عند الإمتناع عن إعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع ، وذلك أي كان مكان وجود هذه البضائع ، كما أنها سمحت بحجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب هذه الجرائم ولكن مع مراعاة الغير حسن النية[2] .

و يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضرجرد [3] و حجز، الذي يقوم به الأعوان المؤهلين إما أن يكون الحجز عينيا أو إعتباريا.

أ. في حالة الحجز العيني:

نصت المادة 41 من القانون رقم 04-02 ،في حالة الحجز العيني، على أن يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات التخزين ، حيث تشمع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين ،إذا كان مرتكب المخالفة ليس له محلات التخزين[4].

---

[1]المادة 39 من القانون رقم 04-02 المعدلة بموجب المادة 8 من القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 اوت 2010 المعدل والمتمم للقانون رقم04-02 المحدد للقواعد الطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على :"ايمكن حجز البضائع عند مخالفة المواد (4 , 5 , 6 , 7 , 8 , 9 , 10 , 11 , 12 ,13 , 14 ،20 ، 22 مكرر ،27،26،25،24،23(7،2) ،28من هذا القانون ، أيا كان وجودها ،كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها ن مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية ،.يجب ان تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم وقد أضاف المشرع بموجب هذا التعديل عبارة .أيا كان مكان وجودها .وهذا منعا لتهريب هذه المنقولات ولتفادي الأشكال الذي يطرحه تواجدها خارج الأماكن المخصصة للنشاط التجاري" .

[2]سمية نايلي ، المرجع السابق ، ص 79

[3]المادة 39 من القانون رقم 04-02 ،مرجع لسابق

[4]المادة 41 فقرة01 من القانون رقم 04 - 02 ،مرجع سابق.

تمنح الحراسة في هذه الحالة إلى إدارة أملاك الدولة، التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور الحكم القضائي[1]، و تكون مصاريف الحجز على عاتق مرتكب المخالفة[2] .

ب- في حالة الحجز الإعتباري:

كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما[3]، وفي هذه الحالة تقدر قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق ، حيث يتم دفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الإعتباري إلى الخزينة العمومية[4]، ويطبق هذا الإجراء عندما يتعذر على مرتكب المخالفة تقديم السلع المحجوزة الموضوعة تحت حراسته.

وإذا وقع الحجز على سلع سريعة التلف أو تقتضي حالة السوق ذلك أو لظروف خاصة يمكن للوالي المختص إقليميا طبقا للمادة 43 من قانون رقم 04-02 ،بناءا على إقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية ،البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزاد العلني أو تحويلها مجانا إلى الهيئات و المؤسسات ذات الطابع الإنساني و الإجتماعي ، وعند الإقتضاء إتلافها من طرف مرتكب المخالفة وذلك بحضور المصالح المؤهلة و تحت رقابتها [5].

في حالة البيع يودع المبلغ الناتج عن البيع لدى الخزينة العمومية إلى غاية صدور حكم قضائي إما بالمصادرة أوبرفع اليد ، فإذا كان الحكم برفع اليد، تعاد السلع إلى صاحبها و تتكفل الدولة بمصاريف الحجز،.وعندما يصدر حكم رفع اليد على السلع التي تم بيعها أو التنازل عليها مجانا ،أو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها، أثناء الحجز لصاحب السلع التي صدر الحكم برفع اليد على حجزها، الحق في مطالبة الدولة بتعويض الضرر الذي لحقه [6].

---

[1] المادة 43 فقرة02 من القانون رقم 04 - 02 ،مرجع سابق.

[2]المادة 41 فقرة 03 من القانون رقم 04 - 02 ،مرجع سابق.

[3]المادة 40 فقرة2 من القانون رقم 04 - 02 ،مرجع سابق.

[4]حسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، ب ط ، دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر ،2006 ،ص 254 .

[5]بدرة لعور، مرجع سابق، ص 410.

[6]المواد من 40 إلى 45 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

ثالثا :تفتيش المحلات المهنية : أعطى المشرع للأعوان المذكورين في المادة 49 من القانون 04-02 ،عند الإنتقال إلى مكان التحقيق لهم الحق في تفتيش كل الموجودات، سواء سلع أو طرود مغلقة ولهم حق فتحها ولهم الحق في التفتيش عن كل الوثائق و المستندات مهما كانت طبيعتها كما لهم الحق أيضا في أخذ نسخ عنها .

وتجيز أيضا المادة 52 من القانون رقم 04-02، للأعوان المؤهلين حرية الدخول إلى المحلات التجارية و المكاتب و الملحقات[1]، وأماكن الشحن أو التخزين وبصفة عامة أي مكان بإستثناء المحلات السكنية ،التي تخضع للمادتين 45 و 47 من قانون الإجراءات الجزائية[2] .أي بترخيص من وكيل الجمهورية وفي حضور ضابط الشرطة القضائية ونهارا أي بعد الساعة الخامسة صباحا الى غاية الثامنة مساءا.

في حالة رصد أي مخالفة عند التفتيش، يقوم هؤلاء الأعوان بإجراء الحجز على وسائل المخالفات سواء مستندات أو سلع أو الآلات المستعملة للقيام بالمخالفات.

يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم وهذا ما جاءت به المادة 39 فقرة 02 من القانون رقم04-02[3].

يتضمن محضر الجرد المعلومات التالية :

- رقم وتاريخ محضر إثبات المخالفات الذي يبرر الحجز و تحرير الجرد.

- رقم التسجيل في سجل المنازعات لمحضر الجرد.

- الهوية و النشاط و الوضع القانوني ورقم السجل التجاري و عنوان مرتكب المخالفة.

- طبيعة وكمية المواد والعتاد و التجهيزات المحجوزة والتي تم جردها وتقديرها طبقا لوحدة القياس .

- تحديد تاريخ ومكان إجراء الجرد.

- تحديد مكان إيداع المواد و العتاد و التجهيزات المحجوزة و كيفيات حراستها .

---

(1) جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية ، رسالة دكتوراه في القانون ، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، تيزي وزو ، 2014 ، ص 285.

(2)النصوص المنظمة لإجراء التفتيش من المواد 44 الى 47، من الأمر رقم 66-154 يتضمن قانون الإجراءات الجزائرية ، ج ر، العدد 8، الصادر في 10 جوان 1966 المعدل و المتمم .

(3)المادة 39 المعدلة بموجب المادة 8 من القانون رقم 10-06 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،مرجع سابق .

- هوية و نوعية وإمضاء الموظفين الذين قاموا بعملية الحجز و الجرد.

- إسم و لقب و إمضاء مرتكب المخالفة.

وأكدت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-472 [1] ،على ضرورة تحرير محضرالجرد في ثلاث نسخ، وذلك في أجل أقصاه ثمانية أيام إبتداءا من تاريخ نهاية التحقيق .ولكي لايفقد المحضر قيمته القانونية من الناحية الشكلية، يتعين أن لا يتضمن أي شطب أو حشو أوإحالة وعند الإنتهاء يستوجب التوقيع فيه من طرف الأعوان المحررون الذين قاموا بالتحقيق و المخالف الذي إرتكب جريمة الإخلال بقواعد الشفافية المنصوص عليها بموجب القانون رقم 04-02، ويبلغ محضر الجرد إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسله بدوره إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا ،طبقا لأحكام المادة 55 من قانون رقم04-02 مع إمكانية إجراء المصالحة .[2]

تسجل المحاضر و التقارير في سجل مخصص لهذا الغرض، مرقم و مؤشر عليه حسب الأشكال القانونية، وللمدير الولائي المكلف بالتجارة كافة الصلاحيات للقيام بالتدقيق في تصريحات الأشخاص الذين حررت ضدهم المحاضر ، كما يمكنه أن يأمر بإعداد تحقيق تكميلي أو بحث أو تدقيق تكميلي يراه ضروريا و يرفق ذلك بمحضر. [3]

رابعا :تحرير المحاضر: بعد إتمام التحقيقات من طرف الأعوان المؤهلين لذلك يتم تحرير تقارير وتثبت المخالفات في محاضر وذلك بتدوين تواريخ وأماكن التحقيقات و المعاينات المنجزة، وتتضمن كذلك

هوية و صفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات وتبين هوية مرتكب المخالفة ، وتصنف المخالفة طبقا لأحكام قانون رقم 04-02 للممارسات التجارية.كما تبين العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر. وإذا كانت توجد بضاعة محل حجز تبين المحاضر ذلك و ترفق بها وثائق جرد المواد المحجوزة[4] .كما يمكن إقتراح غرامة المصالحة كبديل للطريق القضائي.

و تحرر المحاضر في ظرف ثمانية أيام إبتداءا من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن تكون موقعة من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة تحت طائلة البطلان ، ويبين المحضر بأن مرتكب المخالفة قد تم

---

[1] مرسوم تنفيذي رقم 05 -472 مؤرخ في 13 ديسمبر 2005 يتعلق باجراءات جرد المواد المحجوزة ، ج ر، العدد 81، الصادر بتاريخ 13 ديسمبر 2005 .

[2] أحمد مريشة ، مرجع سابق ، ص 116.

[3] أحسن بوسقيعة ، المرجع السابق ، ص 246 .

[4] بدرة لعور، مرجع سابق ، ص 410.

إعلامه بتاريخ ومكان تحريره وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير،يوقع المحضر من طرف المخالف إذا كان حاضرا وفي حالة غيابه أو في حالة رفضه التوقيع أو معارضته غرامة المصالحة المقترحة يقيد ذلك في المحضر ، وللمحاضر المحررة طبقا للإجراءات المنصوص عليها في هذا القانون حجة قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير.[1]

وتسجل المحاضر وتقارير التحقيق في سجل منظم مخصص لهذا الغرض.[2]

لإجل ذلك وجب معرفة شكل و مضمون المحضر وكذا الآجال :وفي الأخير حجية هذه الورقة في الإثبات.

أ- شكل و مضمون محضر المعاينة:

المحضر هو الوثيقة الرسمية التي يدون فيها رجل الضبطية القضائية ،ماتم من إجراءات تحقيق ،حيث يحتوي المحضر على وقائع التي حدثت المرتبطة بالزمن (تاريخ ،ساعة).

وتوضح المواد 56 و 57 من القانون رقم04-02 جملة من المعلومات التي يجب أن يتضمنها المحضر يمكن تلخيصها فيما يلي :

- أن تحرر هذه المحاضر من طرف الأشخاص المؤهلين قانونا بالقيام بتلك التحقيقات والمذكورين في المادة 49 من قانون رقم 04-02 .

- أن تحرر هذه المحاضر دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش.

- أن يتضمن محضر المعاينة طبيعة المخالفة ،تاريخ و مكان وقوعها ،والمكان الذي تمت فيه المراقبة وأن يتم تصنيف المخالفة وفقا للأحكام التشريعية. فيجب أن ترفق هذه الوثائق بمحضر الجرد وأن يتم إمضاء المحضر من طرف الموظفين القائمين بالتحقيق مع توضيح هويتهم و صفتهم .،كما يقوم مرتكب المخالفة بالإمضاء مع توضيح هويته ،نشاطه و عنوانه ، أما في حالة غيابه أو رفض التوقيع أو رفض غرامة المصالحة يقيد ذلك في المحضر.

---

[1] زهرة علاوي ، المرجع السابق ، ص 108 .

[2] -نصت المادة 59 من القانون رقم04-02 على :"تسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة من طلرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه ،في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية".

- تسلم نسخة من المحضر لمرتكب المخالفة، يرفق المحضربوثائق أخرى تثبت المخالفة كمحضر أخذ العينة الذي يبين إحترام هؤلاء الأعوان إجراءات أخذ العينات لتحليلها وأيضا يرفق بوثيقة التحليل الصادرةعن المخبر، أما إذا تم الحجز فيرفق المحضر بوثيقة أو محضر الحجز.

حسب نص المادة 57 فقرة 2 من قانون رقم04-02 حيث تنص على أنه "تكون المحاضر المحررة تحت طائلة البطلان إذا لم توقع من طرف الموظفين المؤهلين الذين عاينوا المخالفة ".

هذه المادة تجعل من إمضاء الأعوان شرطا لصحة المحضر و تخلفه يؤدي إلى إبطاله ،فالمشرع صرح أن محل الإبطال هو المحضر وليس الإجراء[1].

ب- حجية المحاضر في إثبات المخالفات

إن المحاضر التي يحررها الأعوان المكلفين بالتحقيقات تثبت مدى صحة إدعاءاتهم في مخالفة أحكام القانون رقم 04-02 منها مخالفة الإلتزام بإعلام الأسعار وشروط البيع ومميزات المنتوج وكذلك مخالفة قواعد الفوترة ،وكما تحافظ هذه المحاضرعلى حقوق الأعوان الإقتصاديين، فهي تثبت مدى إحترام الأعوان المكلفين بالتحقيقات للإجراءات المنصوص عليها قانونا.[2]

1- المحضر وسيلة لإثبات المخالفة :

حسب المادة 55 الفقرة 02 من القانون رقم 04-02، فإن المحضر هو وسيلة إثبات : " تثبت المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر".

إن المشرع أعطى للمحاضر حجية قانونية، إذ لا يمكن الطعن فيها إلا بالتزوير[3].

يتضح لنا من خلال المادة 58 من القانون رقم 04 –02 ، ان هذه المحاضر لها قوة ثبوتية مطلقة في الإثبات، ، فعبأ إثبات البراءة يقع على المخالف ،بحيث يطعن في هذه المحاضر بالتزوير، فقد أعطا

[1]أحمد غاي ، المرجع السابق ، ص 188.

[2]نصيرة بلكحل، المرجع السابق، ص176.

[3]المادة 58 من قانون رقم 04-02 مع مراعاة أحكام المواد من 214 الى 219 من قانون الإجراءات الجزائرية وكذا أحكام المادتين 56 و7 5 من هذا القانون،" تكون للمحاضر و تقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير".

لمشرع للمحاضر قوة ثبوتية مطلقة بحيث لايجوز الطعن في محتواها إلا بالتزوير، وهذا نظرا لما يفترضه القانون في هؤلاء الموظفون من ثقة وأمان.[1]

إن قانون رقم 04-02 لم ينظم إجراءات الطعن و إنما أحاله إلى المواد من 214[2] إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية .

2- المحضر وسيلة إثبات إحترام ،الأعوان المكلفين بالتحقيق للإجراءات القانونية:

المعلومات التي يتضمنها المحضر هي دليل على أن الأعوان المكلفين بالتحقيقات قد قاموا بأعمالهم وفق الإجراءات القانونية ومخالفتها يعتبر حجة لصالح العون الإقتصادي مما يعطيه فرصة للمطالبة بتوقيف المتابعة ، فالمحضر إذا وسيلة لضمان حقوق الأعوان الإقتصاديين بقدر ما هي وسيلة لإثبات المخالفة[3].

يعد المحضر وسيلة لضمان الشفافية ،وهو وسيلة لإثبات المخالفة ومتى كان المحضر صحيحا أصبحت له حجية قانونية لا يمكن دحضها إلا عن طريق طعن بالتزوير وفقا للإ جراءات المقررة في قانون الإجراءات الجزائية.

والملاحظ أن المشرع حرص على ضمان الشفافية أثناء القيام بالتحقيقات عن طريق أشخاص حددهم في المادة 49 من القانون رقم 04-02 ،حيث حدد إختصاصهم وإجراءات القيام بهذه المهمة عبر كل مراحل التحقيق على مستوى البحث و المعاينة أو على مستوى تحرير المحضر أو التقرير ،كل ذلك من أجل ضمان إحترام حقوق العون الإقتصادي[4].

الفرع الثالث : معارضة التحقيق الإداري

نتيجة للسلطات الواسعة التي يتمتع بها الموظفون المؤهلون للقيام بالمعاينة والتحقيق، فقد يواجهون عراقيل سواء قبل أو أثناء تحرير محضر المخالفات المرتكبة، الأمر الذي يعيقهم عن القيام بمهامهم ، فقد منع القانون أية معارضة للمراقبة[5]، حيث نصت المادة 53 من القانون رقم04-02 المحدد لقواعد

---

[1]سهلة بوزيرة،الحماية الجزائية للسوق من الممارسات التجارية غير مشروعة في ظل القانون رقم04-02 المعدل والمتمم ، اليوم الوطني حول المنافسة واثر التحولات الإقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،القطب الجامعي، تاسوست ،جيجل، يومي 30 نوفمبر و1ديسمبر، 2011، ص157.

[2]نصت المادة 214 من القانون الإجراءات الجزائية على :"لايكون للمحضر أو تقرير قوة الإثبات إلا إذا كان صحيحا في الشكل،ويكون قد حرره واضعه أثناء مباشرة أعمال وظيفته ، وأورد فيه عن موضوع داخل في نطاق إختصاصه ،ماقد رأه أوسمعه أو عاينه بنفسه ".

[3]نصيرة بلكحل، المرجع السابق، ص 121.

[4]المادة 49 من قانون رقم04-02 ،مرجع سابق .

[5]محمد الشريف كتو ، المرجع السابق ، ص 127.

المطبقةعلى الممارسات التجارية على مايلي :"تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين " ، لهذا منحهم القانون حماية كافية لأداء مهامهم وذلك بتوقيع عقوبات جزائية ضد كل عون إقتصادي يقوم بمعارضة المراقبة وإرتكاب كل فعل من شأنه منع تأدية المهام أو القيام بإهانتهم أو إعتداء جسدي عليهم بسبب وظائفهم [1].

وبسبب خطورة المعارضة التي يتلقها الموظفون المكلفون بالتحقيقات والتي تحول دون قيامهم بمهامهم من ناحية، وإلحاق الأذى بهم من ناحية أخرى ، مماجعل المشرع يوقع عقوبات نصت عليها المادة 53 من قانون رقم 02 - 04 والممثلة في عقوبتين[2] ، كالتالي:

تتمثل الأولى في العقوبة السالبة للحرية تتراوح مابين (ستة أشهر إلى سنتين)أما العقوبة الثانية فهي عقوبة مالية تتمثل غرامة تتراوح قيمتها مابين مائة ألف دينار ومليون دينار .

على أن يكون للقاضي حرية النطق بإحدي هاتين العقوبتين .

وبالتالي فإن الحماية التشريعية التي تضمنها قانون رقم 04 -02 للموظفين المكلفين بالتحقيقات ،تساهم بشكل كبير في مساعدة هؤلاء على القيام بمهامهم ، كماتشكل وسيلة ردع بالنسبة للأعوان الإقتصاديين المخالفين حتى لا يقوموا بمعارضة المراقبة.

المطلب الثاني : طرق متابعة المخالفات

يستشف من خلال المادتين 55و56 من القانون رقم 04-02 ،أن المخالفات متى ثبتت تسوى من خلال طريقين إما الطريق القضائي أ والطريق الودي (المصالحة) .

الفرع الأول : طريق المصالحة

يعد أسلوب المصالحة من الأساليب المتطورة في الدول المتقدمة لمعالجة المخالفات[3]، ولقد سمح القانون رقم 04-02 للإدارة مكلفة بالتجارة بإجرائها مع المخالفين الذين يقبلون دفع الغرامة .

---

[1] عادل بوجميل، مسؤولية العون الإقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ،مذكرة ماجستير،كلية الحقوق، جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،2012 ،ص 93.

[2] سميحة علال،جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية ،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية ،كلية الحقوق جامعة قسنطينة ، 2005 ، ص 110.

[3] أنور محمد صدقي المساعدة، "الصلح الجزائي في التشريعات الإقتصادية القطرية ،دراسة مقارنة "،مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، دمشق ،المجلد 24،عدد2 ،2008 ، ص 289..

إن دراسة هذه الوسيلة يتطلب منا ، بتحديد تعريف المصالحة (أولا) و تبيان شروطها (ثانيا) والأثار مترتبة عنها (ثالثا).

أولا : تعريف المصالحة

المصالحة طريق إستثنائي يخضع لشروط مقيدة محددة في القانون ، وذلك إعتبارا لما يترتب عنها من أثار على الدعوى العمومية ، ويقصد بها تنازل من الهيئة الإجتماعية عن حقها في رفع الدعوى الجزائية، على المخالف إذا دفع مبلغا من المال في أجل محدد وهوتنازل تبرره المصلحة الإجتماعية[1]، أو هي الصلح مع المتهم مقابل التنازل عن سلطة العقاب .

لم يرد في القانون رقم 04- 02 تعريفا للمصالحة وإنما إكتفي بتبيان شروطها وإجراءاتها، إلا أنه تم تعريفها بموجب المنشور الصادر في 6 مارس 2006[2]، المتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة[1]،على أنها طريقة تسوية ودية بين الإدارة المكلفة بمراقبة الممارسات التجارية من جهة والمتعامل الإقتصادي، المحررضده المحضر من جهة أخرى، ويتم من خلالها إنهاء النزاع الناتج عن مخالفة أحكام القانون رقم 04-02.

وعليه تعد المصالحة مرحلة وسيطة بين المتابعة الإدارية والمتابعة القضائية ، وتطبيق إجراء المصالحة محدود في إدارة معينة وذلك طبقا للمادة 06 الفقرة الأخيرة من قانون الإجراءات الجزائية معدل والمتمم بقانون 15-02[3] ،والتي تنص على أنه: "كما يجوز أن تنقضي الدعوى العمومية بالمصالحة ، إلا إذاكان القانون يجيزها صراحة."

ثانيا = شروط المصالحة :

نظرا لكون المصالحة في المسائل الجزائية إجراء إستثنائي ،فقد حرصت مختلف القوانين التي أجازتها على إخضاعها إلى شروط مقيدة. إذ تتفق كل التشريعات المقارنة على الطابع الرضائي لها،

---

[1]رمضان حميدي،المصالحة الإدارية في مجال الممارسات التجارية على ضوء القانون 04- 02، مذكرة ماستر في القانون،تخصص دولة ومؤسسات عمومية ،كلية الحقوق جامعة ،أكلي محند ، البويرة ،2016،ص7

[2]منشور وزاري رقم2006/1 مؤرخ في 6مارس 2006 يتعلق بكيفيات تطبيق احكام غرامة المصالحة،الصادر عن وزارةالتجارة ،ص 01.

[3]الأمر رقم66-155 مؤرخ في 08 جوان1966 ، يتضمنقانون الإجراءات الجزائية ،جر ،عدد49 ،الصادر بتاريخ 11-جوان 1966 المعدل والمتمم بقانون رقم06 -22.والمعدل والمتمم بقانون 15-02 المؤرخ في 23 جويلية 2015 ،ج ر،عدد40 ،الصادر بتاريخ 23 جويلية 2015

فهي لا تفرض و إنما تطلب ،كما أنها ليست حقا لمرتكب المخالفة بل هي إمتياز تمنحه الإدارة للمخالف لفض النزاعإداريا ، لذلك وضع المشرع شروطا موضوعية وأخرى شكلية لصحة المصالحة إلى جانب شروط أخرى متعلقة بأطرافها .[1]

أ- **الشروط الموضوعية**:

لكي تتم المصالحة يجب أن يكون هناك رضا متبادل بين الطرفين، ويمكن للعون الإقتصادي قبولها أو رفضها وفقا لما تقتضيه مصالح كلا الطرفين.

1- بالنسبة لمرتكب المخالفة :

تتطلب المصالحة توفر شرطين :

- الشرط الأول : ألا يكون المخالف في حالة عود، طبقا لنص المادة 62 من القانون رقم 04-02 والتي تنص على : "في حالة العود حسب مفهوم المادة 47 الفقرة2من هذا القانون لايستفيد مرتكب المخالفة[2] من المصالحة ، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية.

- الشرط الثاني : أن تكون العقوبة المقررة قانونا للمخالفة أقل من ثلاثة ملايين دينار ، وفي هذا

الإطار تنص المادة 60 الفقرة الأخيرة من القانون رقم 04-02 على أنه: "عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار في المحضر يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة الى وكيل الجمهورية المختص إقليميا . ونلاحظ أن المشرع لم يتطرق إلى الحالة التي تكون فيها الغرامة تساوي ثلاثة ملايين دينار إن كانت تجوز فيها المصالحة[3]، أم لا. ونقول هنا أن النص يفسر لصالح المتهم وتجوز المصالحة طالما أن المشرع أبعد صراحة المصالحة إذا كانت العقوبة

---

[1]خديجةاوزيب، مسعودان ملعز، جرائم البيع في قانون المناقشة والممارسات التجارية، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2014 ،ص58.

[2]نور الدين بدة، الأليات القانونية للحد من الممارسات التجارية غير شرعية ، مذكرة ماستر ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق ،جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ،2018 ، ص 35 .

[3]نور الدين بدة، نفس المرجع، نفس الصفحة .

المقررة أكثر من ثلاثة ملايين دينار، فليس هناك مانع من إجراء ها إذا كانت العقوبة تساوي ثلاثة ملايين دينار[1].

2- بالنسبة للإدارة:

لابد أن يكون ممثل الإدارة مختص قانونا ، وقد وزعت المادة 60من القانون رقم04-02 ،اختصاص إجراء المصالحة بين المدير الولائي المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالتجارة على النحو الآتي :

يختص المدير الولائي المكلف بالتجارة بقبول المصالحة من الأعوان الإقتصاديين المخالفين إذا كانت مخالفة المعاينة معاقب عليها قانونا بغرامة تقل أوتساوي مليون دينار وذلك بالإستناد على المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهليين[2]، وبالنظر إلى العقوبات المقررة يختص المدير الولائي بإجراء المصالحة في الجرائم التالية:

- عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات المعاقب عليها بالمادة 31من نفس القانون باعتبار أن الغرامة المقررة لها تتراوح بين خمسة ألاف دينار 5.000،دج ومائة ألف دينار 100.000 دج .

يختص الوزير المكلف بالتجارة في إجراء الصلح، إذاكانت قيمة غرامة المخالفة المسجلة تفوق مليون دينار(1.000.000دج) و تقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000دج) وهذا استناد إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة[3].

ومنه نجد أن المشرع قد رسم بذلك حدود اختصاص كل موظف، مما ينتج عنه بطلان المصالحة التي يجريها أي موظف تجاوز حدود سلطته أو تلك التي يجريها موظف غير مختص[4] ، كما نصت المادة 61 من القانون رقم 04-02 على أنه :للأعوان الإقتصاديين المخالفين الحق في معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو وزير المكلف بالتجارة .

هذه القيمة التي يحدد على أساسها اختصاص موظفي الإدارة، نجد أنها قد تضاعفت بصدور قانون

---

[1] أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص249.

[2] محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص93.

[3] سعيدة العاش، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة ماجيستر في العلوم القانونية والإدارية، قانون جنائي، كلية الحقوق ،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة، 2012،ص95 .

[4] بدرة لعور، مرجع سابق، ص412.

04 - 02 فبينما كان مدير الولائي المكلف بالتجارة في ظل الأمر95-06 الملغى والذي يختص بإجرائها مع المؤسسة المخالفة ، في الحالة التي كانت فيها قيمة الغرامة تتراوح مابين 5.000دج و.300.000دج والوزير المكلف بالتجارة كانت تعود له صلاحية التصالح مع المؤسسة المخالفة ، في الحالة التي كانت فيها الغرامة المقرر للمخالفة تزيد عن 300.000دج وتقل عن 500.000دج.[1]

ومنه نجد أن توسيع صلاحيات موظفي الإدارة في القانون رقم 04-02 ، ورفع قيمة الحد الأقصى لغرامة المخالفة التي يجوز التصالح بشانها ، وإن دل ،فإنما يدل على إدراك المشرع لمدى جدوى المصالحة في تنمية مداخل الخزينة العمومية ، وأن المتابعة القضائية بطول إجراءاتها قد لاتحقق الهدف الذي تحققه المصالحة العامة[2].

ب- الشروط الشكلية:

الملاحظ في هذا المجال أن المشرع خرج عن قانون الجمارك وقانون الصرف فيما يتعلق بإقتراح المصالحة ، فإقتراحها في قانون الجمارك وقانون الصرف يكون من طرف المخالف ولايجوز للإدارة إقتراحها ، أما في ظل القانون رقم04-02 ، فاقتراح المصالحة يكون من طرف الأعوان المؤهلين لمعاينة الجرائم ويكون إقتراح غرامة المصالحة في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في القانون[3] ، ويمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة كل حسب صلاحيته ،تعديل مبلغ غرامة الصلح في حدود العقوبات المنصوص عليها قانونا[4].

وللأعوان الإقتصاديين المخالفين الحق في معارضة غرامة الصلح في أجل ثمانية أيام ابتداء من تاريخ تسليمه محضر المصالحة.

بعد أن يحدد الأعوان المؤهلين الذين حرروا محضر مبلغ غرامة المصالحة، يمكن للعون قبول أورفض المبلغ المقترح.[5]

---

[1] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 95-335 المؤرخ في 25-أكتوبر 1995 المتعلق بتطبيق غرامة المصالحة ،ج ر،عدد 64، ص 24.

[2] بدرة لعور، مرجع سابق، ص413.

[3] رفيقة بوالكور، مرجع سابق ، ص 314.

[4] أمالجمعة ،كهينة ايت ساحل، المرجع السابق، ص32،33.

[5] سفيان بن قري، المرجع السابق، ص115.

عندما يقبل المخالف مبلغ الغرامة، يرسل المحضر الى المدير الولائي للتجارة لإجراء التخفيض في قيمتها. يقدر ب20%من مبلغ الغرامة المحتسبة .

- في حالة رفض، المخالف لمبلغ الغرامة المقترحة ،يرفع المخالف المعارضة الى المدير الولائي المكلف بالتجارة او الوزير المكلف بالتجارة في آجال8 أيام ابتداءا من تاريخ تسليم محضر المخالفة للمخالف.[1] .

ففي حالة الرفض هذه فإن الملف يحال مباشرة من قبل المدير الولائي المكلف بالتجارة على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة الجزائية ، وكذلك الحال بالنسبة لعدم دفع غرامة المصالحة في أجل 45 يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة[2]

. ثالث :اثار المصالحة

لاتنتج المصالحة اثارها إلا إذا كانت صحيحة ، فإذا تمت وفق الشروط التي يتطلبها القانون ، فإنه يترتب عليها اثار بالنسبة لطرفيها وبالنسبة للغير أيضا :

أ- أثار المصالحة بالنسبة لطرفيها:

1- انقضاء دعوى العمومية : طبقا لنص 61 فقرة 05 من القانون رقم04 -02، التي تنص على أنه:"تنهي المصالحة المتابعة القضائية" ، وبالتالي فإن هذه الأخيرة تؤدي إلى إنقضاء الدعوى العمومية ،سواء قبل المتابعة القضائية أوبعدها[3].

هذا بالنسبة للدعوى العمومية أما بالسبة للدعوى المدنية التي يرفعها المضرور مباشرة أو ترفعها جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية ، فإن المصالحة لاتؤثر فيها كون أن الضحايا لم يكونو ا طرفا في هذا الصلح .

2-التثبيت كأثر للمصالحة :تؤدي المصالحة الجزائية الى تثبيت الحقوق والمتمثل في حصول الإدارةعلى مبلغ الغرامة، لتي تم الإتفاق عليه[4] .

---

[1]كريمو زوقاوي، المرجع السابق، ص 32.

[2]أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 298.

[3] بدرة لعور، مرجع سابق، ص414.

[4]أحسن بوسقيعة ،المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص، ب ط ،دار هبومة، 2005، ص127.

ولم يحدد المشرع مقابل الصلح في نص القانون ، ولكنه ترك للإدارة كامل السلطة في تحديد هذا المبلغ إذ إكتفي بوضع الحدين الأدنى والأقصى المقررين كجزاء للمخالفة المرتكبة .

ب- آثار المصالحة بالنسبة للغير :

القاعدة العامة أن الغير لا ينتفع ولايضار بالمصالحة لذلك فإن أغلب التشريعات الجزائية تحصر أثار المصالحة في المخالف المتصالح مع الإدارة بحيث لاتنصرف هذه الأثار للغير.

الفرع الثاني : الطريق القضائي

يشكل الطريق القضائي الطريق الأصلي لكل متابعة ، كما يتبين من نص المادة 60 من القانون رقم04-02، التي نصت على أن المخالفات تخضع لاختصاص الجهات القضائية ، وبذلك تكون المتابعة لوكيل الجمهورية الذي يتلقى المحاضر المثبتة للمخالفات من المدير الولائي المكلف بالتجارة .إن المشرع وضع قواعد قانونية لحماية كل اطراف السوق عن طريق اللجوء إلى القضاء وذلك لإحداث توازن وعدالة شاملة فيصبح بذلك القضاء وجهين لعملة واحدة .

الأول ضمان إحترام قواعد السوق والثاني ضمان إحترام حقوق الأعوان الإقتصاديين وكلاهما لترقية وفرض إحترام القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية[1] .

فمن حق المتضرر اللجوء إلى المتابعة القضائية ضد طرف المخالف عن طريق تحريك الدعوى العمومية، ثم إجراء التحقيق فصدور الحكم. كما تجيز المادة 65 من القانون رقم04-02، لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون وكذلك لكل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة ،رفع دعوى قضائية ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون [2].

أولا- تحريك الدعوى العمومية :

تقوم المسؤولية الجزائية للعون الإقتصادي ، عند إرتكابه لفعل يمس بحق المستهلك أوالعون الإقتصادي

وذلك بمخالفة الإلتزمات التي يفرضها القانون ، كعدم الإلتزام بإعلام أسعار السلع والخدمات ، او عدم إعلام بشروط البيع أوعدم الفوترة[3] .

---

[1]احمد مريشة ، مرجع سابق، ص94.

[2]أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص. 246. 247.

[3]نوال شعبان،إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية ،فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2012 ، ص 130.

أ- تحريك الدعوة العمومية من طرف النيابة العامة:

النيابة العامة الممثلة في وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة[1] ،مخولة قانونا بتحريك الدعوى العمومية بإسم المجتمع[2]، وهذا في كل حالة يكون فيها مساس بمصلحة المتعاقد .

فيقوم وكيل الجمهورية بمباشرة الدعو ى[3]، فيتصرف في الملفات والقضايا التي تحال إليه عن طريق الضبطية القضائية أو عن طريق شكوى أو تلك الملفات المرسلة إليه من قبل المدير الولائي للتجارة التي تثبت وقوع المخالفات ا لمنصوص عليها في قانون رقم 04-02، ومنها مخالفة عدم إعلام بأسعاروشروط البيع ومخالفة أحكام الفوترة ،حيث يقوم بعد فحصها بتبليغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق[4] ،بطلب كتابي من أجل مباشرة إجراءات التحقيق من طرف قاضي التحقيق الذي يمارس عمله أيضا بناءا على شكوى مصحوبة بإدعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادتين 67و73 من تقنين الإجراءات الجزائية .

ب- عن طريق شكوى المتضرر:

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه، وذلك بشرط أن يكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، حيث اذا تضرر المتعاقد من الجريمة التي يرتكبها العون الإقتصادي والتي تمس بحقه في الإعلام[5]، أن يدعي أمام قاضي التحقيق طبقا المادة01فقرة2 0 من تقنين الإجراءات الجزائية كما يجوزله تقديم شكواه إلى أعوان الضبطية القضائيةعلى مستوى الإدارة المختصة سواء مديرية التجارة الولائية أو الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الذين يتلقون الشكوى ويبلغونها إلى وكيل الجمهورية من أجل إستكمال إجراءات المتابعة القضائية[6]، أما إذا تمت

---

[1]حسب المادة 35 من تقنين الإجراءات الجزائية على أنه: يمثل وكيل االجمهورية النائب العام لدى المحكمة بنفسه أو بواسطة مساعديه وهو مباشرة الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي بها مقر عمله ".

[2] المادة 29 من الأمر رقم 66-156 المتضمن لقانون الإجراءات الجزائية.

[3]حسب المادة 37 من قانون الإجراءات الجزائية فإنه " الإختصاص المحلي لوكيل الجمهورية يتحدد بمكان وقوع الجريمة أوبمحل إقامة أحد الأشخاص المشتبه في مساهمتهم فيها أو بالمكان الذي تم في دائرته القبض على أحد هؤلاء الأشخاص حتى ولو حصل هذا القبض لسبب أخر" .

[4]المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90. 39 المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش على أنه "إن تبين من المحاضر المحررة.أن الخدمة والمنتوج غير مطابقتين للمواصفات القانونية والتنظيمية تكون المصلحة المختصةبالرقابة الجودة وقمع الغش ملفا يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة" .

[5]زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 191 .

[6]المادة 17 من تقنين الإجراءات الجزائية على أنه "يباشر ضباط الشرطة، السلطات الموضحة في المادتين 12 و 13 ويتلقون الشكاوي والبلاغات ويقومون بجميع الاستدلالات وإجراء التحقيقات الإبتدائية..."

المصالحة حسب الإجراءات السابقة الذكر فإن الدعوى العمومية تنقضي، ولكن المتعاقد يحتفظ بحقه في الحصول على التعويض دعواه أمام المحكمة المدنية.

ج- تحريك الدعوى العمومية من قبل جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية:

نصت المادة 65 من القانون رقم 04- 02[1] ،على حق جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية برفع الدعوي وتتأسس كطرف مدني فيها كونها الممثل القانوني للمستهلك والعون الإقتصادي وذلك للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالمتعاقدين وأن تطالب بتوقيف التصرفات غير مشروعة .

ثانيا- القيام بإجراءات التحقيق :

*الجرائم الماسة بحقوق المتضرر في الإعلام تكيف على أنها جنح ،فإن إجراء التحقيق في مواد الجنح أمرإختياري طبقا لنص المادة 66 من تقنين الإجراءات الجزائية، ما لم ينص عليه بموجب نصوص خاصة، وإذا طلب وكيل الجمهورية التحقيق في القضية المعروضة عليه ،فإن قاضي التحقيق ملزم بإتخاذ كل الإجراءات التي من شأنها الكشف عن الجريمة.[2]

يباشر قاضي التحقيق مهامه بالتحري عن أدلة الإتهام ، وإستجواب المتهم وسماع الشهود، كما له حق الإنتقال للمعاينة والتفتيش، واذا رأى عند نهاية التحقيق بأن الوقائع لا تشكل جنحا، أو لا توجد دلائل كافية لإدانة المتهم، يصدر أمرا بأن لا وجه للمتابعة ، حسب المادة 163 من قانون الإجراءات الجزائية، أما إذا رأى أن الوقائع تكون جنحة، أمر بإحالة الدعوى إلى المحكمة على مستوى قسم الجنح لإتباع إجراءات المحاكمة حسب المادة 164 من تقنين الإجراءات الجزائية[3].

*كما تبنى المشرع الجزائري إجراءات جزائية جديدة من شأنها التقليل من القضايا المعروضة على القضاء الجزائي ، وذلك بإستحداث إجراء المثول الفوري بموجب الأمر15-02 [4] إذ تم بموجبه إستبدال إجراء التلبس كطريق من طرق إخطار المحكمة الجنحية بالدعوى فهو إجراء من إجراءات المتابعة تتخذه النيابة،إذ نصت عليه المادة 333و339 مكرر قانون إجراءات الجزائية .

---

[1]المادة65 من قانون رقم 04-02 :"دون المساس بأحكام المادة 2 0 من قانون الإجراءات الجزائية ، يمكن لجمعيات حماية المستهلك ،والجمعيات المهنية التي أنسئت طبقا للقانون وكذلك كل شخص طبيعي أومعنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون" .

[2] رفيقة بوالكور، المرجع السابق، ص 319 .

[3]على ياحي، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق ،جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016 ،ص 89.

[4]الأمر 15-02 المؤرخ في 23جويلية 2015، المعدل والمتمم لأمر 66-155 المتعلق بقانون الإجراءا ت الجزائية،عدد28،40 .

يهدف المثول الفوري الى تبسيط إجراءات المحاكمة في الجنح المتلبس بها والتي لاتحتاج الى إجراءات التحقيق فهي تخص الجرائم التي تكون فيها أداة الإتهام واضحة كجنحة عدم إعلام الأسعار والفوترة.

ثالثا-إجراءات المحاكمة :

*المحاكمةهي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية، إذ تختص المحكمة بالنظر في الجنح الماسة بحق المتضرر في الإعلام، و المحكمة المختصة في الفصل النزاع ،هي محكمة محل الجريمة أو محل إ قامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم طبقا لنص المادة 329 من تقنين الإجراءات الجزائية، حين تنظر المحكمة المطروح أمامها النزاع في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعا عن نفسه حسب المادة 33 من التقنين السابق ، ولها الحق في مناقشة أدلة الإثبات من المحاضر والتقارير التحقيق التي تثبت الجنح والتي تأخذ بها على سبيل الاستدلال[1]. إلا أنه في الجرائم المتعلقة بحق المتعاقد في الإعلام التي تحرر بشأنها محاضر حسب الأشكال القانونية، فإنها تعتبر ملزمة للقاضي في هذه الحالة الا إذا قام الدليل على عكسها، أو طعن فيها بالتزوير[2].

وبإنتهاء التحقيق سمعت طلبات المتضرر وطلبات النيابة العامة ودفاع المخالف، بعد ذلك تشكل خلية الفصل في الحكم.

كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها و إجراء خبرات تقنية من ذوي الإختصاص لإثبات المخالفة.

*رغبة من المشرع في تحقيق العدالة السريعة وضمان حقوق الأطراف تقرر إدخال إجراء الأمر الجزائي في قانون الإجراءا ت الجزائية وفقا الأمر15-02 وهو إجراء من إجراءات المتابعة تتخذه النيابة عند إخطار المحكمة بالقضية حسب مانصت عليه المادة 333المعدلة بالمادة15 و 380 مكرر من قانون الإجراءات الجزائية ويتمثل الأمر بعقوبة الغرامة صادر عن قاضي الجنح على المتهم بناء على محضر جمع الإستدلالات وأدلة الإثبات بغية إجراء تحقيق وجاهي أو سماع مرافعة.[3]

---

[1] المادة 215 من تقنين الإجراءات الجزائية : "لا تعتبر المحاضر و التقارير المعنية للجنايا ت و الجنح إلا بمجرد إستدلالات ما لم ينص القانون على خلاف ذلك.".

[2] المادة 58 من القانون رقم 04-02 ،مرجع سابق.

[3] نصت المادة 333 من أمر 66-155 المعدلة بالمادة 15 من قانون 15-02 للإجراءات الجزائية، ع :" ترفع الى المحكمة ،الجرائم المختصة بنظرها إما بطرق إحالة إليها من الجهة القضائية المنوط بها إجراء التحقيق ، وإما بحضور أطراف الدعوى بإرادتهم با لأوضاع المنصوص عليها في المادة 334، وإما التكليف بالحضور يسلم مباشرة الى المتهم وإلى الأشخاص المسؤولين مدنيا عن الجريمة وإما بتطبيق إجراءات المثول فوري أو إجراءات الأمر الجزائي " .

الفرع الثالث: ضمان شفافية إجراءات التقاضي .

تظهر الشفافية في الأعمال الصادرة عن الهيئة القضائية من خلال بروز مظاهرها أثناء إجراءات التقاضي والمجسدة في العلنية والنشر.

أ- العلنية مظهر للشفافية:

نص قانون الإجراءات المدنية والإدارية، على أن الجلسات يجب أن تكون علنية ،على أن يتم تبليغ كل طرف بالمستندات والوثائق لخصمه، فيتم سماع هؤلاء حضوريا قبل إصدار الحكم في جلسة علنية[1] .بالإضافة إلى ذلك أعطى المشرع للقاضي سلطة المطالبة بتقديم أية وثيقة للخصوم ،هذا ما نصت عليه المادة 27 الفقرة02 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية ،كما يجوز له أن يأمرشفهيا بإحضارأية وثيقة لنفس الغرض[2].

ومن بين هذه الوثائق الفاتورة ، فهي تستعمل كأداة اثبات حجية أعطاها إياه المشرع بموجب المادة 30 من القانون التجاري[3]،هذا الإهتمام بالعلنية يبين حرص المشرع على حماية المدعي عليه، بما أنها تضمن شفافية الإجراءات . فالعلنية تثبت بإعطاء المدعى عليه كل المعلومات الخاصة بطبيعة القضية أسبابها ونوعية الإتهام باللغة التي يفهمها .

ب – النشرمظهر للشفافية:

نصت المادة 48 من القانون رقم 04-02،على أنه :"يمكن للوالي المختص إقليميا وكذا القاضي أن

يأمرعلى نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملةأ و خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددانها".

يعتبر النشر وسيلة لإعلام الغير، المتعاملين مع مرتكب المخالفة، فإعلامهم بالمخالفة التي إرتكبها تمكنهم من أخذ إحتياطاتهم. ويعد النشر وسيلة لأعلام الأعوان الإقتصاديين عامة ،لتحسيسهم بمدى

---

(1) المادة 07 من قانو ن الإجراءات المدنية والإدارية على أنه :"جلسات علنية ، مالم تمس العلانية بالنظام العام و الأداب العامة أو حرمة الأسرة."

(2) نصت المادة 27 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على:" يمكن للقاضي أن يامر في الجلسة ن بحضور الخصوم شخصيا لتقديم توضيحات يراها ضرورية لحل النزاع كما يجوز له أن يامر شفهيا بإحضار أية وثيقة لنفس الغرض"

(3) نصت المادة 30 من قانون التجاري على أنه :"يثبت كل عقد تجاري : 1 بسندات رسمية 2-سندات عرفية 3- فاتورة مقبولة 4- الرسائل 5- بدفاتر الطرفين 6- بالإثبات بالهيئة أو بأي وسيلة أخرى رأت المحكمة وجوب قبولها".

خطورة مخالفة الأحكام والقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وردعهم عن أي محاولة تكون نتيجتها الحتمية التشهير بسمعتهم التجارية وإهتزاز مركزهم في السوق.[1]

أما فيما يخص نفقة النشر ومدته يقضي قانون العقوبات، بأنه لا يمكن أن تتجاوز مدة النشر شهرا واحدا وفي كلا الحالتين ، يؤدي النشر الوظيفة الفعالة في ضمان صفاء جو المنافسة في السوق ،عن طريق ضمان الشفافية و النزاهة فيه.

إن المشرع وفر كل الوسائل لضمان إحترام قواعد شفافية الممارسات التجارية ،وذلك بتمكين أشخاص مؤهلين بمراقبة المخالفات المتعلقة بها، ومنحهم صلاحيات للبحث والتحري وتحويل الملف إلى القضاء الذي يطبق الجزاءات المنصوص عليها قانونا[2].

ج- ضمان إحترام حقوق المتعاقدين(المستهلك-العون الإقتصادي)

تضمن الهيئة القضائية حماية شاملة وعادلة لقواعد السوق، إذ لا يقتصر القاضي الجزائي على تسليط عقوبات رادعة فحسب ، انما تمكن العدالة لكل ذي مصلحة من طلب التعويض عن الأضرار التي مست بمصالحه .

يعطي القانون للعون الإقتصادي الحق في الطعن ضد قرار الغلق، أمام المحكمة الإدارية وهي عبارة عن دعوى تجاوز السلطة ،يرفعها صاحب المصلحة إلى القضاء الإداري بقصد إلغاء وإبطال قرار إداري غير مشروع ، وهذا نصت عليه المادة 801 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية الجزائري[3].

كما يمكن للمدعي ،المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به من جراء إلغاء هذا القرار.

فللقاضي السلطة في تقدير الأضرار المادية والمعنوية الناجمة عن المخالفة قواعد ممارسات التجارية.

يتبين مماسبق ،الدور الذي يلعبه القاضي في الميدان الإقتصادي ،فهو يعمل على حماية مصالح الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم، عن طريق فرض ضمان احترام قواعد شفافية الممارسات التجارية من طرفهم جميعا ، وحماية حقوق ومصالح المستهلك[4].

---

[1] أميرة حمزة، سمية بن عمارة ، المرجع السابق ، ص 111 .
[2] نجية لطاش، المرجع السابق، ص114.
[3] القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ،ج ر ،عدد 21
[4] زهرة علاوي، المرجع ا لسابق ، ص 135.

المبحث الثاني : العقوبات الجزائية والإدارية والمدنية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية.

لقد عمل المشرع الجزائري على إستبعاد العقوبات التي تمس بحرية الأشخاص ركز على العقوبات المالية ،من خلال الغرامات المفروضة على مخالفي أحكام قانون الممارسات التجارية ومحاربة كل التجاوزات التي من شأنها أن تؤدي بإخلال التوازن في العلاقة التي تربط العون الإقتصادي با لمستهلك من جهة ، والعلاقة التي تربط فيما بين الأعوان الإقتصاديين والتي يسعى من خلالها العون الى تحقيق الربح بإستعمال كل الطرق الممكنة.

فخلافا لما جاء في الأمر رقم 95 -06 المتعلق بالمنافسة، فإن القانون رقم04-02 ،لم ينص على عقوبة الحبس إلا في حالة العود،و في حالة الإعتداء على أعوان الرقابة ، وفي المقابل، نجد أن الغرامات المقررة يتراوح مقدارها بين خمسة آلاف دينار كحد أدنى، وخمسة ملايين دينار كحد أقصى.

لذلك فإن الجرائم الماسة بقواعد شفافية الممارسة التجارية ، تعتبر من الجرائم الإقتصادية التي تضر بمصلحة الإقتصاد الوطني، من جهة ومصلحة المتضرر من جهة أخرى.

تتميز الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية بازدواجية الجزاء ، فهناك عقوبات جزائية نتطرق إليها في المطلب الأول وأخرى إدارية نتطرق إليها في المطلب الثاني .

المطلب الأول : العقوبات الجزائية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية

يحتوي قانون الممارسات التجارية على مجموعة من القواعد القانونية لحماية المستهلك والمنافسة، غير أن هذه القواعد تحتاج إلى جملة من الإجراءات أو الأحكام الجزائية الردعية ،حتى تكون ذات فعالية لحماية المتضرر من كل أشكال الممارسات، جراء الإستغلال غير الشرعي[1]، الذي يتعرض له في تعاملاته المختلفة، سواء في تعامل العون الإقتصادي مع المستهلك اوأعوان اقتصاديين فيما بينهم .

وعليه فإن المشرع الجزائري ميز في قانون الممارسات التجارية بين العقوبات الجزائية الاصلية و العقوبات الجزائية التكميلية على النحو التالي :

الفرع الأول : العقوبات الأصلية

نلاحظ أن المشرع الجزائري خص في قانون رقم 04-02 ، عقوبات أصلية تتمثل في الغرامات المالية كأصل والحبس كإستثناء.

أولا :الغرامة المالية

تعتبر الغرامة من أهم العقوبات التي تفرض على مرتكبي الجرائم الإقتصادية ،وهي من أنسب الجزاءات تطبيقا على الأعوان الإقتصاديين المخالفين ، والسبب في ذلك أنها تصيب هؤلاء في ذممهم المالية والتي تعتبر ركيزة النشاط الإقتصادي الذي يمارسونه ،إذ في كثير من الأحيان تكون الذمة المالية هي الدافع إلى إرتكاب المخالفة[2]، إذ أن أغلب المخالفات يكون الهدف منها تعزيز هذه الذمة المالية والزيادة فيها .

وتحديد قيمة الغرامة يراعى فيها جسامة الفعل المرتكب ،حتى يتحقق غرض منها في الزجروالردع[3] وقد قررالمشرع هذا النوع من الغرامة في نص المادة 33 من القانون رقم 04-02 على أنه، يجب أن لا تقل الغرامة عن 80 % من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته .

لقد ميز المشرع بين هذه المخالفات، إذ جعل لكل منها عقوبة خاصة بها ،حيث شدد العقوبة في بعض المخالفات مقارنة مع باقي المخالفات الأخرى وذلك على النحو التالي:

---

[1] أحمد مريشة، مرجع سابق، ص105.
[2] كريمو زرقاوي، المرجع السابق، ص34.
[3] نوال كيموش، المرجع السابق، ص 76.

أ-بالنسبة لعدم إعلام الأسعار والتعريفات :

تعاقب المادة 31 من القانون رقم 04-02 ، عن عدم إعلام العون الإقتصادي بالأسعار والتعريفات بغرامة من خمسة ألاف دينار إلى مائة ألف دينار[1] ،على خلاف ماكان عليه في الأمر رقم 95-06 الملغى التي كانت المادة 61 منه ،تعاقب بغرامة من خمسة ألاف دينار إلى خمسمائة ألف دينار ،عن عدم إشهار الأسعار[2]، ويعتبرعدم إعلام الأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 07.06.04 من القانون رقم 04-02.

وتضاعف هذه الغرامة إذا كان العون الإقتصادي في حالة العود، و يعتبر هذا الأخيرفي حالة العود إذا إرتكب مخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه، خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط، طبقا لنص المادة 47 من قانون 04-02 ،المعدلة بالمادة11 من القانون رقم 10-06[3].

ولم يفرق المشرع الجزائري بين المستهلك أو العون الإقتصادي كا لضحية .

كما توجد نصوص أخرى ،تعاقب على عدم إعلام الأسعارالخاصة بالخدمات والنشاطات المقننة ،مثل ماجاءفي قانون رقم 99-01 الخاص بالفندقة، في المادة 84 منه، والتي تنص على أن:"يعرض عدم تعليق أسعارالخدمات التي تقدمها المؤسسة الفندقية ، صاحبها الى دفع غرامة مالية تتراوح مابين عشرة ألاف دينار (10.000دج)إلى أربعين ألف دينار(40.000دج) وتتضاعف هذه الغرامة في حالة العود.

يعاقب المورد الإلكتروني بغرامة من 50.000دج إلى 500.000دج عندما يخالف أحكام المنصوص عليها في المادة 11 من قانون 18-05.[4] للتجارة الإلكترونية .

ب-بالنسبه لعدم الاعلام بشروط البيع ومميزات المبيع :

---

[1]نصت المادة 31من القانون رقم04-02 على :" يعتبر عد م الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالف لأحكام المواد 4،6،7 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من خمسة ألاف دينار (5.000دج)إلى مائة ألف دينار (100.000دج)" .

[2]نصت المادة 61 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة على :" يعتبر عدم إشهار الأسعار ،مخالفة لأحكام المواد من 53إلى54 ويعاقب عليه بغرامة من خمسة ألاف دينار(5.000دج)إلى خمسمائة ألف دينار (500.000دج)"

[3]عدلت المادة47 من قانون رقم 04-02 بالمادة 11 من القانون رقم 10-06 ،التي عرفت حالة العود بقيام العون الإقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال سنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط ، بعدما كانت المدة سنة واحدة وألغيت عقوبة شطب السجل التجاري واستبدلت بالمنع من مزاولة النشاط لمدة لاتزيد عن10 سنوات وعدلت مدة عقوبة الحبس، من 3اشهر الى سنة واحدة بعقوبة من 3أ شهر الى 5سنوات .

[4]المادة 11 من القانون رقم 18-05، تنص على مايلي:" يجب أن يقدم المورد ألإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن البيانات على سبيل المثال لاعلى سبيل الحصر ....." .

تلزم المادة 08 من القانون رقم 04-02، البائع قبل إختتام عملية البيع، بإخبار المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة وشروط البيع الممارس والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، لعملية البيع أو الخدمة .كما تفرض المادة 09 من نفس القانون على الأعوان الإقتصاديين أن تكون شروط البيع إجبارية في العلاقة االتعاقدية، ويعد أي إخلال بواجب الإعلام جنحه تعاقب عليها[1] المادة 32 من القانون رقم 04-02 ،الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، "على أنه يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 08و 09من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من عشرة ألاف دينار (10.000دج) إلى مائة ألف (100.000دج)".

إن الغرض من توقيع الجزاء هو رفع الغبن والإستغلال غير المشروع للمتضرر من قبل العون الإقتصادي ،ولم يفرق المشرع في هذه الحالة، بين المستهلك أو العون الإقتصادي كالضحية .

ج- بالنسبة لعدم الفوترة

طبقا للمادة 33 من قانون رقم 04-02 ،يعد العون الإقتصادي مرتكبا مخالفة موصوفة بعدم الفوترة ويعاقب عليها بغرامة تقدر ب80%من المبلغ الإجمالي الذي كان يجب فوترته ومهما بلغت قيمته[2] . بينما كان النص السابق المذكور في الأمررقم 95-06 الملغي المتعلق بالمنافسة[3]،في المادة62 منه يحدد نوعين من العقوبات ،غرامة مالية، من خمسة الاف دينارالى مليون دينار ، وبالحبس من شهر واحد إلى سنة واحدة أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وكانت العقوبة على عدم الفوترة في القانون رقم 89-12، المتعلق بالأسعار معاقب عليه بموجب المادة 69 التي كانت تشدد في العقوبة السالبة الحرية ، وكانت تعاقب بالحبس من شهرين إلى ستة أشهر بالنسبة للبيع بالجملة أونصف الجملة ،وبغرامة من ألف دينارإلى عشرة ألاف دينار أو بأحدى هاتين العقوبتين في ايطار العلاقات المهنية.[4]

بالإضافة الى عقوبة عدم الفوترة المنصوص عليها قي القانون رقم 04- 02، فإن القانون الجبائي قرر عقوبات أخرى لهذه المخالفة ،جيث نصت الفقرة 03 من المادة 33 من قانون الإجراءات الجبائية

---

[1] نوال كموش ، المرجع السابق، ص77.

[2] نصت المادة 33 من القانون رقم 04-02 ،على: " دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون يعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته".

[3] أمررقم 95 - 06 المتعلق بالمنافسة ، مرجع سابق.

[4] محمد امين مهري، المرجع السابق،ص 231.

:"يؤدي الإخلال بقواعد الفوترة الملاحظ أثناء ممارسة الحق في التحقيق إلى تطبيق العقوبات الجبائية المحددة في المادة 65 من قانون المالية لسنة2003 المعدلة والمتممة[1] ."

كما نصت المادة 10 من قانو ن 04-02 على أنه ،يجب أن يكون كل بيع سلع ، أوتأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين مصحوب بفاتورة إذ يلتزم البائع بتسليمها والمشتري بطلبها .في حالة الإخلال بالإلتزام يتعرض المخالف الى عقوبة منصوص عليها في نفس القانون .

د -الفاتورة غير المطابقة:

لا يكتفي القانون بمجرد تحرير الفاتورة وتسليمها، وإنما يجب أن يتضمن بيانات وفق شروط وكيفيات أحالتها المادة 12 من القانون رقم 04-02 على التنظيم ،وهو ما فصل فيه المرسوم التنفيذي 05-468 .

وقد بينت المادة34من القانون رقم04-02، الفرق بين البيانات التي تؤدي إلى إعتبار الفاتورة غيرمطابقة ،والأخرى التي تؤدي الى إعتبارها منعدمة ،فعدم ذكر الإسم أو العنوان الإجتماعي للبائع أو المشتري وعدم ذكر رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والإسم الدقيق لموضوع المعاملة وسعر الوحدة من غير رسوم ، يكيف هذه المخالفة على أنها انعداما للفوترة ،وتوقع عقوبة المادة33 من نفس القانون على المخالف.

أما ماعدى هذه البيانات، فعدم ذكرها يؤدي الى تكييف المخالفة إلى فوترة غير مطابقة ويعاقب عليها بالمادة 34 التي تعاقب بغرامة من عشرة الاف دينار الى خمسون ألف دينار.[2]

و-الفاتورة المزورة:

حسب ماجاء في نص المادة 24 من القانون رقم04-02 ،التي تمنع تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة وعاقبت على تحريرها المادة 37 من نفس القانون بغرامة من ثلاثمائة ألف دينارإلى عشرة ملايين دينار[3] .

ز –عدم تقديم الفاتورة للمراقبة:

---

[1]-محمد امين مهري ،مرجع سابق ، ص 232.

[2]زهرة علاوي، مرجع سابق، ص 65 .

[3] نصت المادة 37 من القانون رقم 04-02،على:"دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي ،تعتبر كل مخالفة لأحكام المادتين 24و25 من هذا القانون ممارسات تجارية تدليسية ، ويعاقب عليها بغرامة من ثلاثمائة ألف دينار (300.000دج) الى عشرة ملايين دينار (10.000.000دج).

نصت المادة 13 من القانون رقم 04-02 ،على إلتزام آخروهو الإلتزام بتقديم الفاتورة للموظفين الذين يقومون بالتحقيقات ومعاينة المخالفات، وألزمت كل من البائع والمشتري بتقديم الفاتورة متى طلب منه ذلك، مباشرة وإستثناءا إذا كان مبرر شرعي، تمهل الإدارة المعنية للعون الإقتصادي وتحدد له أجلا ليقدم فاتورته أو فواتيره ،فحتى ولو حررت فاتورة مطابقة ولم يتمكن المشتري منها .

فعدم تقديمها ،وفقا لأحكام المادة 13 يعتبر مخالفة تعاقب عليها المادة 33 من نفس القانون التي تعتبرها مخالفة عدم فوترة ، وتخضع لجميع الأحكام العقابية لأن عدم تقديمها يجعلها في حكم العدم[1] .

ثانيا :توقيع عقوبة الحبس :

تنص المادة 47 من القانون رقم 04-02 المعدلة بالمادة 11من القانون رقم10-06 ،على عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات ،تعد عقوبة الحبس من العقوبات المقيدة السالبة للحرية، حيث أصبحت عقوبة الحبس عقوبة تخييرية في يد القاضي، بإمكانه تطبيقها في حالة معارضة المراقبة ،إلى جانب عقوبة الغرامة أو بإحداهما، وفي حالة العود إلى جانب عقوبتي المنع من ممارسة النشاط ،بصفة مؤقتة و هذا تدعيما لشفافية الممارسات التجارية[2].

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

إلى جانب العقوبات الأصلية ثمة عقوبات تكميلية ، إما أن تكون وجوبية أو جوازية لا يمكن النطق بها إلا في الحالات المنصوص عليها قانونا.

أ-المصادرة

يقصد بالمصادرة نزع ملكية أو أكثر من مالكها، وإضافتها إلى ملك الدولة بغير مقابل[3].بأمر من

بأمر من القضاء،حيث تؤدي إلى المس بالذمة المالية للمخالف، ولقد عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات[4] ،على أنها الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة من الأموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الإقتضاء والمصادرة كعقوبة تكميلية ،تعد من الحلول الناجحة التي تلجأ إليها الدولة لأن العفو لا

---

[1]تنص المادة 33 من قانو ن رقم 04-02 على :"دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي ،تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد10و11و13 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80 %من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته ".

[2]نجية لطاش ، المرجع السابق ،ص183.

[3] محمد بودالي، المرجع السابق، ص 62.

[4] القانون رقم06-23 المؤرخ في 20-ديسمبر2006،.يعدل ويتمم الأمررقم6 0-156 المؤرخ في08 يونيو1966، المتضمن قانون العقوبات ، ج ر،. عدد84 .

يغير من طبيعة السلعة، من سلعة فاسدة الى سلعة سليمة، صالحة للاستهلاك .فالأشياء تظل تمثل خطرا على المجتمع ومصادرتها تبقى الطريقة المثلى لدرء هذا الخطر، كما أن التقادم أو مرور الزمن لا يؤثر عليها لأن زوال الوقت لا يعني زوال الخطر.

وبما أن المصادرة فتنصب على الشيء ذاته بغض النظر عن صاحبها ،لأن هذه الأخيرة تتصل بالأشخاص وتطبق عليهم دون إستثناء[1]،عندما يصدر الحكم يرفع اليد عن السلع المحجوزة وتعاد إلى صاحبها ،تتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كانت السلع قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا إو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المتصرف فيها على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز ولهذا الأخير الحق في طلب التعويض من الدولة عن الضرر الذي لحقه [2].

وقد نص المشرع الجزائري صراحة ،على المصادرة كعقوبة تكميلية في القانون رقم 04-02، حين نصت المادة 44 منه على ما يلي :"زيادة على العقوبات المنصوص عليها في هذا القانون يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة" .وبذلك فإن المصادرة أمر جوازي يمكن للقاضي أن يحكم به أو أن يستبعده. وعليه فإنه في حالة إمتناع المتدخل عن إعلام المستهلك بأسعار المنتوجات وشروط 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 والتنظيم المعمول بهما، أما إذا كانت موضوع حجز إعتباري، فإن المصادرة تكون على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، بحيث يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية[4].

ويشكل الحكم النهائي بالمصادرة سند ملكية للدولة، لأنه بعد صدور هذا الحكم تنتقل الأشياء موضوع المصادر إلى ملكية الدولة دون حاجة إلى إجراءات تنفيذية.[5]

ب-نشر الحكم أو القرار الإداري :

إن لعقوبة نشر الحكم و تعليقه ،بالغ الأثر على المدان في جرائم المساس بمصلحة ا لمستهلك أوالعون الإقتصادي، حيث تعتبرجد فعالة لما لها من تأثير على سمعة العون الإقتصادي ،فهي تصيبه في شرفه

(1) محمد بودالي، المرجع السابق، ص73.
(2) سفيان بن قري ، مرجع سابق ،ص137.
(3)شهيناز رفاوي، المرجع السابق، ص 219 .
(4)المادة 44 من القانون رقم04-02 ،مرجع سابق.
(5)شهيناز رقاوي، المرجع السابق، ص220.

وسمعته التجارية،التي يعتمد عليها في كسب ربحه وتنمية دخله ،فقدان الثقة فيه يؤدي إلى تقليل حجم مكاسبه المالية المستقبلية وعزوف الجمهور عن التعامل معه ،بسبب ما يسمعه الزبائن والمستهلكين عامة عن تجاوزاته وهذاعن طريق وسائل الإعلام ،وهذا يؤثر على نشاطه مستقبلا، كما يحدث هذا إنزعاجا في أوساط التجار لأن صداه يصل الى الرأي العام، وبالتالي الحذرمن التعامل معه.[1]

وقد نص المشرع الجزائري على نشر القرار، كعقوبة تكميلية في المادة 09 من قانون العقوبات وتجيز مادة 48 من القانون رقم 04-02، للقاضي أو الوالي المختص إقليميا وفي جميع المخالفات قواعد الشفافية الحكم على نفقة المحكوم عليه أو مرتكب المخالفة بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية، أو لصقه بأحرف بارزة في لأماكن التي يحددنها[2].

ويعاقب كل من قام بإتلاف أو اخفاء أو تمزيق المعلقات بالأحكام الصادرة، طبقا لما هو منصوص عليه في المادة 09 فقرة12 من قانون العقوبات،بالإدانةبالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنتين ،وبغرامة من 25.000دج إلى 200.000دج، مع الأمر من جديد بتنفيذ التعليق على نفقة الفاعل.

ج- المنع من ممارسة النشاط:

غلق المؤسسة، يقصد به منع الجاني من مزاولة نشاطه التجاري وهذا ما أشارت إليه المادة 16 مكرر من قانون العقوبات :"يترتب على عقوبة غلق المؤسسة منع المحكوم عليه أن يمارس فيها النشاط الذي أرتكب الجريمة بمناسبته ، ويحكم بهذه العقوبة إما بصفة نهائية أو لمدة لا تزيد عن عشرة سنوات في حالات الإدانة ، لإرتكابه جناية وخمس سنوات في حالة الإدانة لإرتكابه جنحة. ،ويجوز.أن يأمر بالنفاذ المعجل بالنسبة لهذا الإجراء".

لقد تضمنت المادة 47 من قانون رقم04 -02 ، المعدلة والمتممة بنص المادة11 من قانون رقم 10-06 للممارسات التجارية في فقرة الثالثة منها ،تحديد مدة المنع من ممارسة النشاط التجاري لمدة لاتزيد عن 10 سنوات وهذا في حالة العود .

إن القانون رقم 04-02، لم ينص على هذا الإجراء بل نص عليه كجزاء إداري يتخذه الوالي المختص إقليميا بناءا على إقتراح من المدير الولائي للتجارة ،كما سبق تبيانه وهذا لا يعني أن القاضي لا يمكنه

---

[1] نوال شبيرة، المرجع السابق، ص176 .

[2] تنص المادة 48 من القانون رقم 04-02،على أنه:"يمكن للوالي المختص إقليميا،وكذا القاضي أن يامرعلى نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا.بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددانها ."

الأمر بهذا الإجراء في غياب نص يمنعه صراحة من ذلك ،إذ يجوز له الأمر بالغلق تطبيقا للقواعد العامة الواردة في قانون العقوبات ، بالنظر لما يمثله هذا الإجراء من أهمية وذلك بعدم السماح للمحكوم بممارسة العمل في المحل أو المؤسسة ،ومن ثمة إرتكاب جرائم جديدة، وإجراء الغلق قد يكون بصفة نهائية أو مؤقتة.

أما فيما يخص التعاملات الإلكترونية، جاء المشرع بعقوبة تكميلية تطبق على المورد الإلكتروني عند مخالفته لأحكام المادتين 11 و 12 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، تتمثل في تعليق منصات الدفع الإلكتروني ، حيث تقوم الجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر، بتعليق جميع منصات الدفع التي يوجزها مورد الإلكتروني مرتكب المخالفة لمدة لا تتجاوز 6 أشهر[1].

الفرع الثالث: الجزاء المدني

إن متابعة الممارسات المخالفة لأحكام إعلام الأسعار أو أحكام الفوترة، المنصوص عليها في القانون رقم04 - 02 ، من طرف القاضي أو الجهات الإدارية المختصة، والحكم على المخالف بالعقوبات الأصلية أو التكميلية المقررة لها ،لا يحول دون حق كل شخص طبيعي أو معنوي متضرر من المخالفات من المطالبة بتوقيع الجزاءات المدنية ،ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام إعلام الأسعار أوأحكام الفوترة.[2]

المشرع لم يفرق بين العون لإقتصادي أو المستهلك كالضحية.

أولا : الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالإلتزام بإعلام الأسعار

يعد الإلتزام بالإعلام ،إلتزاما مستقلا عن العقد وسابق له، شأنه شأن الإلتزامات الأخرى، التي تنشأ بنص قانوني.

ان الغرض من الإلتزام بإعلام المتعاقد،هو غرض إجتماعي وهو حماية هذا الأخير من الغش الذي يمكن أن يصدر من العون الإقتصادي[3] .وعليه فإن الإخلال بإعلام الأسعار في المرحلة السابقة على التعاقد ،يعطي الحق أويخول للمضرور المطالبة بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية طبقا للمادة

---

[1]نصت المادة 39 من القانون رقم 18-05على :"يعاقب بغرامة من 50.000دج الى500.000دج كل مورد إلكتروني ، يخالف احد الإلتزامات المنصوص عليها في المادتين 11و12 من هذا القانون. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه الى جميع منصات الدفع الإلكتروني ، لمدة لاتتجاوز ستة (6اشهر)."

[2]عمران هباش، المرجع السابق، ص49.

[3]بختة موالك ،" الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري" ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الإقتصادية والسياسية، عدد2 ،الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 1999، ص 39.

124 من القانون المدني[1] .لأن الإلتزام بالإعلام مصدره القانون، المنصوص عليه في المادة 04 من القانون رقم04-02، .كما أعطى المشرع لجمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية الحق في التأسيس كطرف مدني، ورفع شكوى لوكيل الجمهورية، ضد كل عون إقتصادي إرتكب جريمة عدم إعلام الأسعار، ومن ثمة المطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق بالمتعاقدين من جراء ذلك[2]، وهوما توضحه المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي تنص على أنه :"عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فرديه تسبب فيها نفس المتدخل ذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

إن الإستناد إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، في التعويض عن الأضرار الناجمة عن عدم الإعلام الأسعار، يتضمن فائدة كبيرة للمستهلك، حيث لا يمكن إعفاء العون الإقتصادي من المسؤولية أو التخفيف منها، كما أن قواعدهذه المسؤولية تسمح للمضرور أن يعوض عن كل الأضرار التي تلحقه سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة[3].

ثانيا : الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالإلتزام بالفوترة

يتمثل الجزاء المدني فيما يخص عدم الفوترة ،في حق الزبون في التنفيذ العيني، وهو أن يسلم له العون الإقتصادي الفاتورة، في الشكل وضمن الشروط والكيفيات المقررة قانونا، كما يمكنه المطالبة بفسخ العقد في حالة عدم تسليمه الفاتورة من طرف العون الإقتصادي لأن الفاتورة تعد وسيلة لإثبات هذا العقد[4]وبالتالي يمكنه المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر.

المشرع لايفرق بين العون الإقتصادي والمستهلك كضحية.

المطلب الثاني : العقوبات الإدارية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية

لقد كرس المشرع ،الجزاء الإداري من أجل الوقاية من المخاطر التي تلحق بالمتعاقد من جراء الأفعال التي يرتكبها الأعوان الإقتصاديين طيلة عملية عرض المنتوج للإستهلاك.

---

[1]المادة 124 من الأمر رقم 75 -58 المؤرخ في 26سبتمبر1975 المتضمن القانون المدني، ج ر ،عدد78 ،المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20جوان 2005، ح ر ،عدد44.

[2]محمد بودالي، المرجع ا لسابق ،ص87 .

[3]ذهبية حامق، المرجع السابق، ص298.

[4]المادة30 من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26سبتمبر1975 ،المتضمن القانون التجاري ،ج ر،عدد78، المعدل والمتمم بالقانون 05-02 ،المؤرخ في 09 فبراير ،2005 ،ج ر، عدد11.

لذلك فالهدف من الجزاء الإداري ،هو الوقاية من المخاطر التي تهدد صحة المتعاقد ومصالحه، فقيام العون الإقتصادي بعرض منتوجات للإستهلاك لا تحمل وسما ، تكون في غالب الأحيان خطيرة بصحة هذا الأخير ويهدف العون الإقتصادي إلى إخفاء بعض المكونات فيها ،ويتنوع الجزاء الإداري المطبق على العون الإقتصادي بتنوع الجرائم التي يرتكبها كجريمة عدم اعلام الأسعار وشروط البيع وعدم الفوترة.[1]

الفرع الأول : حجز السلع

لقد أدرج المشرع ضمن المادة 39 من القانون رقم 04- 02 المعدل بموجب المادة 08 من القانون رقم 10- 06 ، جميع الحالات التي يترتب على إثرها حجز البضائع منها المرتبطة ، بعدم إشهار السلع ، عدم احترام اجراءات الفوترة التي تنص على :"يمكن حجز البضائعمخالفةالمواد:

4و5و6و7و8و9و10و11و12و13و14و20و22مكررو23و24و24و25و26و27 (2و7)و28من هذا القانون ،أيا كان وجودها...." ، تفيد بأنه لا يمكن تفعيل الحجز،وتوقيعه إلا في حالة معاينة المخالفات التالية .[2]

- المخالفات المنصوص عليها بموجب نص المواد 7.6.5.4 من القانون رقم 04-02 وهي مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وتنفيذه ، أين يمكن حجز البضائع موضوع المخالفة المرتكبة .

- المخالفات المنصوص عليها بموجب نص المادة 08 من القانون رقم04-02 وهي مخالفة عدم

الإعلام بشروط البيع .

- المخالفات المنصوص عليها بموجب نص المادة 10 من القانون رقم 04-02 ،وهي التعامل

بدون فوترة ، فيما بين الأعوان الإقتصاديين ، ورفض العون الإقتصادي تسليم المستهلك الفاتورة

- المخالفات المنصوص عليها بموجب نص المادة 13 من القانون رقم 04-02 ،وهي رفض

العون الإقتصادي تقديم الفاتورة للموظفين المؤهلين قانونا عند طلبها .

---

[1] ذهبيةحامق، المرجع السابق، ص 341.

[2] أحمد مريشة، مرجع سابق، ص 113.

في ذلك السياق فقد نصت المادة 39 من القانون رقم 04-02 المعدلة ، على الأشياء التي يمكن أن تكون موضوع الحجز، والمتمثلة في البضائع وكذلك العتاد والتجهيزات المساعدة في إرتكاب المخالفة ،أين أكدت هذه المادة ، على جواز حجز الوسائل التي لاترد عليها المخالفة ولكنها إستعملت لإرتكاب وتحقيق هذه المخالفة ،كوسيلة النقل التي يستعملها العون الإقتصادي لتحقيق المخالفة ، فيمكن حجزها بإعتبارها وسيلة مساعدة في تحقيق المخالفة .

كما يمكن لمديرية التجارة حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة، مع مراعاة الحقوق ، مع مراعاة حقوق الغير حسن النية .[1]في حالة الحجز على عتاده وتجهيزاته ،فإنه يمكن له المطالبة بإسترداد ها ،وذلك بطلب ، إما أمام وكيل الجمهورية أو أمام المحكمة الجزائية ، ويتعين تقديم الطلب قبل أن يصبح حكم المصادرة نهائيا .

جاء في المادة09 المعدلة والمتممة للمادة 36 مكرر، من الأمر رقم66-155المتضمن قانون الإجراءات الجزائية على:"إذلم يتم إخطار أية جهة قضائية ،أو إذاأصدر قاضي التحقيق أمرا بانتفاء وجه الدعوى دون أن يبت في رد الأشياء المحجوزة ، يمكن وكيل الجمهورية أن يقرربصفة تلقائية أوبناءا على طلب رد تلك الأشياء مالم تكن ملكيتها محل نزاع جدي .وإذا لم يقدم أي طلب استرداد خلال 06 أشهر من تاريخ الإعلام بمقرر الحفظ ،أو تبليغ الأمر بانتفاء وجه الدعوى تؤول ملكية الأشياء غير المستردة للدولة ، مع مراعاة حقوق الغير حسن النية .،ويكون الأمر كذلك بالنسبة للأشياء التي تقرر ردها ولم يطالب بها صاحبها خلال 03 أشهرمن تاريخ تبليغه " .

وككل إجراءات الحجز المتعلقة بمخالفة أحكام القانون رقم 04-02، فيجب أن يحرر محضر جرد المحددة إجراءاته، وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 05-472 ، المتعلق بإجراء جرد المواد المحجوزة ،الذي وضح كيفية تحرير الجرد وألحقه بنموذج للمحضر ،كما سمح للموظفين الإستعانة بخبير مختص، خاصة في تقدير المواد المحجوزة ، كما أشار إلى إمكانية المنازعة في الجرد[2].

كما حدد طريقة تقدير المواد التي تم جردها ،وهي لاتختلف عن طريقة تقدير قيمة المواد المحجوزة في حالة الحجز الإعتباري، حيث تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف

[1]المادة39من القانون رقم 04-02 مرجع سابق .

[2]المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05- 472 المؤرخ في 13 ديسمبر سنة 2005، المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة :"في حالة التحقيق في الجرد يتم إجراء جرد جديد أو جرد تكميلي يتضمن الأسباب التي تبرر ذلك ".

المخالف أو بالرجوع إلى سعر السوق[1]،حسب ماجاء في المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-472.

وإذا حكم القاضي بالمصادرة ،طبقت أحكام المادة 44 من القانون رقم 04-02 ، وإذا قرر رفع اليد فترد المحجوزات لصاحبها أو يسترد قيمتها ،وفي كل الأحوال يحق له طلب التعويض حسب نص المادة 45 من القانون رقم 04-02.

الفرع الثاني : الغلق الإداري

يقصد بالغلق الإداري : منع مرتكب الفعل من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه قبل إغلاق محلة[2]

يمكن للوالي المختص محليا وبعد إقتراح من المدير المكلف بالتجارة ،أن يقرر غلق محل مرتكب المخالفة لمدة أقصاها 60 يوما بقرار إداري قابل للطعن فيه أمام المحكمة الإدارية المختصة ، وفي حالة إلغاء القرار يجوز للعون الإقتصادي المطالبة بالتعويض ضرر الذي لحقه من جراء الغلق الإداري غير مشروع[3].

حيث نصت المادة 10من القانون رقم10- 06 ،التي عدلت المادة 46 من القانون رقم 04- 02 بأن الغلق يكون بقرارمن الوالي بناءا على إقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، وأضاف التعديل شمول المخالفة للمواد من 04إلى 09 بأحكام الغلق الإداري، و أكد على أن القرارقابل للطعن فيه أمام القضاء ،وفي حالة الإلغاء يمكن للمتضرر من المطالبة بالتعويض.

لقد تم التعديل في مدة الغلق من 30يوم إلى 60 يوما ، كما نصت المادة 47 من نفس القانون على أنه يمكن أن تسلط عقوبة الغلق في حالة العود، لكل مخالف. والواقع أن هذه الإجراءات بالرغم لما لها من أهمية للوقاية من الأفعال الضارة والخطرة في مجال النشاط الإقتصادي وحماية المتعاقد إلا أنه يعاب على هذا القرارأنه يمتد إلى الغير، منهم العاملين بالمحل أو المؤسسة ولذلك يجب أن يقتصر حق إصداره على السلطة القضائية حماية للحقوق والحريات الفردية[4].

---

[1]المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05- 472 ،على أنه: "يتم تقدير المواد التي تم جردها حسب قيمتها التجارية الحقيقية على أساس سعر البيع المطبق من مرتكبي المخالفة والذي يحدد حسب آخر الفواتير المحررة والمتعلقة بنفس المواد، أو مواد مماثلة، أو في حالة عدم توفر هذا السعر باللجوء إلى سعر السوق الحقيقي، أو سعر البيع المطبق في نفس الشروط التجارية من الأعوان الإقتصاديين الآخرين الذي يمارسون نفس نشاط مرتكب المخالفة".

[2]أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص494.

[3]محمد أمين مهري، المرجع السابق، ص 239.

[4]أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في (القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية) ،دراسة مقارنة، ا لجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ،2009،ص 129.

في حالة عدم إعلام الأسعار والتعريفات وشروط البيع، تطبق عقوبة غلق المحلات التجارية في حالة العود، وهذا مخالفة لأحكام القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،ويعتبر العون الإقتصادي في حالة العود طبقا لهذا القانون، كلما قام بمخالفة أخرى،لها علاقة بنشاطها خلال السنتين التاليتين لإنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

أما بالنسبة للمخالفات، التي تتم بإستخدام الوسائط الإلكترونية ،فإنه وعندما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء قيامه بنشاطه، لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل، يتم تعليق تسجيل أسماء ناطق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء الناطق في الجزائر، بناء على مقرر من وزارة التجارة، بحيث لا يمكن تتجاوز مدة التعليق لتحفظي 30يوما[1] .

كما يتم التعليق الفوري لإسم الناطق ،بناءا على مقررة من وزارة التجارة،وهذا إذا لم يتعهد المورد الإلكتروني سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، بتوفير السلع أو خدمات الى المتعاقد الإلكتروني عن طريق الإتصالات الإلكترونية ودون تسجيل مسيق في السجل التجاري، ويبقى التعليق ساري المفعول إلى غاية تسوية الوضعية[2].

تحدد المادة 46 من القانون رقم 04-02، صاحب الإختصاص في إصدار قرار الغلق، بحيث أنها إقتصرت هذه السلطة على الوالي، دون غيره، وبالتالي لا يجوز لأي موظف أو جهة إدارية أخرى أن تتعدى على هذه السلطة ،ولا يتعين على صاحب الإختصاص القانوني أن يتنازل عنه أو يفوضه لغيره إلا بنص تشريعي صريح.

يكون الوالي مختصا، اذا وقعت المخالفة المضبوطة في النطاق الجغرافي للولاية التي يمارس سلطاته فيها[3]، تحت طائلة وقوع القرار الصادر في عيب عدم الإختصاص الإقليمي .

---

[1] نصت المادة 43 من قانون رقم 18- 05 للتجارة الإلكترونية على :" دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها ، عندما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء ممارسة نشاطه مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسات الأنشطة التجارية ، يتم تعليق تسجيل أسماء الناطق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنع أسماء ناطق في الجزائر بناءا على مقرر من وزارة التجارة ،لايمكن أن تتجاوز مدة تعليق التحفظي بإسم الناطق ثلاثون يوما".

[2] نصت المادة 42 من قانون 18-05 على :"تقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء الناطق في الجزائر بنا ءا على مقرر من وزارة التجارة با لتعليق الفوري لتسجيل أسماء الناطق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر يقترح توفير سلع وخدمات عن طرق الإتصالات الإلكترونية دون تسجيل مسبق في السجل التجاري ، يبقى تعليق هذا الموقع الألكتروني ساري المفعول الى غاية تسوية وضعيته ".

[3] أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 217.

يفرض القانون على الوالي لإصداره لقرار الغلق أن يستند إلى إقتراح المدير الولائي للتجارة ويكون هذا الإقتراح ،في شكل مراسلة مسببة و معززة بالمحاضر المثبتة للوقائع المسندة للعون الإقتصادي المخالف وبالتالي فإن هذا الإجراء يعتبر إجراء أولي ضروري لصحة قرار الغلق .

ويملك الوالي سلطة نشر قرار الغلق، في الصحافة الوطنية أو في الأماكن التي يحددها الوالي كجزاء إضافي جوازي، وتكون نفقات النشر على عاتق العون الإقتصادي الصادر في حقه الغلق.

أولا : أثار الغلق الإداري

يهدف قرار الغلق الإداري إلى منع العون الإقتصادي الإستمرار في المخالفة ،و إلى الوقاية من تكرارها في المستقبل ، فالغلق يقع على المحل التجاري[1]، فالجزاء هنا هو جزاء عيني وليس شخصي بحيث أنه اذا قام العون الإقتصادي بنقل ملكية المحل التجاري بعد إرتكابه للمخالفة ،فإن الجزاء يلحق بالمحل التجاري في أي يد كان، أما إذا كان إنتقال المحل التجاري إلى الغير بعد التصفية ،فإن الغلق لا يوقع على المحل التجاري الذي أصبح بإسم مالك آخروسجل تجاري جديد[2].

وبالرغم لما لهذا الإجراء من فعالية في منع وقوع الجريمة مستقبلا أو إستمرار وقوعها ،إلا أن له عيوب، حيث أن أثار هذه العقوبة لا تبقى في حدود العون الإقتصادي ،بل أنها في بعض الأحيان تمتد إلى غيره من الأشخاص، فقد يتوقف العون الإقتصادي عن دفع أجرة عماله أو التوقف عن دفع بعض المنح التي كانوا يتمتعون بها ، كما أن هذه الأثار قد تمتد إلى جمهور المستهلكين الذين قد تتعطل بعض الخدمات التي كانوا يتمتعون بها، لذلك فإن المشرع الجزائري لا يلجأ إلى إجراء الغلق إلا في الأحوال الجسيمة.

أما بالنسبة للغير حسن النية، كالمالك و جميع من لهم على المحل حق إمتياز أو رهن أودين فإن حقوقهم تبقى محفوظة إذا ظلوا بمعزل عن المخالفة.[3]

---

[1] عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ،القسم العام ،الجزء الثاني ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2002. ص160 .

[2] أحمد خديجي ،المرجع السابق ،ص219.

[3] عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة، ماجيستر في القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق ،جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2010 ، ص 170.

ثانيا –ضمانات العون الإقتصادي في مواجهة قرار الغلق

بالرجوع إلى المادة 46 الفقرة الثانية و الثالثة ،فإن من حق العون الإقتصادي الموجه ضده قرار الغلق، الطعن فيه أمام العدالة ، وحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر الناجم عن عدم مشروعية القرار الصادر في حالة الحكم بإلغاءه من طرف القضاء .

ويتعين على الإدارة تبليغ القرار للمخالف، إما بالتسليم الشخصي ،مع وصل الإستلام كما قد يتم عن طريق البريد المضمون مع الإشعار بالإستلام ،او يتم عن طريق المحضر القضائي[1]، وفي حالة عدم وجود العون الإقتصادي المخالف فإن التبليغ يمكن أن يتم عن طريق التعليق . وهكذا فإن جعل قرار الغلق خاضع لرقابة القضاء، يعد ضمانة حقيقية للعون الإقتصادي ضد أي تعسف قد يصدر عن الإدارة التي تحرص على إحترام القانون عند تطبيقها لهذا الجزاء[2].

الفرع الثالث : فعالية الجزاءات في حماية المتعاقد

بإعتبار المستهلك والعون الإقتصادي الركن الرئيسي في إقتصاد السوق،فهما أداة لتحريك الدورة الإقتصادية[3]، فإن قانون الممارسات التجارية تضمن جزاءات مشددة بالمقارنة، مع تلك التي تضمنتها القواعد العامة، حيث حاول المشرع منح حماية أكثر للمتعاقد(المستهلك،عون اقتصادي).

اولا: فعالية الجزاءات في حماية المستهلك

حرص المشرع على فرض الغرامات المالية ورفع حدودها الدنيا والقصوى إلى قيمة مالية معتبرة حتى يمكن تحقيق التوازن بين الأخطار والأضرار الناجمة عن الجريمة وبين العقوبة المقضي بها بما يحقق الردع[4] ،كما أن الغلق يعد عقوبة فعالة في منع تكرار المخالفة في المستقبل والحيلولة دون وقوعها من جديد، لذلك نجد أن كافة قوانين الإستهلاك تستعين بهذه العقوبة بهدف حماية المستهلك بصفة خاصة، وحماية إقتصاد الدولة بصفة عامة، كما أن المنع من ممارسة النشاط يساهم في حرمان المحكوم عليه من تحقيق الربح لفترة معينة.

---

[1] سمية نايلي، المرجع السابق، ص 73.

[2] مريشة احمد، مرجعسابق، ص113.

[3] العيد حداد الحماية القانونية للمستهلك في ظل إقتصاد السوق رسالة دكتوراه كلية الحقوق ، بن عكنون، سنة 2004،ص 120.

[4] العيد حداد، المرجع السابق ، ص 121.

وقد تشدد العقوبة لتصل إلى حد سلب حرية المحكوم عليه، وذلك بتوقيع عقوبة الحبس والتي تختلف مدتها من تشريع لآخر.

ثانيا :فعالية الجزاءات في حماية العون الإقتصادي والمستهلك

بالرجوع الى نص المادة 49 من قانون رقم 04-02، فإن المشرع قد وضع بعض الإلتزامات على عاتق الموظف المؤهل للتحقيق ، وهي بذلك تشكل ضمانات للعون الإقتصادي، تمنع كل تعسف ضده في مجال المراقبة وضبط المخالفات .

ألزم المشرع ،الموظف المحقق بأداء اليمين القانونية قبل مباشرته لمهامه ،وهو إلتزام يترتب عن إغفاله بطلان جميع المحاضرالتي ينجزها ،كون اليمين شرط لمراقبة الأعوان الإقتصاديين في ممارسة أنشطتهم المهنية والتجارية ،ويتعرض العون المختص لعقوبات جزائية في حالة تقديمه لمعلومات غير صحيحة[1]،أو زيادة أو إنقاص فيها ، مع إلتزامه بكتمان السر المهني[2].

إلزام القانون موظف المراقبة ، بالتعريف بصفته ومهنته وتقديمه تفويضه بالعمل ،تعد من الضمانات التي جاء بها القانون 04-02، وهذا لهدف إعلام العون الإقتصادي، بطبيعة المهمة التي يقوم بها الموظف مؤهل قانونا.

إلزم عون المراقبة بالتوقيع على المحاضر أو تقارير التحقيق أثناء الإنتهاء من تحريرها ،تعد كذلك ضمانة للعون الإقتصادي لمنع كل تعسف من شأنه أن يضر بمصالحه ،تحت طائلة بطلان هذه الإجراءات.

من هنا تظهر الفعالية المترتبة عن وجود مثل هذه الجزاءات في حماية المستهلك، إذ أن العون الإقتصادي بوجود هذه العقوبات يكون عاملا ردعيا من إقدامه على هذه المخالفات في ممارسته التجارية، كما تمكن هذه الجزاءات من إغلاق المجال أمام المنتج أو الموزع المحترف الذي يسعى بما يتمتع به من قدرات الهيمنة على العلاقة الإستهلاكية ،والعقد الذي يبرم في شانها[3] .

---

(1) احمد خديجي، مرجع سابق ، ص266 .

(2)أحمد خديجي ، مرجع سابق ، ص 269.

(3)جمال النكاس،" حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة اللعقد في القانون الكويتي" ،مجلة الحقوق الكويتية،عدد 41، 1989 ، ص 98.

ثالثا : فعالية الجزاءات في حماية المنافسة :

من أجل السير الحسن للمنافسة التي تعود بالفائدة على المتعاقد ،سعت مصالح وزارة التجارة بمراقبة كل الممارسات المقيدة للمنافسة في السوق، واحترام الممارسات التجارية النزيهة المحددة في قانون رقم 04-02، ومحاربة الممارسات غير مشروعة ،كعدم إعلام بأسعار والفوترة والتمييز والدعاية الكاذبة ، لذلك كرس المشرع الجزائري آليات موضوعية ومؤسساتية مكونة من مصالح مركزية متواجدة على مستوى مقر وزارة التجارة ومصالح غير مركزية على المستوى الجهوي المحلي وهذا للبحث في هذه الممارسات غير مشروعة وتفعيل التحقيق الإقتصادي لإيجاد الأدلة و الإثباتات [1]،لضبط المعاملات التجارية في ايطارها القانوني، في ظل مستجدات الحياة الإقتصادية ، وإتخاذ جميع الإجراءات الرقابية للحد من المنافسات المنافية للمنافسة ، كإقصاء المنافسين وتميز بينهم وتأثير على استقرار المالي والإقتصادي للسوق [(2)]، وتوقيع جزاءات ادارية وقضائية لكل ما من شأنه أن يمس بالممارسة شريفة .

[(1)]نصيرة زوطاط ، "دور وزارة التجارة في مكافحة الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري "، مجلة العلوم السياسية والقانون، الجزائر، مجلد 4 ،عدد20 ،.2020، ص 2،3 .

[(2)]لطفي محمد الصالح قادري،آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية ،أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،ب س ،ص12.

المبحث الثالث : دور الجمعيات في حماية مصالح المتعاقد

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المتعاقد ،المسخرة من طرف الدولة، فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأ ت من أجله، الأمر الذي جعل المتعاقد غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده، وعدم تمكنه في أغلب الأحيان من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد الشفافية لحماية المتعاقد، ولهذا وجدت تكتلات للمستهلكين من جهة وتكتلات أخرى للأعوان الإقتصاديين للدفاع عن مصالحهم ،تعرف بالجمعيات، والمتمثلة في ، جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية.[1]

وقد تناولنا في هذا المبحث، دراسة لمطلبين،المطلب الأول، تحت عنوان الإيطار القانوني للجمعيات اما المطلب الثاني، تحدثنا عن دور الجمعيات في الدفاع عن المتعاقد.

[1]زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 60.

المطلب الأول : الإطار القانوني للجمعيات

يعد تأسيس الجمعيات من ضمن الحقوق التي كرستها مختلف الدساتير الجزائرية ،هذا بالإضافة الى القوانين المختلفة ،ويعد القانون 12-06 [1]، المتعلق بالجمعيات ،من أهم القوانين التي جاء ت بها ورشات الإصلاح السياسي الجزائري ،وسيكون لهذا القانون بالغ الأثر على الحياة الجمعوية في الجزائر، سواء في التأسيس أو النشاط أو الرقابة المفروضة عليه من قبل الدولة .

الفرع الأول :تعريف الجمعيات

عرفت المادة 02 من القانون رقم 12-06 ، :"تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون، تجمع أشخاص طبيعيين أومعنويين على أساس تعاقدي لمدة زمنية محددة ،يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح ،من أجل ترقية الأنشطة لاسيما في المجال المهني والإجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي على الخصوص"

إن خير وسائل الحماية هي التي يختارها المتعاقد ذاته عن طواعية ، كما أن لسلوكه حول هذه المسألة أثر كبير وفعال في حمايته.[2]

الفرع الثاني: تأسيس الجمعيات

تكتسب الجمعية، الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها والمشكلة من أشخاص طبيعية و/أو

معنوية [3] ،وحسب القانون الجديد المتعلق بالجمعيات ،تأسس الجمعية من قبل (10) أعضاءعلى الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية، و(15)عضو بالنسبة للجمعيات الولائية ،منبثقين عن بلديتين على الأقل ،و(21) عضو بالنسبة للجمعيات مابين الولايات منبثقين عن ثلاث (3)ولايات على الأقل و(25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية ،منبثقين عن (12) ولاية على الأقل .

ويمنح وصل التسجيل في حالة قبول الملف القانوني من طرف البلدية ،في حالة الجمعيات البلدية ومن طرف الولاية في حالة الجمعيات الولائية، وتمنح من طرف الوزارة المكلفة بالداخلية في حالة الجمعيات مابين الولايات أو الجمعيات الوطنية ، وتعتبر الجمعية بعد تسليم هذا التصريح التأسيسي معتمدة قانونا.

---

[1]قانونرقم 12-06 ، المؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق 12 يناير 2012، المتعلق بالجمعيات المعدل والمتمم للقانون رقم 90-31، المؤرخ في17 جمادى الأولى 1411، الموافق 4 ديسمبر 1990.

[2]عمارزغبي ، حماية المستهلكين من الأضرار االناتجة عن المنتوجات المعيبة، أطروحة د كتوراهعلوم في الحقوق العام، فرع قانون أعمال ا ، كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر بسكرة ،2013، ص 174 .

[3]المادة2 0 من القانون رقم 12-06 ،المرجع السابق .

كما نصت المادة04 من القانون رقم 12-06 على أنه ، لتأسيس الجمعية وتسييرها يجب توافر مايلي :18سنة فما فوق والجنسية الجزائرية للعضوية ،والتمتع بالحقوق السياسية والمدنية وغير محكوم عليه بجناية أو جنحة تتنافى مع نشاط الجمعية.

أما بخصوص الموارد المالية الجمعيات، فقد حددتها أحكام المادة 29 من القانون رقم 12-06، تتمثل في إشتراكات أعضائها وتبرعات المحسنين والإعانات التي تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية أو منظمات حكومية اجنبية [1] .

اعطى المشرع الجزائري في أحكام المادة43 من القانون رقم 12-06، الحق للسلطات العمومية المختصة أن تطلب تعليق النشاط الجمعوي، أمام الجهات القضائية المختصة [2].

المطلب الثاني : دور الجمعيات في حماية المتعاقد

تعتبر الحركة الجمعوية سمة بارزة من سمات المجتمع الحديث، كونها تعبر عن وعي المجتمع وتفتحه على التعددية والحريات الإنسانية ، إذ يبقى مجال نشاطها في الفضاء المسموح به، فهي تلعب دور وقائي والدفاعي غرض حماية مصلحة المتعاقد .

الفرع الأول :دور جمعيات حماية المستهلك

في إيطار نظام إقتصاد السوق يكون التجار أسيادا في عرض السلع والخدمات ،ويفرضون شروطهم من خلال عقود يحررونها بأنفسهم ، أما بالنسبة للمستهلك فهو مطالب وليس له في الغالب الخيار سوى القبول أو الرفض.

ناهيك عن الأخطار والأضرار التي تمس بسلامته والتي من الصعب أن ينتبه لها ،ويكون عرضة لها أثناء عملية الإستهلاك ،التي تتدخل فيها مجموعة من العوامل والعناصر أهمها الدعاية والإعلام[3].

بصدور قانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش [4]،نجدأنه أعطى تعريفا دقيقا وواضحا لجمعيات حماية المستهلك ،وهذا من خلال الفصل السابع تحت عنوان، جمعيات حماية المستهلك ،في المادة21 منه،والتي نصت على أن"جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله ".

---

[1] انظر المادة 29 من القانون 12- 06،مرجع سابق .
[2] انظر المادة 43من القانون 12- 06،مرجع سابق .
[3] عمار زغبي ،مرجع سابق ،ص175.
[4] قانون رقم 09-03 ،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق .

إذن جمعيات حماية المستهلك هي هيئات تطوعية غير حكومية ،يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني،بإختلاف ثقافتهم واختصاصهم ،ويشترط في هدف الجمعية أن لايكون ماديا أي بغرض الربح،إنما تهدف لحماية المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنها [1]،عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ،ورفع الدعاوى القضائية نيابة عنه لحمايته من جشع التجار والمحتكريين.[2]

وقد أعطى المشرع الجزائري الضوء الأخضر لجمعيات حماية المستهلك لمزاولة نشاطها، سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إيطار الدفاع عن المستهلك ،وذلك بالتدخل الوقائي لحمايته وهذا قبل المساس بصحته وسلامته.

- يتمثل الدور الوقائي للجمعية في إعلام المستهلك من قبل المنتجين ،وله الحق أيضا في ان يحصل على إعلام آخر من قبل جمعية حماية المستهلك، فالإعلام الذي تباشره هذه الأخيرة هو إعلام خاص[3].حيث تلفت نظر المستهلك لعدم شراء السلع التي لاتحتوي على وسم أو مكان صنعها ،ومنع

إستهلاك المواد التي لاتحوي على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية .

-يكون الإعلام أو التوعية عن طريق إعداد نشرات وتوزيعها على المستهلكين أو بالصحف والمجلات أو عن طريق وسائل الإعلام الحديثة ، وتنظيم محاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على إتصال مباشر بالمستهلك ،وإنشاء مواقع إلكترونية وتعزيزها بمدها بنصائح وإرشادات المختصين.

-تلعب هذه الجمعيات دورا هاما بمراقبة الأسعار في السوق،و مدى احترام المنتجين للأسعارالمفروضة من قبل الدولة، لبعض المنتوجات ذات الطابع الإستراتيجي ،كما تتقاسم هذه الجمعيات المسؤولية مع الدولة وذلك بالمراقبة والتنبيه على مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية .

كما تراقب الأعوان الإقتصاديين، وتلزمهم بإعلان الأسعار، حتى يتمكن المستهلك من تحديد إختياراته من السلع ، إذ كل مخالفة لذلك تستوجب عقوبة [4] .

- الدعوى الى المقاطعة، أي الإمتناع عن الشراء[1]، وهنا يظهر دور جمعية حماية المستهلك في إستعمال وسائل الضغط ، على المنتجين ومن بينها الدعوى إلى المقاطعة، أي عدم التعامل مع منتجي

---

[1] Le guide du consommateur Algerien www .commerce.gov.dz publie 01 Février 2019 lu 11- 08 -2020

[2] بختة دندان ،دور جمعيات حماية المستهلك ، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع ، يوم 22،23 افريل 2008 ، المركز الجامعي، طاهر مولاي ، سعيدة ،ص1.

[3] زاهية حورية يوسف،" دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك "،مجلة الحقيقة ، كلية الجقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،عدد34 ،بدون سنة ،ص289 .

[4] وهذا مانصت عليه المادة 31 من قانون رقم 04-02 ، مرجع سابق.

السلع ومقدمي الخدمات، أو كما يسمها البعض الإمتناع عن الشراء [2]، وخاصة إذا تأكدت بأن هناك خطر على صحة وأمن المستهلك أو على قدرته الشرائية.

إن المشرع الجزائري لم يضع نص قانوني، يمنع أو يجيز المقاطعة ،ولكن هناك من يقارنها بالإضراب عن العمل بوجه عام ،إذ لايمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء ،فالقانون لايعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع [3].

واخيرا يمكن القول أن نجاح الدعوى إلى المقاطعة يبقى مرهونا بمدى إستجابة المستهلكين ،والذي لن يتحقق إلا إذاكان هؤلاء على مستوى من الثقافة والوعي ودرجة من التنظيم والإنضباط[4] .

- كما تلعب الجمعية دورا دفاعيا، فيمكنها أن تتأسس كطرف مدني بإسم المستهلك أو عدة مستهلكين ألحقت بهم أضرار تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك.

إعتراف القانون بالصفة التمثيلية للدفاع عن المستهلك، هو إعتراف صريح بتدخل الجمعية في مختلف الدعاوى، بتأسيسها كطرف مدني أما م القضاء الجزائي ،أورفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني.

وفي ظل القانون الملغي رقم 89-02 ، لم تمارس الجمعية حق التقاضى كما يجب ،نظرا لغلاء نفقات وتكاليف التقاضي ومحدودية مواردها المالية ، لكن المشرع ومن خلال القانون رقم 09-03، منحها حق الإستفادة من المساعدة القضائية وذلك بنص المادة 22 حيث ، يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلك المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية .[5]

الفرع الثاني : دور الجمعيات المهنية

تعتبر الجمعيات المهنية المتحدث الرسمي بإسم الأعوان الإقتصاديين العاملين في هذا المجال، والمعبر عن أفكارهم وطموحاتهم نظرا لقدرتها على الوقوف على حيثيات الواقع ،ورصد الإحتياجات الجديدة للأعوان الإقتصاديين بحكم تواجدها في قلب البيئة المهنية ،كما تعبر عن إتجاه الحكومة المهتمة بالمجال والتي لاتستطيع بمفردها إنجاز كافة التطلعات المنتمين للمهنة .

---

[1]-تعرف المقاطعة ،بأنها إتصال موجه للمستهلكين لحثهم على عدم شراء سلعة أوجميع منتوجات مؤسسة أو عدم الإستفادة من خدماتها ، انظر في هذا الصدد ، فهيمة ناصري ،جمعيات حماية المستهلك ، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر ،2004 ،ص 78 وكذلك ، زوبير أرزقي ، مرجع سابق ،ص 217 .

[2] زاهيةحورية ، المرجع السابق ،ص 292 .

[3]بختة موالك ، المرجع السابق ،ص 63،64.

[4] زاهية حورية ،المرجع السابق ، ص 294 .

[5]نوال شعباني، ا لمرجع السابق،ص39.

تتجسد اهداف الجمعية في مناقشة مختلف القضايا التي تخص العون الإقتصادي ، والعمل على إيجاد حلول لها ، وتقديم إستشارات مهنية له،.و هي تلعب دور دفاعي عن مصالحه ،إذ يتكبد العون الإقتصادي مصاريف باهضة نتيجة طول إجراءات الدعوى وتعقيدها ،وهو الأمر الذي يدفعه في غالب الأحيان إلى العزوف على متابعة العون الإقتصادي الأخر (البائع المخالف)،فلجمعية حماية العون الإقتصادي و بما تملكه من إمكانيات مادية ضئيلة ، الى جانب ما لأعضائها من معرفة وخبرة في مجال الإستهلاك، تساند العون الإقتصادي المضرور وتطالب بحقوقه وتدافع عن مصالحه .

تتجسد هذه الغاية من خلال الإعتراف لهذه الجمعيات برفع دعاوي قضائية، نيابة عن الأعوان الإقتصاديين، بموجب دعاوى مستقلة لإلغاء الشروط التعسفية ضدهم .

مع إمكانية تدخلها في الدعاوى الفردية للعون الإقتصادي الرامية الى رفع الضرر وغبن عنه.

يتجلى الدافع وراء تكريس هذا الحق الى ضعف العون الإقتصادي الفرد، في الدفاع والنضال من أجل حقوقه المشروعة ،التي غالبا مايتم إنتهاكها والتعتيم عليها ،بل وحتى تغييبها نهائيا من طرف الأعوان الإقتصاديين المخالفين ،كل هذه المبررات كانت بمثابة أرضية ودعامة جعلت الأعوان الإقتصاديين يقومون بالتجمع في شكل جمعيات تساهم هذه الأخيرة في تمثيلهم أمام الغير[1].

نصت المادة65 من القانون 04-02 ،على جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية بحقها في رفع الدعاوى أمام العدالة، ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون، ويحق لها التاسيس كطرف مدني للحصول على تعويض عن الأضرار اللاحقة.

تستطيع الجمعية أن تطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالأعوان الإقتصاديين ،ومافاتهم من كسب ، كما يمكنها أن تطالب بإ يقاف التصرفات التي تصيبهابأضرار كشخص معنوى ، ولها أيضا أن تطالب بإيقاف التصرفات غير المشروعة المضرة بأعضائها ، ويؤدي إيقاف هذه التصرفات الى عدم الإضرار بباقي المستهلكين[2] ، كما يمكنها أن تطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحق بالمهنة التي تجمع أعضائها.

[1] عمار زغبي، المرجع السابق، ص177.
[2] احمد خديجي ،مرجع سابق ،ص 308.

خلاصة الفصل الثاني :

المشرع لم يتوقف عند فرض الإجراءات المتعلقة بالإعلا م وإجراءات تحرير الفاتورة ،بل فرض عقوبات لضبط الإلتزامات المتعلقة بالإعلام،حيث قام بتشديد العقوبات في قانون رقم04-02 مقارنة بالقوانين السابقة له، كما قرر القانون عقوبات وقائية وإدارية ،كغرامة المصالحة و غلق المحلات التجارية للعون الإقتصادي المخالف ، كما قرر أيضا عقوبات جزائية رادعة ذات طابع مالي، حيث قرر غرامات مالية تقدر بقيمة المنتوج الذي كان لابد من الزبون الإعلام به أو فوترته ،بالإضافة إلى تطبيق العقوبات التكميلية المتمثلة في ، المنع من مزاولة النشاط أو تعليق منصات الدفع إذا كان التعامل الكترونيا، إلا أنه لم يفرض العقوبة السالبة للحرية ،إلا في حالة العود، للأعوان الإقتصاديين خلال مدة سنتين بعد صدور حكم قضائي وفي حالة معارضتهم لموظفي الرقابة خلال تأديتهم لمهام التحقيق ، لهذا يجب تطبيق هذه العقوبة على نطاق واسع وهذا للمحافظة علىفعاليتها، رغم أنها مضمونة في النصوص العامة إلا أنها من الناحية الواقعية تظل غير كافية لتوفير الحماية للمتعاقد.

أما بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية ، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أومن خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها ،ذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين ،التي تحد من فعاليتها من جهة ، وقلة الدعم المادي من جهة أخرى.

خاتمـــــــة

خاتمة

تحرص الجزائر على تعزيز الشفافية في مختلف المجالات، على غرار مجال الممارسة التجارية وذلك لتحسين المناخ الاقتصادي والتجاري.

ومن خلال دراستنا للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ضوء قانون رقم 04-02، تبين أن أحكام هذا القانون ارتكزت أساسا على مبدأ الشفافية، الذي يهدف إلى جعل الممارسة التجارية أكثر وضوحا ، وتعزيز المركز التعاقدي للمتعاقد.

فقد كفل القانون للمتعاقد وفقا لمبدأ الشفافية في المعاملة التجارية، الحق في الإعلام بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وهو ما يعزز اختياره وينور رضاه، وحقه كذلك في الإخبار، وتزويده بمعلومات صادقة ونزيهة حول مميزات المنتوج أو الخدمة، وشروط البيع الممارس، وكذلك ما تعلق بالسعر والنوعية والكمية المطلوبة، ويبرر استعمال الإشهار كوسيلة شفافية في التعامل التجاري.

لقد وضع القانون رقم04-02 احتياطات لتفادي الممارسات التمييزية، والتدليسية التي تضر بمصالح الزبون كونه الطرف الضعيف في هذه المعاملة، حيث قرر لهذه الحماية وسائل متعلقة بالعون الاقتصادي، والمتمثلة في جداول الأسعار والنشرات البيانية ودليل الأسعار، وهناك طرق أخرى تخص المستهلك، تتمثل في العلامات والوسم والمعلقات، و هذا لإضفاء طابع الشفافية على الممارسة التجارية.

مما لا يدع للشك واللبس في هذه العلاقة، فقد كفل القانون الحق في الفوترة كونها وسيلة هامة و قرينة قاطعة لإثبات المخالفة، فيما بين المتعاقدين وهذا في حال وجود نزاع، فقد نظمها المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط وكيفيات تحرير الفاتورة، سند تحويل، ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية.

كما ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني، حسب طبيعة المعاملة بتحرير فاتورة تسلم الى المستهلك الإلكتروني إذا طلبها و في شكلها الورقي .

هذه الالتزامات من شأنها تكريس مبدأ الشفافية في الممارسات التجارية، خصوصا وأن المشرع كرس فكرة المصالحة لكل عون إقتصادي مخالف، كما نص على عقوبات جزائية وإدارية له .

كما نظم المشرع الجزائري دور الجمعيات للحفاظ على حقوق المتعاقد ين،و حماية مصالحه كجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية ..

ومن خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج التالية:

- القانون رقم 04-02 يعتبر قفزة نوعية في التشريع الجزائري، فمن خلال قواعده، يمكن إعادة التوازن لعلاقة المستهلك بالعون الاقتصادي، فهذا الأخير له قدر معتبر من المعلومات حول موضوع التعاقد، مما يجعله في مركز قوي. فقد ألزمه المشرع بإعلام المتعاقد للأسعار والتعريفات والمعلومات الصادقة بمحل العقد.

- لايمكن الحديث عن مبدأ الممارسات التجارية،إلا في ظل علاقة يكون أحد أطرافها عون اقتصادي.

- لقد أقر المشرع عقوبات مالية لمخالفة الالتزام بإعلام الأسعار، وشروط البيع وكذا الفوترة وهي غير كافية لوحدها لحماية المتعاقد، فالعون الاقتصادي المخالف ذو الرأس المال الكبير لا تمثل هذه الغرامات المالية إرهاقا حقيقيا له .

- الوقاية الحقيقية للزبون تتمثل في توعية هذا الأخير لسلوكه الاستهلاكي، ، حيث يجب التريث. في اقتنائه للمنتجات، وكذلك في إقباله على الخدمات .

- تنوع المنتوجات المعروضة في السوق الوطنية بين محلية وأجنبية تنطوي على مخاطر جسيمة، وهنا يظهرواجب الجهات المعنية، في الوقاية والردع، فالواجب على الزبون الإطلاع على النصوص القانونية حتى يعرف حقوقه وواجباته.

- تعتبر الفاتورة من أهم الوسائل التي تكرس شفافية الممارسة التجارية ،وهي وسيلة هامة في إثبات حقوق المتعاقدين .

كما نوصي بجملة من الاقتراحات:

- تقرير العقوبة السالبة للحرية كعقوبة أصلية ،بدل تقريرها في حالة العود ، كونها أداة ردع تساهم في تخفيض نسبة المخالفات الماسة بالممارسة التجارية، لذا من الأفضل تطبيق هذه العقوبة على نطاق واسع.

- فتح مراكز تكوينية متخصصة للأعوان المكلفين بالرقابة، على أن يكون التكوين على مستوى عالي، يجمع بين الجانب النظري والتطبيقي. وإعطائهم الإمكانيات، والحماية القانونية اللازمة أثناء القيام بمهامهم.

- بالرغم من أن جمعيات حماية المتعاقد، تشكل الجهاز الدفاعي عن مصالحه ، إلا أن مردودها ما زال ناقصا، ويعود ذلك إلى نقص التمويل ، لذا من الضروري إنشاء صندوق خاص، لإضفاء الفعالية على نشاطها.

- إشراك جامعات التعليم العالي في دعم البحث العلمي المرتبط برصد وتتبع قضايا المستهلك.

- التوعية القانونية للعون الاقتصادي بواجباته اتجاه المتعاقد لتجنبه الوقوع في المحظور.

- تنظيم ندوات وملتقيات تجمع الأعوان الاقتصاديين، الهدف منها التشاور والتعاون، وتدارك النقائص والعمل بكل ضمير مهني ، لدفع عجلة الاقتصاد وتحسين القطاع الإنتاجي والتجاري على حد سواء.

- سد الفراغ القانوني المتعلق بالجزاءات وهذا بتفعيل دور القضاء المدني فيما يخص مخالفات الممارسة التجارية ، لتسهيل مهمة القاضي، عوض الرجوع إلى القواعد العامة التي تبقى أحكامها ناقصة، وغير ملائمة أحيانا.

- تفعيل الرقمنة لمراقبة الأنشطة الإقتصادية والتجارية ، من خلال إدراج التسيير الألي للوثائق ومتابعتها للكشف عن الإختلالات والممارسات غير شرعية في السوق .

- المشرع الجزائري وعند تعديله لبعض مواد قانون رقم 04-02 ،المتعلق بالممارسات التجارية كان من الأجدر له أن يعدله ضمن قانون لاحق له ومتعلق بالممارسات التجارية ،كقانون 10-06 بدلا من تعدليه وفق قانون المالية وهذا ماأثر على قاعدة توازي الأشكال .

-إن تقدير غرامة المصالحة المتروك لموظفي الرقابة، يفتح المجال للتلاعبات والتعسف في تقديرها ،إذ يمكن رفع قيمتها قصدالإضرار بعون إقتصادي ،كما يمكن خفض قيمتها محاباة مع عون إقتصادي آخر حتى يتسنى له الإستفادة من إجراءات المصالحة. وهذا مايشكل خرقا للشفافية .

فكان من الأجدر على المشرع الجزائري،أن يضبط مبلغ غرامة المصالحة بمبلغ محدد وواضح يوافق كل جريمة على حدى.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

❖ الكتب:

1- الدسوقي محمد إبراهيم ، الالتزام بالإعلام في التعاقد،ب ط ، دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985.

2-سليمان عبد الله، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الثاني،ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.

3-سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، ب ط ،دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.

4-بوسقيعة احسن ، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص ،ب ط دار هومة ،2005

5-بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، ب ط ،،دار الكتاب الحديث، 2006.

6-بوسقيعة احسن ،الوجيز في القانون الجزائري الخاص ،ب ط ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ،الجزائر ،2006

7-عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك ، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، 2007.

8-فضيل نادية، الإفلاس والتسوية القضائية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

9-أسامة أحمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ب ط، ، دار الكتب القانونية، مصر، 2008

10- ممدوح ابراهيم خالد ، حماية المستهلك في عقد الإلكتروني طبعة الأولى ،دار الجامعية الإسكندرية، 2008

11- غاي أحمد ،الوجيز في تنظيم الشرطة القضائية ،بدراسة نظرية وتطبيقية ميسرة تتناول الأعمال والإجراءات التي يباشرها أعضاء الشرطة القضائية للبحث عن الجرائم والتحقيق فيها الطبعة الخامسة دار هومة ، الجزائر،2009.

12- محمود خلف أحمد محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري الفرنسي وفي الشريعة الإسلامية ،دراسة مقارنة،ب ط، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية،.2009

13- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا لأمر 03-03، والقانون 04-02، ب ط ، منشورات دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر. سنة2010

14- مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك،طبعةالأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011.

15- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك، ب ط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2017.

16- سي يوسف زاهية حورية ،وجيز في عقد البيعة دراسة مقارنة مدعمة بإجتهادات قضائية وفقهية ب ط،الأمل للطباعة والنشر والتوزيع ،عين ميلة ،الجزائر ،د س .

❖ رسا ئل والمذكرات

أ- رسائل الدكتوراه:

1. الحداد العيد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2002.

2. بن سالم مختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد، 2008.

3. حامقذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009.

4. مسعد جلال، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه ،كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2012.

5. زغبي عمار ،حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ،أطروحة دكتوراه ،العلوم ، تخصص قانون أعمال ،،كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر ،2013

6. بركات كريمة، التزام المنتج بإعلام المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

7. لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، تخصص قانون الأعمال، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014.

8. خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري ، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016.

9. مهري محمد أمين، نظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري،رسالة دكتوراه،كلية الحقوق ، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2017.

10. بن عديدة نبيل، الالتزام وتوابعه في مجال قانون المستهلك، رسالة دكتوراه،كلية الحقوق،جامعة وهران، 2018.

11. بوالكور رفيقة، حماية المستهك من خلال الالتزام بالإعلام،رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.

12. قادري لطفي محمدصالح ،آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية أطروحة دكتوراه ،تخصص قانون أعمال كلية الحقوق ،جامعة محمد خيضر بسكرة ،ب س .

ب-مذكرات ماجستير:

1-جداييني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، فرع قانون الأعمال،مذكرة ماجستير، كلية الحقوق ،جامعة بن عكنون، الجزائر، 2001.

2-مسعد جلال، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة ماجستير ، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2002.

3-لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في الحقوق ،فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر، 2004 .

4-كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر ، 2004.

5- علال سميحة، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2005.

6- عياض محمد عماد الدين ، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة ورقلة، 2006.

7-زوقاوي كريمو، مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة السادسة عشر، المدرسة العليا للقضاء ،الجزائر، 2008.

8-بن قري سفيان، ضوابط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة ماجستير في القانون ، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق ،جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009.

9- ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام ، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري ، مذكرة ماجستير،تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.

-10-بوقرين عبد الحليم ، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة ماجستير في القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق ،جامعة ابوبكر بلقايد، تلمسان ، 2010.

11-أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، فرع مسؤولية المهنية، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2011.

-12-العاش سعيدة، الحماية الجزائية، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية كلية الحقوق ،جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ،2012.

-13-بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، كلية الحقوق، 2012.

14-بولباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية،كلية الحقوق ، جامعة بن عكنون الجزائر، 2012.

15-شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري تيزيوزو 2012.

16-لحراير ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المناقسة، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق ،جامعة مولود معمر، تيزي وزوز ، 2012.

-17-يلس أسيا، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2012.

18-إبراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق ،جامعة قسنطينة1، 2013.

19-بوقطوف بهجة، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2013.

20-علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، الأعوان الاقتصاديين والمستهلك، كلية الحقوق السياسية والإقتصادية ، جامعة وهران ، 2013.

21-شبرة نوال، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع مذكرة الماجستير فرع المنافسة وحماية المستهلك،كلية الحقوق ، جامعة الجزائر1،2015

22-رفاي شهيناز، الالتزام قبل التعاقدي في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة سطيف2، 2016

23-مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة الماجستير تخصص قانون الأعمال، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، كلية الحقوق ، بدون سنة.

ج- مذكرات الماستر:

1--بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة ماستر ،تخصص عقود ومسؤولية،كلية الحقوق ، جامعة بويرة ،الجزائر، 2013.

2- بلقاسم طارق فتحي، قواعد الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر ،تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق ،جامعة أكلي محمد أو لحاج ،البويرة،2013.

3-أوزيب خديجة،ملعز مسعودان ،جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسة التجارية،مذكرة ماسترفي الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوقن ،جامعة بجاية،2014 .

4 - جميعة أمال، .ايت ساحل كهينة، ضوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية، مذكرة ماستر في القانون، ، تخصص قانون العام للأعمال،كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية،2014.

5-هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر ،تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة المسيلة، 2014.

6- حمزة أميرة، بن عمارة سمية، مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية، مذكرة ماستر ، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016.

7-حميدي رمضاني ،المصلحة الإدارية في مجال الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02، مذكرة ماستر في القانون الخاص ،تخصص دولة ومؤسسات عمومية ،كلية الحقوق ، جامعة أكلي محند ،البويرة ،2016 .

8-ياحي علي، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016.

9- خوجة عاششة ،مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة ماستر،كلية الحقوق جامعة الدكتور الطاهر مولاي ،سعيدة ،2017 .

10-عبد الهادي أحمد، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية وقمع الغش، مذكرة ماستر ، تخصص قانون مؤسسة والتنمية المستدامة،كلية الحقوق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017 .

.11- بدة نور الدين، الآليات القانونية للحد من الممارسات التجارية غير الشرعية، مذكرة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة محمد بوضياف ،مسيلة، 2018.

12- نايلي سمية، النظام القانوني لمكافحة جرائم الممارسات التجارية غير مشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر ، كلية الحقوق،جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي، 2018.

-13- بلكحل نصيرة، الإطار القانوني لمبدأ شفافية الممارسات التجارية، مذكرة ماستر، قانون خاص، قانون الأعمال، كلية الحقوق،جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019.

❖ **المقالات:**

1-موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري المحلية الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة بشار ،عدد 2، 1999.

2-صدقي أنور محمد، المساعدة الصلح الجزائي في التشريعات الاقتصادية دراسة مقارنة، مجلة دمشق للعلوم القانونية الاقتصادية ، المجلد 24 ،عدد 2، 2008.

3- سي يوسف زاهية حورية، الإلتزام بالإفضاءعنصر ضمان سلامة المستهلك ،المجلةالتقنية للقانون والعلوم السياسية ،كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري ،تيزي وززو ،عدد2،.2009

4 --قادةشهيدة، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة الراشدية، كلية الحقوق ، جامعة معكسر، عدد02،2010.

5-بومدين أحمد، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مجلة العلوم القانونية، عدد 10، 2010

6-حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،عدد11، 2011.

7-محرش سميرة، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة، الجزائر،عدد 10، 2017.

8-زوطاط نصيرة ،دوروزارة التجارة في مكافحة الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري،مجلة العلوم السياسيةوالقانون ، الجزائر،مجلد4،عدد20،2020 .

9-سي يوسف زاهية حورية ،دور جمعيات حماية المستهلك ، مجلة الحقيقة كلية الحقوق ،جامعة مولود معمري ، تبزي وزو ،عدد34 ،ب س .

❖ **المداخلات:**

1- بوزرية سهلة،الحماية الجزائية للسوق من الممارسات التجارية غير مشروعة في ظل قانون 04-02 المعدل والمتمم ، اليوم الوطني حول المنافسة واثر التحولات الإقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية،كلية الحقوق ، جيجل، يومي 30نوفمبر و01 ديسمبر 2011

2-والي نادية، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية ، يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارية والصناعة، تكجدة ، بويرة ،يوم 5 جوان 2016.

3-دانـدان بختـة ، دور جمعيـات حمايـة المسـتهلك ، الملتقـى الـوطني الرابـع حـول حمايـة المسـتهلك تشريعات وواقع ، المركز الجامعي ، طاهر مولاي ، سعيدة، يوم 22 ،23 افريل 2018 ،

❖ **المجلات :**

-1 - دليل المستهلك الجزائري ، وزارة التجارة،20011 .

❖ **مواقع إلكترونية :**

1. Le guide du consommateur Algerien www .commerce.gov.dz publie 01 Février 2019 lu 11- 028 2020

2. www.sewocommerce – biskra.dz.lu20-06-2020

❖ **قوانين ومراسيم:**

1-أمر66-155لمؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 ،يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم.

2-أمر66- 156المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 ،يتضمن قانون العقوبات الجزائية المعدل والمتمم.

3-أمر 75-58 المتضمن قانون المدني، المؤرخ 26سبتمبر 1975،ج ر ،عدد 78 .

4-أمر75-59 المؤرخ في 26سبتمبر 1975المتضمن القانون التجاري ،ج ر، عدد78،المعدلوالمتمم بقانون 05-02 المؤرخ في 9فبراير2005،ج ر، عدد11.

5-قانون 89-12المؤرخ في 05 يوليو سنة 1989 يتعلق بالأسعار .

6-أمر رقم95-06 المؤرخ في 25 يناير سنة 1995يتعلق بالمنافسة .

7-أمر رقم 95-07-المؤرخ يتعلق في25-جانفي 1995 المتعلق بالتامينات ،المعدل والمتمم .

8-قانون رقم99-01المؤرخ في 06يناير 1999يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة .

9-امر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد3،المعدل والمتمم .

10- قانون رقم 04--02 المؤرخ في 23 يونيو 2004،المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،ج ر، عدد 41،2004.

11- قانون 06-23 ،المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 والمتضمن قانون العقوبات ،ج ر ،عدد84 .

12- قانون رقم 08-09المؤرخ في 25 فيفري 2008 ،المتضمن قانون الإجراءا ت المدنية والإدارية، ج ر، عدد 21، 2008 .

13- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج رعدد 15 .

14- القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

15- قانون 12-06 المؤرخ في 12جانفي 2012، المتعلق بالجمعيات ،ج ر، عدد2 ،2012.

16- أمر 15-02 المؤرخ في 23 جويلية 2015 المعدل والمتمم لأمر 66-155 المتعلق بقانون الإجراءات الجزائية ،عدد28 .

17- قانون 18-03 المؤرخ في 11يوليو 2018، يتضمن قانون المالية التكميلي 2018.

18- قانون 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10مايو سنة2018 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية.

19- قانون 19-10،الصادر في 11ديسمبر2019 معدل لأمر66-156 المؤرخ في 8جوان 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ،ج ر، عدد،78 الصادر في ديسمبر 2020.

❖ **المراسيم التنفيذية :**

1-االمرسوم التنفيذي 90-39،المؤرخ في 30يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش،ج ر،عدد5.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90-366، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ح ر، عدد 50، صادر في 21 نوفمبر 1990.

3- المرسوم التنفيذي رقم 90-367، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر، عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

4-المرسوم التنفيذي رقم 95-335 ،المؤرخ في 25اكتوبر 1995 المتعلق بتطبيق غرامة المصالحة، ج ر،عدد64 .

-5-المرسوم التنفيذي رقم 2000-46، المؤرخ في 19مارس2000، يعرف المؤسسات الفندقية ،ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها، ح ر، عدد 10 ، صادر في 05 مارس 2000.

6-المرسوم التنفيذي رقم 05-484 ،المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المتعلق بوسع السلع الغذائية وعرضها، ج ر ،اعدد 83 .

7-المرسوم التنفيذي رقم 05-468 ،المؤرخ في 10ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسلم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر،عدد 80، صادر في 11ديسمبر 2005.

8-المرسوم التنفيذي رقم 05-472 ،المؤرخ في 13ديسمبر 2005 يتعلق بإجراءات المواد المحجوزة ج ر ، عدد 81 ،الصادر بتاريخ 13 ديسمبر 2005.

9- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 ،المؤرخ في 7 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، ج ر،عدد2009،10 .

-10-المرسوم التنفيذي رقم 13-378 ،المؤرخ في 9 نوفمبر2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ،مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 ،ح ر، عدد 58، الصادر في 18نوفمبر 2013.

الفهرس

الفهرس

شكر وتقدير

الإهداء

مقدمة 1

الفصل الأول:ضمانات شفافية الممارسة التجارية 6

المبحث الأول: الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات. 7

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات. 8

الفرع الأول: تعريف الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات وطبيعته القانونية..... 8

الفرع الثاني : تمييز الإعلام بالأسعار عما يشابهه من معاني : 11

الفرع الثالث: خصائص إلتزام الإعلام بالأسعار والتعريفات 14

المطلب الثاني: ضوابط الالتزام بإعلام الأسعار..... 17

الفرع الأول: تنفيذ الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات 17

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ إعلام الأسعار والتعريفات 22

المبحث الثاني :إلتزام الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية..... 31

المطلب الأول : مضمون إلتزام الإعلام بشروط البيع ومميزات المنتوج وحدود المسؤولية التعاقدية 32

الفرع الأول : تعريف إلتزام الإعلام بشروط البيع 32

الفرع الثاني : تمييز إعلام بشروط البيع عن واجب النصح وتقديم المشورة:..... 33

الفرع الثالث : إعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية 34

المطلب الثاني : إجراءات الالتزام بالإعلام بشروط البيع..... 35

الفرع الأول: الإجراءات الالتزام بالإعلام بشروط البيع بين العون الاقتصادي والمستهلك. 36

الفرع الثاني : الإجراءات الالتزام بلإعلام بشروط البيع فيها بين الأعوان الاقتصاديين 37

الفرع الثالث : فعالية الإلتزام بالأسعار وشروط البيع 38

المبحث الثالث : الالتزام بالفوترة 39

المطلب الأول: مفهوم الفاتورة 40
الفرع الأول: تعريف الفاتورة وأهميتها. 40
الفرع الثاني: شروط وكيفيات تحرير الفاتورة..... 45
الفرع الثالث: القوة الإلزامية للفاتورة والوسائل البديلة لها 48
المطلب الثاني: الضوابط القانونية للتعامل بالفاتورة..... 51
الفرع الأول: من حيث النشاطات الخاضعة للفاتورة 51
الفرع الثاني: من حيث الأشخاص الخاضعة للفاتورة. 53
الفرع الثالث: مدة حفظ الفاتورة: 55
خلاصة الفصل الأول:..... 56
الفصل الثاني: التصدي التشريعي لمخالفة قواعد شفافية الممارسة التجارية 59
المبحث الأول : معاينة المخالفات و التحقيق فيها 60
المطلب الأول : إجراءات التحقيق 60
الفرع الأول : الأعوان المكلفين بالبحث و المعاينة :..... 61
الفرع الثاني : مهام الموظفين المؤهلين لمعاينة المخالفات 63
الفرع الثالث : معارضة التحقيق الإداري..... 70
المطلب الثاني : طرق متابعة المخالفات 71
الفرع الأول : طريق المصالحة..... 71
الفرع الثاني : الطريق القضائي..... 77
الفرع الثالث: ضمان شفافية إجراءات التقاضي 81
المبحث الثاني : العقوبات الجزائية والإدارية والمدنية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية.83
المطلب الأول : العقوبات الجزائية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية 84
الفرع الأول : العقوبات الأصلية 84
الفرع الثاني: العقوبات التكميلية..... 88
الفرع الثالث: الجزاء المدني..... 91

المطلب الثاني : العقوبات الإدارية المطبقة على مخالفة شفافية الممارسة التجارية..... 93
الفرع الأول : حجز السلع 93
الفرع الثاني : الغلق الإداري..... 95
الفرع الثالث : فعالية الجزاءات في حماية المتعاقد 98
المبحث الثالث : دور الجمعيات في حماية مصالح المتعاقد..... 101
المطلب الأول : الإطار القانوني للجمعيات 102
الفرع الأول :تعريف الجمعيات 102
الفرع الثاني: تأسيس الجمعيات..... 102
المطلب الثاني : دور الجمعيات في حماية المتعاقد 103
الفرع الأول :دور جمعيات حماية المستهلك..... 103
الفرع الثاني : دور الجمعيات المهنية 106
خلاصة الفصل الثاني :..... 107
خاتمة..... 109
قائمة المراجع: 113