

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس



كلية الحقوق والعلوم السياسية - بودواو
قسم القانون الخاص

مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر - (السداسي الثالث)
تخصص: قانون الأعمال

محاضرات في قانون الممارسات التجارية

من إعداد الدكتورة:

سلمى بقرار

أستاذة محاضرة "ب"

السنة الجامعية 2021/2020

توطئة:

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن اتبعهم بإحسان إلى يوم الدين،

يسرني ويشرفني أن أضع بين أيدي طلبتنا هذه المطبوعة التي تشتمل على المحاضرات الخاصة بمقياس "قانون الممارسات التجارية"، والذي يعد أحد أهم المقاييس المبرمجة في تخصص قانون الأعمال لطلبة السداسي الثالث - ماستر، على أساس أنه يدرّس في الوحدة الأساسية وفقا للبرنامج الرسمي المقرر في عرض تكوين الماستر الساري به العمل حاليا في كلية الحقوق والعلوم السياسية- بودواو، جامعة أمحمد بوقرة- بومرداس.

تتناول هذه المطبوعة بالدراسة والتحليل موضوع الممارسات التجارية وفق البرنامج المخصص لهذا المقياس، ضمن ثلاث فصول تتمثل في:

- ✓ مبدأ شفافية الممارسات التجارية.
- ✓ مبدأ نزاهة الممارسات التجارية.
- ✓ التصدي للمخالفات المتعلقة بقواعد الشفافية والنزاهة.

حيث تناولت في الفصل الأول مبدأ شفافية الممارسات التجارية الذي يعنى بشرح الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، والالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي، وكذا الالتزام بالفوترة.

فيما تناولت في الفصل الثاني مبدأ نزاهة الممارسات التجارية الذي يعنى بدراسة الممارسات التجارية غير الشرعية، الممارسات التجارية غير النزاهة والممارسات التعاقدية التعسفية.

أما الفصل الثالث خصصته لشرح عملية التصدي للمخالفات المتعلقة بالقواعد الخاصة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، عن طريق التطرق للجزاء المقررة للمخالفات والمتمثلة في الجزاءات ذات الطابع المدني، وذات الطابع الإداري وكذا ذات الطابع الجزائي، ثم تبيان اجراءات معاينة المخالفات ومتابعتها.

إنّ الأهداف المرجوة من هذه المطبوعة تكمن في محاولة التسهيل على الطلبة التعرف على أساسيات مقياس قانون الممارسات التجارية، وعلى الرغم من حرصي الشديد على الإلمام بكامل جوانب المواضيع المقررة في الفهرس وتقديمها للطلاب على أكمل وجه، إلاّ إنني اخترت الاعتماد بالخصوص على دراسة النصوص القانونية ذات الصلة بالموضوع، وعلى رأسها القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من أجل توسيع المعارف القانونية للطلاب وحمله على مناقشة النص القانوني، ودفع روح التفكير والتحليل والنقاش لديه.

ورغم هذا المسعى والجهد المبذول، إنني متيقنة بأنّ هذا العمل لا يخلو من النقائص، لاسيما أنّه موضوع من المواضيع الحديثة عموماً من جهة، والمرنة لارتباطها بالواقع العملي والحياة التجارية من جهة أخرى، بالإضافة لنقص المراجع المتخصصة بشأنه كونه من المقاييس المدرجة في المقررات الدراسية المتعلقة بتخصص قانون الأعمال- في كليتنا على الأقل- منذ أمد غير بعيد. وهو الدافع الذي جعلني أبحث وأقدّم هذا العمل المتواضع، راجية من الله سبحانه وتعالى أن أكون قد وفّقت فيه ولو بالقدر البسيط.

والله ولي التوفيق

د. سلمى بقر

توضيح

أولاً- ملاحظات عامة:

- 1- كل إشارة في المطبوعة للفظ: قانون، دستور أو مشرّع دون ذكر البلد، يقصد به الجزائري.
- 2- يقصد من استعمال عبارة "قانون الممارسات التجارية" أو القانون رقم 02-04، القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، المحدد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم.
- 3- كل نصوص المواد الموضوعية بين القوسين التاليين: "..."، هي مواد منقولة حرفيا كما وردت في التقنين، أو الجريدة الرسمية المتضمنة التشريع أو التنظيم المعني.
- 4- بالنسبة ل: ق.م.ج، ق.ت.ج، ق.إ.ج، استعملت التقنيات الخاصة بها (Les codes) المحدّثة والمعدّلة.

ثانياً- قائمة المختصرات:

- ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
- ق.ت.ج: قانون تجاري جزائري.
- ق.م.ج: قانون مدني جزائري.
- ق.إ.ج: قانون الإجراءات الجزائرية.
- د.ط: دون طبعة.
- د.س.ن: دون سنة نشر.
- ص ص: صفحة من...إلى....
- د.ط: دون طبعة.
- د.ج: دينار جزائري.
- ص: صفحة.
- ج: جزء.
- ط: طبعة.

P : page.

éd. : édition.

مقدمة:

تسعى الجزائر منذ مطلع التسعينات لإرساء قواعد اقتصاد قوي مبني على نزاهة وشفافية الممارسات التجارية، فانتهجت لذلك خيار الإصلاحات الاقتصادية واعتماد منظومة قانونية جديدة تجسد فيها نظام الاقتصاد الحر.

بناء على ذلك كرس التعديل الدستوري لسنة 1996¹، في مادته 37 التي تنص: "حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون"، حرية المبادرة وحرية الخواص في ممارسة أي نشاط لمواكبة التغيرات والتطورات الاقتصادية. ما استوجب وضع مجموعة من النصوص القانونية تتماشى والتوجه الاقتصادي الحر²، ومن ثم تنظيم الممارسات التجارية.

كان أولها حسب التسلسل الزمني القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك³، والذي ألغي لاحقا بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴.

تلاه القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار⁵، الذي يكرس تدخل الدولة في السوق بتحديد آليات تنظيم الاقتصاد بواسطة تنظيم الأسعار، الذي تم إلغاؤه وأدرجت أحكامه بصفة انتقالية في الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جويلية 1995 المتعلق بالمنافسة⁶، والذي اشتمل على قسمين، قسم يتعلق بقواعد ومبادئ المنافسة والممارسات المنافسة لها (الأبواب الأول، الثاني والثالث منه)، وقسم ثان يتعلق

1- مرسوم رئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (ج.ر.ج.ج، عدد 76 الصادر بتاريخ 08 ديسمبر 1996، ص 6)، متمم بموجب القانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل سنة 2002، يتضمن تعديل الدستور (ج.ر.ج.ج، عدد 25، الصادر بتاريخ 14 أبريل 2002، ص 13)، ومعدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر سنة 2008، المتضمن تعديل الدستور (ج.ر.ج.ج، عدد 63 الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008، ص 8)، والقانون رقم 16-01 مؤرخ في 06 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري (ج.ر.ج.ج، عدد 14 الصادر بتاريخ 7 مارس 2016، ص 3).

2- بعض هذه النصوص القانونية سابقة على صدور التعديل الدستوري لسنة 1996 لكنها مهدة لنهجه الحر ومنظمة للممارسات التجارية، حيث تعد حلقة وصل بين نظام الاقتصاد الموجه ونظام اقتصاد السوق المتبني، وبعضها الآخر لاحقة لصدوره ومكرسة لهذه الحرية وهذا التنظيم.

3- ج.ر.ج.ج، عدد 06 الصادر بتاريخ 08 فبراير 1989، ص 154.

4- ج.ر.ج.ج، عدد 15 الصادر بتاريخ 8 مارس 2009، ص 12.

5- ج.ر.ج.ج، عدد 29 الصادر بتاريخ 19 يوليو 1989، ص 757.

6- ج.ر.ج.ج، عدد 09 الصادر بتاريخ 22 فبراير 1995، ص 13. يلاحظ أن قانون المنافسة ميز بين مبادئ المنافسة وبين أحكام الممارسات التجارية، واعتبر حماية مبادئ المنافسة من اختصاص مجلس المنافسة والقضاء، في حين أن حماية أحكام الممارسات التجارية من اختصاص القضاء وحده.

بالقواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية (الأبواب الرابع، الخامس والسادس منه)، ونجد في مضمونه النص على ضبط الممارسات التجارية المتعلقة بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والعقوبات المقررة في هذا الشأن.

وتبعاً لما اقتضته المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية في ظل موجة العولمة وتداعياتها، وكذا محاولة استدراك العراقيل والنقائص المترتبة عن تطبيق هذا الأمر، بالإضافة إلى سعي الجزائر إلى الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، تم إلغاء الأمر رقم 95-06 واستخلافه بنصين تشريعيين منفصلين هما:

- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة¹، والذي تضمن مبادئ المنافسة وتنظيم مجلس المنافسة.

- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية²، ويعتبر القانون الذي كرس قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين، وبين هؤلاء والمستهلكين، كما وضع أسس حماية المستهلك وإعلامه³.

وفقاً لمادة الأولى من القانون رقم 04-02 تقوم الممارسات التجارية على مبادئ أساسيين هما الشفافية والنزاهة، ويطبقتان على نوعين من الممارسات، تلك التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من جهة، وتلك التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين من جهة ثانية.

وتبعاً لذلك، يتعين علينا في هذا المقام، التعريف بكل من العون الاقتصادي والمستهلك.

1- **العون الاقتصادي**: يعتبر بمفهوم المادة 03 من القانون 04—02: " 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".

2- **أما المستهلك**، فهو حسب ذات المادة: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو

يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

¹ ج.ر.ج.ج، عدد 43 الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003، ص 25، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 (ج.ر.ج.ج، عدد 36 الصادر بتاريخ 02 يوليو 2008، ص 11)، والقانون رقم 10-05 المؤرخ في 05 غشت 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 46 الصادر بتاريخ 18 غشت سنة 2010، ص 10).

² ج.ر.ج.ج، عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004، ص 3، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 46 الصادرة بتاريخ 18 غشت 2010، ص 11)، والقانون 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، المتضمن قانون المالية لسنة 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 76 الصادرة بتاريخ 28 ديسمبر 2017، ص 3)، والقانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 42 الصادرة بتاريخ 15 يوليو 2018، ص 7).

³ وزارة التجارة، مذكرة عرض الأسباب الخاصة بمشروع القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أكتوبر 2003، ص 2 (غير منشور).

أما فيما يتعلق بنطاق تطبيق قانون الممارسات التجارية، فقد بيّنته المادة 02 منه، وانشصر في نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية. ونظرا لعدم وضوح هذه المادة أمام كثرة النشاطات وتعددتها، عدّلت المادة 02 بموجب القانون رقم 10-06 السالف الذكر، فجاءت أكثر وضوحا وتفسيرا لهذا النطاق، حيث نصت:

"بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية".

ويلاحظ من كل ذلك، أنّ نطاق تطبيق قانون الممارسات التجارية نطاق واسع يعكس ثقل هذا القانون وأهميته في الحياة التجارية والاقتصادية على حد السواء. لاسيما أنه صدر لتتجب سلبيات ونقائص القوانين السابقة على صدوره الموضحة أعلاه، وخلق نظام جديد يساير واقع اقتصادي جديد هو اقتصاد السوق الذي يستوجب تجسيد مبادئ الشفافية والنزاهة المطلوبتين في أي اقتصاد متطور، ويضع أحكام إجرائية ويقر عقوبات إدارية وجزائية لأي إخلال بهذه المبادئ، بالإضافة إلى أبعاده المدنية والتجارية.

بناء عليه، سنحاول من خلال هذه المطبوعة التطرق إلى ثلاث فصول-وفقا لأحكام القانون رقم 04-02- تنطوي تحتها جميع النقاط المتعلقة بالموضوع، كما يلي:

الفصل الأول: مبدأ شفافية الممارسات التجارية

الفصل الثاني: مبدأ نزاهة الممارسات التجارية

الفصل الثالث: التصدي للمخالفات المتعلقة بقواعد الشفافية والنزاهة

الفصل الأول:

مبدأ شفافية الممارسات التجارية

تعد الشفافية من أهم العوامل التي ترصد لمواجهة السلبيات المحتملة لاقتصاد السوق، وقد كرسها المشرع صراحة كمبدأ يحكم القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجسدا إياها في نطاق الممارسات التجارية من خلال مظهرين رئيسيين تضمنهما الباب الثاني من القانون رقم 04-02، وهما: الإعلام المتمثل في الإعلام بالأسعار والتعريفات والإعلام بالمحتوى العقدي من جهة، والفوترة من جهة ثانية.

وبالإضافة إلى مجال الممارسات التجارية، كرس المشرع الشفافية أيضا ضمن القواعد المنظمة للمنافسة، والقواعد المنظمة للصفقات العمومية، كما جعلها من بين أهم مبادئ الوقاية من الفساد ومكافحته.

غير أن دراستنا لمبدأ الشفافية ستتحصر في إطار ما تضمنته أحكام القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، كما سبق توضيحه، لاسيما الباب الثاني منه، وذلك ضمن ثلاث مباحث، الالتزام بالأسعار والتعريفات في (مبحث أول)، الالتزام بالمحتوى العقدي في (مبحث ثاني)، الالتزام بالفوترة في (مبحث ثالث).

المبحث الأول:

التزام العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يعد الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات شرطا ضروريا لضمان الشفافية الاقتصادية، وله أهمية كبيرة في مجال عقود الاستهلاك، حيث إضافة لدوره في تنوير رضا المستهلك فإنه يخلق جوا تنافسيا بين الأعوان الاقتصاديين، حيث يتيح لهم معرفة الأسعار المتداولة في السوق، بالإضافة إلى أنه يسمح للمستهلك من معرفة السعر دون الحاجة إلى سؤال البائع عنه مما يجعله حرا في التعاقد من عدمه دون أن يقع في حرج.

إن إشهار الأسعار يمنح مصداقية للسوق من خلال الشفافية في عرض سعر السلع والمواد والخدمات، كما تتيح للمستهلك التأكد من حصوله على نفس المعاملة التي يحظى بها بقية المستهلكين، ويستطيع استقراء أسعار السوق وتحديد خيارته من بين السلع والخدمات المعروضة للبيع¹.

لقد نظم المشرع الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات بموجب المواد من 04 إلى 07 من القانون رقم 04-02. وتتطلب منا دراسته البحث عن مفهوم الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (مطلب أول)، وتنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (مطلب ثاني).

¹ - محمد ديب، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فعالية حماية المستهلك، مجلة الفقه والقانون، فرع القانون الخاص، جامعة وهران، العدد 12، 2013، ص 231.

المطلب الأول:

مفهوم الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

الإيجاب هو العرض الذي يعبر به الشخص على وجه جازم عن إرادته في إبرام عقد معين بحيث إذا ما اقترن به قبول مطابق له انعقد العقد¹، ويعد إعلام الزبون بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة للبيع ضروري من أجل الحصول على إيجاب يعبر عن إرادته في الدخول في الرابطة العقدية وفقا للشروط التي يحددها هذا الإيجاب.

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (فرع أول)، وتبيان خصائص الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (فرع ثاني).

الفرع الأول:

تعريف الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

بالرجوع إلى القانون رقم 04-02، نجد أنّ المشرع قد اكتفى بالإشارة إلى وجوب الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، إذ نصّت المادة 4 منه على تولي البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات.

يلاحظ أن عبارة الزبائن جاءت عامة، ما يدل أنّ المشرع الجزائري لم يفرّق بين إذا ما كان الزبون هو المستهلك النهائي أو العون الاقتصادي، لأنّ كل منهما يعتبر مستهلكا في علاقته مع البائع، وهو يحتاج إلى الحماية القانونية².

غير أنّه إن كان إعلام هذا الزبون بالأسعار والتعريفات، وجوبا ولا يحتاج إلى طلب من الزبون إذا ما كان هذا الأخير المستهلك النهائي، طبقا لنص المادة 05 من القانون رقم 04-02، فإنّ الفقرة الثانية من المادة 7 من نفس القانون تنص على أنه: "... في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين يلتزم البائع بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها".

ومنه فإنّ الالتزام بالإعلام فيما بين الأعوان الاقتصاديين لا يكون تلقائيا بل لابد أن يطلبه العون الاقتصادي.

فالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات بالنسبة للعون الاقتصادي هو حق له، له الحق في المطالبة به، كما له حق التنازل عنه، ويعد سكوته عن طلبه متى أبرم العقد تنازلا عنه ولا يمكن بعد ذلك طلبه أو الاحتجاج

¹ نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة- عقد البيع، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 2004، ص 66.

² ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 51، العدد 2، جوان 2014، ص 172.

بعدم تنفيذه¹. في حين أنّ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة المستهلك يكون إلزاميا بالنسبة للعون الاقتصادي دون الحاجة إلى طلب صريح من المستهلك.

لأجل الإلمام بتعريف شامل للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، كان لابد من تعريف المصطلحات المكونة له: الإعلام (أولا)، الأسعار (ثانيا)، التعريفات (ثالثا).

أولا- الإعلام: للإعلام عدة تعاريف، نلخص بعضها فيما يلي:

1-الإعلام لغة: من فعل أعلم، يعلم، إعلاما، أي أخبره أي جعله يعرف².

2-الإعلام اصطلاحا: هو "عملية توصيل المعلومات والأفكار والأحداث لعلم الجمهور عن طريق عدة وسائل سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة"³.

ويعرّف الإعلام أيضا على أنّه: "نشر للحقائق والمعلومات بين الجمهور بقصد نشر الثقافة وتنمية الوعي وارتقاء المدارك"⁴. ويشترط في الإعلام المصادقية والوضوح.

وبذلك يعتبر الإعلام وسيلة حديثة لتوعية المستهلك، ويلعب دورا في حمايته فهو عامل من عوامل الشفافية في السوق لأنه يكشف غش وتدليس العون الاقتصادي⁵.

ثانيا- الأسعار: يعد السعر عاملا جوهريا في التعاقد، إذ يستقر أغلب المستهلكين حول السعر قبل النظر في جودة السلعة نفسها. وذلك نظرا لأهمية السعر بالنسبة للمستهلك.

1- تعريف السعر:

أ-السعر لغة: من الفعل سَعَرَ يسعر سعرا وتسعيرا، فيقال سَعَرَ الشيء بمعنى قَدَّر له أو عين له سعرا وثمنا⁶.

ب-السعر فقها: للسعر عدة تعاريف فقهية نذكر منها:

¹- علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014/2013، ص 32.

²- المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، الجزائر د ط، 1989، ص 860.

³- الصادق صياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة-1، سنة 2014/2013، ص 63.

⁴- عائشة مزاري، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013/2012، ص 29.

⁵- كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك، مجلة المعارف، السنة الثالثة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند-بويرة، العدد 6، د س ن، ص 167.

⁶- معجم منجد الطلاب، الطبعة الخامسة والأربعون، دار المشرق، بيروت، 1997، ص 318.

هناك من عرّف السعر على أنّه: "القيمة المالية أو النقدية التي يدفعها الزبون للبائع لقاء حصوله على سلعة أو تأدية الخدمة، وهو لا يغطي تكلفة المنتج فقط بل يحتوي على إضافات أخرى منها هامش الربح... إلخ ، وهو عنصر من العناصر الأساسية التي تقوم عليها المعاملات التجارية"¹.

كما عرّف على أنّه: "القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة والتي يعبر عنه في شكل نقدي، يدفعه المستهلك نظير حصوله على سلعة أو خدمة من البائع، فالمنفعة التي يحصل عليها المستهلك تعبر عنها بقيمة تتمثل في السعر"².

وعرّف أيضا بأنّه: "الأداة التي تستخدم في الشراء والبيع، أو ما يعبر عنه بالتبادل وهو وسيلة للتعبير عن قيمة السلع والبضائع عند تداولها بين الناس"³.

فيما يرى آخرون أنّ السعر هو: "الثمن الحقيقي أو الفعلي وكل مضامينه الذي يكون المستهلك مطالباً بدفعها مقابل اقتناء السلعة أو الاستفادة من الخدمة"⁴.

2-آليات تحديد السعر وفق مبدأ حرية الأسعار:

في ظل النظام الاشتراكي كانت الدولة تسيطر الحياة الاقتصادية، وكانت لها بذلك سلطة تحديد الأسعار بصفة مطلقة، ولكن بعد تبنيها لنظام الاقتصاد الحر عمدت إلى تحرير الأسعار، ففتحت المجال أمام الأعوان الاقتصاديين من أجل إعطاء سعر مناسب للسلع والخدمات.

وهذا ما نص عليه المشرع بموجب القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، الذي كرس مبدأ حرية الأسعار، إذ نصت المادة 4 منه على: "تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة". وبذلك للعون الاقتصادي حرية تحديد أسعار السلع والخدمات التي يعرضها للبيع.

وعادة ما يتحدّد السعر وفق عناصر تمثل مشتملات السعر من الناحية الاقتصادية⁵ وتتمثل في:

1- المختار بن سالم، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام، ل م د، تخصص قانون المنافسة والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2017/2018، ص 193.

2- محمد الفضة، بلكعييات مراد، مواكبة التاجر الأجنبي لنظام الأسعار في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط، المجلد العاشر، العدد الثالث، جوان 2002، ص 196.

3- داودي الطيب، نظرية الأسعار عند ابن خلدون، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، عدد الثاني، جوان 2002، ص 163.

4- علال طحطاح، مرجع سابق، ص 27.

5- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016، ص 13.

مع التنويه بأنّه إن كانت هذه العناصر تمثّل مشتملات السعر من الناحية الاقتصادية، فإنّ السعر من الناحية القانونية يشمل كل العناصر التي تعود بالفائدة على البائع والتي تقابل في ذمته المالية قيمة الشيء المبّيع.

- قيمة الشيء التي تحدد طبقا لقانون العرض والطلب؛

- هامش الربح الذي يعود للعون الاقتصادي؛

- المصاريف المختلفة كالرسوم ونفقات التعبئة والتخزين والإشهار... إلخ.

ولكن هذه الحرية ليست مطلقة، إذ يمكن للدولة رغم هذه الحرية أن تتدخل عن طريق التنظيم لتحديد الأسعار، حيث أنّ تحديد هامش الربح وأسعار السلع والخدمات تكريس لصلاحيّة ومهام الدولة في مجال الأسعار وهو ما يعرف بالتسعير، وذلك عبر آليات تقنين الأسعار.

وقد نصّت المادة 1/5 من القانون رقم 03-03 المعدل والمتمم: "تتخذ تدابير تحديد هامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية" وتتمثل هذه الآليات في:

أ- **التحديد:** قد يكون التحديد للسعر أو لهامش الربح:

* **تحديد السعر:** وذلك بأن يتم تحديد سعر السلعة أو الخدمة مباشرة، وهو: "وضع سعر لبعض السلع والخدمات بصفة مباشرة من طرف الدولة وإجبار المتعاملين الاقتصاديين والمشتريين على احترامه وتوقيع الجزاء على كل من يخالفه". ويكون هذا في السلع والخدمات التي تعد الاستراتيجية¹، ويتم هذا عن طريق التنظيم، وتهدف الدولة من خلال هذه الآلية الاستجابة للاحتياجات الاجتماعية². ومن بين السلع والخدمات التي تم تحديد أسعارها نجد على سبيل المثال لا الحصر: - سعر الحليب³. - سعر الخبز⁴.

* **تحديد هامش الربح:** وذلك بأن يتم تحديد هامش الربح يضاف إلى سعر التكلفة، وهامش الربح قد يحدد مباشرة أو بنسبة معينة⁵.

ب- **التسقيف (تسقيف السعر أو هامش الربح):** في هذه الحالة لا تحدد الأسعار بصفة مباشرة، بل تتدخل الدولة بتحديد الحد الأقصى للسعر (سقف معين للسعر) عند الاستهلاك، وكذا هامش الربح القصوى

¹- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، د ط، الجزائر، 2006، ص534.

²- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2013-2014، ص 236.

³- قنن بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 12 فيفري 2001 المتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع (ج.ر.ج.ج، عدد 11 الصادر بتاريخ 12 فيفري 2001، ص 23)، معدل ومتمم.

⁴- قنن بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المؤرخ في 13 أفريل سنة 1996، المتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع (ج ر ج ج، العدد 23 الصادر بتاريخ 14 أفريل 1996، ص12)، معدل ومتمم.

⁵- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 16.

(سقف معين لهامش الربح) عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع وهنا يكون للسعر حد أقصى لا يمكن أن يتجاوزه، في حين يجوز النزول عليه¹.

ومن بين السلع التي خضعت لنظام التسقيف:

- الأدوية بموجب مرسوم التنفيذي رقم 98-44².

- السكر والزيت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-108³.

ج-التصديق: وذلك بإخضاع السعر الممارس للتصديق لدى هيئات معينة، حيث يكون السعر في حالة التصديق مقترحا من طرف الجهات المختصة أو ذوا الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين، ثم تتم الموافقة على السعر المقترح من الهيئة المعنية، مثاله: يقترح الديوان الوطني للحبوب السعر فتوافق عليه وزارة التجارة. تهدف هذه الآليات أساسا إلى حماية المستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية ومنع التلاعب بالأسعار خصوصا في السلع الأكثر طلبا واستهلاكاً، وتهدف إلى تنظيم السوق ومنع المضاربة، ومن جهة أخرى تعد هذه الآليات آليات قانونية منحها القانون للسلطة العمومية حتى يسمح لها بالتدخل لحماية الاقتصاد الوطني وإضفاء مصداقية أكثر في التوجيه والتنظيم والرقابة⁴.

3-حالات التسعير⁵: حدد المشرع الحالات التي يمكن للدولة أن تتدخل فيها لتحديد الأسعار، وتتمثل في:

- **تحديد الأسعار بصفة عادية:** تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها في هذه الحالة على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك لسببين:
 - تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حال اضطراب محسوس للسوق.
 - مكافحة المضاربة بجميع أنواعها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.
- **تحديد الأسعار بصفة مؤقتة:** يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات وتسقيفها حسب الأشكال نفسها أيضا، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 16.

²-مرسوم تنفيذي رقم 98-44 المؤرخ في أول فبراير 1998، يتعلق بالحدود القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتوضيب والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري (ج ر ج ج، عدد 05 الصادر بتاريخ 04 فبراير 1998، ص 17).

³- مرسوم تنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 6 مارس 2011 يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الاستهلاك وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض (ج.ر.ج.ج، عدد 15 الصادر بتاريخ 9 مارس 2011، ص 27)، معدل ومتمم.

⁴- بدرة لعور، المرجع السابق، ص 236.

⁵- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 17-18.

منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية...إلخ، والتي تعد ظروفًا استثنائية تتطلب تدخل الدولة لمواجهة أزمة ظرفية.

ثالثًا - التعريفات:

تعرف التعريفات على أنها: " قائمة أسعار أو بيان بضائع أو أعمال يجب تنفيذها مع ثمن كل وحدة أو ثمن الخدمة أو الخدمات التي يقطنها المستهلك، ويحدد الثمن بموجب نظام يعلن عنه"¹، من أمثلتها: التعريفات الجمركية، الرسم على القيمة المضافة...الخ.

الفرع الثاني:

خصائص الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

من خلال استقراء المواد من 4 إلى 7 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المتعلقة بالممارسات التجارية يمكننا استنتاج بعض الخصائص المتعلقة بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، والمتمثلة في الإلزامية (أولًا)، العمومية (ثانيًا)، الطبيعة الوقائية والحمائية (ثالثًا) والوضوح (رابعًا).

أولًا - الإلزامية:

تعد خاصية الإلزام من أهم الخصائص التي تميز القواعد القانونية عن غيرها من قواعد السلوك الأخرى، فالإلزام في القواعد القانونية يترتب عليه جزاء توقعه السلطة العامة في حالة ثبوت مخالفته².

تنص المادة 4 من القانون رقم 04-02 على ما يلي: "يتولى البائع وجوبًا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات...."

ونصت المادة 1/7 من نفس القانون على: "يلتزم البائع في العلاقات بين الأعوان بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها...."

عند استقراء هاذين النصين نلاحظ أن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات التزام إجباري، مفروض بقوة القانون على العون الاقتصادي سواء كان منتجًا أو مقدم خدمة أو بائع جملة أو بائع بالتجزئة، وهو التزام مقرر لصالح المشتري أو طالب خدمة، حيث يلتزم البائع بتقديم كافة المعلومات الخاصة بالأسعار والتعريفات، ولا يجوز له الاتفاق على مخالفته تحت طائلة العقوبة، مع التذكير بأن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات إلزامي

¹ - سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009، ص13.

² - عبد الكريم الطالب، الوجيز في المبادئ الأساسية للقانون والحق-نظرية القانون -نظرية الحق، مكتبة المعرفة، الطبعة الأولى، مراكش، نوفمبر 2005، ص13.

في العلاقة التي تربط العون الاقتصادي بالمستهلك، في حين ربطت الزاميته في علاقة العون الاقتصادي بعون اقتصادي آخر بشرط أن، يطالبه بها هذا الأخير. وفي حالة المطالبة لا يمكنه التهرب من التزامه بالإعلام.

ثانيا- العمومية:

سبق الشرح أنّ الإعلام بالأسعار والتعريفات حق من حقوق المشتري سواء كان هذا الأخير مستهلكا أو عونا اقتصاديا، غير أنّ الفرق بينهما يكمن في كون أنّ هذا الحق ثابت لعموم المستهلكين دون أن يطالبوا به من البائع، في حين يشترط لتمتع الأعوان الاقتصاديون (المشتررون) بهذا الحق إقدامهم على المطالبة به¹. ومن هذا المنطلق، يمكن القول أنّ الإعلام بالأسعار الموجه للمستهلك يجب أن يتصف بالعمومية، أي يكون موجها لجمهور المستهلكين، بحيث أنّ كل مستهلك يمكنه الوصول إلى أسعار السلع بطريقة آلية دون أن يكون مضطرا في كل مرة من أن يسأل البائع عن سعر السلعة أو الخدمة².

تعمل خاصية العمومية في الإعلام بالأسعار على تحقيق المساواة بين المستهلكين، فلا يمكن للبائع التمييز بين المستهلكين على حسب الجنس أو دين أو بين مستهلك محلي وآخر أجنبي ما دامت الأسعار معلنة بطريقة سابقة وعامة. كما تسمح هذه الخاصية لأجهزة الرقابة من مراقبة مدى احترام العون الاقتصادي لنظام الأسعار المعتمدة³.

ثالثا- الطبيعة الوقائية والحمائية:

إن الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات هو حماية المستهلك، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة العقدية، لجهله للمعلومات الفنية والتقنية الخاصة بالمنتجات مما يضمن أمنه وسلامته، كما يعمل هذا الالتزام على حماية العقود من الإبطال والتقليل من اللجوء إلى الفسخ جراء الوقوع في غلط أو تدليس⁴.

رابعا- الوضوح:

تنص المادة 2/5 من القانون رقم 04-02 على أنه: "يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة"

وبناء عليه، يجب أن توضع الأسعار بطريقة يسهل فهمها وقراءتها من طرف المستهلك، ونلمس الوضوح من خلال اللغة المستعملة، حيث أكد المشرع على ضرورة استعمال اللغة العربية، أي اللغة التي يفهمها

¹ - راجع بهذا الخصوص المادتين 5 و7 من القانون رقم 04-02.

² - J. Calais-Auloy et F. Steinmetz, Droit de la consommation, Paris, Dalloz, 5^e éd., 2000, p. 62.

³ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 21.

⁴ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، د ط، الإسكندرية،

2004، ص197.

الأغلبية، وذلك من أجل حماية المستهلك من سوء الفهم¹، وأن تكون بخط مقروء دون تحديد أحجام معينة للحروف والأرقام التي تكتب بها لكن لا بد أن تكون قابلة للرؤية والقراءة وفق معيار الرجل العادي.

ورغم أن القانون 04-02 لم يصرح بالعملة التي يحدّد بها السعر، إلا أنّ العون الاقتصادي ملزم بتحديد السعر محل الإعلام بالعملة الوطنية، تحت طائلة العقوبة المقررة في المادتين 451 و452 من قانون العقوبات، كما يجب أن يتضمن السعر محل الإعلام المبلغ الإجمالي الواجب دفعه، وهو المبلغ الكلي مع جميع الرسوم².

المطلب الثاني:

تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

تختلف دوافع ومحفزات الزبائن لاقتناء السلع والخدمات، إلا أنّ السعر يعد عند الكثير منهم العنصر الجوهري والضروري الذي يتوقف عليه اقتناءهم للسلعة أو الخدمة من عدمه، ولهذا حرص المشرع على ضرورة إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات بطريقة دقيقة وواضحة من خلال ما تضمنته المواد من 5 إلى 7 من القانون رقم 04-02، وبناء على ذلك سنتناول من خلال هذا المطلب وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات (فرع أول) وضوابط تحديد السعر المعلن (فرع ثاني).

الفرع الأول:

وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

ميّز المشرع من خلال المادتين 05 و07 من القانون رقم 04-02 على التوالي، بين وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك (أولاً)، ووسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم (ثانياً).

أولاً- في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك:

منح القانون رقم 04-02 للمستهلك المشتري للسلعة أو طالب الخدمة الحق التام في الحصول على كافة المعلومات الخاصة بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة، ولو لم يطلب ذلك³.

ونصت المادة 5 منه في فقرتها الأولى على ما يلي: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".

حيث بيّنت هذه المادة طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات، وتتمثل في:

¹- نعيمة سليمان، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية،

المركز الجامعي أحمد زبانة- غليزان، العدد 07، ديسمبر 2016، ص 284.

²- لأكثر تفاصيل راجع، أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 23-24.

³- ليندة عبد الله، المرجع السابق، ص 174.

1- العلامات:

عزّفت المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات¹ العلامة على أنها: "كل الرموز قابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع والخدمات أو توضيبيها، الألوان بمفردها أو المركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

فالعلامة هي: "إشارة يتم وضعها على المنتج ذاته، ويكتب عليها بصفة واضحة سعر المنتج أو الخدمة"².

تستعمل العلامة في الغالب للإعلام بأسعار السلع الصغيرة الحجم التي لا تحتمل الملصقات كالمجوهرات، وتوضع العلامة على المنتج أو في جواره، بحيث لا تدع مجالاً للشك في انتسابه لمنتج آخر سواء من حيث الطبيعة أو من حيث النوعية، ويكون ذلك بتسمية المنتج بدقة ويبين إلى جانبه السعر والتعريفات وذلك بصفة مرئية ومقروءة، وفي جميع الأحوال يجب أن تكون كتابة السعر مرافقة لمعيار الوزن أو الكيل³. كما قد يتم وضع العلامات في شكل حروف مشفرة، فقد اعتبر الفقه إعلاماً صحيحاً إذا كانت الطريقة تمكن المستهلك من معرفة الأسعار المقابلة لكل حرف بسهولة وبوضوح بمجرد الرجوع على اللائحة⁴.

2- الوسم:

كان الوسم وليزال من التوابع الأساسية للمنتج، وكان معروفاً في المجتمعات القديمة وكان تعليب البضائع يحمل بيانات تتعلق بطبيعة هذه البضائع وثنائها ومكان اتجاهها، وتطور الوسم في المجتمعات الحديثة ووضع بشأنه تنظيم قانوني خاص يمنع البيانات المغرية والكاذبة ويلزم المنتجين والبائعين بإعلام صحيح ومفصل ودقيق⁵.

أ-تعريف الوسم: نتطرق فيما يلي للتعريف القانوني للوسم، فالتعريف الاقتصادي:

*التعريف القانوني للوسم: عرف المشرع الجزائري الوسم في عدة نصوص قانونية وتنظيمية متفرقة نذكر

منها:

¹-أمر رقم 03-06 ماضي في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات (ج.ر.ج. عدد 44، صادر بتاريخ 23 يوليو 2003، ص 22).

²- مسعد جلال، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2002، ص 114.

³- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 14.

⁴- سليمان محمد خليل قارة، الممارسات التجارية التديسية وقانون المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016-2017، ص 175.

⁵- بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، المجلد 36، العدد 02، 1999، ص 36.

المادة 5/3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي عرفت الوسم بأنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المترابطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"¹، وقد اكتفى القانون رقم 03-09 بتعريف الوسم دون التفصيل في أحكامه.

فصدر المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك²، وبيّن لنا البيانات الإلزامية التي يجب أن يحتويها الوسم. والتي سنتطرق إليها لاحقاً.

وقد عرّف الوسم كذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484³، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها⁴ بموجب المادة 3 منه بأنه: "كل نص مكتوب أو مطبوع وكل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق المنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع".

كما عرّف بموجب المادة 6/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش⁵ على أنّ الوسم هو: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما، والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

من كل ما سبق يمكن أن نستخلص أن الوسم هو تلك البيانات التي توضع على غلاف المنتجات أو العبوة لتعريف بالمنتج بصفة دقيقة، واضحة كما أنه طريقة من طرق التي يلتزم بها العون الاقتصادي لتبليغ التزامه بالإعلام بالأسعار والتعريفات.

¹-قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج.ر.ج.ج، عدد 15، صادر بتاريخ 08 مارس 2009، ص 12)، معدل بالأمر رقم 15-01 مؤرخ في 23 يوليو 2015 (ج.ر.ج.ج، عدد 40، الصادر في 23 يوليو 2015، ص 6)، ومعدل ومتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 35، الصادر في 13 يونيو 2018، ص 5).

²-مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (ج.ر.ج.ج، عدد 58، صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013، ص 8).

³-مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، معدل ومتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها (ج.ر.ج.ج، عدد 83، الصادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005، ص 4).

⁴-مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها (ج.ر.ج.ج، عدد 50، الصادر بتاريخ 21 نوفمبر 1990، ص 1586)، ملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (ج.ر.ج.ج، عدد 58 الصادر في 18 نوفمبر 2013، ص 8)، الذي حصر الوسم في الوسم الغذائي وعرّفه بموجب مادته 03 بأنه: "وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية، قصد إعلام المستهلك".

⁵-مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش (ج.ر.ج.ج، عدد 5، الصادر بتاريخ 13 جانفي 1990، ص 202)، معدّل ومتمم.

*التعريف الاقتصادي للوسم: يعتبر مصطلح الوسم مصطلح اقتصادي أكثر منه قانوني كونه ارتبط غالبا بحماية المستهلك من الجانب الاقتصادي.

ومن بين التعاريف الاقتصادية للوسم يمكننا تعريفه بأنه: "مجموعة من البيانات والمعلومات الإلزامية والإجبارية أو الاختيارية التي تظهر على غلاف المنتج وتسمح للمستهلك بالتعرف على اسم المصنع أو المؤسسة، محتويات المنتج، الخصائص التقنية، السعر، أصل المنتج، تاريخ إنتاجه ومدة صلاحيته، وشروط حفظه واستعماله"¹.

كما يعرف أيضا على أنه: "مجموعة المعلومات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والمثبتة على الغلاف المنتج موضحا له نوعية المنتج شكله جودته وكيفية استعماله فترة استعمال"².

من خلال التعاريف القانونية والاقتصادية المذكورة أعلاه والمتعلقة بالوسم، يتضح أن الوسم وإن كان أحد الطرق للإعلام بالأسعار والتعريفات، إلا أنه في الواقع يتعلق عامة بطبيعة المنتج وخصائصه أكثر من تحديد سعره، وبالتالي ترجمة كلمة l'étiquetage المذكورة في نص المادة 05 من القانون رقم 04-02 باللغة الفرنسية بمصطلح الوسم يبدو غير موفق، والأصح ترجمتها لمصطلح الملصقات³، حيث يلاحظ أن المصطلح نفسه يستخدم للدلالة على الوسم والملصقات في الآن نفسه.

ب- شروط الوسم: يشترط في الوسم مجموعة من الشروط نلخصها فيما يلي:

* يشترط في الوسم أن يكون مكتوبا أساسا باللغة العربية: نص المشرع بموجب عدة نصوص قانونية وتنظيمية على ضرورة أن يكون الوسم باللغة العربية، منها القانون رقم 91-05 المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية⁴، إذ تنص المادة 21 منه على: "تطبع باللغة العربية، وبعده لغات أجنبية، الوثائق والمطبوعات والأكياس والعلب، التي تتضمن البيانات التقنية وطرق الاستخدام..".

¹- عبد الحق ماني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 32.

²- عبد الحق ماني، المرجع نفسه، ص 32.

³- نصت المادة 55 من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 195، المتعلق بالمنافسة (ج.ر.ج.ج، عدد 09، لسنة 1995، ص 13) الملغى، على الملصقات كإحدى الطرق المستعملة للإعلام بالأسعار، وتقابلها كلمة étiquetage باللغة الفرنسية.

⁴- قانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991، يتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية (ج.ر.ج.ج، عدد 03 الصادر بتاريخ 16 جانفي 1991، ص 44)، معدّل ومتمم.

كما يمكن إضافة لغات أخرى على سبيل الإضافة بشرط أن يفهما المستهلك طبقا لنص المادة 18 من القانون رقم 09-03¹ وقد اشترط المشرع أن يكون الوسم مكتوبا باللغة العربية، وذلك ليستطيع المستهلك البسيط من الاطلاع على المعلومات التي يريدونها².

* **يجب أن يكون الوسم مفهوما وظاهرا وواضحا:** أي أن تكون العبارات والكلمات الوسم تتناسب والمستوى العلمي للمستهلك العادي وتجنب العبارات الغامضة والتقنية.

* **يجب أن يكون الوسم كافيا وافيا:** بحيث تكون المعلومات المدونة كافية لجلب انتباه المستهلك لخصائص المنتج والتعريف بمميزاته وطريقة استعماله ومخاطره.

* **يجب أن يكون الوسم لصيقا بالمنتج ومرئيا:** ومنه يجب أن يكون التحذير من مخاطر السلعة أو الخدمة لصيقا بها فلا يكون مجديا إذا كان منفصل عنها³.

* **يجب إن يكون الوسم صادقا ودقيقا:** أي تكون العبارات الواردة في الوسم معبرة عن الحقيقة لأن ذلك يؤدي للشفافية والنزاهة.

وبناء عليه يلعب الوسم بالإضافة إلى إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات دورا أساسيا في مجال إعلام وأمن المستهلك من خلال ما يحتويه من معلومات ومميزات عن السلع وطريقة استعمالها، وكذا تحذيرات الاستعمال أو الاستهلاك أو الحفظ، كما له دور آخر يتمثل في حماية العون الاقتصادي من أشكال التقليد التي قد تتعرض لها سلعته أو علامته التجارية⁴.

3-المعلقات:

هي طريقة لإعلام المستهلك بأسعار الخدمات المختلفة، ويكون بوضع وثيقة وحيدة مكتوبة بطريقة واضحة ومرئية تحتوي على قائمة الخدمات والأسعار المقابلة لها. ويجب أن توضع في مكان تقديم الخدمة

¹-تنص المادة 18 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج 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 ومتعدر محوها".

²- رقيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2019/05/02، ص142.

³- ويزة لحراري (شالح)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012، ص52.

⁴- عادل عميرات، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، عدد 13، جوان 2016، ص246.

ليسهل الاطلاع عليها من طرف الجمهور، كما يجب أن تحتوي الأسعار المعلنة على جميع الرسوم الواجب دفعها للخدمة المقترحة، لتجنب مفاجأة المستهلك بأسعار إضافية لاحقاً¹.

4- وسائل أخرى مناسبة: للبائع حق استخدام أي وسيلة مناسبة لإعلام المستهلكين بحسب طبيعة السلعة أو الخدمة والمعطيات التكنولوجية المستحدثة، فالعبرة ليست بالوسيلة المستخدمة وإنما بقدرة هذه الوسيلة على تحقيق الغرض بشكل ملائم وفعال، وإن تطور وسائل الاتصال صاحبه تطور مماثل في وسائل البيع التي تتم عن بعد مثل البيع عن طريق المراسلة أو الصحف أو التلفاز، ومن ثم وسائل الإعلام أيضاً.

حيث فتح المشرع بعبارة "... وسيلة أخرى مناسبة ..." المجال أمام الأعوان الاقتصاديين لاختيار أي وسيلة مناسبة من أجل إعلام المستهلك، كالإعلام بالأسعار والتعريفات عن طريق الانترنت والتجارة الالكترونية²، ويكون استعمال هذه الطرق لإعلام المستهلك في مجال المعاملات التجارية الالكترونية التي تتم عن بعد، كما هو الحال بالنسبة لعقد البيع الالكتروني، الأمر الذي أدى بالمشرع الجزائري السماح للمتدخل اعتماد هذه الطرق الحديثة كوسيلة من وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام، كما أن إعلام المستهلك بواسطة خدمة الانترنت لا يمكن الاستغناء عنها في الوقت الحالي لاسيما عند إبرام العقد الالكتروني، بحيث تسمح لهذه الوسيلة للمستهلك بالاطلاع على جميع المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات منها الأسعار والخصائص المنتوجات³.

الملاحظ من خلال المادة 2/5 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية استبعاد الإعلام الشفهي التي نصت على: "يجب أن تبيين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة".

ثانياً- في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم:

نصت المادة 7 من القانون رقم 04-02 على: "يلتزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها.

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

من خلال هذه المادة يتضح لنا أن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات بين الأعوان الاقتصاديين لا يكون إجبارياً إلا إذا طالب به العون الاقتصادي المشتري.

¹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص 82.

² للتذكير نظم المشرع التجارة الالكترونية بموجب قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية (ج.ر.ج، عدد 28، الصادر بتاريخ 16 مايو 2018، ص 4).

³ نبيل بن عديدة، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2017-2018، ص 180-181.

وقد عدد لنا المشرع الوسائل التي يتم بها الإعلام بالأسعار والتعريفات بين الأعوان الاقتصاديين، مع الإشارة إلى أن هذه الوسائل جاءت على سبيل المثال لا الحصر، وتتمثل في:

1- **جداول الأسعار والنشرات البيانية:** وهي عبارة عن وثائق يقوم العون الاقتصادي بإعدادها، تتضمن هذه الجداول قوائم بالسلع والخدمات المعروضة للبيع، وما يقابلها من أسعار ويجب تكون هذه الجداول مكتوبة بطريقة واضحة ومقروءة دون شطب أو حشو بما لا يدع مجالاً للشك حول طبيعة السلعة والخدمة أو سعرها¹.

2- **دليل الأسعار:** هي وثيقة تتضمن تركيبة الأسعار والخيارات المتاحة للزبون بشأن السلع أو الخدمات المتشابهة، تسلّم للعون الاقتصادي في مكان البيع أو تقديم الخدمة، وهي كثيرة الاعتماد عندما يكون المنتج معقد الاستعمال أو في حالة الخدمات المتعددة التي يستوجب تقديمها شروط معقدة، مثالها الدليل الخاص بوكالات الأسفار، وكذا الدليل الخاص بأسعار السيارات من نفس النوع والذي يتضمن سعر كل صنف منها بحسب ما تحويه من خصائص... إلخ².

3- **وسائل أخرى مناسبة:** على أن تكون معمول بها ومقبولة في أعراف المهنة وفقاً لما نصت عليه المادة 7 المذكورة أعلاه، وتأخذ بعين الاعتبار السرعة والمرونة التي تتطلبها المعاملات التجارية، فالمشرع فتح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين لاختيار أي وسيلة من وسائل إشهار الأسعار بما في ذلك الوسائل المعتمدة في الإعلام بين المستهلك والعون الاقتصادي. شريطة أن تكون الوسيلة مقبولة وكفيلة بتحقيق الغرض الذي أعدت لأجله، ويجب أن تحدد السعر تحديد نافيا للجهة.

الفرع الثاني:

الضوابط المتعلقة بالسعر المعلن:

إضافة إلى الوسائل المعتمدة لتبليغ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، فرض المشرع كذلك ضوابط للأسعار المعلن عنها يجب على الأعوان الاقتصاديين مراعاتها واحترامها تتمثل في تحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن (أولاً)، موافقة الأسعار للمبلغ الإجمالي المدفوع (ثانياً).

أولاً- تحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن:

لإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات بشكل صحيح لا بد أن يحدد مقدار السلعة المقابلة لهذا السعر وهذا ما تطرق إليه المشرع بموجب المادة 3/5 من القانون رقم 02-04 التي تنص: "يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري. وعندما تكون هذه السلع مغلقة أو معدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن".

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 26.

2- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 26-27.

أما السلع التي تباع بمقدارها كالمشروبات أو المياه المعدنية، فيجب على التاجر أو المنتج وضع علامة على الغلاف حتى تسمح له بمعرفة وزن أو كيل هذه المنتجات حتى يتمكن الزبون من معرفة الكمية والعدد المقابل للسعر المعلن عنه¹.

ضمانا وحرصا على شفافية المعاملات التجارية وتطوير المنافسة، أوجب المشرع تقدير السلع التي تخضع للكيل أو العد أمام أعين المشتري أو من ينوب عنه عند البيع أو تسلّم المبيع طبقا للقواعد العامة². لا يجوز للمستهلك إلزام البائع بتسليم كل الكمية الموجودة في الكيس مقابل زيادة السعر، كما لا يمكن للبائع إلزام المستهلك بزيادة في الكمية مقابل زيادة في السعر.

فتحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن فيه حماية للمستهلك والعموم الاقتصادي على حد سواء.

وان كان القانون المدني باعتباره الشريعة العامة قد أجاز البيع بالجزاف³ بموجب المادة 362 منه، إلا أن قانون الممارسات التجارية من خلال المادة 3/5 منه قد استبعد البيع بالجزاف في نطاق عقود الاستهلاك حين فرض على الأعوان الاقتصاديين تقدير السلعة، وهي إحدى نتائج الشفافية التي كرسها المشرع كون أن البيع بالجزاف قد يظلل المستهلك العادي.

يلاحظ أن المادة 5 من القانون رقم 02-04 قد ركزت على السلع دون الخدمات في حين أن المشرع ألزم العموم الاقتصادي بالإعلام بالأسعار فيما يخص السلع والخدمات، وهذا ما تداركه لاحقا في نص الفقرة الأخيرة من نفس المادة حين أحال إلى التنظيم الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة عن طريق التنظيم، وفي هذا الصدد صدر مرسوم تنفيذي رقم 09-65 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام بالأسعار المطبقة على بعض القطاعات أو بعض السلع أو الخدمات المعينة⁴.

ثانيا- موافقة الأسعار للمبلغ الإجمالي المدفوع:

نصت المادة 6 من القانون رقم 02-04 على انه: "يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء السلعة أو الحصول على خدمة".

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 29.

2- سمير عبد السيد تناغو، عقد البيع، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009، ص 80.

3- البيع بالجزاف: "هو البيع الذي يرد على مجموعة من الأشياء معينة سواء عن طريق تحديد المكان الذي توجد فيه، أو عن طريق قائمة أو بأي طريقة أخرى مقابل ثمن واحد مع غض النظر عن العدد والوزن والقياس، إلا إذا كان المراد من هذا التقدير تعيين مجموع الثمن". - نبيل إبراهيم سعد، المرجع السابق، ص 125.

4- مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 7 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة (ج.ر.ج.ج، عدد 10 صادر بتاريخ 11 فبراير 2009، ص 8).

قد يقدم المستهلك على إبرام العقد مع العون الاقتصادي مقابل الأسعار المعلنة على المنتجات المعروضة، ولكن حال شروعه في إبرام العقد يتقاجأ بوجود مبالغ إضافية مقابل ملحقات أو أداءات ترتبط بتسليم السلع أو تنفيذ الخدمة، ما قد يوقع المستهلك في حرج ويصعب عليه التراجع عن إبرام العقد.

وللحد من هذه التصرفات وتقاديا للغش والخداع ألزم المشرع من خلال المادة سالفة الذكر أن تكون الأسعار والتعريفات المعلنة عنها تشمل حقيقة كل ما يتطلبه اقتناء السلعة أو الحصول على خدمة أي أن السعر يشمل سعر السلعة وملحقات السلعة إن وجدت وكذا قيمة الخدمة وما يرتبط بها.

بالرجوع إلى القواعد العامة يعد إعلام البائع بأسعار السلع والخدمات وعرضها على المستهلك بمثابة إيجاب ومتى صدر القبول من المستهلك انعقد العقد، وبالتالي يجب على البائع تنفيذ العقد بما اشتمل عليه وبحسن نية.¹

في كل الأحوال يلزم العون الاقتصادي أن يعلم المستهلك قبل انعقاد العقد بطبيعة السلع والخدمات والأسعار المعلن عنها، وكذا المبلغ الإجمالي الذي يجب دفعه، كما يتعين عليه أن يسلم للمستهلك كشف يوضح فيه بالتفصيل الخدمة والأسعار والتعريفات والعناصر المكونة له وكذا كيفية الدفع قبل انجاز الخدمة.²

المبحث الثاني:

الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي

يعتبر الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من أهم الالتزامات المقررة لحماية المستهلك، بدءا من المرحلة السابقة للتعاقد إلى مرحلة إبرام العقد.

وقد نظم المشرع الجزائري ضمن القانون رقم 04-02، وكذا ضمن الفصل الخامس من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تحت عنوان "الإلزامية إعلام المستهلك" بمقتضى المادتين 17 و18 منه.

المطلب الأول:

مفهوم الالتزام بالمحتوى العقدي

إن حصر مفهوم الالتزام بالمحتوى العقدي يتطلب التعريف بهذا الالتزام (فرع أول)، وتحديد نطاقه (فرع ثاني)، وتبيان طبيعته (فرع ثالث).

¹- انظر المادة 107 ق.م.ج.

²- المادة 5 و6 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65، مرجع سابق.

- يعاقب على عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات طبقا لنص المادة 31 من القانون رقم 04-02، بغرامة من خمسة آلاف دينار (5 000 دج) إلى مائة ألف دينار (100 000 دج).

الفرع الأول:

تعريف الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي.

للالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي تعريف قانوني (أولا) وآخر فقهي (ثانيا).

أولا- التعريف القانوني:

استنادا لنص المادة 08 من القانون رقم 04-02 يمكننا تعريف الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي بأنه: "التزام قانوني يسبق اختتام عملية البيع يقوم بموجبه العون الاقتصادي (المدين) لإخبار المستهلك (الدائن) حسب طبيعة المنتج أو الخدمة محل البيع بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

ثانيا- التعريف الفقهي:

اجتهد الفقهاء في وضع تعريف للالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي، فهناك من عرفه على أنه: "التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بكافة المعلومات الأزمة لإيجاد رضا حر وسليم"¹.

ويعرف أيضا على أنه: "تبيان للمستهلك بما يجعله على بنية من المبيع وإدراك لخصائصه، وكيفية استعماله"².

فيما عرفه آخرون بأنه: "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأنه يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم، كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالأداء بالبيانات"³.

الفرع الثاني:

نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي.

إن الحديث عن نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي يفرض علينا تحديد هذا النطاق من حيث الأشخاص (أولا)، ثم من حيث زمن أدائه (ثانيا)، ثم أخيرا من حيث موضوعه (ثالثا).

¹- بن سالم المختار، المرجع السابق، ص 25.

²- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك، د ط، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 51.

³- محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د ط، 2015، ص 273.

أولاً- نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث الأشخاص: يستخلص في النقاط التالية:

1- المدين بالالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي: إن الحديث عن المدين بالالتزام بالمحتوى العقدي يطرح

ثلاث تساؤلات¹:

يتعلق التساؤل الأول حول تحديد ومعرفة الطرف الذي يكون ملزماً بالإعلام من بين أطراف العقد هل هو طرف معين بالذات من بين أطراف العقد يحتل في جميع الأحوال مركز المدين بهذا الالتزام في مواجهة الطرف الآخر، أم أن مركز المدين بالإعلام بالمحتوى العقدي مركز موضوعي غير مقصور على طرف محدد، يحتله ويلتزم به الطرف الأكثر خبرة ودراية أياً كان مركزه في العقد؟

بالنسبة لهذا التساؤل يذهب رأي في الفقه الفرنسي إلى أن الالتزام بالإعلام لا يقع على طرف معين بالذات من بين طرفي العقد، فلا يشترط في عقد البيع أن يلتزم به البائع دائماً في مواجهة المشتري، فقد يحدث العكس أي يلتزم به المشتري بوصفه الطرف الأكثر خبرة ودراية للمعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، وهنا المشرع ذكر مباشرة البائع ولم يقل العون الاقتصادي.

أما التساؤل الثاني فيتعلق بمدى إمكانية أن يشغل طرفاً العقد المراد إبرامه مركز المدين بالالتزام بالإعلام العقدي في وقت واحد، فيلتزم به كل طرف تجاه الطرف الآخر وذلك بشأن ما يحوزه من معلومات جوهرية تتصل بالعقد؟ واستناداً إلى هذا الرأي لا مانع أن يفرض هذا الالتزام على طرفي العقد ما دام كل منهما يحوز معلومات جوهرية متصلة بالأداء الذي سيقدمه للطرف الآخر والذي يعتبر جاهلاً له، ففي هذه الحالة يصير كل منها دائماً ومديناً بالإعلام.

أما التساؤل الثالث فإنه يدور حول إمكانية تصور الغير الذي ليس طرفاً في العقد أن يكون ملزماً بالإعلام العقدي في مواجهة أحد أطراف العقد أو كليهما؟ هذا التساؤل بينته الشريعة الإسلامية حيث أوجبته على عاتق كل شخص من الغير حاز معلومة تهم طرفي العقد أو أحدهما، وعلم بحاجتهما أو حاجة أحدهما إليها أن يخبر بذلك، وذلك عملاً بقوله صلى الله عليه وسلم: " لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بين ما فيه، ولا يحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه".

2- الدائن بالالتزام بالمحتوى العقدي:

من المعلوم أن الالتزام بالإعلام العقدي التزم قصد به الحد من اختلال التوازن بين الراغبين في إبرام العقود في مستوى الدراية والمعرفة بجوانب العقد ومشمولاته، فالدائن بهذا الالتزام هو عادة شخص بسيط لا تتوفر فيه مقاومات الخبرة والدراية اللازمين للعلم والإحاطة بالمعلومات الهامة والضرورية المرتبطة بما يقدم

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 37-38.

عليه من عقود، كما أنه يفترق إلى الوسائل اللازمة للاستعلام عن مثل هذه المعلومات، أو تتوفر لديه أسباب ومبررات شخصية أو موضوعية تسوغ له عدم الاضطلاع بواجب التحري والاستعلام¹.

وبالرجوع إلى نص المادة 8 من القانون 04-02 نجدها عبرت على المدين بالالتزام بالإعلام ب "البائع" والمقصود بالبائع هو العون الاقتصادي فهذا الأخير هو شخص مهني يفترض عمله بالسلع والخدمات التي يسوقها من حيث مكوناتها وخصائصها وكيفية استعمالها والأخطار التي تحيط بها، كما أن العون الاقتصادي هو الذي يحدد غالبا بنود وشروط العقد، وينحصر دور المستهلك على القبول أو الرفض فقط².

ثانيا- نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث الزمان: يذهب جانب من الفقه إلى القول بأن الالتزام بالإعلام هو التزام مستقل عن العقد، ويتعين الوفاء به في المرحلة السابقة على إبرامه، ومن ثم فهو التزام قبل تعاقد، ويستند هؤلاء لتدعيم وجهة نظرهم للأسانيد التالية³:

1- يجب على المنتج أو الصانع وهو أول المدينين بهذا الالتزام الوفاء به قبل طرح المنتجات في السوق، حتى يبصر المستعملين والمستهلكين المحتملين في عمومهم.

2- العلم بمخاطر الشيء المبيع وكيفية استخدامه من العناصر المكملة لرضا المشتري، ووسيلة لإيجاد رضا حر وسليم لديه، وهو ما يدل على الصفة ما قبل التعاقدية لهذا الالتزام.

3- أحيانا يكون القانون هو الذي يفرض هذا الالتزام على المدين به، كما هو الشأن في الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق منتج أو بائع الأدوات والمستحضرات الصيدلانية حيث يجب على الصيدلي المنتج وضع بيانات معينة على المنتجات الصيدلانية كتلك المتعلقة بكيفية الاستعمال والآثار الجانبية ومدة الصلاحية والاحتياجات اللازمة لتخزينها.

4- إن الالتزام بالإعلام العقدي قد يشمل أحيانا ضرورة تدخل المدين وهو العون الاقتصادي غالبا لتوجيه المشتري نحو اختيار الشيء الأكثر ملائمة لحاجاته وإشباعا لرغباته، وبالتالي في هذه الحالة لا يقتصر الالتزام بالأعلام العقدي على الإفضاء بالبيانات المتعلقة بالشيء المبيع وكيفية استخدامه وخصائصه ومكوناته.

وبالرجوع لنص المادة 8 من قانون 04-02، نجدها قد استخدمت عبارة "قبل اختتام عملية البيع"، فهذه العبارة تبدو غامضة فهل يقصد بها قبل تطابق الإيجاب والقبول؟ أو قبل تنفيذ الالتزامات المترتبة عن عقد البيع؟ الالتزام يهدف إلى حماية إرادة المستهلك وتبصيره، وبالتالي فإن وقت هذا الالتزام يجب أن يكون سابقا لتطابق الإيجاب والقبول اللذين ينعقد بهما العقد لذا كان يستحسن لو تضمنت المادة عبارة أكثر دقة مثل: " قبل إبرام العقد" أو "قبل التعاقد".

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص38.

²- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص38.

³- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص39.

ثالثاً - نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث موضوعه: يقسم الفقه المعلومات محل الالتزام

بالإعلام إلى معلومات تتعلق بالحالتين القانونية والمادية للشيء وأخرى تتعلق بظروف استخدامه:

1- الالتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء: إن قيام المدين بالالتزام بالإعلام بإحاطة المدين

بكافة المعلومات التي تتعلق بالوضع القانوني للشيء محل العقد يتطلب منه إعلامه بكل ما على هذا الشيء من أعباء وتكاليف، أي مدى تحمله بأية حقوق عينية أو شخصية تحول دون الانتفاع بالشيء محل التعاقد على النحو المأمول. وقد ذهب جانب من الفقه إلى أن الإعلام عن الحالة القانونية للشيء يقصد به العلم الفعلي الكافي بحدود المبيع ومعرفة الحقوق التي نقلها البائع والقيود التي يرد على مضمون التصرف القانوني¹.

2- الالتزام بالإعلام عن الحالة المادية للشيء: تمثل الحالة المادية للشيء عاملاً مهماً في الحث

على التعاقد، حيث غالباً ما يتقدم المستهلك على التعاقد استجابة لما تطابق على رغبته من أوصاف مادية تخص الشيء محل العقد، لذلك بالنظر للأهمية البالغة للحالة المادية للشيء. فإنه يجب على المدين بالالتزام بالإعلام الإدلاء بكافة المعلومات، والبيانات المتعلقة بالخصائص والأوصاف المادية للشيء، محل التعاقد على نحو يمكن الدائن بهذا الالتزام من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية ومدى جدواه وملائمته للحاجات التي يستهدف إشباعها من وراء التعاقد، لما لهذه البيانات من تأثير على قراره بالإقبال على التعاقد من عدمه².

3- الالتزام بالإعلام حول كيفية استخدام الشيء: تكتسي البيانات المتعلقة بكيفية استخدام الشيء

أهميته خاصة، في ضوء التطور العالمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، حيث أصبح يتعدى على المستهلك العادي الإحاطة بكل ما هو جديد في المجالات التقنية الحديثة، وبالتالي أصبح يجهل الطرق الصحيحة للاستخدام الذي له الفائدة المرجوة من الشيء محل التعاقد، وخاصة عندما يكون هذا الشيء مبتكر أو حديث الاستعمال، كما قد يترتب على استعمال الشيء محل التعاقد خطورة ما، لذا يجب على المدين بالالتزام بالإعلام إحاطة المستهلك بمصادر هذه الخطورة أو أبعادها وطرق تلفها عملاً على حمايته من الأضرار التي قد تنشأ عنها، لاسيما في مجال المنتجات الحديثة. يضاف إلى ذلك وهو الأمر الأكثر أهمية أن الإحاطة بطريقة استخدام الشيء قد تمثل بعداً مؤثراً في رضا المقبل على التعاقد نظراً لأن العلم بالصفة الخطرة للشيء إن وجدت يعد من البيانات الجوهرية الواجب الإعلام بها قبل التعاقد³.

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 40.

2- لياس بروك، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2019، ص 45.

3- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 40-41.

الفرع الثالث:

طبيعة الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي

اختلف الفقهاء حول تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام العقدي فهناك جانب من الفقه يرى بأنه التزام ببذل عناية، فيما يرى آخرون أنه التزام بتحقيق نتيجة.

يرى جانب من الفقه، أن الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي، ما هو إلا التزام ببذل عناية، فالبائع أو المتدخل بصفة عامة لا يتحكم في نتيجة المعلومات التي يقدمها، ولا يستطيع أن يلزم المشتري بإتباعها، بل يتعهد فقط ببذل كل ما يستطيع، لأجل إحاطته علما بالبيانات والمعلومات ولا يتعهد بأكثر من ذلك، لأنه مهما بلغ حرص المتدخل على وضوح المعلومات فإنه لا يكفي لتحقيق النتيجة المنتظرة بل يتوقف الأمر على مدى استجابة الطرف الآخر والتزامه بذلك¹.

بينما يرى جانب آخر من الفقه أن الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي التزم بتحقيق نتيجة وذلك لاعتبارات أهمها ضمان سلامة المستهلك ومراعاة ضعفه المبرر في مواجهة المهني، فكلما تعلق الإعلام بمعلومات تتصل بسلامة المستهلك فإن الالتزام بالإعلام يكون التزمًا بتحقيق نتيجة².

وبالرجوع للنصوص القانونية التي تنص على الالتزام بالإعلام الخاص بالمستهلك في التشريع الجزائري نجد أن المشرع قد حدّد مضمون هذا الالتزام وشكلياته، بحيث متى التزم العون الاقتصادي بالمضامين والشكليات التي حددها القانون اعتبر قد أوفى بالتزامه، ومتى خالفها اعتبر مختلا به، وذلك بصرف النظر عما إذا حصل الإعلام للمستهلك فعلا أم لا، أي أن احترام المضامين والشكليات التي حددها القانون يفترض معه حصول الإعلام للمستهلك، على أن ثمة جوانب ترك فيها المشرع مجال الحرية للمهني في اختياره وسيلة الإعلام في مجال الخدمات³.

المطلب الثاني:

تنفيذ الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي

من خلال ما نصّت عليه المادة 08 من القانون 04-02 نجد بأنها حدّدت أهم مميزات تنفيذ الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي المتمثلة في: إعلام المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة (فرع أول)، إعلام المستهلك بشروط البيع (فرع ثاني)، إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية (فرع ثالث).

¹- لياس بروك، المرجع السابق، ص ص 45-46.

²- مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2011، ص 289.

³- لياس بروك، المرجع نفسه، ص 46.

الفرع الأول:

الإعلام بمميزات المنتج أو الخدمة

أوجب المشرع على العون الاقتصادي إعلام المستهلك وذلك قبل اختتام عملية البيع بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة، وتكون هذه المعلومات بحسب طبيعة المنتج وبأية وسيلة كانت، ولم يذكر في المادة 08 من القانون 04-02 معلومات محددة بخصوص هذا الالتزام لكن بالرجوع إلى نصوص القوانين المتعلقة بحماية المستهلك فإن المعلومات الخاصة بتنفيذ هذا الالتزام تتمثل في المعلومات المتعلقة بالمواد الغذائية (أولاً)، المعلومات المتعلقة بالمنتجات غير الغذائية (ثانياً) والمعلومات المتعلقة بالخدمات (ثالثاً)

أولاً- المعلومات المتعلقة بالمواد الغذائية:

يقصد بالمادة الغذائية: "كل مادة معالجة أو معالجة جزئياً أو خام موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها، باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ"¹.

وقد نص المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك²، على نوع المعلومات التي يتضمنها إعلام المستهلك في مجال المواد الغذائية سواء كانت معبأة مسبقاً أم لا والموجهة للمستهلك أو الجماعات، وقد أوردت المادة 12 من ذات المرسوم البيانات الإلزامية للوسم والمتمثلة فيما يلي:

- تسمية البيع للمادة الغذائية.
- قائمة المكونات.
- الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي.
- التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للاستهلاك.
- الشروط الخاصة بالحفظ أو الاستعمال.
- الاسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو المستورد.
- بلد المنشأ أو بلد المصدر إذا كانت مستوردة.
- طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حال ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية.
- بيان حصة الصنع أو تاريخ الصنع أو التوضيب.

¹- المادة 3 الفقرة 2 من القانون 09-03، مرجع سابق.

²- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (ج.ر.ج.ج. عدد 58، الصادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013، ص 08).

- تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعينة.

- المكونات والمواد المبينة في المادة 27 من المرسوم التنفيذي 13-378 ومشتقاتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفرطة والتي استعملت في صنع أو تحضير المادة الغذائية وما زالت موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير.

- الوسم الغذائي.

- بيان نسبة حجم الكحول المكتسب بالنسبة للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 12 بالمئة من الكحول حسب الحجم.

- مصطلح حلال للمواد الغذائية المعنية.

- إشارة إلى رمز إشعاع الأغذية، المحدد في الملحق الثالث من المرسوم التنفيذي 13-378 مصحوبا ببيان "مؤين" أو "مشع" عندما تكون المادة الغذائية معالجة بالأشعة الأيونية، ويجب أن يبين مباشرة بالقرب من اسم الغذاء.

إضافة إلى البيانات الواردة في المادة 12 قد تتطلب بعض المنتجات الغذائية الأخرى بيانات إضافية، وفي المقابل قد يكتفى استثناءا ببعض البيانات لاعتبارات معينة. وبذلك يتبين أن المشرع أولى اهتماما خاصا بإعلام المستهلك حول المنتجات مقارنة بغيرها من المنتجات الأخرى، نظرا لاتصالها المباشر بصحة وسلامة المستهلك¹.

ثانيا- المعلومات المتعلقة بالمنتجات غير الغذائية:

نصت المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، السالف الذكر، على أن يشمل الإعلام المتعلق بالمنتجات غير الغذائية سواء كانت أدوات أو أجهزة أو آلات أو مواد على البيانات الإجبارية التالية:

- تسمية البيع للمنتج

- الكمية الصافية للمنتج المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي.

- الاسم أو عنوان الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد عندما يكون المنتج مستوردا.

- بلد المنشأ أو بلد المصدر عندما يكون المنتج مستوردا.

- طريقة استعمال المنتج.

- تعريف الحصة أو السلسلة أو تاريخ الإنتاج.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 47.

- التاريخ الأقصى للاستعمال.
- الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن.
- مكونات المنتج أو شروط التخزين.
- علامة المطابقة المتعلقة بالأمن.
- بيان الإشارات والرموز التوضيحية للإخطار المذكورة في الملحق الرابع من هذا المرسوم.

إذن من خلال نص المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يتبين أن المشرع الجزائري لم يكتفي بالمعلومات التعريفية بالمنتج (الاسم، المنشأ، المصدر، المنتج، الكمية...)، بل عززها بالإعلام المتعلق بالاستعمال، خاصة المعلومات المتعلقة بالأمن والتحذير من أخطار المنتج، (الاحتياطات الأمنية، علامة المطابقة المتعلقة بالأمن، بيان الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار...إلخ)، كما فرضت المادة 48 من نفس المرسوم على الأعوان الاقتصاديين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج.

ثالثا- المعلومات المتعلقة بالخدمات:

- نص عليها الفصل الخامس من المرسوم التنفيذي 13-378، حيث حدد مضمون وكيفية إعلام المستهلك في مجال الخدمات المقدمة بالمقابل أو مجانا، حيث يجب على مقدم الخدمة تزويد المستهلك بالبيانات التالية¹:
- يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك بواسطة الإشهار أو الإعلان أو بأية طريقة أخرى مناسبة بالخدمات المقدمة والتعريف بالحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة.
- يجب على مقدم الخدمة قبل إبرام العقد، أو قبل تنفيذ الخدمة عند عدم وجود عقد مكتوب إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة.
- يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك بصفة واضحة ودون لبس الاسم أو عنوان الشركة والعنوان والمعلومات الخاصة بمقدم الخدمة، وكذا الشروط المطبقة على العقد.
- يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة بالمعلومات التالية²:

- اسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه، وإذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركة ومقرها، وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخصا آخر.
- رقم القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعات والحرف.

¹- المواد من 51 على 54 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مرجع سابق.

²- المادة 55 من الرسوم التنفيذية رقم 13-378، مرجع سابق.

- رقم وتاريخ الرخصة واسم وعنوان السلطة التي سلمتها بالنسبة للنشاطات المقننة.
- تكاليف النقل والتسليم والتركيب.
- كفاءات التنفيذ والدفع.
- مدة صلاحية العرض وسعره.
- المدة الدنيا للعقد المقترح عندما يتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا للخدمة.
- البنود المتعلقة بالضمان.
- شروط فسخ العقد.

ونظرا لخصوصية بعض الخدمات وحاجتها إلى معلومات إضافية، فقد نصت المادة 57 من المرسوم التنفيذي 13-378 على إمكانية تحديد الكفاءات الخاصة بالإعلام المتعلق بالخدمات عند الحاجة بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك مع الوزير أو الوزراء المعنيين.

الفرع الثاني:

إعلام المستهلك بشروط البيع

نص المشرع بموجب المواد 4 و 8 من القانون رقم 04-02 على إلزامية إعلام المستهلك بشروط البيع، حيث نصت المادة 4 على: "يلتزم البائع وجوباً إعلام الزبائن بشروط البيع". ونصت المادة 8 منه على: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

تتبعي الإشارة أنّ نص المادة 8 المذكور أعلاه، تضمّن عبارة "شروط البيع الممارس"، ولكن المقصود من ذلك ينصرف على كل التصرفات ليس فقط البيع ولذا الأصح عبارة "شروط العقد الممارس"¹.

وعليه يقصد بشروط البيع إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون، ولهذه الشروط أثر في تحديد رضا المستهلك في شراء السلعة أو تحصيل الخدمة من عدمه، مثل شروط التسليم بالبيت، وشروط ضمان حسن عمل المنتج وكفاءات الدفع والتخفيضات والمسترجعات والحسوم².

¹- العربي بلحاج، الجوانب القانونية للمرحلة قبل التعاقدية (دراسة فقهية وقضائية مقارنة على ضوء القانون المدني الجزائري)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 58.

²- محمد بودالي، المرجع السابق، ص 87.

ويعاقب على عدم الإعلام بشروط البيع، بغرامة من عشرة آلاف دينار (10 000 دج) إلى مائة ألف دينار (100 000 دج)¹.

وقد بيّنت المادة 09 من القانون رقم 04-02، بعض شروط البيع الواجب توافرها إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، والمتمثلة في كفيات الدفع (أولا) وعند الاقتضاء الحسوم والتخفيضات والمسترجعات (ثانيا).

أولا- كفيات الدفع: نقصد بكفيات الدفع عدة عناصر، منها هل يتم الدفع نقدا أو بواسطة شيك، آجال الدفع حالا أو مؤجلا، الجزء المقرر في حالة التأخير عن الدفع، كيفية حساب الغرامات التأخيرية.

ثانيا- التخفيضات والحسوم والمسترجعات: وقد عرّف المشرع بموجب المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفيات ذلك²، كل هذه المصطلحات على النحو التالي:

1- التخفيضات: "كل تنزيل في السعر يمنحه البائع، لاسيما نظرا لأهمية الكمية المطلوبة أو المشتراه أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات".

2- الحسوم: سميت الحسوم بالاقطاعات وعرفت كالتالي: "اقتطاع: كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخير التسليم³ و/أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية خدمات".

3- المسترجعات: أطلق على مصطلح مسترجعات مصطلح انتقاص وعرف كالتالي: "انتقاص: كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتر. ويحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم، المنجز مع هذا التأخير خلال مدة معينة".

الفرع الثالث:

إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية

إضافة إلى إعلام المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة وشروط البيع ألزم المشرع العون الاقتصادي بضرورة إعلامه أيضا بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية للعقد المبرم.

¹- راجع المادة 32 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

²- مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفيات ذلك (ج.ر.ج. عدد 80 الصادر في 11 ديسمبر 2005، ص 18).

³- نظم القانون الجزائري قواعد التسليم في القانون المدني لاسيما المادة 395 منه، بأن نفقات تسلّم المبيع يتحملها المشتري ما لم يوجد عرف أو اتفاق يقضي بغير ذلك، وعليه فإن البائع لا يلزم بالمصاريف اللازمة لنقل المبيع (المنتج) من مكان التسليم إلى مكان آخر إلا استثناء (وجود عرف أو اتفاق). وإذا كان المنتج واجب التصدير فإن التسليم في هذه الحالة لا يتم إلا بوصول المنتج إلى المستهلك، وهذا يعني أن نفقات الشحن تقع على البائع باعتبارها تدخل في نفقات التسليم وعلى هذا الأخير الالتزام بالسعر المعلن.

ويعد عقد التأمين مثلا من العقود ذات الأثر الخطير التي تستوجب الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية، والذي يجب أن يشتمل وجوبا وبحروف واضحة على بيانات إجبارية أهمها محل التأمين، طبيعة المخاطر، تاريخ سريان العقد ومدته، مبلغ الضمان، مبلغ القسط أو التأمين... إلخ من البيانات الإلزامية المنصوص عنها في المادة 07 من الأمر رقم 95-07 المتعلق بالتأمينات.¹

وقد نص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بموجب مواده من 13 إلى 16، على أهم العناصر المحددة للمسؤولية التعاقدية وهي التزام البائع بالضمان، وحق المستهلك في تجربة المنتج المقتنى، وكذا خدمة ما بعد البيع بعد انقضاء فترة الضمان أو حين لا يمكن للضمان أن يلعب دوره.

يستفيد المستهلك من ضمان بقوة القانون للمنتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية، ويمتد هذا الضمان إلى الخدمات أيضا. حيث أنه وخلال فترة الضمان المحددة²، في حالة ظهور عيب بالمنتج، يجب على العون الاقتصادي استبداله، أو إرجاع ثمنه، أو تصليحه، أو تعديل الخدمة على نفقته دون أعباء إضافية على المستهلك. ويعتبر كل شرط مخالف لما تم ذكره باطلا.

على أنه وفي إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يستفيد المستهلك من ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق.

وتطبيقا للمادة 13 من القانون رقم 09-03، للاستفادة التامة من الحق في الضمان صدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ³، الذي أوجب على المحترف (العون الاقتصادي) أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه، على أن يسري مفعول الضمان من تاريخ تسليم المنتج.

كما أكد المرسوم على حق المستهلك في طلب تجربة المنتج دون أن يعفي ذلك المحترف (العون الاقتصادي) من إلزامية الضمان أو رد ثمنه، مع إلزام المحترف في كل حالات بإصلاح الضرر الذي أصاب الأشخاص أو الممتلكات بسبب العيب.

ووضح بأن الاستبدال يكون عند بلوغ العيب درجة خطيرة تجعل المنتج غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا رغم إصلاحه، وأن يكون الاستبدال أو الإصلاح مجانا وفي أجل يطابق العرف المعمول به.

¹- أمر رقم 95-07 مؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالتأمينات (ج.ر.ج. ج. عدد 13 الصادر بتاريخ 08 مارس 1995، ص 03)، معدل ومتم بموجب القانون رقم 06-04 ماضي في 20 فبراير 2006 (ج.ر.ج. ج. عدد 15 صادر في 12 مارس 2006، ص 03).

²- راجع بهذا الخصوص القرار الوزاري المشترك الممضي في 14 ديسمبر 2014، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة (ج.ر.ج. ج. عدد 03 الصادر في 27 يناير 2015، ص 25).

³- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ (ج.ر.ج. ج. عدد 49، صادر بتاريخ 2 أكتوبر 2013، ص 16).

وفي حالة استحالة الإصلاح أو الاستبدال يرد الثمن بالشروط التالية:

- يرد جزءا منه إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال الجزئي وفضل المستهلك الاحتفاظ به.
- يرد كاملا إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلية، وعلى المستهلك رد المنتج كما يعد كل شرط يحد من التزامات العون الاقتصادي أو يستبعدا لاجبا.
- لا يجوز أن يربط الضمان بخدمة يؤديها العون الاقتصادي للمستهلك إلا إذا كانت مجانية أو ضرورية لاستعمال المنتج. كما يمكن منح ضمان اتفاقي بالإضافة للضمان القانوني بشرط أن يكون مجانيا.
- يثبت الضمان بشهادة عليها بيانات وهي: اسم الضامن وعنوانه، رقم سجله التجاري، عنوانه الإلكتروني عند الاقتضاء، رقم الفاتورة أو تذكرة الصندوق وتاريخها، نوع المنتج، سعر المنتج المضمون، طبيعة السلعة المضمونة ونوعها وعلامتها ورقمها التسلسلي، مدة الضمان، اسم وعنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان عند الاقتضاء¹.

كما يتضمن الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية أيضا إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للأضرار التي يلتزم العون الاقتصادي بتعويضها في حالة وقوعها².

المبحث الثالث:

الالتزام بالفوترة

استخدم المشرع الجزائري في قانون رقم 04-02 مصطلحين متعلقين بالفاتورة هما الفوترة والفاتورة، وتعد الفاتورة وثيقة تجارية إلزامية تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين تسلم بمجرد إبرام عقد البيع أو الخدمة وتخضع لشروط شكلية محددة في المرسوم التنفيذي رقم 05-468، السالف الذكر. أما الفوترة فهي "العملية التي يتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات"³.

في حين أوجد المشرع بموجب المادة 03 من قانون رقم 10-06 التي تعدل المادة 10 من القانون رقم 04-02⁴ وثيقة جديدة تأدية تقوم مقام الفاتورة في المعاملات التجارية، تم تحديد نموذجها والفئات الملزمو

¹- راجع المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، مرجع سابق. - قرار ممضي في 12 نوفمبر 2014، يحدد نموذج شهادة الضمان (ج.ر.ج.ج. عدد 16 الصادر في 01 أبريل 2015، ص 40).

²- عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، فرع قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان، سنة 2015-2016، ص 91.

³- بدرة لعور، المرجع السابق، ص 172.

⁴- عدلت المادة 10 من القانون رقم 04-02 بموجب القانون 10-06 كأول تعديل طال بعض مواد القانون رقم 04-02، ثم تمت والمادة 12 فقط من القانون رقم 04-02 بموجب القانون 17-11 المتضمن قانون المالية لسنة 2018، ثم عدلت مرة أخرى والمادة 12 سنة 2018 بموجب القانون 18-13 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018، وفق التوضيحات المبينة في صلب الموضوع.

بالتعامل بها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-66، والذي الذي أطلق عليها تسمية "سند المعاملة التجارية"،
"**bon de transaction commerciale**".

وتجدر الإشارة في هذا الخصوص أن القانون رقم 17-11 المتضمن قانون المالية لسنة 2018¹، تم
المادة 10 من القانون 04-02 المعدلة بموجب القانون رقم 10-06 السالفة الذكر، بموجب المادة 120 منه،
حيث أصبحت تنص على أنه:

« يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة.

يلزم البائع بتسليمها، ويلزم المشتري بطلبها منه، وتسلم عند البيع أو تأدية الخدمة.

استثناء مما ورد أعلاه، فيما يخص تجار التجزئة، يسمح أن يتم بيع المنتجات التبغية من قبل
المصنعين أو الموزعين المعتمدين من قبل وزارة المالية، إلى تجار التجزئة، ويشار إليهم بـ «المشتري
النقدي» من خلال إصدار فاتورة بيع للمشتري تحرر تحت مسمى "فاتورة نقدي" وإصدار وصل صندوق يحتفظ
به البائع "المصنعون أو الموزعون المعتمدون من قبل وزارة المالية"، على أن يتكفل البائع بتسديد الضرائب
المستحقة على تاجر التجزئة في هذه الحالة، وهي الضريبة على القيمة المضافة والضريبة على النشاط
المهني.

يسود هذا النص على أي نص آخر بهذا الشأن ورد في قانون أو مرسوم أو قرار أو تعليمية.

يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق يبرر هذه المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا
طلبها الزبون».

نلاحظ من خلال ما ذكر أعلاه أن المشرع أضاف في المادة 10 المتممة نوع آخر من الفواتير تخص
معاملات البيع بين مصنعي أو موزعي المنتجات التبغية المعتمدين من قبل وزارة المالية وتجار التجزئة
للمنتجات التبغية الذين يطلق عليهم تسمية "مشتري نقدي"، وهي فاتورة بيع للمشتري تحت ما يسمى بـ: "فاتورة
نقدي"، بالإضافة إلى وصل الصندوق الخاص بذات المعاملات.

والملاحظ أنه لم يتم النص في هذا التتيم على الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة ألا وهي سند المعاملة
التجارية التي تطرق إليها المشرع في تعديله للمادة 10 بموجب القانون 10-06، لذلك قام المشرع بإعادة
تعديل المادة 10 المعدلة والمتممة سابقا، بموجب قانون رقم 18-13 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة
2018، تداركا لهذا الخطأ، ويتبين من قراءة هذه المادة أن المشرع بتتيم المادة 10 بقانون رقم 17-11 تم

¹- تمّ القانون رقم 17-11 المتضمن قانون المالية لسنة 2018، المادتين 10 و12 من القانون رقم 04-02، بموجب المادتين
120 و121 منه على التوالي، حيث تمت المادة 10 وفق ما هو مبين أعلاه، فيما تمت المادة 12 كما يلي: "يجب أن تحرر
الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وسند التحويل، وكذا وصل الصندوق فيما يتعلق بالمنتجات التبغية، وفق الشروط
والكيفية التي تحدد عن طريق التنظيم"، حيث أضافت هذه الأخيرة للمادة المتممة وصل الصندوق فيما يتعلق ببيع المنتجات
التبغية، تماشيا مع ما تمت تتمته في المادة 10 المتممة أيضا.

المادة 10 من القانون 02-04 قبل تعديلها بالقانون 06-10، وتدارك خطؤه في قانون المالية التكميلي لسنة 2018، حيث أعاد تعديل المادة 10 وفقا لنص المادة المعدل بالقانون 06-10، مضيفا جميع التعديلات التي طرأت إليها بموجب هذا الأخير لاسيما النص على الوثيقة التي تحل محل الفاتورة¹.

وعليه فإنّ النصّ المعدّل والمتمم للمادة 10 من القانون 02-04، ينص على ما يلي:

« يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون النشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، محل إصدار فاتورة أو وثيقة 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.

استثناء مما ورد أعلاه، فيما يخص تجار التجزئة، يسمح أن يتم بيع المنتجات التبغية من قبل المصنعين أو الموزعين المعتمدين من قبل وزارة المالية، إلى تجار التجزئة، ويدعون "المشتري النقدي" من خلال إصدار فاتورة بيع للمشتري تحرر تحت مسمى "فاتورة نقدي" وإصدار وصل صندوق يحتفظ به البائع "المصنعون أو الموزعون المعتمدون"، على أن يتكفل البائع بتسديد الضرائب المستحقة على تاجر التجزئة في هذه الحالة، وهي الرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني.

يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمات للمستهلك محل وصل للصندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أنّ هذه الفاتورة أو الوثيقة التي تحل محلها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون.

يحدد نموذج الوثيقة التي تحل محل الفاتورة، وكذا فئات المتعاملين الاقتصاديين الملزمين باستعمالها، عن طريق التنظيم»².

¹ - بالإضافة إلى تعديل المادة 10، عدل القانون رقم 13-18 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018 المادة 12 من القانون رقم 02-04، المتممة بموجب المادة 121 من القانون 11-17 المتضمن قانون المالية لسنة 2018 هي الأخرى، حيث تنص المادة 12 المعدلة على أنه: "يجب أن يتم إعداد الفاتورة وسند التسليم والفاتورة التخليصية وسند التحويل، وكذا وصل الصندوق، طبقا للشروط والكيفيات المحددة عن طريق التنظيم"، ويلاحظ أن هذا التعديل لم يحصر وصل الصندوق في وصل الصندوق فيما يتعلق ببيع المنتجات التبغية فقط ما تم النص عليه في التعديل السابق، بل نص على وصل الصندوق عامة، في حين غير المصطلحات الخاصة بالفاتورة إلى مصطلحات جديدة لم تدرج في القانون رقم 02-04 ولا في النصوص المعدلة والمتممة له، حيث أطلقت هذه المادة مصطلح سند التسليم على وصل التسليم، ومصطلح الفاتورة التخليصية على الفاتورة الإجمالية، المنصوص عليها في القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم.

² - يمكن إدراج بعض الملاحظات فيما يخص التعديل الأخير للمادة 10 بموجب قانون المالية التكميلي لسنة 2018، تتمثل في: - نصت المادة 10 المعدلة على مصطلح "الوثيقة التي تحل محل الفاتورة" عوض مصطلح "الوثيقة التي تقوم مقام" الفاتورة الوارد في القانون 02-04 وتعديلاته، وإن كان المصطلحين يفيان بنفس الغرض فلا إشكال،

- تم حذف الفقرة الواردة في نص المادة 10 المتممة بموجب القانون 11-17، والتي تنص على أن: "يسود هذا النص على أي نص آخر بهذا الشأن ورد في قانون أو مرسوم أو قرار أو تعليمة"، وإن كان في رأينا أن أغلب الظن كان المقصود تطبيق هذه

على ضوء ما تم شرحه سندرس الالتزام بالفوترة بالتطرق إلى أشكال الفوترة (مطلب أول)، الشروط الشكلية لتحضير أشكال الفوترة (مطلب ثاني).

المطلب الأول:

أشكال الفوترة

تعتبر الفوترة العملية التي تتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات، وتعد من أهم الوسائل المجسدة لشفافية المعاملات التجارية، لهذا أقر المشرع بالفاتورة وأوجد وثيقة تقوم مقامها لما يقتضي الأمر ذلك والمتمثل في "سند المعاملة التجارية"، وحدد لها البدائل في حالات معينة¹، وجعلها إلزامية في المعاملات بين الأعوان الاقتصاديين واختيارية في العلاقة بين البائع والمستهلك².

فالأصل في المعاملات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك هو الالتزام بتقديم وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون، حيث تنص المادة 2/أخيرة من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر، على أنه: " يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه".

ويقصد بالبائع في هذا المقام العون الاقتصادي في حالة كونه بائعا لسلع أو مقدا لخدمات، غير أنه يستثنى من هذا الالتزام البائع العرضي، فهو غير ملزم بالفوترة ولو طلبها منه المشتري كونه يخرج من نطاق تطبيق القانون 04-02 أساسا³.

كما أوجد المشرع لمعاملات البيع بين مصنعي أو موزعي المنتجات التبغية المعتمدين من قبل وزارة المالية وتجار التجزئة للمنتجات التبغية فاتورة خاصة تدعى "فاتورة نقدي"، كما سبق بيانه.

وفي غياب النص المنظم لوصل الصندوق والفاتورة نقدي، سنتناول من خلال هذا المطلب إلى الفاتورة (فرع أول)، ثم سند المعاملة التجارية في (فرع ثاني)، ثم بدائل الفاتورة (فرع ثالث).

الفقرة على "الفاتورة نقدي" الخاصة ببيع المنتجات التبغية لا غير، حيث جاءت كتنظيم مع الفقرة التي تسبقها الخاصة ببيع المنتجات التبغية للمادة 10 بموجب القانون 17-11،

-أعدت المادة 10 المعدلة النص على أن تحديد نموذج الوثيقة التي تحل محل الفاتورة وكذا فئات المتعاملين الاقتصاديين الملزمين باستعمالها عن طريق التنظيم في فقرتها الأخيرة، في حين أن هذا التنظيم قد صدر سابقا بعد أول تعديل لهذه المادة بموجب القانون رقم 10-06، والمتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المؤرخ في 16 فبراير 2016 الذي يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل به، السالف الذكر.

¹- علال طحطاح، المرجع السابق، ص 42.

²-أمال بن بريح، حماية المستهلك من الممارسات التجارية (على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له)، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة 2، العدد الثامن، ص 282.

³- خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 59.

الفرع الأول:

الفاتورة

نص المشرع الجزائري على الفاتورة باعتبارها أحد آليات تجسيد شفافية الممارسات التجارية بموجب المادة 10 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، وكذا المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، بالإضافة إلى المادة 20 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹. سنتناول من خلال هذا الفرع تعريف الفاتورة (أولا)، ثم أهمية الفاتورة (ثانيا).

أولا- تعريف الفاتورة:

إن تعريف الفاتورة يستوجب علينا التطرق إلى تعريفها قانونا، ثم لغة واصطلاحا، ففقهها وقضاءا.

1- التعريف القانوني للفاتورة:

على غرار نظيره الفرنسي استعمل المشرع الجزائري مصطلح الفاتورة دون أن يعرفه²، حيث بالرجوع إلى التشريعات السارية المفعول والتي تمت بصلة مباشرة بموضوع الفاتورة -في حدود ما تم الاطلاع عليه- بالإضافة للنصوص المشار إليها أعلاه، لاسيما المتعلقة منها بالممارسات التجارية، يتطرق كل من قانون الجمارك الجزائري³ والتقنين التجاري الجزائري المعدل والمتمم⁴، والتشريع الجبائي لمصطلح الفاتورة دون إعطاء تعريف لهذه الأخيرة.

وعلى ضوء أحكام هذه النصوص يمكن أن نعرفها بأنها: "الكتابة المادية أو الإلكترونية لبيانات معينة بمناسبة عملية بيع أو أداء خدمة، والتي تثبت وجود عملية تجارية".

¹- تنص المادة 20 من قانون التجارة الإلكترونية على أنه: "يترتب على بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني.

يجب أن تعد الفاتورة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

يمكن أن يطلب المستهلك الإلكتروني الفاتورة في شكلها الورقي".

²- عائشة بوعزم، النظام القانوني للفاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة وهران، العدد الأول، مارس 2014، ص113.

³- بالرجوع إلى القانون رقم 79-07 المؤرخ في 20 يوليو 1979، يتضمن قانون الجمارك (ج.ر.ج.ج، عدد 30 الصادر في 24 يوليو 1979، ص 678) معدل ومتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 (ج.ر.ج.ج، عدد 61، الصادر بتاريخ 23 أوت 1998، ص 6)، تنص المادة 622 منه على أنه يشترط تقديم فواتير الشراء أو سندات التسليم أو أية وثيقة أخرى لإثبات حيابة البضائع بصفة مشروعة.

⁴- نص المشرع الجزائري في التقنين التجاري على مصطلح فاتورة بمناسبة تنظيمه لعقد تحويل الفاتورة في المواد من 543 مكرر 14 إلى 543 مكرر 18 منه.

تجدر الإشارة أنه في عقد تحويل الفاتورة لا تعد الفاتورة ورقة تجارية وإنما هي جزء من عقد تحويل الفاتورة، راجع بهذا الخصوص: عبد الحفيظ ميلاط، النظام القانوني لتحويل الفاتورة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان، 2012/2011، ص 12.

2- التعريف اللغوي والاصطلاحي للفاتورة:

أ- **التعريف اللغوي:** الفاتورة كلمة دخيلة عن اللغة العربية، وأصل كلمة فاتورة **fattura** لاتيني من الكلمة (**factura**) فاكورا وتعني مصنوع أو صنع وهي مشتقة من الفعل اللاتيني (**facere**) فاكيره والهاء خافتة لا تكاد تسمع، وهذا الفعل يعني عمل أو صنع، وفي الإيطالية لها معان أخرى منها: حسن الصنعة، والبراعة في العمل¹. وجمع فاتورة فواتير.

ب- **التعريف الاصطلاحي**²: هي قائمة بالحساب أو المبيعات تدرج فيها أصناف البضاعة مع بيان كميتها وثمانها ومصاريفها. ويقصد بفاتورة بالحساب: فاتورة مفصلة أو كشف بالحساب، فهي ورقة يسلمها البائع إلى المشتري وهي كشف بأنواع البضاعة المباعة وأثمانها.

كما تعرّف أيضا بأنها: "مستند يبرز نقل ملكية سلعة معينة من شخص إلى آخر بصورة دائمة أو مؤقتة بحسب نوعية البيع".

3- التعريف الفقهي والقضائي للفاتورة:

أ- **التعريف الفقهي:** لا يجتمع الفقه على تعريف جامع مانع للفاتورة، لذا نستعرض بعض التعاريف على سبيل المثال:

يعرّف الفقيه **Lami** الفاتورة بأنها: "كتابة تنشأ بمناسبة بيع أو أداء خدمات التي تثبت وجود هذه العملية التجارية وتوضح شروطها". فيما يعرفها آخرون بأنها "وثيقة تجارية صادرة عن البائع تبين المنتجات والكميات والسعر المتفق عليه للمنتجات أو الخدمات التي قدمها البائع للمشتري"³.

وهناك من يعتبرها: "وثيقة بموجبها البائع يحدد للمشتري في بيع السلع بالتجزئة شروط التسليم وتنظيم الأسعار"⁴.

كما عرفها البعض الآخر: "أنها وثيقة مكتوبة حسابية تحرر وقت انعقاد البيع أو عند تقديم الخدمة لإثبات وجود هذا العقد متضمنة شروط انعقاده وشروط تنفيذه"⁵.

¹ - الموقع الرسمي لملتقى أهل اللغة [https:// www. ahlalloghah .com](https://www.ahlalloghah.com)، تم الاطلاع عليه بتاريخ 15 جانفي 2021 على الساعة 16:00.

² - معجم المعاني الجامع، رابطته <https://www.almaany.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 15 جانفي 2021، على الساعة 16:00.

³ - قارة مولود بن عيسى، النظام القانوني للفاتورة الالكترونية، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، السنة الحادية عشر، العدد 21 / ديسمبر 2016، ص81.

⁴ - محمد أمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 - بن يوسف بن خدة، 2016/2017، ص 27.

⁵ - محمد أمين مهري، المرجع نفسه، ص27.

ب- التعريف القضائي:

عرفت محكمة النقض الفرنسية الفاتورة كالاتي: "تعتبر الفاتورة مكتوب موجه من قبل تاجر، تدون فيه نوع وسعر السلع والخدمات اسم المشتري وتأكيده قبوله الدين، الذي يكون موجه لإعادة تسليمه إلى المشتري بعد دعوته إلى تسديد المبلغ المحدد، فالدائن عليه إثبات الالتزام والمدين عليه إثبات التخلص منه"¹.

على ضوء كل ما سبق يمكن تعريف الفاتورة وفق تعريف نراه يشمل كل ما ذكر أعلاه أنها: "وثيقة ضرورية في عالم التجارة الذي يمتاز بالسرعة والائتمان في انجاز المعاملات وهي عبارة عن وثيقة مكتوبة محررة من طرف العون الاقتصادي تتضمن جملة من البيانات المحددة قانوناً"².

ثانيا- أهمية الفاتورة:

للفاتورة دور هام في الممارسات التجارية، سواء بالنسبة للأعوان الاقتصاديين أو المستهلكين، وحتى السلطات العامة التي تمارس دور الرقابة على هذه الممارسات:

1- الفاتورة وسيلة للإثبات:

استنادا لنص المادة 30 من ق.ت.ج، التي تنص: "يثبت كل عقد تجاري:

- بسندات رسمية،
- بسندات عرفية،
- بفاتورة مقبولة..."

تعتبر الفاتورة وسيلة للإثبات في العلاقة بين العون الاقتصادي والمشتري سواء كان هذا الأخير مستهلكا أو عونا اقتصاديا.

2- الفاتورة وسيلة لإضفاء الشفافية على المعاملات:

تعتبر الفاتورة أحد الوسائل المعتمد عليها في القانون رقم 04-02 لتحقيق مبدأ شفافية الممارسات التجارية.

3- الفاتورة وسيلة محاسبية:

يعول كثيرا من طرف إدارة الضرائب على الفاتورة كمعيار لتقدير وعاء الضريبة، كما يستعملها العون الاقتصادي في إعداد المحاسبة السنوية (الأصول والخصوم)³.

¹ عائشة بوعزم، المرجع السابق، ص113.

² سيلية حماش، التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار بولجيجي-الأغواط، المجلد الرابع، العدد الثاني، جوان 2018، ص 94.

³ سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 27.

4- الفاتورة وسيلة رقابة:

تعد الفاتورة الوثيقة التي تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من مراقبة العمليات التجارية لتنظيم السوق من جهة ولضمان حق الخزينة من جهة أخرى¹.

الفرع الثاني:

سند المعاملة التجارية

تنص المادة 1/10 من القانون رقم 04-02، المعدلة بموجب القانون رقم 10-06 أنه: «يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمة بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها...». وبعد 6 سنوات من هذا التعديل صدر المرسوم التنفيذي رقم 16-66 الذي يحدد نموذج هذه الوثيقة وكذا الفئات المعنية بالتعامل بها².

وعليه سنتناول من خلال هذا الفرع تعريف سند المعاملة التجارية باعتباره وثيقة تقوم مقام الفاتورة (أولا)، ثم سنعمد إلى تبيان أهدافه (ثانيا).

أولا- تعريف سند المعاملة التجارية:

يمكن تعريف سند المعاملة التجارية على ضوء ما نصت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 على أنه:

"الوثيقة التي يحررها العون الاقتصادي عند البيع لفائدة المشتري، حتى ولو لم يكن هذا الأخير هو المشتري النهائي، وهو مكلف ببيع المنتج لفائدة العون الاقتصادي. على أن تتضمن على وجه الإلزام الأسعار المتفق عليها بين العون الاقتصادي والمشتري، سواء كانت هذه الأسعار نهائية أو مؤقتة بما في ذلك الأسعار الدنيا والقصوى".

من خلال هذا التعريف يتضح أنّ سند المعاملة التجارية يؤدي نفس الدور الذي تؤديه الفاتورة التي يستوجب تسليمها لمجرد تحقق البيع أو تقديم الخدمة- على اعتبار أنه يقوم مقامها في المعاملات التجارية- وعليه يخضع لنفس أحكامها، حيث يسلم إجباريا للمشتري إذا كان هذا الأخير عونا اقتصاديا، بينما يحل محله وصل الصندوق أو سند يبرر المعاملة إذا كان المشتري مستهلكا، في حين إذا طالبه به هذا الأخير يصبح واجب التسليم³.

¹- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص ص 27-28.

²- مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في فبراير 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها (ج.ر.ج.ج، عدد 10، صادر بتاريخ 22 فبراير 2016، ص 3).

³- دريس فتحي كمال، سند المعاملة التجارية كبديل للفاتورة في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثلجي-الأغواط، العدد السادس، جوان 2017، ص 168.

غير أنه لا بد من التوضيح أنه ينحصر الإلزام بالتعامل بسند المعاملة التجارية بفئات الأعوان الاقتصاديين المنصوص عليهم في المادة 3 من هذا المرسوم، والمتمثلين في المتعاملين المتدخلين في قطاع الفلاحة والصيد والموارد البحرية وكذا أصحاب الحرف والمهن، على اعتبار أنهم من فئة الأعوان الاقتصاديين غير التجار¹، والذين قد يتعذر عليهم تحرير فواتير لعدم امتلاكهم رقم تسجيل في السجل التجاري - بما أنهم غير تجار - وغير مسجلين بهذا الأخير، في حين أن ذكر رقم السجل التجاري أحد البيانات الإلزامية الواجبة التوفر في الفاتورة² من جهة، ومن جهة ثانية قد يرفضون تحرير الفواتير لاعتبارات أخرى من بينها مخافة الخضوع للضريبة وهم من غير التجار.

فاستحدث سند المعاملة التجارية كحل تلتزم به هذه الفئة من الأعوان الاقتصاديين غير التجار، عندما تكون ملزمة بالفاتورة كوثيقة تقوم مقام الفاتورة في المعاملات التجارية لها نفس الحجية ونفس القيمة القانونية.

ثانياً - أهداف سند المعاملة التجارية:

طبقاً لنص المادة 04 من المرسوم رقم 16-66 التي تنص: «يهدف سند المعاملة التجارية إلى ما

يأتي:

- ضمان شفافية المعاملات بكل صدق ونزاهة،
 - معرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة للمنتجات والمواد المعنية،
 - التحكم في قنوات التسويق التجارية من الإنتاج إلى التوزيع للمستهلك».
- يتبين أن الهدف من التعامل بسند المعاملة التجارية يتمثل في:

- تأطير السوق بصفة شرعية يتم من خلالها صنع تنافسية نزيهة يبتعد فيها التعامل عن السوق الموازية، من خلال إزاحة الوسطاء غير الشرعيين الذين يتحملون الجزء الأكبر من المسؤولية فيما يتعلق بالمضاربة، ذلك أنه بفضل هذا السند سيتم مراقبة الأسعار المطبقة طيلة مراحل سلسلة الإنتاج والتوزيع ولن يكون للوسطاء

1- عرّفت المادة 1/3 من القانون رقم 04-02 العون الاقتصادي بأنه: "كل منتج أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها"، وعليه بمفهوم هذا القانون تضم فئة الأعوان الاقتصاديين التجار وغير التجار من حرفيين وغيرهم، لاسيما أن المادة 02 من هذا القانون المعدلة بموجب القانون 10-06، عدلت لتوافق هذا التعريف موسعة النشاطات الإنتاجية التي يطبق عليها قانون الممارسات التجارية-والتي لا تعد تجارية بالضرورة وتضم نشاطات ذات طابع مدني- حيث تنص: "بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي وبائعوا اللحوم بالجملة، وكذا نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية". وقد أكدت هذا التوجه المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 محل الدراسة.

2- راجع المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، السالف الذكر.

غير الشرعيين مكانا في هذه السلسلة، هذا بالإضافة إلى معرفة الكميات المتوفرة المباعة وتتبع حركة ومصدر المنتجات وتحديد مساراتها من الإنتاج إلى التوزيع¹.

- تأطير المنتج في حد ذاته حيث يتم التحكم ومعرفة الكمية المباعة للمنتجات وبهذا يكون هناك امتلاك سليم للمعلومات والإحصائيات المفيدة فيما يخص قطاع النشاط الذي ينتمي إليه هؤلاء الأعوان الاقتصاديين الملزمين استخدام هذا السند.

- يعد بمثابة وسيلة لحماية الفلاح أو الصياد... إلخ في حالة حدوث اضطرابات في السوق وارتفاع الأسعار، وبذلك فهو سند يصب في مصلحة الأعوان الاقتصاديين غير التجار، كما يعد آلية لضبط السوق وحماية المستهلك.

وعليه يمكن القول أنّ هناك علاقة تكاملية بين الفاتورة وسند المعاملة التجارية، فالمشرع وضع هذا الشكل الجديد من أشكال الفوترة لإيجاد نوع من التسهيل والتنويع للعون الاقتصادي لاختيار ما يشاء تسهيلات للمعاملات التجارية.

رغم ذلك يلاحظ عزوف بعض الأعوان الاقتصاديين ولاسيما المتعاملين في القطاع الفلاحي والصيد البحري عن التعامل بسند المعاملة التجارية، ظنا منهم أن الغرض من السند هو الرقابة الجبائية وهذا لعدم درايتهم كفاية بالمرسوم التنفيذي رقم 16-66 المنظم للسند.

الفرع الثالث:

بدائل الفاتورة

مراعاة لبعض الظروف والأوضاع نص قانون الممارسات التجارية على إمكانية استعاضة الفاتورة بوثائق أخرى حال توافر بعض الشروط المحددة قانونا، من بينها وصل الصندوق الذي لم يصدر بشأنه تنظيم بعد، وكذا الوثائق المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-468 والمتمثلة في وصل التسليم والفاتورة الإجمالية.

وإن كان هناك من يعتبر سند التحويل المنصوص عليه في المادتين 12 و13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 أحد بدائلها²، إلا أننا نرى أنه ليس كذلك باعتبار أن سند التحويل لا يخص عملية تجارية، ولا

¹- نضيرة بوعزة، "سند المعاملة التجارية كآلية لضبط السوق"، مداخلة ضمن يوم دراسي وإعلامي حول نشر أحكام المرسوم التنفيذي رقم 66/16، منظم من طرف مديرية التجارة لولاية ميلة، يوم 29 سبتمبر 2016، تم الاطلاع عليها على الرابط التالي بتاريخ 2021/01/12 على الساعة 16:50:

<http://www.dcwmla.dz/index.php/159-2016-10-06-09-25-31>

²- عرّف المشرع سند التحويل بموجب المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 وهو عبارة عن: " وثيقة يحررها الأعوان الاقتصاديين لتبرير حركة تنقل البضائع والسلع اتجاه وحدات التخزين والتحويل والتعبئة والتسويق دون أن تكون هذه السلع محل لمعاملة تجارية".

يتعلق بعملية بيع لسلعة أو خدمة بين عون اقتصادي ومستهلك أو بين عون اقتصادي وعون اقتصادي آخر، مثلما هو الحال في الفاتورة، وإنما هو مجرد وثيقة يبرر بها العون الاقتصادي حركة منتوجاته أو سلعه¹. وبالتالي فإن إلزامية الفوترة في مثل هذه الحالة يكون بدون موضوع في غياب معاملة تجارية أصلا². وعليه نستنتج هذا الأخير من دراستنا.

لهذا سنتناول في هذا الفرع وصل التسليم (أولا)، ثم الفاتورة الإجمالية (ثانيا)، من باب المنهجية، مع التوضيح أن كلاهما لا ينفصل عن الآخر، حيث أن التعامل بوصل التسليم بدلا للفاتورة ينتهي بتحرير فاتورة إجمالية في نهاية الشهر، ولا وجود للفاتورة الإجمالية لولا الترخيص بالتعامل بوصلات التسليم بدلا عن الفاتورة.

أولا- وصل التسليم Le Bon de livraison:

يعد وصل التسليم بديلا للفاتورة نص عليه المشرع الجزائري تماشيا مع المتطلبات التي تستوجبها المعاملات التجارية، وعليه سنقوم بتعريف وصل التسليم، ثم بيان شروط التعامل به.

1- تعريف وصل التسليم:

يعد وصل التسليم وفقا للمادة 1/11 من القانون رقم 04-02، والمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 468-05: "وثيقة بديلة للفاتورة يلجأ إليها العون الاقتصادي في العمليات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع سلع لنفس الزبون، على أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية".

2- شروط التعامل بوصل التسليم:

من خلال المادة 11 من قانون رقم 04-02، وكذا المواد 14، 15 و16 من المرسوم التنفيذي رقم 468-05، فإنه حتى يكون الوصل مقبول كبديل عن الفاتورة لابد من توافر شروط معينة تتمثل في:

- يجب أن تكون هناك عمليات تجارية متكررة. ويخضع في تحديد تحققه عند المنازعة لقاضي الموضوع، وذلك بالنظر إلى طبيعة العون والزبون وكذا طبيعة السلعة والمدة الزمنية التي يقتضيها تكرار العملية التجارية³،
- يشترط أن تكون هذه العمليات منتظمة، أي بصفة دورية دون اعتبار للفارق الزمني بين العملية والأخرى،

¹- تنص المادة 3/11 من القانون رقم 04-02: "... يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر حركتها". ولعل ذكر سند التحويل في الفقرة الأخيرة من المادة التي تنص على وصل التسليم والفاتورة الإجمالية بوصفهما بديلا قانونيا للفاتورة، جعل البعض يضيفي على سند التحويل هو الآخر صفة بديل الفاتورة.

- سلمى بقر، سامية حساين، الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفاية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية، جامعة الدكتور مولاي طاهر - سعيدة، المجلد 7، العدد 2، جوان 2020، ص 121.

²- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 36.

³- خالد زاوي، التزامات التاجر (الصفة التجارية، السجل التجاري، الدفاتر التجارية، الالتزامات الأخرى)، د.ط، دار الخلدونية، الجزائر، 2016، ص 255.

- يشترط أن تكون العمليات مع نفس الزبون،

- يشترط أن يمنح العون الاقتصادي صراحة رخصة استعمال وصل التسليم بموجب مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة.

- يجب أن يحتوي وصل التسليم، على مجموعة من البيانات الإلزامية المتمثلة في رقم وتاريخ المقرر الذي يسمح باستعمال وصل التسليم، بالإضافة إلى الاسم واللقب ورقم بطاقة تعريف المسلم أو الناقل وكذا البيانات المذكورة في المادتين 3 و 4 (الفقرة الأولى) من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، وهي نفسها البيانات الواجبة التوفر في الفاتورة.

غير أنه يلاحظ أنّ المشرع لم يشترط أن تكون العمليات التجارية المتكررة متعلقة بنفس نوع من السلع.

ثانيا - الفاتورة الإجمالية la facture recapitulative:

استنادا لنص المادة 1/11 من القانون رقم 04-02، وكذا المادتين 2/14 و 17 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، يعد إلزاما تحرير فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات تسليم، على أن تقيد عليها المبيعات التي أنجزها البائع مع كل زبون خلال هذه الفترة، والمحركة مباشرة بعد انقضاءها.

وبالتالي فإن الفاتورة الإجمالية: "هي فاتورة تلخص كل العمليات التجارية المنجزة خلال شهر معين، تكون مراجعها وصولات التسليم المعينة تحرر مباشرة بعد انقضاء مدة شهر واحد"¹.

ويجب أن تتضمن الفاتورة الإجمالية نفس البيانات التي يجب أن تتضمنها الفاتورة والمنصوص عنها بموجب المادتين 3 و 1/4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، وكذلك أرقام وتواريخ وصولات التسليم المحركة².

المطلب الثاني:

الشروط الشكلية لتحرير أشكال الفوترة وجزء الإخلال بها

تبرز أهمية الفوترة في تجسيد الشفافية في المعاملات التجارية من خلال البيانات التي تحتويها الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، وكذا بدائلها، لذلك اشترط القانون مجموعة من البيانات الإلزامية أثناء تحريرها حددها كل من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم

¹- نضيرة بوعزة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 21 نوفمبر 2019، ص144.

²- ما يمكن الإشارة إليه بهذا الخصوص، أنّ المشرع أوجد وصل التسليم والفاتورة الإجمالية من المفروض لتخفيف العبء على العون الاقتصادي بعدم إلزامه تحرير فاتورة في حالة المعاملات التجارية المتكررة، في حين أن الواقع العملي لتحرير وصولات التسليم بدل الفاتورة أكثر يبدو تعقيدا من تحرير الفاتورة نفسها، حيث يلاحظ أن وصل التسليم والفاتورة الإجمالية يحتويان على نفس بيانات الفاتورة إضافة إلى بيانات أخرى خاصة بهما، وعليه كان على المشرع التخفيف من هذه الشكليات للوصول إلى الغاية المرجوة من هذه البدائل، لا تعقيد هذه الأخيرة أكثر، غير أنّه تظهر فائدته من الناحية المحاسبية حيث عوض وجود عدة فواتير في نفس الشهر، تلخص هذه الأخيرة في فاتورة واحدة نهاية الشهر تضم جميع وصولات التسليم.

والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، والمرسوم التنفيذي رقم 16-66 الذي يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، السالفي الذكر.

نمّيز في هذا الصدد بين الشروط الموضوعية والشروط الشكلية لتحريها، فبالنسبة للشروط الموضوعية هي متروكة في تقديرها للقواعد العامة في القانون المدني¹، على اعتبار أنّ القانون رقم 04-02 لم يتعرض لها، ولعلّ أهم هذه الشروط أن يكون رضا البائع عند تحرير الفاتورة أو سند المعاملة التجارية أو أحد بدائلها سليما وخاليا من العيوب، كما يجب أن يكون محلها مشروعاً، وأن يكون سببها مشروعاً أيضاً وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة. أمّا الشروط الشكلية فهي المحدّدة وفقاً لأحكام المرسومين المذكورين أعلاه.

بناءً عليه سننطلق إلى الشروط الشكلية لتحري الفاتورة (فرع أول)، فالشروط الشكلية لتحري سند المعاملة التجارية (فرع ثاني)، ثم إلى أحكام الإخلال بشروط وضوابط الفاتورة (فرع ثالث)، أما فيما يتعلق بالشروط الشكلية لتحري بدائل الفاتورة، فقد تم التطرق إليها بإيجاز في المطلب السابق ولا داعي لإعادتها في هذا المطلب تفادياً للتكرار.

الفرع الأول:

الشروط الشكلية لتحري الفاتورة

حتى تكون الفاتورة مقبولة قانوناً لا بد أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط الشكلية التي تولى تنظيمها المرسوم التنفيذي رقم 05-468. وتتعلق الشروط الشكلية بالبيانات الواجبة التوافر في الفاتورة (أولاً)، ثم ضوابط تحرير الفاتورة (ثانياً).

أولاً-البيانات الواجبة التوافر في الفاتورة:

نص المرسوم التنفيذي رقم 05-468، على مجموعة من البيانات الواجبة التوافر في الفاتورة، تتعلق بأطراف الفاتورة أو بمحلها.

1- **الشروط المتعلقة بأطراف الفاتورة:** يقصد بأطراف الفاتورة البائع أو مقدم الخدمة الذي يكون دائماً عوناً اقتصادياً (رغم أن المواد المحددة لهذه الشروط ربطتها بالبائع فقط حسب حرفيتها، فإن حكمها يتصرف أيضاً لمقدم الخدمة ولا يعد هذا تجاوزاً لهذه الأحكام بل هو تجسيدا لها لاسيما أن المواد المتعلقة بأطراف الفاتورة تدخل بما لا يدع مجالاً للشك مقدم الخدمة في إطار العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم)²، والمشتري أو متلقي الخدمة الذي يكون إما عوناً اقتصادياً أو مستهلكاً.

أ) -البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي:

¹- علال طحطاح، المرجع السابق، ص 47.

²- علال طحطاح، المرجع نفسه، ص 48.

تنص المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 على أنه: «يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات المتعلقة بالعميل الاقتصادي»، هذه البيانات تخص العميل الاقتصادي كان بائعا أو مشتريا وفي هذه الحالة الأخيرة تشترط نفس البيانات المذكورة باستثناء البيان المتعلق برأس المال الشركة، وتتمثل هذه البيانات فيما يلي:

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه،
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري،
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء،
- الشكل القانوني للعميل الاقتصادي وطبيعة النشاط.
- رأس المال الشركة عند الاقتضاء،
- رقم السجل التجاري،
- رقم التعريف الإحصائي،
- وضع الختم الندي للبائع أو مقدم الخدمة على الفاتورة وتوقيعه، إلا إذا حررت الفاتورة عن طريق النقل الإلكتروني. كما لا يلتزم بهذا البيان أيضا الأعوان الاقتصاديون الذين يمارسون نشاطات ذات مصلحة عمومية ويحررون عددا مهما من الفواتير يستحيل فيها عليهم مراعاة هذا الالتزام، حيث يرخص لهم الاحتفاظ بشكل الفاتورة التي يستعملونها¹.

تعد البيانات المتعلقة بالعميل الاقتصادي إجبارية، وهي مذكورة على سبيل الحصر لا على سبيل المثال، وتكمن أهمية الطابع الإلزامي لها أنها تجعل الفاتورة محددة تحديدا دقيقا نافيا للجهالة والشك وتكون لها حجية على محررها.

ب) - البيانات المتعلقة بالمشتري أو متلقي الخدمة

تنص المادة 2/3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 على أنه: «يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا». وبالتالي يجب ذكر اسم ولقب وعنوان المستهلك إذا كان شخصا طبيعيا.

عندما يكون المستهلك شخص معنوي، في هذه الحالة يجب ذكر اسمه، والذي يختلف باختلاف الطبيعة القانونية للشخص المعنوي، فإذا كان الشخص المعنوي شركة تجارية في هذه الحالة فإن التسمية تختلف حسب نوعية الشركة إذا ما كانت شركة أموال أم شركة أشخاص². أما الشركة المدنية يجب أن تتبع بأحرف واضحة تبين أن الشركة مدنية.

بالإضافة إلى ذكر اسم المستهلك في الفاتورة أو جب المشرع أيضا ذكر عنوانه، وعنوان الشخص الطبيعي يختلف عن عنوان الشخص المعنوي، فبالنسبة للشخص الطبيعي عنوانه يتحدد حسب القانون المدني

¹- أنظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، مرجع سابق.

²- راجع المواد 592 و593 من القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق.

بموطنه، والموطن هو المحل الذي يوجد فيه السكن الرئيسي، وعند عدم وجود سكن يكون محله مكان الإقامة العادي¹. أما موطن القاصر والمحجوز عليه والمفقود والغائب هو موطن من ينوب عنهم قانوناً². ويمكن اختيار موطن خاص لتنفيذ عمل قانوني معين بشرط إثبات اختيار الموطن³.

أما بالنسبة للشخص المعنوي طبقاً للمادة 5/50 ق م ج، يعتبر موطن الشخص المعنوي الاعتباري المكان الذي يوجد فيه مركز إدارته، وبالتالي العنوان الذي يكتب في الفاتورة هو عنوان مركز الإدارة.

2- البيانات المتعلقة بالسعر والتعريفات: بين المشرع من خلال المواد 3، 5، 7 و 8 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 البيانات التي يجب ذكرها في الفاتورة المتعلقة بالسعر، وتتمثل في:

- سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة،
- السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة،
- طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات ونسبتها المستحقة حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، ولا بد من ذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه.
- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، محرراً بالأرقام والأحرف، ويشمل السعر الإجمالي، عند الاقتضاء، على جميع التخفيضات أو الاقطاعات أو الانتقاصات الممنوحة للمشتري والتي تحدد مبالغها عند البيع و/أو تأدية الخدمات مهما يكن تاريخ دفعها.
- يجب ذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة أو تشكل عنصراً من عناصر سعر الوحدة.
- يجب أن تذكر صراحة في الفاتورة الزيادات في السعر، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالأجل والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع، كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين عندما يدفعها وتكون مفوترة على المشتري.
- 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.

3- المعلومات المتعلقة بميزات السلع والخدمات: تتمثل المعلومات المتعلقة بميزات السلع والخدمات

في:

- تسمية السلع المباعة و/أو الخدمات المنجزة.
- كمية السلع المباعة و/أو الخدمات المنجزة.

¹- راجع المادة 36 ق.م.ج.

²- راجع المادة 38 ق.م.ج.

³- راجع المادة 1/39 ق.م.ج.

ويعد الإلزام بذكر مميزات السلع والخدمات في الفاتورة، تجسيد لضرورة إعلام المستهلك بالمعلومات النزينة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج والخدمات، تكريسا لشفافية الممارسات التجارية.

4- تحديد تاريخ الدفع وكيفيته:

يجب ذكر في الفاتورة طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة، وهي آجال يترك تحديدها لحرية الأطراف، ويعتبر المشتري قد دفع قيمة الفاتورة متى وضع تحت تصرف البائع المبلغ المالي المحدد لها وليس يوم دخول هذا المال في حسابه، لأن ذلك غالبا ما يأخذ من يومين إلى أربعة أيام بين تاريخ وضع المشتري لدى المستفيد (بنك مثلا) وتاريخ وضع المال في حساب البائع¹.

يجب أن يذكر تاريخ الدفع على وجه الفاتورة والذي يكون مكتوب كالتالي: يوم كذا من الشهر والسنة اللذين يقتضي أن يتم الدفع فيهما. وإذا كان الدفع مقسما فإن تاريخ السداد هو التاريخ الذي يتم فيه آخر دفع يتعلق بالسداد النهائي لثمن المنتج أو الخدمة².

5- تاريخ تحرير الفاتورة والتوقيع عليها:

لا بد أن تحتوي الفاتورة على تاريخ تحريرها ورقم تسلسلها في دفتر الفواتير، ويلعب تحديد تاريخ تحرير الفاتورة أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية حيث أن تاريخ تحرير الفاتورة يعتبر تاريخ انعقاد العقد الذي له أهمية في المعاملات التجارية من حيث الإثبات، كما له أهمية من حيث بداية حساب مواعيد الدفع، بالإضافة إلى أن تاريخ الفاتورة يساعد في مكافحة الغش في تحرير الفواتير وذلك بالرجوع إلى دفتر الفواتير. ولا يشترط أن يكون تاريخ الدفع متلازما مع تاريخ البيع.

كما اشترط القانون وجوب أن تحتوي الفاتورة على الختم الندي وتوقيع البائع، ويعتبر التوقيع شرط أساسي وجوهري لأنه أساس نسبة الكتابة إلى الموقع، ذلك أن التوقيع يتضمن قبول ما هو مكتوب على الورقة، لكن المشرع أقر استثناء لهذا الشرط عندما تحرر الفاتورة عن طريق النقل الإلكتروني، حيث استثنى المادة 1/4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 شرط احتواء الفاتورة المحررة عن طريق النقل الإلكتروني على الختم الندي وتوقيع البائع³.

ثانيا- ضوابط تحرير الفاتورة:

تتخذ الفاتورة شكلان، إما فاتورة ورقية عادية أو فاتورة إلكترونية، وفي كلتا الحالتين يجب أن تستوفي جميع البيانات المذكورة سابقا، وتحترم ضوابط معينة كي لا تفقد قيمتها القانونية، نلخصها فيما يلي:

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 69.

2- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 31.

3- لا بد من التنويه في هذا المقام على عدم إمكانية اللجوء إلى الفاتورة الإلكترونية إذا تعلق الأمر بتسوية النفقات العمومية، وفقا لنفس الفقرة من ذات المادة.

1- ضوابط تحرير الفاتورة الورقية العادية:

يجب أن تكون الفاتورة الورقية واضحة لا تحتوي أي لطخة أو شطب أو حشو لأن هذه العيوب تمس بأمانة ومصداقية البيانات الواردة فيها، وتعتبر الفاتورة قانونية إذا حررت استنادا إلى دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير، الذي يتخذ شكلا ماديا يضم سلسلة متواصلة من الفواتير التي تتضمن لزوما بيانات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين أطراف الممارسة التجارية، ولا يمكن استعمال دفتر الفواتير الجديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كلية. على أنه يجب أن تتضمن الفاتورة الملغاة قانونا عبارة "فاتورة ملغاة" تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة.

2- ضوابط تحرير الفاتورة الإلكترونية:

أصبحت التجارة الإلكترونية واقعا يفرض نفسه حيث أضحت حقيقة واقعية تقتضي تكيف الوسائل التقليدية بما يناسب طبيعة وخصائص هذا الوسط، فظهرت السوق الإلكترونية والعقد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني ومن ثم عقد الاستهلاك الإلكتروني¹، ومن ثم الفاتورة الإلكترونية.

وفي هذا الخصوص نصت المادة 20 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أنه يترتب على كل بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني تسلم للمستهلك الإلكتروني ويجب أن تعد طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، ويمكن أن يطلب المستهلك الإلكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

استنادا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 05-468، تعتبر الفاتورة قانونية إذا حررت استنادا إلى دفتر فواتير غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي. حيث يسمح بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو لأكثر بتبادل الفواتير عن بعد.

الفرع الثاني:

الشروط الشكلية لتحرير سند المعاملة التجارية

على غرار الفاتورة، لا بد أن تتوفر في سند المعاملة التجارية باعتباره الوثيقة التي تقوم مقامها، مجموعة من الشروط الشكلية المتمثلة في البيانات الواجب توافرها في سند المعاملة التجارية (أولا)، وضوابط تحرير سند المعاملة التجارية (ثانيا).

أولا- البيانات الواجب توافرها في سند المعاملة التجارية:

نص المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، على جملة من البيانات التي يجب أن يتضمنها سند المعاملة التجارية.

¹ - عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، المرجع السابق، ص 103.

يمكن تصنيف هذه البيانات على النحو التالي:

1- البيانات الخاصة بالأطراف: استعمل المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المذكور سابقا، مصطلح البائع والمشتري في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين، وأبقى على مفهوم المستهلك.

(أ) - المعلومات الخاصة بالعون الاقتصادي:

حسب ملاحق المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المنصوص عليها في المادة 6 منه، والتي نصت على البيانات التي تمكن من التعرف على العون الاقتصادي سواء كان بائع أو مشتري، وإذا كان تاجرا متقلدا يجب وضع كل المعلومات الضرورية التي تمكن من الالتحاق به عند الضرورة¹. وتتمثل هذه البيانات في:

- اسم ولقب الشخص الطبيعي.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- العنوان (إما عنوان مكان التربية، أو عنوان مكان المستثمرة الفلاحية، أو العنوان المهني أو محل الإقامة).
- رقم بطاقة الفلاح، أو رقم الامتياز أو بطاقة الحرفي والسجل التجاري، فهذه البيانات تختلف بحسب صفة العون الاقتصادي إذا كان ضمن القطاع الفلاحي والصيد البحري والموارد البحرية أو الحرف والمهن.

- إضافة إلى رقم التعريف الجبائي.

(ب) - البيانات الخاصة بالمستهلك:

قياسا على ما ورد في أحكام المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، يمكن أن نستنتج المعلومات الخاصة بالمستهلك في سند المعاملة التجارية وهي:

- ذكر اسم ولقب المستهلك في السند متى كان شخصا طبيعيا، أما إذا كان شخص معنوي فيختلف اسمه باختلاف الطبيعة القانونية للشخص المعنوي.
- عنوان المستهلك، بالنسبة للشخص الطبيعي فإن عنوانه يتحدد حسب القانون المدني الجزائري بموطنه، أما بخصوص الشخص المعنوي فموطنه هو المكان الذي يوجد فيه مركز إدارته².

2- المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات والأسعار:

بناء على نص المادتين 2 و5 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 السالف الذكر، يجب تعيين السلع أو الخدمات محل المعاملة التجارية وكميتها، والمعلومات المتعلقة بالأسعار المتفق عليها، بالإضافة إلى البيانات

¹- دريس فتحي كمال، المرجع السابق، ص 177.

²- أنظر المادة 50 ق.م.ج، مرجع سابق.

المتعلقة بتاريخ تحديد السند وتوقيع وختم البائع وكذا توقيع المشتري. ويلاحظ أنها إجمالاً نفس البيانات الواجبة التوافر في الفاتورة والتي تناولناها في الفرع السابق.

ثانياً- ضوابط تحرير سند المعاملة التجارية:

على غرار الفاتورة فإنه يجب أن يكون سند المعاملة التجارية واضحاً لا يحتوي على شطب ولا حشو، ويعتبر قانونياً إذا حرر استناداً إلى دفتر أرومات، يضم ترقيم سلسلة متواصلة وترتيباً زمنياً من سندات المعاملات التجارية، على أن لا يشرع في استعماله إلا بعد أن يستكمل الدفتر السابق، وذلك سواء في شكل ورقي أو في شكل إلكتروني غير مادي باللجوء إلى الإعلام الآلي ويمكن إرساله بواسطة وسيلة اتصال معلوماتية¹.

ويجب أن يشطب سند المعاملة التجارية الملغى قانوناً بطول خط الزاوية أو يحمل عبارة "ملغى" بحروف كبيرة ومكتوبة بشكل واضح.

الفرع الثالث:

أحكام الإخلال بشروط وضوابط الفوترة

سنتطرق من خلال هذا الفرع إلى حالات الإخلال بشروط وضوابط الفوترة (أولاً)، ثم إلى جزاء الإخلال بهذه شروط والضوابط (ثانياً).

أولاً- حالات الإخلال بشروط وضوابط الفوترة:

قد يرتكب العون الاقتصادي بعض المخالفات أثناء الفوترة، من شأنها أن تعرضه للمتابعة القانونية، تتمثل في تحرير فواتير غير قانونية، أو تحرير فواتير أو سندات معاملة تجارية غير مطابقة لشروط تحريرها، أو تحرير فواتير مزورة أو فواتير المجاملة، أو عدم الفوترة مطلقاً.

1- الفاتورة غير القانونية والفاتورة غير المطابقة: لتكون الفاتورة غير قانونية أو غير مطابقة لا بد

مما يلي:

أ- الفاتورة غير القانونية: تعتبر الفاتورة غير قانونية إذا لم تحرر استناداً إلى دفتر أرومات أو ما يسمى دفتر الفواتير، مهما يكن شكله مادي أو غير مادي باللجوء إلى وسائل الإعلام الآلي²، ولا يمكن استعمال دفتر فواتير جديد إلا بعد استكمال الدفتر الأول كلية.

¹- تجدر الإشارة أنه قد أرفقت نماذج سندات المعاملات التجارية المستعملة من طرف الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون النشاطات الفلاحية والصيد والموارد البحرية وكذا الحرف والمهن في ملاحق المرسوم التنفيذي رقم 16-66 السالف الذكر، على اعتبار أنهم الأعوان الاقتصاديون الملزمون باللجوء إلى استخدام هذه الوثائق وفقاً لنص المادة 3 منه.

²- عائشة بوعزم، المرجع السابق، ص 116.

ب- الفاتورة غير المطابقة: اعتبر المشرع فاتورة غير مطابقة كل مخالفة لأحكام المادة 12 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر.

وعليه يكون العون الاقتصادي مرتكبا لمخالفة موصوفة بفاتورة غير مطابقة عندما يقوم بإصدار فواتير دون ذكر البيانات الإلزامية المذكورة في المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر، لاسيما البيانات التالية:

- رقم السجل التجاري للبائع والمشتري،
- طريقة الدفع وتاريخ التسديد،
- السعر الإجمالي دون احتساب كل الرسوم،
- تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها،
- بعض المعلومات الخاصة بالعون الاقتصادي البائع أو مقدم الخدمة،
- بعض المعلومات الخاصة بالعون الاقتصادي المشتري،
- بعض المعلومات الخاصة بالمستهلك،
- الختم الندي وتوقيع البائع، ويستثنى هذا الشرط إذا حررت الفاتورة عن طريق النقل الإلكتروني، أو كان المحررون من الأعوان الذين يمارسون نشاطات ذات مصلحة عمومية الذين يحررون عددا مهما من الفواتير يستحيل فيها عليهم عمليا مراعاة الالتزام بالختم الندي والتوقيع، حيث يرخّص لهم الاحتفاظ بشكل الفاتورة التي يستعملونها.

- الإجراءات الشكلية من وضوح أو شطب أو حشو أو لطخة.
- تكاليف النقل، إذا لم تكن مفوترة على حدة أو لا تشكل عنصرا من عناصر سعر الوحدة،
- الزيادات في السعر، وفقا لما تنص عليه المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)¹.

أمّا إذا لم يذكر في الفاتورة البيانات الإلزامية المتمثلة في الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، أو رقم التعريف الجبائي للأطراف، أو الكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من دون احتساب رسوم للمنتجات المبيعة أو الخدمات المقدمة، يعتبر عدم ذكرها عدم فوتره وليس عدم مطابقة، ويعاقب عليها بالعقوبة المنصوص عليها في المادة 33 من القانون رقم 04-02 المتعلقة بعدم الفوتره.

ويطبق الأمر على الفاتورة أو سند التحويل أو وصل التسليم أو الفاتورة الإجمالية، كل في حدود ما اشترط المشرع من بيانات وفق المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر، أما فيما يخص سند المعاملة التجارية فيؤخذ بما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة، السالف الذكر.

¹- المادة 34 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

2- عدم الفوترة:

وفقا لنص المادة 33 من القانون رقم 04-02، تعتبر عدم الفوترة كل مخالفة لأحكام المواد 10، 11، 13 من هذا القانون، ويتمثل الركن المادي في مجموعة الصور الآتية:

أ- عقد بيع سلع أو عقد أداء خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين لنشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها ووكلاء ووسطاء بيع المواشي، وبأعو اللحوم بالجملة وكذا نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، الذي يتم بدون فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها.

ب- امتناع العون الاقتصادي عن تقديم الفاتورة رغم طلبها من المستهلك في عقد البيع أو عقد أداء الخدمات أو عدم تقديمها للموظفين المؤهلين عند أول طلب لها في الأجل المحدد من الإدارة المعنية.

ج- عدم حيازة العون الاقتصادي لسند التحويل الخاص بالسلع التي ليست محل معاملات تجارية والتي ينقلها إلى وحداته (للتخزين أو التحويل أو التعبئة أو التسويق)، أو عدم تقديمه للأعوان المؤهلين عند طلبه¹.

د- عدم تحرير أو تسليم وصل التسليم في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون أو عدم تقديمه للأعوان المؤهلين عند طلبه، وكذا عدم حيازة أو تحرير الفاتورة الإجمالية أو عدم تقديمها للأعوان المؤهلين عند طلبها.

و- تحرير فواتير دون ذكر الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، أو رقم التعريف الجبائي للأطراف، أو الكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من دون احتساب رسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة².

فإن وقعت صورة من هذه الصور شكل الركن المادي لجريمة عدم الفوترة³، أما الركن المعنوي لهذه الجريمة هو مفترض وقائم.

¹ - اعتبرنا أن سند التحويل لا يعد بديلا من بدائل الفاتورة باعتبار أنه لا يتعلق بعملية بيع، وإنما يتعلّق بعملية نقل البضائع، إلا أنّ هناك من اعتبره بديلا للفاتورة يحل محلها في إثبات ملكية البضاعة ويبرر حركتها على الأقل، ومن ثمة يمكن اعتبار عدم حيازة العون الاقتصادي لسند التحويل - كما هو موضح أعلاه - عدم فوترة، على الأقل من منظور من يعتبرونه بديلا للفاتورة.

² - في اجتهاد المحكمة العليا متعلق بالملف رقم 267580، قرار بتاريخ 2004/07/07، قضية (النائب العام) ضد (ب-م)، اعتبرت في حالة عدم الفوترة المشتري مسؤول مثل البائع عما ورد في الفاتورة، لأنّه ملزم قانونا بطلبها من البائع وبمراقبتها. - مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني، 2004، ص 457.

³ - في اجتهاد المحكمة العليا متعلق بالملف رقم 369900، قرار بتاريخ 2006/11/29، قضية (ب-م) ضد (ع ع - والنيابة العامة)، اعتبرت أنّ مجرد عدم مطابقة السجل التجاري للنشاط المدون في الفاتورة لا يشكل جريمة التزوير واستعمال المزور. - مجلة المحكمة العليا - العدد الثاني، 2006، ص 577.

كما بينّ المشرع الجزائري في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة¹، وقانون الرسوم على الأعمال²، أن هناك ممارسات تدليسية يكون موضوعها الفاتورة تشكل ماديّات جريمة الغش الضريبي. وجريمة الغش الضريبي هي التملص أو محاولة التملص كلياً أو جزئياً باللجوء لممارسات تدليسية في إقرار وعاء أي ضريبة أو حق أو رسم يخضع له الشخص أو تصفيته أو تحصيله³.

هذا وفي اجتهاد للمحكمة العليا متعلق بالملف رقم 287833، قرار بتاريخ 06 أفريل 2004، قضية (إدارة الجمارك) و (د-م) ضد (القرار الصادر في 22-04-2001)، اعتبرت هذه الأخيرة عدم الفوترة جريمة من جرائم التهريب في حالة حيازة بضاعة، ويشترط قانون الجمارك تبريرها بمستندات عبر كامل الإقليم الجمركي⁴، كما قضت في حكم لها محكمة روية قسم الجرح المؤرخ في 02 جانفي 2018 بتهمة جنحة عدم الفوترة على المتهم لأنه لا يملك فواتير شراء للبضاعة التي وجدت بمحله التجاري حيث قدر المبلغ غير المفوتر بـ 193.550.00 دج⁵.

3- الفواتير المزورة وفواتير المجاملة: حرصاً من المشرع الجزائري على تغطية موضوع الفاتورة بما يكفل الحماية الجنائية المتكاملة، صدر القرار المؤرخ في الفاتح من أوت 2013 المحدد لمفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة وكذا كفاءات تطبيق ذلك⁶، وهو القرار الذي جاء تطبيقاً لأحكام المادة 65 من قانون المالية لسنة 2003⁷.

أ- **الفاتورة المزورة:** هي الفاتورة التي تم إعدادها دون الشروع في أي عملية تسليم أو أداء خدمة بغرض القيام بما يأتي:

- تخفيض قواعد فرض الضريبة بالنسبة لمختلف الضرائب والرسوم.
- إخفاء عمليات.

¹- أمر رقم 76-101 مؤرخ في 09 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة (ج.ر.ج.ج، عدد 102، صادر في 22 ديسمبر 1976، ص 1432)، معدل ومتم بموجب القانون رقم 09-09 المؤرخ في 30 ديسمبر 2009، المتضمن قانون المالية لسنة 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 78، الصادر بتاريخ 31 ديسمبر 2009، ص 3)

²- أمر رقم 76-102 مؤرخ في 09 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الرسوم على الأعمال (ج.ر.ج.ج، عدد 103، صادر بتاريخ 26 ديسمبر 1976، ص 1520)، معدل ومتم بالأمر رقم 09-01 المؤرخ في 22 جويلية 2009، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2009 (ج.ر.ج.ج، عدد 44، الصادر بتاريخ 26 جويلية 2009، ص 4).

³- عائشة بوعزم، مرجع سابق، ص 117.

⁴- مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني، 2004، ص 481.

⁵- حكم غير منشور.

⁶- قرار مؤرخ في الفاتح أوت 2013، يتضمن مفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة وكذا كفاءات تطبيق العقوبات المقررة عليها (ج.ر.ج.ج، عدد 30، صادر بتاريخ 21 ماي 2014، ص 9).

⁷- قانون رقم 02-11 مؤرخ في 24 ديسمبر 2002، يتضمن قانون المالية لسنة 2003 (ج.ر.ج.ج، عدد 86، الصادر بتاريخ 25 ديسمبر 2002، ص 3).

- نقل وتبويض رؤوس الأموال.
- اختلاس أموال من الأصول وتمويل عمليات غير قانونية أو قانونية.
- الاستفادة من بعض الامتيازات كالحق في الحسم في مجال الرسم على القيمة المضافة والحصول على قروض لدى المؤسسات المصرفية بغية تمويل المشاريع الاستثمارية¹.

ب- فاتورة المجاملة: يقصد بها القيام بتلاعب وإخفاء على الفاتورة لهوية وعنوان المومنين أو الزبائن أو القبول الطوعي باستعمال هوية مزورة أو اسم مستعار، وذلك بهدف خفض مبلغ الضرائب الواجب دفعها وكذا اختلاس أموال مؤسسة أو أموال شخص ما واستعمالها لأغراض مختلفة، فتمثل إذا فاتورة المجاملة عملية شراء أو بيع أو أداء خدمة حقيقية².

ثانياً - جزاء الإخلال بشروط وضوابط الفوترة:

الأصل أن المخالفات الواردة في القانون رقم 04-02 بما فيها تلك الخاصة بالالتزام بالفوترة، تخضع لاختصاص الجهات القضائية طبقاً لنص المادة 60 من هذا القانون، غير أنه بنص نفس المادة يمكن قبول الأعوان الاقتصاديين المخالفين في رجوع ودي يتمثل في المصالحة متى توفرت شروطها، وتنتهي بذلك المصالحة المتابعات القضائية.

حيث منح القانون رقم 04-02 الإدارة المتمثلة في مدير التجارة الولائي المختص إقليمياً، أو وزير التجارة حسب الحالة، حق تسوية الخلافات وسلطة توقيع جزاءات إدارية ضد الأعوان الاقتصاديين المرتكبين للمخالفات. وتتمثل هذه الجزاءات في إجراءات حجز، والغلق الإداري للمحلات، ونشر القرارات، فيما يتمثل حق تسوية المخالفات في المصالحة.

يمكن تعريف المصالحة أو الصلح بوجه عام أنه تسوية للنزاع بطريقة ودية³، وهي وسيلة فعالة وعادلة لوضع حد للنزاع مقابل دفع المخالف للغرامة المقترحة عليه في حدود العقوبات المالية التي حددها القانون⁴، كالتالي:

1- حالة عدم الفوترة: نصت المادة 33 من قانون رقم 04-02 على أنه: «دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و11 و13 من هذا القانون، ويعاقب بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته»، مع التذكير أنّ المشرع اعتبر عدم الفوترة أيضاً تحرير الفاتورة دون ذكر الاسم والعنوان

¹- أنظر المادة 2 من القرار المؤرخ في 01 أوت 2013، مرجع سابق.

²- أنظر المادة 3 من القرار المؤرخ في 01 أوت 2013، مرجع سابق.

³- أحسن بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المواد الجمركية بوجه خاص، د.ط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2005، ص 111.

⁴- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 110.

الاجتماعي للبائع أو المشتري وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة، كما سبق توضيحه.

2- حالة تحرير فاتورة غير مطابقة: يعاقب على تحرير فاتورة غير مطابقة بغرامة من عشرة آلاف دينار جزائري (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار جزائري (50.000 دج).

3- حالة تحرير فواتير مزيفة أو وهمية: يعاقب العون الاقتصادي في حالة تحرير فواتير مزيفة أو وهمية بالغرامة من ثلاثة مائة ألف دينار جزائري (3000.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10000000 دج).¹

4- حالة تحرير فواتير المجاملة أو الفواتير المزورة : تطبق غرامة جبائية تساوي 50% من قيمة الفاتورة² في حالة تحرير فواتير المجاملة أو الفواتير المزورة على الأشخاص الذين شرعوا في إعداد الفواتير وضد الذين استلموها على حد السواء، بالإضافة إلى استرجاع مبالغ الرسم على التي كان من المفروض تسديدها والموافقة للتخفيض المطبق في مجال الرسم على النشاط المهني، طبقا لقانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة³.

إلا أنه إذا كان العون الاقتصادي المخل بالالتزام بالفوترة في إحدى الحالات التالية:

- إذا كان المخالف في حالة العود،
- في حالة عدم إمكانية مصالحة: عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).
- في حالة عدم إنتاج المصالحة لآثارها: وذلك في حالة عدم موافقة العون الاقتصادي المتابع على المصالحة، أو في حالة عدم دفعه الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة.

يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية، لردع أي محاولة مساس بقواعد الممارسات التجارية ومنها المساس بقواعد وأحكام الفوترة، ويتم هذا عن طريق المتابعة الجزائية. وتؤدي المتابعة الجزائية ضد العون الاقتصادي المخل بالالتزام بالفوترة، إلى حكم القاضي بعقوبة أصلية وهي الغرامة، وعقوبات تكملية تتمثل في المصادرة ونشر الحكم، وعقوبات أخرى متعلقة بحالة العود.

¹ - أنظر المادة 37 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

² - أنظر المادة 4 من القرار المؤرخ في أول أوت 2013، مرجع سابق.

³ - أنظر المادة 5 من القرار المؤرخ في أول أوت 2013، مرجع سابق.

الفصل الثاني:

مبدأ نزاهة الممارسات التجارية

يقصد بالنزاهة (La loyauté) في إطار الممارسات التعاقدية أن يتمتع المتعاقد من إتيان ما يتنافى مع الشرف والاستقامة من خداع أو غش أو تعسف أو إضرار بمصالح متعاقد آخر.

وتماشيا مع التوجه العام نحو تعزيز متطلبات النزاهة في العلاقات التعاقدية، جعل المشرع النزاهة مبدأ يحكم القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال جملة من القواعد، حظر بموجبها على العون الاقتصادي ممارسة كل ما ينافي الأعراف التجارية النزيهة والشريفة، تضمنها الباب الثالث من القانون رقم 04-02، تحت عنوان "نزاهة الممارسات التجارية".

وتكريس المشرع لمبدأ النزاهة شمل مجالات أخرى، منها القواعد المنظمة للمنافسة، حيث جعل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، النزاهة ضابط يجب مراعاته في إطار حرية الأسعار، وهو ما يعكس مكانة مبدأ النزاهة ضمن النصوص المنظمة للسوق بوجه عام.

وسوف نتناول في دراستنا للقواعد المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية، الممارسات التجارية غير الشرعية (مبحث أول)، الممارسات التجارية غير النزيهة (مبحث ثاني) الممارسات التعاقدية التعسفية (مبحث ثالث)، ومشيرين للقواعد المتعلقة بالأسعار الشرعية وكذا الممارسات التجارية التدليسية حين يتطلب الأمر ذلك.

المبحث الأول:

الممارسات التجارية غير الشرعية

عندما تخرج الممارسات التجارية عن الإطار المشروع، تصبح ممارسات تجارية غير شرعية ومن ثمة تفتح باب للمنافسة التجارية غير النزيهة.

بالمفهوم الواسع للممارسات التجارية غير الشرعية تعد هذه الأخيرة: "كل فعل أو عمل يتعدى ويتجاوز القانون، وهي كل مخالفة وكل تحايل أو خداع يمارسه الأعوان الاقتصاديون بهدف الربح وتدليس نية الغير، مستعملين بذلك مواصفات غير قانونية في الأماكن المعدة للتجارة"¹.

ونظرا للأهمية البالغة التي تكتسيها المعاملات التجارية، عمد المشرع الجزائري إلى تجريم مثل هذه الممارسات المخلة والمنافية لقواعد نزاهة الممارسات التجارية، وذلك بموجب قانون الممارسات التجارية. حيث أوردها في الباب الثالث منه، في فصله الأول تحت عنوان "نزاهة الممارسات التجارية"، وذكرها على سبيل الحصر كونها ممارسات كثيرة ومتفرقة لا يجمع بينها سوى أن متابعتها تكون من اختصاص القاضي العادي، عكس الممارسات المقيدة للمنافسة التي يختص بها مجلس المنافسة أساسا.

¹ - بدرة لعور، المرجع السابق، ص 09.

ولم يتطرق المشرع لتعريف "الممارسات التجارية" بنص خاص من الناحية القانونية، وإنما اكتفى بضبط نطاقها ضمن المادة 01 من القانون رقم 04-02 والتي تنص على ما يلي: "الممارسات التجارية هي تلك التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين".

وبالرجوع إلى القانون التجاري الجزائري، يمكن القول أنّ الممارسات التجارية في مدلولها الواسع هي الممارسات التي يكون محلها عمل تجاري سواء كان بحسب الموضوع طبقاً لنص المادة 02 منه، أو بحسب الشكل طبقاً للمادة 03 منه، أو بالتبعية وفقاً للمادة 04 منه.

فالأصل في المعاملات التجارية الإباحة، إلا أن من بين هذه الممارسات ما ثبت إضراره بالأعوان الاقتصاديين أو بالمستهلكين، فتدخل المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04-02 لتنظيم العلاقات بين هؤلاء وفيما بينهم.

ويقصد بمصطلح "غير الشرعية" الحياد عن القانون، أو استخدام أساليب ووسائل ملتوية، محظورة وممنوعة، كما تعني تجاوز حدود الشرع أو مقتضيات العدالة والمصلحة العامة ما من شأنه خلق الاضطرابات والفوضى في السوق مما يؤدي إلى عرقلة الحركة الاقتصادية¹.

وستتطرق من خلال هذا المبحث إلى صور الممارسات التجارية غير الشرعية، المنصوص عليها في المواد من 14 إلى 20 من القانون رقم 04-02، بالتطرق إلى ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة القانونية (مطلب أول)، فالبيوع المحظورة المشروطة (مطلب ثاني) وأخيراً البيوع المحظورة غير المشروطة (مطلب ثالث).

المطلب الأول:

ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة القانونية.

تعتبر ممارسة التجارة من الحريات الاقتصادية التي تتطلب استيفاء الشروط القانونية المطلوبة، ومن بينها اكتساب الصفة، وفقاً لما تنص عليه المادة الأولى من النقنين التجاري الجزائري، وما تؤكد المادة 14 من القانون رقم 04-02.

وعلة منع ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها، هو أنّ إباحة امتحان الأعمال التجارية دون استيفاء ما تقرره القوانين من شروط من شأنه الإخلال بالمساواة بين الأعوان الاقتصاديين، ذلك أنّ ممارسة الأعمال التجارية بصفة شرعية يستتبع أعباء ضريبية واجتماعية وتبعات قانونية يتحملها التاجر النظامي فيما يتحلل منها التاجر غير النظامي. من هذا المنطلق منع المشرع ممارسة

¹ - تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية، مخالفة لأحكام المواد 15، 16، 17، 18، 19، و20 من القانون رقم 04-02، ويعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار (100 000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3 000 000 دج).

- راجع المادة 35 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

الأعمال التجارية دون اكتساب صفة التاجر سعيا منه لضمان المساواة بين الممارسين للتجارة أمام الأعباء التي يفرضها القانون¹.

من جهة ثانية فقد فرض القانون الصفة القانونية اللازمة لممارسة الأعمال التجارية من أجل هيكله القطاع وتنظيم المهنة التجارية من خلال تسهيل مهمة الرقابة وضبط السوق.

وقد حدد القانون رقم 04-08 شروط ممارسة الأعمال التجارية² (فرع أول)، ثم بين أثر ممارسة الأعمال التجارية دون استيفاء تلك الشروط (فرع ثاني).

الفرع الأول:

شروط ممارسة الأعمال التجارية.

عرف المشرع الجزائري الأعمال التجارية ضمن التقنين التجاري في المواد 2، 3، 4 وقسمها إلى أعمال تجارية حسب الموضوع، أعمال تجارية حسب الشكل، وأعمال تجارية بالتبعية.

وقد عرّفت المادة الأولى من القانون التجاري التاجر بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له".

وتمنح صفة التاجر لكل شخص يمارس أعمالا تجارية على وجه الإمتهان أي بصفة متكررة ومستمرة. وبالتالي يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة نشاط معين، القيد في السجل التجاري من أجل إعطاء الصفة القانونية والنظامية لنشاطه التجاري، ويقع هذا الالتزام أيضا على عاتق الأشخاص المعنوية التي يكون مقرها بالخارج وتمارس نشاطها بالجزائر³.

ويتم القيد في السجل التجاري عن طريق المركز الوطني للسجل التجاري، إذ يؤهل مأمور الفرع المحلي المركز الوطني للسجل التجاري للتسجيل كل شخص طبيعي أو اعتباري في السجل التجاري⁴، ويتم ذلك بالرجوع

1 - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 76.

2 - قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية (ج.ر.ج.ج عدد 52 الصادر في 18 أوت 2004، ص 4) معدل بموجب المادة 58 من الأمر رقم 10-01 المؤرخ في 26 أوت 2010، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010 (ج.ر.ج.ج عدد 49 الصادر بتاريخ 29 أوت 2010، ص 4). ومعدل ومتمم بالقانون رقم 13-06 المؤرخ في 23 يوليو 2013 (ج.ر.ج.ج عدد 39 الصادر في 31 يوليو 2013، ص 33)، والقانون رقم 18-08 المؤرخ في 10 يونيو 2018 (ج.ر.ج.ج عدد 35 الصادر في 13 يونيو 2018، ص 4).

3- راجع المادة 06 من القانون رقم 04-08، مرجع سابق.

ويستثنى من هذا الالتزام الفلاحون والحرفيون، والشركات المدنية والتعاونيات التي لا يكون هدفها الربح، والمهن المدنية الحرة التي يمارسها أشخاص طبيعويون والمؤسسات العمومية المكلفة بتسيير الخدمات العمومية، باستثناء المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري (المادة 07 من القانون رقم 04-08، مرجع سابق).

4- راجع المادة 10 من القانون رقم 04-08، مرجع سابق.

إلى مدونة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري التي يحدد محتواها وتحيينها عن طريق التنظيم¹.

بالإضافة لشرط القيد في السجل التجاري هناك أنشطة تجارية خصها المشرع بشروط إضافية في إطار نظام الأنشطة أو المهن المقننة، وهي أنشطة أو مهن تخضع ممارستها إلى قواعد خاصة وتتطلب ممارستها الحصول على رخصة أو اعتماد تمنحه الإدارات أو الهيئات المؤهلة².

كما يمنع من ممارسة الأنشطة التجارية الأشخاص الخاضعون لنظام خاص ينص على حالة التنافي³، وكذا الأشخاص المحكوم عليهم ولم يرد لهم الاعتبار لارتكابهم إحدى الجرائم المحددة على سبيل الحصر في المادة 8 من القانون رقم 04-08⁴.

الفرع الثاني:

أثر ممارسة الأعمال التجارية دون استيفاء الشروط القانونية

إن المشرع الجزائري من خلال القانون 04-02 لم يردع مخالفة هذه الممارسات التجارية المحظورة بغرامة مالية، وإنما اكتفى بالجزاءات الأخرى مثل الحجز والمصادرة والغلق⁵، الأمر الذي يبين أن المشرع أراد تقادي ازدواجية التجريم على اعتبار أن القانون رقم 04-08 المعدل والمتمم المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، قد نص على الغرامة كجزاء لمخالفة ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الشروط اللازمة⁶.

فبالنسبة للتسجيل في السجل التجاري كشرط لممارسة الأعمال التجارية، ميّز القانون رقم 04-08 بين التجارة القارة، والتجارة غير القارة من حيث الجزاء، حيث نصت المادة 31 منه على غرامة من عشرة آلاف دينار جزائري (10 000 دج) إلى مائة ألف دينار جزائري (100 000 دج) لكل شخص طبيعي أو معنوي مارس نشاطا تجاريا قارا دون القيد في السجل التجاري، كما خوّلت لأعوان الرقابة المؤهلين قانونا غلق المحل إلى حين تسوية مرتكب الجريمة لوضعيته.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 15-249، مؤرخ في 29 سبتمبر 2015، يحدد محتوى وتمحور وكذا شروط تسيير وتحيين مدونة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري (ج.ر.ج. عدد 52، الصادر في 30 سبتمبر 2015، ص 5).

² - راجع المرسوم التنفيذي رقم 15-234 المؤرخ في 29 أوت 2015، المحدد لشروط وكيفيات ممارسة الأنشطة والمهن المنظمة الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري (ج.ر.ج. عدد 48، الصادر في 09 سبتمبر 2015، ص 7)، معدل ومتمم ب المرسوم التنفيذي رقم 20-355 مؤرخ في 30 نوفمبر 2020 (ج.ر.ج. عدد 73 الصادر في 06 ديسمبر 2020، ص 8).

³ - راجع المادة 9 من القانون رقم 04-08، مرجع سابق.

⁴ - راجع المادة 8 من القانون رقم 04-08 المعدلة بموجب المادة 2 من القانون رقم 13-06، مرجع سابق.

⁵ - راجع المواد 39، 44، 46 من القانون 04-02 المعدلة بموجب القانون رقم 10-06، مرجع سابق.

⁶ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 78.

فيما نصت المادة 32 منه، على غرامة من خمسة آلاف دينار جزائري (5000 دج) إلى خمسين ألف دينار جزائري (50 000 دج) لكل تاجر يمارس تجارة غير قارة دون القيد في السجل التجاري، مع إمكانية حجز سلع مرتكب الجريمة، وعند الاقتضاء حجز وسيلة أو وسائل النقل المستعملة.

أما بالنسبة للأنشطة والمهن المقننة، فقد نصت المادة 40 من القانون رقم 04-08 على غرامة من خمسين ألف دينار جزائري (50 000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار جزائري (500 000 دج) على ممارسة نشاط أو مهنة مقننة خاضعة للتسجيل في السجل التجاري دون الرخصة أو الاعتماد المطلوبين، مع غلق المحل التجاري، وفي حالة عدم تسوية الوضعية خلال ثلاثة أشهر من معاينة الجريمة، يقوم القاضي تلقائيا بالشطب من السجل التجاري.

بالإضافة إلى المسؤولية الجزائية فإن ممارسة الشخص أعمالا تجارية دون استيفائه للشروط التي حددها القانون، لا يمنع من خضوعه للأعباء والالتزامات الواقعة على التجار النظاميين بخصوص الأعمال التجارية التي مارسها، كما لا يعفيه ذلك من الالتزامات المفروضة على الأعوان الاقتصاديين بموجب القانون رقم 04-02 بتبعاتها الجزائية والمدنية باعتباره تاجرا فعليا يدخل في نطاق الأعوان الاقتصاديين، وذلك تطبيقا لقاعدة عدم جواز استفادة المخطئ من خطئه وحماية للغير حسن النية الذي تعامل معه.¹

وتجدر الإشارة إلى أن المادة 14 من القانون رقم 04-02 ركزت في مضمونها على الأعمال التجارية وهي المادة الوحيدة في هذا القانون التي استخدمت مصطلح "الأعمال التجارية" بدل "الممارسات التجارية"، رغم أن الممارسات التجارية ضمن القانون رقم 04-02 أوسع من "الأعمال التجارية" وذلك انطلاقا من تعريف العون الاقتصادي الذي يشمل بالإضافة إلى التاجر كل منتج أو حرفي أو مقدم خدمات أي كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.²

لكن تجدر الملاحظة أنه باستثناء التجار، الأشخاص المشمولون بصفة العون الاقتصادي لا يمارسون بالضرورة أعمالا تجارية، كالحرفيين أو مقدمي الخدمات، وهو ما يجعل نص المادة 14 من القانون رقم 04-02 لا يسري على الأعوان الاقتصاديين من غير التجار رغم أن مهنتهم تخضع بدورها لشروط قانونية تنظم ممارستها.

المطلب الثاني:

البيع المحظورة المشروطة

الأصل في البيع أن يتم برضا الطرفين، لكن في بعض الأحيان يتم عن طريق شروط يملئها العون الاقتصادي على المستهلك الأمر الذي ينقص من حرية هذا الأخير ويتسبب في المساس بقدرته الشرائية من خلال اقتناء كميات مفروضة لا يحتاج إليها، إلا أن المستهلك يلزم بها وتفرض عليه في إطار البيع المشروط،

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص79.

²- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص79.

لذلك حظر المشرع الجزائري البيع المشروط لكنه في نفس الوقت أورد عليه استثناءات تضيف عليه المشروعية أحيانا.

وعليه سنتطرق إلى كل من البيع بالمكافأة (فرع أول)، البيع المشروط (البيع المتلازم) (فرع ثاني).

الفرع الأول:

البيع بالمكافأة

يعد البيع أو الخدمة بالمكافأة من الممارسات التجارية ومن البيوع الواسعة الانتشار، ويعود السبب في ذلك إلى رغبة مقدمي السلع والخدمات في جلب عدد أكبر من الزبائن، ففي هذا النوع من البيوع أو الخدمات نجد الرغبة في الحصول على المكافأة بالمجان هي الدافع للتعاقد، إذ غالبا ما يقوم المستهلك بشراء بضائع لا يحتاج إليها.

وقد نظم المشرع الجزائري البيع بالمكافأة كممارسة تجارية غير شرعية بموجب المادة 16 من القانون رقم 04-02 والتي تنص على أنه: "يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا بمكافأة مجانية، من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمة أو لخدمة موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات.

وعليه سنتطرق إلى تعريف البيع بالمكافأة (أولا)، أساس حظر البيع بالمكافأة (ثانيا)، عناصر البيع بالمكافأة (ثالثا) والاستثناءات الواردة على حظر البيع بالمكافأة (رابعا).

أولا- تعريف البيع بالمكافأة:

يمكننا تعريف البيع بالمكافأة بأنه: "ممارسة يمنح بموجبها البائع (العون الاقتصادي) لكل زبون يقبني منتوجا من محلاته هدية مجانية، هذه الأخيرة هي التي تميز هذه الممارسة عن عملية البيع العادية."

كما يمكننا تعريفه أيضا بأنه: "ممارسة تجارية ممنوعة في قوانين الاستهلاك الحديثة تتمثل في عرض سلع أو خدمات للبيع على المستهلك مقابل إعطائه الحق بالمجان آجلا أو عاجلا في مكافأة تتمثل في سلع أو خدمات ما عدا إذا كانت هذه السلع مماثلة لتلك التي هي محل البيع أو الخدمة."

فالمكافأة هي مقابل إبرام العقد سواء كانت في شكل أشياء مادية أو غير مادية، طبيعية أو مصنعة، وقد يكون محلها أيضا أداء خدمة.

وبذلك يجعل هذا الأسلوب التجاري الزبائن يتهافتون على منتوجات هذا العون الاقتصادي دون سواها، سواء كانت منتوجاته عبارة عن سلع أو خدمات، حيث تشكل الهدايا المصاحبة لعملية الشراء بالنسبة لهم فائدة،

وكثيرا ما يؤثر ذلك على قرار الشراء عندما تكون مدعومة غالبا بإعلانات وإشهارات خصيصا لذلك¹، لأنهم سيحصلون على منتوجات أو خدمات دون مقابل، مما يسمح لهم بتوفير مبالغ مالية كانوا سيفقدونها لو أنهم تعاقدوا مع عون اقتصادي آخر.

ثانيا- أساس حظر البيع بالمكافأة:

تكمن الغاية من منع هذا النوع من البيوع في تفادي قيام المستهلك باختيار سلعة، أو خدمة معينة على أساس رغبة تافهة تتمثل في الحصول على المكافأة ومن دون الاهتمام بمعايير الجودة والسعر، فالبيع بالمكافأة من شأنه دفع المستهلك إلى شراء غير نافع أو غير مجدي. وعليه فإن أساس الحظر هو حماية مصلحة المستهلك بالدرجة الأولى من خطر حمله على الزيادة في حجم المشتريات أملا في الحصول على مكافأة مقابل استرجاع البائع لقيمة المكافأة من ثمن السلعة المباعة أو الانتقاص من جودتها².

ثالثا- عناصر البيع بالمكافأة: يقوم البيع أو أداء الخدمة بالمكافأة على عنصرين أساسيين هما:

1- بيع السلع أو أداء الخدمة أو عرضها لذلك:

حتى يكون البيع بالمكافأة محظورا يجب أن تكون المكافأة مرتبطة بعقد بيع سلعة معينة أو عرضها للبيع، وهذا المنع يمتد إلى عقود الخدمات التي محلها أداءات ذات قيمة اقتصادية كعقود النقل والنشر والتطبيب إذا اقترنت الخدمة المقدمة بمكافأة مجانية، وبالتالي إذا انعدم بيع سلعة أو أداء الخدمة، فلا تعتبر العملية بيعا بالمكافأة. كالمقايضة بالمكافأة والإيجار مثلا، والحال كذلك إذا منحت المكافأة للمستهلك وحدها بدون أي التزام من جانبه بالشراء فإنها تعتبر مشروعة، لذلك فإنه لا يوجد ما يمنع التاجر من تقديم أشياء أو خدمات بالمجان للزبائن ما لم تكن مرتبطة بعقد البيع أو عقد تقديم الخدمات أبرم بين الطرفين³.

2- اقتران البيع بمكافأة مجانية:

يشترط في المكافأة أن تكون مجانية لأنها تغري المستهلك فتدفعه إلى اقتناء بضائع أو خدمات رديئة الجودة أو مرتفعة السعر في سبيل الحصول مجانا على مكافأة، والمكافأة محظورة سواء تم تقديمها عاجلا أي في الحال بصفة فورية مع عملية البيع أو آجلا بأن تتأخر عن عملية البيع ومن صور البيع التي تكون فيه المكافأة مجانية، إرفاق السيارة المباعة بدراجة هوائية مثلا.

¹ - أرزقي زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2011/04/14، ص 74.

² - مجيدة الزباني، الحماية الجنائية لتكوين العقود المدنية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة الحسن الثاني، المغرب، 2006-2007، ص 356.

³ - عباس بوعبيد، "حماية المستهلك على ضوء قانون حرية الأسعار والمنافسة"، المجلة المغربية للقانون واقتصاد التنمية، عدد خاص بندوة الأسعار والمنافسة بين حرية المقاول وحماية المستهلك، العدد 49، سنة 2004، ص 96-97.

رابعاً- الاستثناءات الواردة على حظر البيع بالمكافأة (المكافأة المشروعة):

أوردت المادة 16 من القانون 04-02 بعض الاستثناءات فأجازت منح بعض المكافآت، وتتمثل هذه الاستثناءات فيما يلي:

1- أن تكون المكافأة من نفس السلعة أو الخدمة المشكّلة لموضوع العقد:

يشترط أن تكون المكافأة من نفس السلعة أو الخدمة محل العقد الأصلي، فإذا كانت خليط بين ما هو مماثل و نوع آخر لمحل البيع سقط الاستثناء¹، ومثال ذلك أن يدفع الزبون ثمن 12 بيضة لتكون بذلك البيضة 13 مجانية، ويدخل ضمن هذا المفهوم أن يمنح صاحب مكتبة إلى زبونه الذي يشتري من عنده عدداً معيناً من الكتب كتاباً إضافياً.

2- الأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة:

يقصد بالأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة تلك السلعة أو الخدمة ضئيلة القيمة الممنوحة كهدية مجانية من طرف العون الاقتصادي لزبائنه والتي تكون قيمتها المالية صغيرة جداً مقارنة بسعر شراء السلعة أو تقديم الخدمة موضوع العقد الرئيسي، على أن تحمل الأشياء الزهيدة الممنوحة كهدية ملصق أو بطاقة يكتب عليها أنها مجانية ولا يمكن أن تكون محل للبيع، مثاله أن يمنح البائع لكل من يقتني قارورة غسول مشط مجاني².

3- عدم تجاوز قيمة المكافأة نسبة 10% من قيمة الشيء المبّيع:

حدد المشرع الجزائري قيمة المكافأة التي يسمح القانون للعون الاقتصادي بتقديمها لزبائنه بنسبة 10% من المبلغ الإجمالي للسلعة محل العقد أو الخدمة المقدمة، وبالتالي كلما كانت قيمة المكافأة أقل أو تساوي هذه النسبة كان البيع بالمكافأة عملية تجارية قانونية، ويرجع ذلك إلى أن هذه النسبة ليس من شأنها أن تؤثر في أي حال من الأحوال على اختيار الزبون.

4- العينات:

العينة هي " المبيع مصغر"³ أي الكمية الضئيلة من المنتج المراد بيعه والتي تسلم للمستهلك من قبل العون الاقتصادي قصد تجربتها مثلاً، وتعتبر هذه الطريقة بدورها أحد الأساليب الإخبارية من أجل التعريف

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 88.

2- سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة منتوري- قسنطينة، 2004/2005، ص 63.

3- السنهوري عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (البيع والمقايضة)، ج 4، منشورات دار الحلبي الحقوقية، بيروت 2000، ص 232.

بالمنتج الجديد ولفت انتباه الزبائن إليه، كما تمكن المستهلك من تجربته والوقوف على مدى مطابقتها لرغبته، وتوضع العينة في المحل معروضة بشكل واضح مع التنويه أنها مجانية¹.

الفرع الثاني:

البيع المشروط (البيع المتلازم)

قد يمارس العون الاقتصادي نوعا آخر من الممارسات يتحكم بموجبها في إرادة المستهلك بخصوص المحل المتعاقد عليه سواء من حيث كميته أو مقداره، وحتى طبيعته ونوعه، وهذا ما يدعى بالبيع المشروط أو ما يطلق عليه أيضا البيع المتلازم،

وعليه سنتطرق لتعريف البيع المشروط (أولاً)، أساس حظر البيع المشروط (ثانياً)، صور البيع المشروط (ثالثاً) والاستثناءات الواردة على منع البيع المشروط (رابعاً).

أولاً- تعريف البيع المشروط:

تنص المادة 17 من القانون 02-04 على أنه: "يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بالشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة.

لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة".

وبناء عليه يحظر كل شرط يلزم المستهلك بشراء كمية مفروضة من طرف البائع أو ترتبط عملية البيع باقتناء سلع أخرى أو خدمة، والأمر كذلك إذا كان محل البيع تأدية خدمة، فيمنع كل شرط يقضي بأن ترتبط تأدية الخدمة محل الأداء على اقتناء المستهلك لخدمة أخرى أو شراء سلعة، ومنه يمكن تعريف البيع المتلازم على أنه: "ممارسة تجارية غير نزيهة يشترط بموجبها العون الاقتصادي على المستهلك الذي يرغب في التعاقد ضرورة شراء تفرض عليه، أو شراء سلع أخرى أو خدمات أخرى غير تلك التي طلبها"².

ثانياً- أساس حظر البيع المشروط:

العلة من منع هذا النوع من البيع أنه يشكل إلزاما للمستهلك بشراء أكثر مما يريده ويرغب فيه أي أنه يؤدي بالزبون إلى اقتناء كمية مفروضة أو أشياء أو خدمات تتجاوز حاجاته الحقيقية دون مراعاة ما إذا كان يريد أو لا يريد هذه الأشياء³.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 89.

²- حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية - باتنة، 2018/2017، ص 157.

³- محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 96.

وقد يتضمن البيع زيادة غير شرعية في السعر أو رفضاً مقنعاً للبيع، حينما يفرض التاجر بيع مجموعة من منتجات مختلفة تحت طائلة رفضه للبيع، كأن يقول للمشتري (اشترى من هذا كي أبيع لك من ذلك) أو (لا يمكن أن أبيعك أقل من كذا كمية) فالبيع المشروط يعتبر تكملة لرفض البيع وهو يضر بإرادة المستهلك لذا وجب منعه¹.

كما أن البيع المتلازم يعتبر ممارسة غير نزيهة يتخذها العون الاقتصادي من أجل ترقية مبيعاته وتصريف السلع التي تعرف نوعاً من الركود وهذا من خلال اقتران بيعها بسلع معروفة بكثرة الطلب عليها مستغلاً بذلك حاجة المستهلك لهذه الأخيرة على غرار ما هو عليه الحال بالنسبة للمواد الواسعة الاستهلاك وهذا ما دفع التشريعات الحديثة إلى حظره².

ثالثاً- صور البيع المشروط: يأخذ البيع المشروط ثلاث صور تتمثل في:

1- اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة:

تظهر هذه الصورة من خلال فرض العون الاقتصادي على المستهلك قبول شراء كمية محددة تحت طائلة رفض التعاقد معه في حالة عدم القبول، أما إذا طلب منه ذلك على سبيل الاختيار، فالأصل في هذا الشأن الإباحة.

ولا يعد من البيع المشروط أيضاً، إذا اشترط البائع كمية قصوى لا يمكن للمستهلك أن يتعداها كأن يحدد أن كيسين من الحليب هو الحد الأقصى للبيع في كل مرة، وهناك حالات أخرى لا يمكن إدراجها ضمن البيع المشروط، ولا يمكن حصرها من ذلك مثلاً: أن تبقى كمية من القماش لدى البائع تفوق بقليل حاجة المستهلك فيستحيل بيعها منفصلة³.

2- اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات:

حيث يفرض البائع على المستهلك شراء منتج آخر أو أداء خدمة مقابل بيع المنتج المطلوب، وتتحقق هذه الصورة سواء اشترط البائع على المشتري أن تكون عملية الشراء من عنده أو من عند بائع آخر بالتحديد أو مقدم خدمات محدد بعينه، فذلك يدخل ضمن البيع المشروط المحظور قانوناً.

ويتم اللجوء إلى هذا الأسلوب من طرف البائع بغرض تسويق المنتجات التي ستنتهي صلاحيتها أو السلع التي لم تتلقى رواجاً، لذلك يقوم البائع بعرضها مع سلع أخرى مطلوبة للاستهلاك. كذلك قد يشترط البائع أداء خدمة معينة مقابل بيع السلعة⁴، كأن يشترط بائع الأثاث أن يتولى هو نقله على نفقة المشتري مثلاً.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 90.

²- حسام الدين غريب، المرجع السابق، ص 159.

³- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 90.

⁴- حسام الدين غريب، المرجع نفسه، ص 159.

3- اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو شراء سلعة:

في هذا الشكل يكون محل العقد هو تأدية خدمات، وتظهر هذه الصورة من خلال إلزام المستهلك مقابل اقتناء خدمة اقتناء خدمة أخرى أو شراء سلعة، كأن يشترط الناقل على المسافر الرجوع معه بحساب تذكرة الذهاب والإياب في آن واحد، ولا يشترط قيام هذه الصورة أن يكون مؤدي الخدمة هو من يقدم الخدمة الإضافية أو البيع الإضافي، بل يمكن أن تتم هذه الخدمة من طرف بائع آخر أو مقدم خدمات آخر¹.

رابعاً- الاستثناءات الواردة على منع البيع المشروط (شروط مشروعية البيع المشروط):

تنص الفقرة الثانية من المادة 17 قانون 04-02 المذكور سابقا على ما يلي: "لا يعني هذا الحكم السلع من نفس نوع المبيعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة".

لقد تضمنت هذه الفقرة شروط مشروعية البيع المشروط (المتلازم) والتمثلة فيما يلي:

1- أن تكون هذه السلع من نفس النوع: يكون البيع صحيحا إذا كانت السلعة محل البيع والسلع المفروضة معها من نفس النوع أو من نفس الطبيعة²، كأن تكون هذه السلع عبارة عن أدوات مدرسية (كراريس أقلام...) أو مواد تنظيف (ماء جافيل وصابون...) أو أدوات تجميل، فهذه السلع يمكن أن تعرض مع بعضها البعض لأنها تعتبر من نفس النوع ولها نفس الوظائف.

2- أن تباع هذه السلع في شكل حصة: معنى ذلك أن تكون السلع محل البيع في شكل حصة تحتوي على عدد محدد من السلع، حتى يكون محل البيع معيناً للمستهلك ويكون على علم بالسلع المشكلة لهذه الحصة.

3- أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة: وذلك بأن تعرض هذه السلع في شكل يدل على أنها تباع بشكل مجتمع، وذلك بأن تفصل في أكياس أو مجموعات مع إعلان سعرها، وهذا حتى لا يفاجئ المستهلك الذي يطلب سلعة معينة أنها تباع تبعا للسلعة الأخرى.

4- أن يتم الإعلام بأسعار مكونات الحصة: باستقراء نص المادة 17 من القانون رقم 04-02، يتضح أن هذا الشرط لم ينص عليه صراحة لكنه يعتبر مكمل للشروط السالفة الذكر، لأنّ إعلام المستهلك بالسعر أمر ضروري، والإعلان على سعر كل حصة يؤكد أنها تباع مجتمعاً ومستقلة³.

المطلب الثالث:

البيوع المحظورة غير المشروطة

سبق الشرح أنّ المشرع قد عمد من خلال القانون رقم 04-02 على حظر جملة من البيوع واعتبرها من الممارسات التجارية غير الشرعية نظراً للآثار السلبية المترتبة عليها، وبعد تطرقنا للبيوع المحظورة المشروطة

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 91.

2- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 98.

3- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 92.

في المطلب السابق، سنتعرض من خلال هذا المطلب إلى البيوع المحظورة غير المشروطة في الفروع التالية: رفض البيع أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي (فرع أول)، إعادة البيع بالخسارة (فرع ثاني)، البيع التمييزي (فرع ثالث)، إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية (فرع رابع).

الفرع الأول:

رفض البيع أو تأدية الخدمة بدون مبرر شرعي

خصّ المشرّع الجزائري المستهلك بحماية خاصة ضد الممارسات التجارية غير الشرعية حينما منع رفض التاجر البيع أو تأدية الخدمة من خلال نص المادة 15 من القانون رقم 04-02.

وستنظر فيما يلي إلى تنظيم رفض البيع أو تأدية الخدمة (أولا)، أساس حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة (ثانيا)، شروط قيام جريمة رفض البيع أو تقديم الخدمة (ثالثا).

أولا- تنظيم رفض البيع أو تأدية الخدمة:

تنص المادة 15 من القانون رقم 04-02 على أنه: "تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع.

يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة.

لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات."

يتضح أن المشرع الجزائري من خلال الفقرة الأولى من المادة 15 من القانون رقم 04-02، قد اعتبر عرض السلعة على الجمهور قرينة على عرضها للبيع ومن ثم يمنع رفض بيعها. ومن ثمة فإنّ اعتبار السلعة المعروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع يستلزم أن تخضع لجميع الأحكام المتعلقة بالسلع المعروضة للبيع، من ضرورة عدها، أو وزنها أو كيلها وإعلام الجمهور بأسعارها، طبقا لنص المادة 05 من القانون رقم 04-02، وإهمال ذلك يترتب المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي.

أما عن مدى إلزامية الإيجاب الموجه للجمهور فإنه بالنسبة للسلع المعروضة في المتاجر أو في وجهات المحلات مع كتابة أثمانها عليها فإن ذلك يعتبر إيجابا صريحا لأن التاجر يكون قد قصد بيع البضائع بالثمن المكتوب عليها¹.

وينعقد البيع بين العون الاقتصادي ومن يتقدم له بالقبول، طالما أنه لم يعدل عن إيجابه بسحب البضاعة من واجهة المحل مثلا أو برفع الثمن المكتوب عليها، غير أن هذا الإيجاب يتعلق بالسلع المعروضة في واجهة المحل دون غيرها من مثيلاتها الموجودة في داخله خاصة إذا كانت هذه الأخيرة غير مكتوب عليها أثمانها أو

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 81.

غير موضوعة في متناول يد الجمهور، أما إذا كانت السلع المعروضة داخل المحل، مكتوب عليها أثمانها وفي متناول الجمهور جاز لكل شخص أن يطلب شراء ما يشاء، ما لم يكن التاجر قد تحفظ وأعلن كتابة أنه لا يبيع إلا قدرا معيناً لكل شخص بشرط أن يكون الإعلان في مكان بارز¹.

وإذا تعلق الأمر بالإعلان عن السلع في الصحف أو النشرات الخاصة مع تحديد أثمانها اعتبر ذلك إيجاباً صحيحاً إلى أن يقترب به القبول. ومتى وصل إليه القبول التزم بتنفيذه أول فأول وفي حدود ما يكون باقياً لديه من السلع التي عرضها ودون أن يرفع السعر أيضاً، ما لم يكن قد أعلن عن رفع السعر قبل وصول الطلب إليه².

ومما تجدر ملاحظته، أنّ المادة 15 من القانون رقم 04-02 في فقرتها الأولى ركزت على السلع دون الخدمات، مما يفيد أن هذه القرينة تخص السلع فقط، وعليه فإنّ الخدمات المعروضة على نظر الجمهور لا تعتبر بالضرورة معروضة للأداء.

ثانياً- أساس حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة:

تعتبر حماية إرادة المستهلك وحرية التعاقد من عدمه أساس حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة. إذ أنّه من غير المعقول أن يرغب أحد المستهلكين في اقتناء حاجته كغيره من الناس ليجد نفسه محروماً من شراء ما يعرض للبيع بسبب رفض التاجر التعاقد معه، وهي حالة من حالات العرض الدائم والتي نظمتها نظرية العقد بمجرد قبول العرض يعقد العقد ويجب تنفيذه³. وتعد الدوافع العنصرية في كثير من الأحيان سبباً لرفض البيع.

وقد أوجب المشرع الجزائري على الأعوان الاقتصاديين معاملة الأفراد على قدر من المساواة طبقاً للمبدأ الدستوري دون الإشارة إلى الاعتبار العنصري، عكس المشرع الفرنسي الذي أدرج ضمن الحماية من رفض البيع اعتباراً عنصري⁴.

ثالثاً- شروط قيام جريمة رفض البيع أو تقديم الخدمة:

تقوم جريمة رفض البيع على جملة من العناصر تتمثل فيما يلي:

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 81.
2- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 81.
3- هجيرة دنوني (بن شيخ)، قانون المنافسة وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 39، العدد 01، سنة 2002، ص 10.
4- السيد محمد سيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية للطبع والنشر، 2002، ص 42.

1- أن يكون رفض البيع أو تأدية الخدمة بصفة فعلية: لا يمكن للمستهلك أن يدعي وقوعه ضحية لرفض البيع أو تقديم الخدمة، إلا إذا كان هناك رفض فعلي من قبل العون الاقتصادي فمجرد التهديد بالرفض أو التأخر في تسليم السلعة أو إتمام الخدمة لا يعد رفضاً¹.

ولا يكون الرفض في مجرد التنفيذ، بل قد يأخذ أشكالاً مختلفة، كما في الحالة التي يجعل البائع فيها إتمام العقد مستحيلاً أو استبداله للمنتوج المتفق عليه بمنتوج آخر وكانت العلامة محل اعتبار في العقد وتشكل عنصراً أساسياً في قيمة المنتوج².

ومن مظاهر رفض البيع أيضاً أن يكون على أساس عرقي مثلاً، ورفض التعامل مع الزبون بالشروط التي يعامل بها غيره. مع الإشارة أنّ رفض البيع أو تأدية الخدمة يجب أن يوجه إلى المستهلك³.

2- أن يكون الطالب حسن النية: يشترط أيضاً لقيام جريمة رفض البيع أو تأدية الخدمة أن يكون المشتري حسن النية، ولا يعتبر كذلك مثلاً إذا أخل بالتزام سابق يربطه بالبائع كعدم الوفاء بالثمن في شراء سابق⁴، فرفض طلبه من البائع يكون حينئذ مشروعاً.

فيما تتجلى سوء نية المشتري أيضاً، إذا كان ينوي الإضرار بالبائع من خلال إلحاق خسارة به أو تفويت فرصة عليه، كأن يقوم مثلاً بشراء مسحوق غسيل لإظهار مساوئه مقارنة بمسحوق غسيل آخر، بغية الترويج لهذا الأخير⁵.

3- عدم وجود المبرر الشرعي لرفض البيع أو تأدية الخدمة: كما يشترط لقيام لممارسة رفض البيع أو تأدية الخدمة أيضاً عدم وجود المبرر القانوني أو الواقعي، كتوفر السلعة في الحال، ففي الحالة العكسية يمكن تبرير رفض البيع من طرف البائع بعدم قبوله إحضار سلعة من مكان آخر، كما يشترط إمكانية أداء الخدمة، فإذا تعذر ذلك لأي سبب موضوعي اعتبر مؤدي الخدمة بريئاً من تهمة رفض تأدية الخدمة.

ومن الأمثلة عن المبرر الشرعي في حالة رفض البيع، إذا فاقت الكمية المطلوبة للاحتياجات أو عدم كفاية المخزون، ويعد كذلك من قبيل المبرر الشرعي رفض الصيدلية بيع الدواء بدون وصفة طبية، اشتراط تقديم ترخيص لما يتعلق الأمر بالمواد السامة والخطيرة، اشتراط سن معينة للعبة خطيرة في مؤسسات التسلية... إلخ⁶.

1- بختة موالك، مبادئ المنافسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مطبوعة محاضرات أقيمت على طلبه الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004، ص 37.

2 - Denis Redon, Refus de vente, Juris-Classeur: concurrence; consommation, 1991, n: 3602-3603.

3- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 83.

4- محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 93.

5- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 84.

6- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 84.

4- أن تكون السلعة معروضة للبيع وأن تكون الخدمة متوفرة¹: معنى ذلك أنه متى توفرت لدى البائع سلعة وامتنع عن البيع اعتبر ذلك رفضا للبيع، ولا يمكنه الاحتجاج بنفاذ السلعة المعروضة، لأنّ نفاذها كان يستلزم منه إيقاف عرضها للبيع، فمادامت السلعة معروضة على نظر الجمهور سواء في واجهات المحلات أو في داخلها أو في المعارض أو الأسواق، فالبائع ملزم بتسليم المستهلك نفس السلع المعروضة للبيع.

أما بالنسبة للخدمات فإنّ المشرع الجزائري اعتبر أن مقدم الخدمة رافضا لتأديتها عند توفرها، غير أن عرض الخدمة لا يعني بالضرورة توفرها، ولا يعني استعداد العارض لتأديتها مطلقا، كون الاستجابة إلى الطلبات تكون في حدود الإمكانيات المتوفرة لدى تقديم هذه الخدمات، ومثال ذلك امتناع صاحب المسرح أو السينما مثلا عن تقديم الخدمة لا يمكن اعتباره رفضا للتعاقد عند انتهاء الأماكن.

5- أن لا يتعلق الرفض بأدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات: حيث تنص المادة 15 من القانون رقم 04-02 في فقرتها الأخيرة على ما يلي: "...لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات".

من خلال هذه الفقرة يتضح أن المشرع الجزائري استبعد أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات من الخضوع لحكم رفض البيع، وبالتالي لا يمكن إجبار العون الاقتصادي على بيعها بالرغم من كونها معروضة على نظر الجمهور، لأن عرضها لا يعني بالضرورة الرغبة في بيعها، ولا يمكن اعتبار رفض بيعها في حالة ما إذا طلب المستهلك ذلك، بمثابة ممارسة لرفض البيع بدون مبرر شرعي.

الفرع الثاني:

إعادة البيع بالخسارة

يعد إعادة البيع بالخسارة من أخطر أنواع البيوع المحظورة²، لكونه يحمل المستهلك إلى الاعتقاد بأنّ فيه منفعة له، في حين أنّ الأمر عكس ذلك وينطوي على المكر والتضليل، إذ أنّ الأصل في البيع هو البحث عن الربح وتقادي الخسارة، ومتى أقدم عون اقتصادي على إعادة البيع بالخسارة، إلّا ويفترض أن تكون وراء فعلته أهداف ونوايا خفية. ولما كان هذا النوع من البيوع يؤدي إلى المساس بالمنافسة في السوق، فقد منعه المشرع بموجب نص المادة 19 من القانون رقم 04-02.

¹ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 83.

² - يخرج من إطار البيع بالخسارة، البيع بالتخفيض، البيع الترويجي، البيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المنظمة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود (ج.ر.ج.ج، عدد 41 الصادر بتاريخ 21 يونيو 2006، ص5)، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-399 مؤرخ في 26 ديسمبر 2020 (ج.ر.ج.ج، عدد 80 الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 2020، ص9).

وبناء على ذلك سنتطرق على التوالي لتعريف البيع بالخسارة (أولاً)، أساس حظر إعادة البيع بالخسارة (ثانياً)، مجال حظر إعادة البيع بالخسارة (ثالثاً)، عتبة إعادة البيع بالخسارة (رابعاً) والاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لإعادة البيع بالخسارة (خامساً).

أولاً- تعريف إعادة البيع بالخسارة:

تنص المادة 19 في فقرتيها 1 و2 من القانون رقم 04-02 على أنه: "يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي.

يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء، أعباء النقل...".

من خلال نص المادة يمكن تعريف إعادة البيع بالخسارة بأنه: "عملية إعادة بيع سلعة على حالتها دون أن يحدث فيها أي تغيير من حيث الزيادة في السعر"¹.

ثانياً- أساس حظر إعادة البيع بالخسارة:

يعد إعادة البيع بالخسارة من الأساليب الأكثر انتشاراً في الأسواق، ونظراً لأن استخدامه يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة، فإن المشرع الجزائري قد منعه دون قيد أو شرط لأسباب كثيرة، منها تحويل الزبائن، وهذا من شأنه إلحاق أضراراً كثيرة بمنافسي العون الاقتصادي، فالظاهر أن العون الاقتصادي بإقدامه على هذه الممارسة وكأنه يمارس هوامش ربح منخفضة لصالح المستهلكين لكن الحقيقة غير ذلك، فتخفيض السعر ليس ناتجاً عن قانون العرض والطلب، وإنما تزييفه وتخفيضه لجذب زبائن التجار المنافسين بطريقة غير شرعية².

والسبب الآخر هو حماية صغار التجار من أقوى السوق أي الموزعين الكبار والمحافظات على المستهلكين ضد عروض غالباً ما تكون خادعة، لأن تخفيض قيمة السلعة إلى درجة بيعها بالخسارة سيؤدي لا محالة لاحقاً إلى زيادة سعر هذه السلعة، أو المنتجات الأخرى لتعويض قيمة الخسارة من جيب المستهلك³.

ثالثاً- مجال حظر إعادة البيع بالخسارة⁴:

من خلال استقراء نص المادة 19 يمكن تقسيم مجال إعادة البيع بالخسارة إلى ثلاثة أجزاء:

1- لقيام إعادة البيع بالخسارة لأبد من وجود علاقة تعاقدية تامة، فعرض إعادة البيع بالخسارة أي الإيجاب الصادر من العون الاقتصادي لا يدخل ضمن نطاق الحظر القانوني.

¹- سمير خمائلية، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2013، ص 101.

²- محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 101.

³- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 97.

⁴- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 97-98.

2- إنَّ مجال منع إعادة البيع بالخسارة، يتعلق بالسلع والمنتجات المباعة بعد الشراء أي المعروضة للبيع على حالتها الأصلية دون تحويلها، ويخرج من مجال الحظر، السلع والمنتجات المحولة والمصنعة من طرف المنتجين الصناعيين أو الحرفيين وكذا تقديم الخدمات ونشاط الإنتاج.

3- إنَّ منع إعادة البيع بالخسارة يطبق على كل التعاملات التي يقوم بها الأعدان الاقتصاديون، دون إعطاء أهمية لصفة الطرف المتعاقد(المشتري) أي المستعمل النهائي للسلعة، فالأمر يستوي إذا كان مستهلك أو عون اقتصادي.

رابعاً- عتبة إعادة البيع بالخسارة:

لا مجال للحديث عن إعادة البيع بالخسارة المحظور قانوناً إلا إذا كان سعر إعادة البيع أقل من سعر التكلفة الحقيقي، وقد عرف المشرع الجزائري في صلب المادة 19 من القانون رقم 04-02 سعر التكلفة الحقيقي على أنه: "يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء المكتوب بالوحدة على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند اقتضاء، أعباء النقل".

ولكن ماذا عن التخفيضات في السعر التي استفاد منها العون الاقتصادي هل تقتطع من سعر التكلفة الحقيقي أم لا؟ في الحقيقة إنَّ الإجابة عن هذا السؤال يفترض الاحتمالين التاليين¹:

1- إذا كانت التخفيضات مرتبطة بعملة البيع دون غيرها، نميز بين حالتين:

أ- إذا تمت الإشارة في الفاتورة إلى قيمة التخفيضات في السعر التي استفاد منها الطرف المتعاقد: فإنها تقتطع من سعر التكلفة الحقيقي.

ب- أما إذا لم تتضمن الفاتورة قيمة التخفيضات: قامت قرينة قانونية على إعادة البيع بالخسارة، غير أنَّ هذه القرينة بسيطة يستطيع العون الاقتصادي إثبات أنَّ سعر الشراء أقل من السعر المتضمن في الفاتورة، كون التخفيضات تمت بعد تحرير الفاتورة.

2- إذا تعلق الأمر بتخفيضات غير مرتبطة بالبيع محل التعاقد: أو كانت مرتبطة بتحقيق شروط معينة، كمنح تخفيضات بشرط أخذ كميات معينة من المنتج في وقت معين، فإنها لا تخصم من سعر التكلفة الحقيقي.

خامساً- الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لإعادة البيع بالخسارة:

حظر المشرع إعادة البيع بالخسارة من خلال نص المادة 19 من القانون رقم 04-02، إلا أنه أورد عليه بعض الاستثناءات ضمن نفس المادة وتتمثل فيما يلي²:

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 98.

2- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 99.

1- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع: كمثال عن ذلك الخضر، الحليب ومشتقاته، المواد المعلبة التي قرب تاريخ نهاية صلاحيتها...الخ، ففي هذه الحالات أجاز القانون للعون الاقتصادي إعادة بيعها أقل من سعر تكلفتها الحقيقي.

2- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي: إذا قام العون الاقتصادي ببيع السلع بسعر أقل من سعر تكلفتها الحقيقي عند قيامه بتغيير النشاط بصفة إرادية أو بصفة حتمية كالحكم بإفلاسه، فإن الأمر في هذا الشأن جائز، أي أنه لم يتم بممارسة محظورة.

3- السلع الموسمية والسلع المتقدمة والبالية تقنيا: يجوز للعون الاقتصادي إعادة البيع بالخسارة إذا تعلق الأمر بسلع انتهى موسمها، حيث يجوز التخلص من المخزون بأي سعر كان مسموحا به قانونا، ونفس الحكم يسري على السلع المتقدمة أو البالية تقنيا كالأثاث والأدوات الكهرومنزلية والسيارات...الخ.

4- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل: تتعلق هذه الحالة بإمكانية التزود بالمنتجات من جديد بكميات هامة وبأسعار مخفضة، بحيث يقع ضمان الانخفاض الشامل في الأسعار وذلك لصالح المستهلك، بما أنه سيتم تغطية السوق بمواد مخفضة الثمن، وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين من جديد.

5- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين: يشترط أن لا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة ومعنى ذلك أنه بإمكان أحد الأعوان الاقتصاديين إعادة البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي شريطة إثباته أن الأعوان الاقتصاديين الموجودين معه في نفس السوق يطبقون نفس الأسعار بالنسبة لنفس المنتج، وهذا حتى يتسنى له مواجهة منافسيه.

الفرع الثالث:

البيع التمييزي

تقتضي المنافسة الحرة والنزيهة، المساواة بين الأعوان الاقتصاديين، وتكافؤ الفرص فيما بينهم، وقد حظر المشرع الجزائري استخدام كل أشكال نفوذ وهيمنة عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر، كفرض شروط محجفة في إطار المعاملات التجارية، وقد أراد المشرع من خلال ما أورده في المادة 18 من القانون 04-02 حظر البيع التمييزي بغرض سد ثغرة الامتيازات التي تمنح لعون اقتصادي دون الآخر، الأمر الذي جعلنا نبحث في تعريف هذا البيع (أولا)، مجال تطبيق البيع التمييزي (ثانيا)، شروط قيام التمييز (ثالثا) وكذا الصور التي يظهر بها على مستوى السوق (رابعا).

أولاً- تعريف البيع التمييزي:

يقصد بالبيع التمييزي: "ذلك البيع الذي بموجبه تمنح المؤسسة الممونة أحد زبائنها سواء كان تاجر جملة أو تاجر تجزئة، والذي تربطه بها علاقة تجارية جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات الأخرى"¹.

ويمكن تعريفه أيضا: "بأنه البيع الذي يمارس فيه عون اقتصادي نفوذا على عون اقتصادي آخر وذلك بأن يحصل على ميزات لا يحصل عليها عون آخر سواء تعلق الأمر بالأسعار أو بآجال الدفع أو شروط البيع. وهذه المزايا تجعله في وضعية أفضل مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة الأخرى"².

مثاله: أن ينقل العون الاقتصادي سلعا لأحد الأعوان دون غيرهم، أو يفرض على بعض الأعوان الدفع المسبق، في حين يمنح البعض الآخر آجالا للدفع دون مبرر شرعي.

ثانيا- مجال تطبيق البيع التمييزي:

تنص المادة 18 من القانون رقم 04-02 على أنه: "يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر، أو يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة".

وبذلك يخص البيع التمييزي جميع النشاطات بما فيها نشاطات الإنتاج، التوزيع والخدمات، كما يمكن أن يقوم به أي عون اقتصادي، سواء كان تاجرا، أو بائعا، أو منتجا، أو صيدا، أو فلاحا أو موزعا، أو مقدم خدمات، أو حرفي... الخ، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.

على أن التمييز إذا كان من فعل المشتري قد يثير بعض الإشكال على أساس أن المشتري ليس ملزما بالشراء من شخص معين، فله أن يرفض الشراء دون أن يسأل عن ذلك. لكن بالرجوع إلى نص المادة 18 المذكورة أعلاه، نجدها تضمنت عبارة شراء تمييزي ما يدفع إلى التخمين بأن التمييز الصادر من المشتريين المعنيين، خاصة في إطار عمليات التوزيع الكبير يدخل ضمن مجال تطبيق البيع التمييزي³.

وتجدر الإشارة إلى أن حظر البيع التمييزي يقصد به حماية الأعوان الاقتصاديين فقط، وبالتالي نستبعد من مجال تطبيق المادة 18 التمييز الذي يكون ضحيته المستهلك، لكن في الواقع إن حماية الأعوان الاقتصاديين من البيع التمييزي تعد في حد ذاتها حماية غير مباشرة للمستهلك⁴. أمّا التمييز بين المستهلكين يمكن تصنيفه ضمن نطاق رفض البيع.

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 93.

2- Dominique Legeais, Droit commercial et des affaires, 11 éd., Dalloz, Paris, p. 224.

3- محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 97.

4- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 94.

ثالثا- شروط قيام البيع التمييزي: لاعتبار البيع بيعا تمييزيا لابد من توافر جملة من الشروط نلخصها فيما يلي¹:

1- وجود علاقة تعاقدية تامة: وهذا يعني وجود علاقة اقتصادية بين العون الاقتصادي القائم بالتمييز والعون الاقتصادي ضحية التمييز.

2- أن يمسّ التمييز عونا اقتصاديا بمفرده: في هذه الحالة لا يمكن إثبات التمييز إلا من خلال إجراء مقارنة بين المعاملة المخصصة لهذا العون الاقتصادي والمعاملة المخصصة لعون اقتصادي آخر يتواجد معه في نفس الأوضاع والظروف.

3- أن يكون التمييز فعليا غير مبرر بمقابل حقيقي: وعليه فإنّ التمييز الصادر عن عون اقتصادي في مواجهة عون اقتصادي آخر والذي يكون مبررا بمقابل حقيقي لا يعد من قبل التمييز المحظور بموجب نص المادة 18 من القانون رقم 02-04، كما يشترط في المقابل أن يكون متعلقا بعملية الشراء نفسها، وليس بعمليات سابقة أو لاحقة.

رابعا- صور البيع التمييزي: وردت صور البيع التمييزي على سبيل المثال لا الحصر في نص المادة 18 من القانون رقم 02-04 وتتمثل فيما يلي²:

1- تخفيض الأسعار: يشترط القانون أن يكون السعر موحدا بالنسبة لكل المؤسسات المتعاقدة مع المؤسسة الممونة، بحيث لا يمكن أن تستأثر إحداها بسعر مميز دون البقية، مما يجعلها في مركز أفضل، عكس ما هو شائع في الواقع، أين يتم تخفيض الأسعار لبعض الأعوان دون البعض الآخر دون سبب موضوعي.

2- شروط البيع أو الشراء: تجب معاملة الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في السوق التنافسية في وضعية مماثلة، معاملة واحدة فيما يتعلق بشروط البيع أو الشراء وأساليب البيع، عرفا وقانونا، حتى لا يلحق ضرر بأحدهم.

وما ينبغي الإشارة إليه أنّ المعاملة التمييزية تتحقق سواء طلب العون الاقتصادي ذلك أو منحت له تلقائيا.

3- منح آجال للتسديد: مهلة التسديد هي المدة الممنوحة من العون الاقتصادي إلى أحد الأعوان الاقتصاديين لدفع ثمن المبيع أو المتبقي منه، وذلك بعد تسليم المنتج، ويعد من قبيل التمييز في المعاملة، عندما يتم منح آجال دفع ميسرة لفائدة عون اقتصادي دون آخر. وتعتبر كذلك ممارسة تفضيلية تشكل بيعا تمييزيا محظورا قانونيا، قيام العون الاقتصادي بتخفيض أو إنهاء آجال الدفع ضد أحد الأعوان الاقتصاديين فقط ودون سبب مشروع.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 94-95.

²- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 95-96.

الفرع الرابع:

إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية.

تنص المادة 20 من القانون 04-02 على أنه: "يمنع إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل باستثناء الحالات المبررة، كتوقيف النشاط وتغييره أو القوة القاهرة".

تعتبر الممارسة المتمثلة في إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية عملاً تجارياً يجيزه القانون، بحيث يمكن لأي مؤسسة أن تتخذة كمنشأة تجارية رئيسية لتحقيق ربح مشروع. غير أنه يحدث أحياناً في الحياة العملية أن تجمع بين هذا النشاط ونشاط التمويل والإنتاج، أو تمارس النشاط بمفرده دون أن يكون مبيناً في سجلها التجاري، مما يؤدي إلى حدوث خلل في توازن السوق نتيجة ظهور منافسة غير مشروعة.

لذلك تكون كل مؤسسة تخرج عن مجال نشاطها المبيّن في سجلها التجاري والمتمثل في شراء المواد الأولية وتحويلها، بإعادة بيعها على حالتها الأصلية دون إعادة تصنيعها، مرتكبة لجريمة يعاقب عليها القانون. وعليه سنتطرق لنطاق حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية (أولاً)، شروط حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية (ثانياً) والاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لممارسة إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية (ثالثاً).

أولاً- نطاق حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية:

في الأصل، يعتبر إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية من الممارسات التجارية المشروعة، ويمكن تعريفها بأنها: "شراء سلع في صورة مواد أولية خام لم يتم تصنيعها أو تحويلها بعد، ليتم بيعها عن طريق تجار التجزئة"¹.

أما أن يشتريها المصنع كمواد خام لإعادة تصنيعها وتحويلها (وفقاً لما يشير إليه سجله التجاري)²، ثم يتولى هو عملية توزيعها بدل عملية تحويلها أو تصنيعها، ففي ذلك خروج عن الشرعية، وتعتبر من قبيل الممارسات أو البيوع المحظورة قانوناً.

ثانياً- شروط حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية:

تتمثل شروط قيام جريمة إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية فيما يلي³:

1- بكرة لعور، المرجع السابق، ص 226.

2- راجع مرسوم تنفيذي رقم 05-458 مؤرخ في 30 نوفمبر 2005، يحدد كفاءات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها (ج.ر.ج. عدد 78 الصادر في 4 ديسمبر 2005، ص 3)، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 14-141 مؤرخ في 10 أبريل 2013 (ج.ر.ج. عدد 21 الصادر في 23 أبريل 2013، ص 15)، والمرسوم التنفيذي رقم 18-51 مؤرخ في 30 يناير 2018 (ج.ر.ج. عدد 6 الصادر في 1 فبراير 2018، ص 9).

3- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 77.

- يجب أن يكون نشاط التحويل النشاط الرئيسي للعون الاقتصادي، وقد تكون إلى جانبه أنشطة اقتصادية أخرى، أما إذا كان نشاط العون الاقتصادي لا يتعلق إلا بإعادة البيع دون إحداث أي تغيير على السلع المشتراة فإنه لا يمكن اعتبار الممارسة غير شرعية.

- يجب أن يكون هناك شراء سابق للمواد الأولية.

- يجب أن يكون القصد من الشراء هي إعادة تحويل المواد الأولية وتصنيعها.

- يجب أن يتم إعادة بيع المواد الأولية التي تم شراؤها على حالتها.

ثالثاً- الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لممارسة إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية:

تضمنت الفقرة الثانية من المادة 20 القانون رقم 04-02 الاستثناءات الواردة على ممارسة إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية والمتمثلة في:

- توقيف النشاط أو تغييره.

- حالة القوة القاهرة: إنَّ القوة القاهرة التي تحول دون مواصلة المؤسسة لنشاطها، كالحريق الذي يصيب المصنع أو الزلزال... إلخ، قد تؤدي بالمؤسسة إلى بيع المواد الأولية على حالتها دون تصنيعها، وقد اعتبر المشرع بيع المادة الأولية على حالتها في مثل هذه الحالات فعلاً مباحاً.

المبحث الثاني:

الممارسات التجارية غير النزيهة

لقد سمح المشرع بممارسة الأعمال التجارية لكن اشترط أن تكون هذه الممارسة نزيهة وألا تكون مخالفة للقانون، فلكل عون اقتصادي الحق في ممارسة أعمال تجارية، لكن باحترام باقي الأعوان الاقتصاديين وبشرط عدم الإضرار بهم وبمصالحهم، وكذا باحترام المستهلك وعدم تضليله.

وعليه، حظر المشرع الممارسات التجارية التي تخالف النزاهة، وهو ما سنتناوله من خلال هذا المبحث، الذي سنتطرق بموجبه لمفهوم الممارسات التجارية غير النزيهة (مطلب أول)، صور الممارسات التجارية غير النزيهة (مطلب ثاني).

المطلب الأول:

مفهوم الممارسات التجارية غير النزيهة

سنتطرق من خلال هذا المطلب لتعريف الممارسات التجارية غير النزيهة (فرع أول)، تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات المشابهة لها (فرع ثاني).

الفرع الأول:

تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة

سنتطرق من خلال هذا الفرع للتعريف القانوني للممارسات التجارية غير النزيهة (أولاً)، ثم إلى التعريف الفقهي لها (ثانياً).

أولاً- التعريف القانوني للممارسات التجارية غير النزيهة:

لقد أشار المشرع للممارسات التجارية غير النزيهة في التعديل الدستوري لسنة 2016 في المادة 43 منه، ومنعها بالنص على ذلك صراحة، "يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة"، وبالتالي منعت دستورياً كلّ الممارسات التي من شأنها المساس بمصالح الأعوان الاقتصاديين في علاقاتهم التعاقدية مع بعضهم البعض أو بالمنافسين، وكذا المساس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلكين.

وبالرجوع للقانون رقم 02-04 نجد المشرع قد نصّ على الممارسات التجارية غير النزيهة في الباب الثالث منه المعنون: "نزاهة الممارسات التجارية"، الفصل الرابع المعنون: "الممارسات التجارية غير النزيهة". حيث نصّت المادة 26 منه على ما يلي: "تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين".

فيما عدّدت هذه الممارسات بموجب المادة 27 منه كالتالي: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

- 1-تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته،
- 2-تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك،
- 3-استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها،
- 4-إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافاً للتشريع المتعلق بالعمل،
- 5-الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم،
- 6-إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبات والسمسرة غير القانونية وإحداث اضطراب بشبكته للبيع،
- 7-الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيها، بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية، وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته،

8- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.

يتّضح من خلال المادتين السابقتين، أنّ الممارسات التجارية غير النزيهة، هي تلك الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنظيفة، التي يتعدى من خلالها عون اقتصادي على مصالح عون آخر أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين.

كما يمكننا استنتاج معيارين أساسيين تتحدد من خلالهما الممارسات التجارية غير النزيهة، ويتمثلان في: مخالفة الأعراف التجارية النزيهة والنظيفة، والمساس بمصالح أعوان اقتصاديين آخرين.

إضافة إلى الممارسات غير النزيهة المذكورة في المادة 27 أعلاه، اعتبرت المادة 28 من القانون رقم 04-02 الإشهار التضليلي، إشهارا غير شرعي وممنوع، وممارسة تجارية غير نزيهة أيضا، على اعتبار أنّ المادة 28 وردت تحت الفصل الرابع من هذا القانون المعنون: "الممارسات التجارية غير النزيهة".

ثانيا- التعريف الفقهي للممارسات التجارية غير النزيهة:

لم يرد في الفقه الجزائري المتخصص تعريف صريح للممارسات التجارية غير النزيهة، غير أنه وردت بشأنها بعض التعاريف في بعض المؤلفات المتعلقة بحماية المحل التجاري بصفة هامشية مختصرة، ونجد معظم هذه التعاريف تتمحور حول الفكرة نفسها بكون الممارسات التجارية غير النزيهة هي تلك الممارسات التي يمارسها العون الاقتصادي، وتكون منافية للقانون والعادات والأعراف التجارية، التي من شأنها أن تضر بغيره من الأعوان الاقتصاديين.

في حين أنّ الفقه الفرنسي عاها بالدراسة والتعريف، من بينها ما عرّفها به الفقيه الفرنسي ROUBIER، الذي كان له الدور في وضع نظرية المنافسة غير المشروعة في القانون الفرنسي، والذي عرّفها بأنّها: "تلك الممارسات التي تكون في إطار تنافسي بين المؤسسات، هدفها كسب زبائن بطرق مخالفة للأعراف النزيهة في الوسط التجاري"¹.

وذكر هذا الأخير، بعض صورها الشائعة في السوق التنافسية، على سبيل المثال لا الحصر، مثالها: تشويه سلعة المنافس، إحداث اللبس وبث الاضطراب في السوق أوفي تنظيم المنافس، ثم أضاف الفقيه SAINT-GAL. Y ممارسة التطفل كصورة أخرى للمنافسة غير المشروعة².

¹- مفتاح براشمي، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري- دراسة مقارنة، أطروحة للحصول على درجة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، محمد بن أحمد، 2017/2018، ص10.

²- مفتاح براشمي، المرجع نفسه، ص 10.

الفرع الثاني:

تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات المشابهة لها:

سنتناول من خلال هذا الفرع تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات التجارية غير الشرعية (أولاً) فتمييزها عن ممارسة الأسعار غير الشرعية (ثانياً)، ثم تمييزها عن الممارسات التعاقدية التعسفية والممارسات التجارية التدليسية (ثالثاً).

أولاً- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات التجارية غير الشرعية:

سبق التوضيح أنّ المشرع قد اعتبر الممارسات التجارية غير النزيهة، تلك الممارسات التي يعتدي بموجبها عون اقتصادي على عون اقتصادي آخر، أو على عدة أعوان اقتصاديين، من خلال مخالفته للأعراف التجارية، ومن ثمة يشكل التصرف تجارة غير نظيفة وغير نزيهة. والأعمال التجارية غير النزيهة مختلفة ومتعددة لا يمكن حصرها وقد تم ذكرها على سبيل المثال لا الحصر في المادتين 27 و28 من القانون رقم 02-04، من خلال تعداد صورها الأكثر شيوعاً في السوق التنافسية.

أما الممارسات التجارية غير الشرعية، فقد نص عليها المشرع في المواد من 14 إلى 20 من القانون رقم 02-04، كما سبق بيانه، وهي ممارسات من شأنها أن تؤدي إلى الإخلال بعلاقة العون الاقتصادي بالمستهلك، وتمتد كذلك لعلاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم. غير أنه في الممارسات التجارية غير النزيهة أولى المشرع اهتمامه بحماية علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، ومنه حماية مناخ السوق التنافسي، وتبعاً لذلك يحمى المستهلك كطرف أخير.

بالإضافة إلى اختلاف مقدار الغرامة المالية المقررة لكل منهما، حيث بناء على أحكام المادتين 35 و38 من القانون رقم 02-04 يقدر الحد الأدنى للغرامة المالية بالنسبة للممارسات التجارية غير الشرعية بـ 100.000 دج في حين أنّ الحد الأدنى لغرامة الممارسات التجارية غير النزيهة تقدر بـ 50.000 دج.

أما فيما يخص الحد الأقصى للغرامة المالية، نجد أنّ الغرامة المقررة للممارسات التجارية غير الشرعية مقدرة بـ 3.000.000 دج، في حين أنّ الحد الأقصى لغرامة الممارسات التجارية غير النزيهة مقدرة بـ 5.000.000 دج.

ثانياً- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن ممارسة أسعار غير شرعية:

نظّم المشرع ممارسة الأسعار غير الشرعية في المواد 22، 22 مكرر و23 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، بينما نظمت الممارسات التجارية غير النزيهة في المواد 26، 27، 28 من القانون السالف الذكر كما سبق بيانه.

وتعتبر ممارسة أسعار غير شرعية، بناء على المواد المذكورة أعلاه، متى كان العون الاقتصادي في إحدى الحالات التالية:

- عدم الالتزام بتطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقّفة والمصادق عليها،
- عدم إيداع تركيبة الأسعار،
- القيام بالمناورات والممارسات التي ترمي إلى القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقّفة،
- إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار،
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق،
- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع...إلخ

كما تختلف الجزاءات المقررة لكلتا الممارستين، حيث تقدّر الغرامة المالية المقررة للممارسات التجارية غير النزيهة بـ 50.000 دج إلى 5.000.000 دج. أمّا غرامة ممارسة أسعار غير شرعية فتقدر بـ 20.000 دج إلى 10.000.000 دج.

ثالثا- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات التجارية التدليسية والممارسات التعاقدية التعسفية:

- 1- الممارسات التجارية التدليسية: وهي الممارسات التي منعها المشرع على الأعوان الاقتصاديين بموجب المادة 24 من القانون رقم 04-02 والتي ترمي إلى:
 - دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة،
 - تحرير فواتير وهمية وفواتير مزيفة،
 - إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية.

وكذا ما نصت عليه المادة 25 من القانون رقم 04-02، حيث منعت المادة على التجار حيازة:

- منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية،
 - مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار،
 - مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.
- ويهدف المشرع من خلال منعه لهذه الممارسات حماية المستهلك أو العون الاقتصادي على حد السواء، في حين أن قصد المشرع بالنسبة للممارسات التجارية غير النزيهة هو حماية العون الاقتصادي من الجو التنافسي غير المشروع، وما ينتج عنه من إخلال لنظام المؤسسة والسوق بصفة عامة، كما سبق شرحه.
- أما فيما يخص مقدار الغرامة المالية المقررة للممارسات التدليسية، فنجدها أكبر من الغرامة المفروضة للممارسات التجارية غير النزيهة السابق ذكرها، بحيث تغرّم المادة 37 من القانون رقم 04-02 المخالف بغرامة تتراوح ما بين 300.000 دج إلى 10.000.000 دج وهذا نظرا لحساسية هذه الممارسات.

2- الممارسات التعاقدية التعسفية:

عرّف القانون رقم 04-02 الشرط التعسفي في المادة 03 منه في فقرتها 05 على أنه: "شرط تعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

أي هو كل شرط موجود في العقد ينتج عنه أو عليه عدم توازن واضح بين حقوق والتزامات الأطراف والتي عادة يأخذون وصف المستهلك والمتدخل (عون اقتصادي) في إطار عقد الاستهلاك، فتتمثل في منح هذا الأخير امتيازات نتيجة استخدامه لقوته الاقتصادية في مواجهة المستهلك الطرف الثاني والضعيف في العقد.

وما يمكن ملاحظته أنّ المشرع في القانون المدني يقرر حماية خاصة للمتعاقد بصفة عامة، برغم من أنها خاصة بعقود الإذعان، بحيث يجوز للقاضي التدخل في بنود العقد للقيام بالتعديل في الشروط التعسفية أو يمكن له أن يعفي الطرف المذعن منها، ويعتبر هذا الحكم من النظام العام، حيث كل اتفاق يقضي بخلاف ذلك يعد باطلا¹. بينما قلل المشرع من هذه الحماية وحصرها في العقود المتعلقة بالمستهلك في المادة 30 من قانون الممارسات التجارية والتي يمكن فرضها من قبل البائع على المستهلك.

كما حددت المادة 29 من القانون رقم 04-02، وكذا المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية²، البنود والشروط التي تعد تعسفية، وحصرت نطاقها في العقود بين المستهلك والبائع فحسب، على خلاف الممارسات التجارية غير النزيهة التي يعد طرفيها من الأعوان الاقتصاديين.

أما فيما يخص الغرامة المالية جراء المخالفات المتعلقة بالممارسات التعاقدية التعسفية فإنها هي نفسها تلك المقررة للمخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية غير النزيهة طبقا لنص المادة 38 من القانون رقم 04-02.

المطلب الثاني:

صور الممارسات التجارية غير النزيهة

يمكن تصنيف الممارسات التجارية غير النزيهة المنصوص عليها في المادتين 27 و28 من القانون رقم 04-02 إلى ممارسات تهدف إضعاف العون الاقتصادي المنافس (فرع أول)، وممارسات تهدف إلى الاستفادة من تفوق العون الاقتصادي المنافس (فرع ثاني).

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 140.

²- ج.ر.ج.ج، عدد 56 الصادر في 11 سبتمبر 2006، ص 16.

الفرع الأول:

الممارسات التي تهدف لإضعاف العون الاقتصادي المنافس

قد تهدف بعض الممارسات التجارية غير النزيهة المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية والتي يقوم بها بعض الأعوان الاقتصاديون إلى إضعاف عون اقتصادي، أو أعوان اقتصاديون منافسون، وتتمثل هذه الأخيرة في تشويه سمعة عون اقتصادي منافس (أولاً)، إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون منافس (ثانياً)، الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم (ثالثاً) وإحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس أو في تنظيم السوق (رابعاً).

أولاً- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس:

تعتبر هذه الممارسة من أبرز صور الممارسة التجارية غير النزيهة الهادفة إلى الإضرار بالمتنافسين في السوق، فالتشويه (Le dénigrement) عبارة عن محاولة العون الاقتصادي تغيير الصورة أو النظرة الحسنة التي رسخت في أذهان المستهلكين بشأن العون الاقتصادي الآخر المنافس له، نتيجة تعاملهم المباشر معه أو من خلال ما شاع عنه من سمعة طيبة في السوق، وذلك عن طريق تشويه سمعته بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو بخدماته¹.

1- تشويه سمعة عون اقتصادي من خلال المساس بشخصه:

يقوم مرتكب الفعل غير النزيه بالتعرض لشخصية العون الاقتصادي المنافس، ويمكن أن يتخذ هذا التعرض الصور المادية التالية:

أ-المساس بالانتمان أو الاعتبار الشخصي للمنافس: مثاله ما يصدر عن أحد المنافسين من إشاعات كإدعاء أنّ العون المنافس لا يتصف بالأمانة والشرف أو أخبار تتعلق بحياته الشخصية بأنه مثلاً من متعاطي المخدرات، أو نشر أقوال أو تلميحات من شأنها أن تبتث الشك في حالته المالية، بالإدعاء أنه على وشك الإفلاس وغير قادر على الوفاء، أو أنّ شركته في حالة تصفية...الخ.

كما يمكن أن يكون التشويه في شخص التاجر أو العون الاقتصادي من خلال إجراءات قضائية كيدية، مثل دعاوى الإفلاس الكيدية².

ب-المساس بسمعة وشرف العون الاقتصادي المنافس من خلال التعيب بجنسيته أو ديانته أو

جنسه: ومثاله أن يقوم المنافس بالتشكيك في عقيدته الدينية مثلاً ببعث الشك في نفوس جمهور المستهلكين

¹- عمار مزهود، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون الاقتصادي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945- قالمة، 2016/2015، ص 41.

²- نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري)، الطبعة 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 186.

أن المنافس الذي يمارس بيع اللحوم ملحد في بلد مسلم يذبح ذبائحه وفق الشريعة الإسلامية، وقد تكون الإساءة تتعلق بأمور أخرى كالانتماء السياسي، أو التشهير بالانتماء إلى جنسية دولة معادية، وهذا يكون خاصة في أوقات التوتر السياسي أو الحروب.

2- تشويه سمعة عون اقتصادي من خلال المساس بمنتجاته وخدماته¹:

يتم هذا المساس من خلال عدة صور منها المباشرة وغير المباشرة:

أ- **التشويه المباشر**: يكون التشويه مباشرا متى كان موضوعه محددا دقيقا ويكون بذلك سهل الإثبات، كإطلاق ادعاءات كاذبة تنطوي على قصد واضح اتجاه العون الاقتصادي المنافس للتشكيك في منتجاته أو الإشارة إليها في منشوراته أو ملصقاته بأسمائها بصورة علنية على أنها أقل جودة من منتجاته أو وصف منتجات منافسيه بأنها ثانوية أو غير ذلك من أفعال التشويه.

ب- **التشويه غير المباشر**: يكون متى قدم في شكل قالب يخفي ممارسة التشويه مما يجعل إثباته صعبا نوعا ما، إذ يأخذ هذا النوع من التشويه أشكالا أكثر تنوعا من التشويه المباشر باعتباره يعتمد في الغالب على نقد الظاهرة الموضوعية، أو ما يسمى بالإشهار المقارن أو الدعاية المقارنة، كتقديم دراسات مقارنة بين المؤسسة وتلك العائدة للمنافس على أساس أن في ذلك توعية وتوير لعموم المستهلكين.

ومن أساليب التشويه غير المباشر في الحياة العملية:

• **مقارنة الجودة**: حيث أنه وإن كان مسموحا للتاجر مدح نوعية منتجاته بوصفها الأحسن، إلا أنه لا يقبل منه أن يعيب تلك التي لغيره من المنافسين بوصفها معروضات ثانوية والنصح بتحاشي شراءها مثلا.

• **مقارنة الأسعار**: إعلان التاجر عن أسعار أقل لا يعد في حد ذاته إخلالا، ما يشكل الإخلال هو اقتران هذا الإعلان بالإشارة إلى أنه أرخص سعرا من سعر منافسيه.

ثانيا- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون منافس:

يجوز للعامل ترك العمل لدى المحل الذي كان يعمل به، ولا يوجد خطأ أيضا في أن يبحث هذا العامل عن عمل عند عون اقتصادي آخر ولو كان منافسا للعون الاقتصادي الذي كان يعمل لديه.

إلا أن قيام عون اقتصادي منافس بجلب متعاقدين لدى عون اقتصادي آخر بعقد مكتوب أو غير مكتوب، من خلال إغرائهم باستخدام طرق مخالفة لقانون العمل، وذلك بتقديم مكافآت كبيرة ومرتفعة وعود مادية، أو حتى بالضغط عليهم، بهدف الإضرار بالمنافس، يعد ممارسة تجارية غير نزيهة بنص المادة 27

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 102-103.

الفقرة 04 من القانون رقم 04-02 التي تنص على: "إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل".

ثالثا- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم:

تنص الفقرة 05 من المادة 27 على منع الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بالاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير أو شريك للتصرف فيها، بقصد الإضرار بصاحب العمل أو شريك قديم. كأصل عام يحق للعون الاقتصادي في الاستفادة من الأسرار المهنية لنفسه التي اكتسبها بصفته أجيرو قديما أو شريكا قديما، غير أنّ المشرع منع عليه التصرف فيها على نحو يقصد به الإضرار برب العمل أو الشريك السابق.

وعليه فإن القيام بهذه الممارسة التجارية غير النزيهة وفق هذه الصورة يتطلب توافر عنصران، عنصر الاستفادة من الأسرار المهنية، وعنصر التصرف فيما اكتسبه من معارف وأسرار بقصد الإضرار برب العمل أو الشريك القديم، أي ضرورة توافر نية الإضرار، في حين لم يشترط أن يكون العون الاقتصادي المعتدى على أسراره منافسا للعون المعتدي.

رابعا- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس أو في تنظيم السوق:

منع المشرع كل ممارسة من شأنها إحداث اضطراب في تنظيم عون اقتصادي منافس أو تنظيم السوق بشكل عام.

أ- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس: تنص المادة 27 في فقرتها 06 من القانون رقم 04-02 على: "إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة، كتبيد أو تخريب وسائله الإشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبيات والسمسرة غير القانونية وإحداث اضطراب بشبكة البيع".

إن وسائل بث الفوضى في منشأة المنافس متعددة، إما بخلق اضطراب في مؤسسة عون اقتصادي آخر أو يكون بالاعتداء الداخلي التنظيمي على مشروع المنافس، والهدف منها استقطاب وجذب زبائنه لها¹.

إلا أن المادة 27 المذكورة أعلاه، خصت بالذكر كل من التبيد وتخريب الوسائل الإشهارية واختلاس البطاقات والطلبات وممارسة السمسرة غير القانونية أو إحداث اضطراب في عملية البيع.

ويتحقق فعل تبيد الوسائل الإشهارية للمنافس بإعدام تلك الوسائل وإبعادها عن وظيفتها الأساسية في الإشهار، كسرققتها أو رميها، أمّا التخريب فيكون غالبا بتمزيق الملصقات الإشهارية الموجودة على الجدران أو

¹ - علي حسين يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 142.

تكسير اللوحات الضوئية الإشهارية أو حرقها، واستعمال أي مادة أو آلة تؤدي لإزالة الكتابة الإعلانية الموجودة عليها أو إلصاق اشهاراته عليها وإخفائها... إلخ¹.

كذلك استعمل المشرع لفظ اختلاس، الذي يعني به نقل الشيء أو نزع حيازة الشيء من صاحبه إلى حيازة المختلس، ويتعلق الاختلاس هنا بالبطاقات التي تخص الزبائن، أو اختلاس الطلبات التي تثبت التماس الزبون تموينه بسلعة أو خدمة معينة.

بالإضافة إلى السمسرة غير القانونية، وهي مخالفة السمسار قاعدة تشريعية أو تنظيمية أو عرفية، مثال: إقناع زبائن العون الاقتصادي أن يقطعوا علاقاتهم معه ويقتنوا سلعهم من المنافس الثاني الذي طلب السمسار، فهذا التصرف يعد مخالفاً للأعراف المهنية، ومخالفة للحديث النبوي الشريف: "لا يبيع أحدكم على بيع أخيه ولا يخطب على خطبة أخيه، إلا أن يأذن له"².

أمّا فيما يتعلق بإحداث اضطراب بشبكة بيع العون الاقتصادي المنافس، مثاله ما يؤديه البيع بالتخفيض والبيع بخسارة من إخلال بتنظيم تاجر معين والسوق التنافسية عامة.

والهدف من كل هذه الأعمال هي إحداث اضطراب في نشاط العون الاقتصادي المنافس، والسعي إلى توقف العملاء عن الذهاب والشراء من محله، وتحويلهم إلى محله الخاص، أو محل آخر، مما يؤدي إلى إلحاق به ضرر جراء تراجع مبيعاته وبالتالي تضرر نشاطه التجاري ونقص أرباحه.

ب- الإخلال بتنظيم السوق³: قد يتجاوز التأثير التنافسي غير المشروع حدود التنظيم الخاص بالعون الاقتصادي المنافس منفرداً إلى تنظيم السوق في مجمله بشأن نشاط مهني معين، وتقوم هذه الحالة عادة بانتهاك القواعد السارية المفعول مما يؤدي إلى فوضى في السوق، لأنه يعطي العون الاقتصادي الذي لم يتقيد بالتنظيم نفعاً على حساب منافسيه.

فالعون الاقتصادي الذي يمارس نشاطاً دون التقيد بالقواعد الإدارية والضريبية الواقعة على عاتق الأعوان الآخرين مثلاً، يجد نفسه مفضلاً بالنسبة لمنافسيه، مما يؤدي به إلى تخفيض أسعار السلع والخدمات.

الفرع الثاني:

الممارسات التي تهدف إلى الاستفادة من تفوق المنافسين

يتعلق الأمر بتلك الممارسات غير النزيهة التي يهدف العون الاقتصادي من خلالها إلى الاستفادة من سمعة منافسيه وتفوقهم، من خلال القيام بتصرفات من شأنها إحداث اللبس والخط في ذهن المستهلك (أولاً)

¹ - صبحي نجم محمد، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 114.

² - محمد بن يزيد بن ماجة القزويني، سنن ابن ماجة، ج 2، حققه محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، القاهرة، 2009، ص 732.

³ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 114-115.

أو من خلال التطفل التجاري (ثانياً) أو إقامة محل تجاري في الجوار القريب لاستغلال شهرة عون اقتصادي (ثالثاً).

أولاً- الممارسات التي تحدث الخلط واللبس في ذهن المستهلك: تتمثل هذه الممارسات في التقليد والإشهار التضليلي.

1- التقليد: يشمل التقليد وفقاً لنص المادة 2/27 من القانون رقم 04-02 تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

أ- تقليد العلامة:

تعد العلامة التجارية أحد أهم العناصر المعنوية التي يتكون منها المحل التجاري، لأنها وسيلة مهمة لاجتذاب الجمهور.

انطلاقاً من الأهمية التي تكتسبها العلامة التجارية يعتمد بعض الأعوان الاقتصاديين إلى الاعتداء عليها بتقليدها قصد إحداث خلط ولبس في ذهن المستهلك ما يحدث إضراراً بالعون الاقتصادي صاحب العلامة، وهو ما يعد تصرفاً مخالفاً للأعراف التجارية النظيفة والنزهة وللقانون أيضاً.

عرّفت العلامة على أنها: "الإشارة التي يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمات لتمييز منتجاته وخدماته عن مثيلاتها في السوق"¹.

وقد نظّمت العلامة بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالعلامات². وعرّفت المادة 02 منه العلامة بما يلي: "يقصد بالعلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توكيفها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

يلاحظ من خلال هذه المادة أن المشرع لم يحصر العلامة في رمز معين، وإنما أجاز للعون الاقتصادي أن يتخذ أي رمز يراه مناسباً لتمييز منتجاته وخدماته، شرط أن يكون هذا الرمز قابلاً للتخطيط، أي أن العلامة يجب أن تكون مدركة بالعين المجردة، بالإضافة إلى شروط أخرى التي يجب مراعاتها حتى تحظى العلامة بالحماية.

¹- زوبر حمادي، حماية الإشارات المميزة من الممارسات التجارية غير النزيفة على ضوء الأحكام التشريعية والممارسة القضائية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية، المجلد 3، العدد 2 لسنة 2018، ص 10.

²- ج.ر.ج.ج، عدد 44 الصادر في 23 يوليو 2003، ص 22.

وقد عرّفت المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، السالف الذكر، جنحة التقليد كالتالي:
"تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب
العلامة".

أما الفقه فعرف التقليد على أنه: "استعمال أساليب تؤدي لإحداث التباس في ذهن الزبائن بين منتوجات
المؤسسة المنافسة"¹.

وهناك من عرفه بأنه: "تقريب الشبه بين العلامة المقلدة والعلامة الحقيقية من شأنه إحداث اللبس
بينهما بحيث يصعب على جمهور المستهلكين التفرقة بين كل منهما"².

ويتحقق تقليد العلامة وفق عدة مظاهر نذكر منها على سبيل المثال³:

- وجود تشابه من حيث النطق: وذلك عن طريق إثارة اللبس في ذهن المستهلك من خلال استخدام تسميات تماثل أو تشبه أو تحاكي تسمية علامة عون اقتصادي آخر من حيث النطق على الرغم من وجود فوارق في الكتابة، مثل: "selecta" و"selecto".
- وجود تشابه في الشكل الخارجي للعلامة: وذلك عن طريق إثارة اللبس في ذهن المستهلك باستخدام رموز أو أشكال تحاكي أو تشبه أو تماثل الشكل الخارجي لعلامة أخرى.

والعلة من إحاطة العون الاقتصادي بالحماية من تقليد العلامة المميزة له، فيه حماية غير مباشرة للمستهلك الذي يحتمل أن يكون ضحية هذا التقليد، بأن يقدم على اقتناء منتوجات توهمها منه أنها تحمل نفس العلامة الذي يرغب في شراءها. وكذا حماية للعون الاقتصادي من الضرر الذي يلحقه كون أن هدف المعتدي بالتقليد اجتذاب زبائن عون أو أعوان معينين. فالحماية القانونية للعلامة ترمي في آن واحد إلى تأمين الحماية لمنتج السلعة أو بائعها والمستهلك لها في الوقت نفسه.

ب- تقليد المنتوجات:

قد يطال التقليد المنتوجات العائدة إلى المؤسسة المنافسة، فكثيرا ما يطلب الزبون من أحد التجار صنفا محددًا من البضاعة فيؤكد له هذا الأخير توافر السلعة المطلوبة، ولكن يعمد إلى بيعه نوعا آخر يشبهها لونا أو شكلا أو مذاقا.

يقصد بتقليد المنتوجات: "إعادة الإنتاج المشابه لجزء أو لكل عناصر علامة الغير".

¹- سفيان بن قري، المرجع السابق ص 79.

²- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية. دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص 67.

³- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 105-107.

ويأخذ تقليد المنتجات مظهرين¹:

- **المظهر الأول:** يتمثل في اعتماد الشكل الخارجي للمنتجات المنافسة، كأن يرد التقليد مثلا على صناديق تعبئة المنتجات أو الملصقات...إلخ.
- **المظهر الثاني:** قد يطول الشكل التجاري الذي يعرض به المنتج المنافسة.

ومن شأن عملية تقليد المنتجات إحداث التباس بين المنتجات في ذهن المستهلك العادي، قصد كسبه و صرفه عن العون الاقتصادي المنافس صاحب المنتجات الأصلية، ويعتبر ذلك من قبيل المنافسة غير النزيهة.

ج- تقليد الخدمات:

قد يؤدي تقليد خدمات الغير إلى إحداث التباس لدى الزبائن في معرفة مصدر الخدمة، مما يؤدي إلى خداع المستهلك وإقدامه لإبرام العقد ظنا منه أنه يستفيد من خدمات العون الاقتصادي الذي تعود التعامل معه. ويعد هذا التقليد محاولة لكسب زبائن هذا الأخير بطريقة غير مشروعة، وهي ممارسة تجارية غير نزيهة.

د- تقليد الإشهار²:

أحيانا قد يتميز المنتج لا بعلامته أو شكله الخارجي فحسب، إنما بالطريقة الترويجية التي يعرض بها أي الإشهار خاص به، مما يجعل تقليد تلك الطريقة في الإشهار باعثا على خلق اللبس في ذهن المستهلك. يقصد بالإشهار حسب نص المادة 3 من القانون رقم 04-02: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

من خلال هذه المادة يتضح أن الإشهار يرتبط بثلاث عناصر:

- **الإعلان:** "الذي يعد نشاطا يعمل على عرض منتج أو خدمة ما للعامّة بأي وسيلة من وسائل الإعلان بطريقة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب انتباههم إليه تحفيزا لهم على التعاقد من أجل تحقيق الربح".
- **الترويج:** حيث يقوم الإشهار التجاري على الترويج لبيع السلع أو الخدمات، سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالطبيعة النفعية هي الميزة الجوهرية في الإشهار التجاري.
- **استعمال وسيلة من وسائل الاتصال:** وهي كل وسيلة اتصال ممكنة وشرعية، كالجرائد والمجلات، وأمواج الأثير الإذاعية، وقنوات التلفزيون، صفحات الأنترنت، الهواتف النقالة، الألواح الضوئية والرسائل الإعلانية والكتالوجات... وغيرها من الوسائل المتاحة.

وللإشهار اليوم أهمية بالغة باعتباره بطاقة تعريف ذات كيان خاص مستقل لها تأثير على الزبائن، فبمجرد سماع الإشهار أو مشاهدته يتذكر الجمهور بصفة آلية منتج المؤسسة صاحبة الإشهار، وعليه فإن

¹- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 81.

²- خديجي أحمد، المرجع السابق، ص ص 108-126، بتصرف.

تقليد الإشهار الذي ينصب على تقليد الفكرة الإشهارية أو تقليد التقنية الإشهارية أو الأسلوب الدعائي، يشكل منافسة غير نزيهة إذا توافرت إمكانية الالتباس لدى المستهلكين.

2- الإشهار التضليلي:

يعد الإشهار وسيلة مهمة يعتمد عليها المعلنون في تحقيق سياستهم التسويقية الترويجية بإحاطة المستهلكين بكل المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات وإقناعهم بأفضليتها من خلال بيان مزاياها بغية التأثير فيهم ودفعهم للتعاقد، فهو المصدر الأول للمعلومات التي يتلقاها الشخص عن المنتجات والخدمات لدرجة أنه قد يعتمد المستهلك على ذلك الإشهار في اتخاذ قراره باقتناء تلك المنتجات، إلا أنه في بعض الأحيان يتجه المعلنون إلى استخدام أساليب تحمل في طياتها تضليلا أو تخلق لبسا لدى المستهلك.

أ- تعريف الإشهار التضليلي:

إنّ المشرع الجزائري شأنه شأن العديد من التشريعات لم يعرف الإشهار التضليلي إنما اكتفى بتحديد حالات التضليل، وهذا بموجب المادة 28 من القانون رقم 04-02 حيث نصت على أنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي¹ وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

- 1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته،
- 2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه،
- 3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار."

ما يلاحظ من استقراء هذه المادة أنّ المشرع قد استعمل مصطلح الإشهار التضليلي وأنّه حدّد الحالات أو الصور التي يعتبر فيها الإشهار تضليليا وغير مشروع وممنوع وذلك على سبيل المثال لا الحصر، حيث يفهم ذلك من خلال صياغة المادة باستعمال لفظ "لاسيما"، كما أنه لم يحدد صفة المستفيد من الحماية، فهي موجهة لكل من المستهلك والعون الاقتصادي، بينما يكون مرتكب هذه الممارسة التجارية غير النزيهة وفقا

¹ - باستقراء المادة 28 من القانون رقم 04-02 المذكورة أعلاه، نجدها قد صنّفت كل إشهار غير شرعي وممنوع كإشهار تضليلي، لاسيما بتوافر الشروط المذكورة، مستعملة مصطلح الإشهار غير الشرعي، مما يوحي وفق هذه التسمية أنه أقرب للممارسات التجارية غير الشرعية، غير أن المادة 38 من ذات القانون اعتبرته ممارسة تجارية غير نزيهة، ولعل الحكمة من ذلك هو أن الإشهار التضليلي يلحق الضرر بالأعوان الاقتصاديين المنافسين الذين تم خلق اللبس أو التضليل مقارنة بمنتجاتهم أو خدماتهم، قصد استقطاب زبائنهم بالنصب والخداع، وفي ذلك إخلال بالأعراف التجارية النزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر وفقا لنص المادة 26 من القانون رقم 04-20.

لمفهوم المادة 26 من هذا القانون هو عون اقتصادي، كما أنّ المشرع اعتبر كل من المنتج والخدمة محلا للإشهار التضليلي.

كما يلاحظ أنّ المشرع قد استهل النص بعبارة "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان"، ما يؤكد أنّ المشرع قد تطرق إلى تنظيم الإشهار التضليلي بموجب نصوص أخرى، منها المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹، إذ تنص المادة 36 منه في فقرتها الأولى على أنه: "يجب ألا يوصف أو يقدم أي غداء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطبعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك".

وبذلك حظر المشرع الإشهار الذي من شأنه محاولة تغليب المستهلك وتضليله أو إثارة انطباعات من شأنها تغليطه، وهذا ما تم تأكيده وتفصيله في المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المذكور أعلاه، وبهذا يكون المشرع قد حظر كل إشهار تضليلي يؤدي إلى إيقاع المستهلك في غلط حول عناصر المنتج مراعيًا خصائصه وطبيعته².

ب- صور الإشهار التضليلي:

بالرجوع إلى أحكام المادة 28 من القانون رقم 04-02 نجد أن المشرع قد نص على صور الإشهار التضليلي، والمتمثلة في: الإشهار المفضي للتضليل، الإشهار المفضي للبس، والإشهار المضخم. وبالرجوع إلى الفقه نجد ما يسمى بالإشهار المقارن الذي وإن كان لا يعد إشهارا تضليليا، إلا أنه من الإشهارات التي تعد من قبيل الممارسات غير النزيهة كونها تضر العون الاقتصادي المنافس الذي قورن منتوجه أو خدمته في هذا الإشهار، بصفة تقلل من قيمته مقارنة بالمنتج محل المقارنة.

• الإشهار المفضي للتضليل³:

نصت المادة 28 في فقرتها الأولى من القانون رقم 04-02 على ما يلي:

¹ - ج.ر.ج.ج عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013، ص 8.

² - سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2016/2017، ص 62.

³ - تجدر الإشارة في هذا المقام أنّ التضليل « la tremperie » سلوك من شأنه خداع المتلقي أما الكذب « le mensonge » فهو ادعاء مزاعم مخالفة للحقيقة، وإن كان يؤدي إلى نفس النتيجة وهي خداع المتلقي إلا أنه أكثر سوءا من التضليل، لذا فإن الإشهار التضليلي يشمل الإشهار الكاذب، وعليه فإن مفهوم التضليل يشمل كل ما من شأنه خداع المتلقي، لذا عادة ما يطلق عليه تسمية الإشهار الخداع أو الخادع، راجع بهذا الخصوص:

- هانية ابراهيمي، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام - فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة 1، كلية الحقوق، 2012-2013، ص 122-124.

"... يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته..."

يظهر من خلال هذه الفقرة أنّ المشرع استعمل مصطلح التضليل فيما لم يشرط وقوع التضليل فعلا، بل اكتف أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي إلى التضليل لاعتباره غير مشروع وممنوع، فالعبرة بمضمون الإشهار بغض النظر عن النتائج المرجوة منه وذلك تكريسا لحماية المستهلك من الإشهار المضلل، فيما لم يشترط المشرع قصد التضليل الركن المعنوي المتمثل في النية الإجرامية، بل اكتف بالركن المادي المتمثل في أن يكون الإشهار متضمنا لتصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل، أي أنه يعنى بالمعلومة المضللة لإرادة المتلقي لا بالنتيجة الإجرامية، حيث يرد التضليل وفقا لهذه الصورة على مدى وفرة المنتج أو الخدمة من عدمهما وكذا بشأن كفايتهما، ومميزاتها أو بتعريفهما¹.

ومن الأمثلة عن الإشهارات التي من شأنها أن تفضي إلى التضليل نجد²:

- يعتبر إشهارا مضللا كتابة على بطاقات الملابس تفيد أنها أصلية في حين أنها مقلدة،

-الإعلان الذي يظهر بخط واضح وعريض أن البيع يتم بالتقسيط خلال 18 أشهر بدون فوائد، بينما كتب تحت هذه الكتابة بخط صغير جدا عبارة أخرى مفادها أن العرض يخص الذين يشرون بضائع تزيد قيمتها عن مبلغ معين وبعد تقديم ملف يتم دراسته من طرف البائع،

- كما أعتبر إشهارا مضللا ذلك الذي تدعي فيه شركة معينة أنها تنفرد بإنتاج سلعة ما أو تقديم خدمة معينة ذات مواصفات متميزة ثم تبين أن ثمة منتجون آخرون لهم نفس القدرات.

- الإشهارات التي تستعمل النجوم والمشاهير أو الخبراء والمختصين ليقروا صحة ما ورد بالإشهار من مواصفات وخصائص متميزة للخدمة أو المنتج انطلاقا من تجربتهم الشخصية ثم يتبين خلاف ذلك.

- كما يفضي الإشهار للتضليل إذا استعمل عبارات عامة وفضفاضة أو غامضة أو مختصرة مثلا "تبيع بأسعار خاصة" أو "بثمن خيالي" فهذه العبارات قد تفضي إلى تضليل المستهلك إن لم تكن دقيقة.

وإن كان التضليل في الأمثلة السابقة يتم بفعل إيجابي، فإنه يتحقق كذلك بالترك أي باتخاذ موقف سلبي يؤدي إلى حجب المعلومات اللازمة لإظهار الحقيقة الكاملة للمنتج المعلن عنه، مثال ذلك: الإعلان الذي من شأنه ترك انطباعا بأن المشتري يمكن أن يستفيد من الضمان مجانا لمدة معينة ثم يتبين أن هناك وثيقة ملحقة بعقد البيع يجب توقيعها تتضمن زيادة في الثمن لاستحقاق الضمان مما يجعله ضمانا بمقابل وليس مجانيا كما ورد في الإعلان³.

1- سارة عزوز، المرجع السابق، ص 73.

2- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 129.

3- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 129-130.

وبالرجوع إلى معيار تقدير التضليل نجد المشرع الجزائري قد أخذ بالمعيار الموضوعي الذي يعتمد على تجريد متلقي الإعلان من ظروفه الشخصية، حيث يوضع المتلقي موضع الشخص العادي الذي يمثل جمهور الناس، أي أن التضليل في الإشهار لا يتحقق إلا إذا كان من شأنه خداع المتلقي العادي¹.

• الإشهار المفضي إلى اللبس:

تنص المادة 28 في الفقرة الثانية على أنه: "... يعتبر إشهارا تضليليا غير شرعي وممنوعا إذا كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطه..".

ويعرف الفقه الالتباس بأنه تلك الرغبة التي تتملك التاجر أو الصانع أو عارض الخدمات في أن يحل محل منافسه في الثقة التي يحظى بها لدى جمهور المستهلكين وتحويل زبائن هذا الأخير نحوه أو على الأقل صرفهم عن منافسه².

ويولد الإشهار المفضي إلى اللبس الشك والأوهام في ذهن المستهلك، فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتنائه من سلع وخدمات، أو التعاقد مع من لم يكن ينوي التعاقد معه، فتحدد بذلك إرادته عن منحها الصحيح نتيجة لما لحقها من بلبلة وتشويش، ويكون كذلك إذا كان الإشهار يضمن عناصر تقلد أو تحاكي أو تشبه عناصر تميز منتج أو سلعة أو نشاط بائع آخر³.

لم يشترط المشرع وقوع اللبس فعليا، بل يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل، وعليه على غرار الإشهار المفضي للتضليل، تعتبر جريمة الإشهار المفضي إلى اللبس جريمة مادية تغتفر إلى الركن المعنوي المتمثل في النية الإجرامية.

وقد قصد المشرع بحظره لهذا الإشهار حماية رضا المستهلك بأن يكون اختياره حر ونزيه لا يشوبه أي لبس⁴.

إنّ الفرق بين الإشهار المفضي للتضليل والمفضي إلى اللبس وهو أنّ المشرع في الصورة الأولى ركز على ضرورة أن تكون بيانات الإشهار صادقة تدل بدقة على تعريف المنتج أو الخدمة والرغبات التي يمكن أن يتوقعها المستهلك عند مشاهدته للإشهار من حيث خصائص المنتج أو الخدمة ووظيفته. أمّا بالنسبة للإشهار المفضي لللبس فإنّ المشرع قد حرص على حرية ونزاهة اختيار المستهلك، وبالتالي حتى وإن كانت البيانات التي وردت في الإشهار صحيحة وتدل على حقيقة المنتج أو الخدمة محل الإشهار فإنّ الإشهار

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 130.

2- محمد زاوك، المنافسة غير المشروعة في القانون المغربي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، 2006/2005، ص 120.

3- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص 133.

4- تنص المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مرجع سابق: " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك".

يعتبر مفضي للبس متى كان من شأنه أن يجعل المستهلك يتعاقد مع بائع لم يكن يقصده أو سلعة أو خدمة لم يكن ينوي اقتناؤها حتى وإن كانت هذه السلعة أو الخدمة تلبي رغباته¹.

•الإشهار المضخم²:

تنص المادة 28 في فقرتها الثالثة من قانون رقم 04-02 أنه: "يعتبر إشهار غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

إنّ حظر الإشهار المضخم يعد تكريسا لحرية المنافسة³، باعتباره يقوم على تضخيم قدرات العون الاقتصادي على نحو يوجي بقدرته على تلبية حاجيات المستهلك من سلعة أو خدمة معينة في حدود ما يستشف من الإشهار، لكن في حقيقة الأمر تكون قدرات العون الاقتصادي ضعيفة لا تمكنه من تغطية طلبات المستهلكين من سلع وخدمات على النحو الذي يوجي به إشهاره⁴.

ولاعتبار الإشهار مضخما لا بد من توافر فيه شرطين:

- يجب أن يتضمن الإشهار عرضا معين لسلع أو خدمات: وهذا العرض قد يكون محدد المدة كاستعمال عبارة "متوفر طيلة شهر أوت"، وقد يكون محدد المقدار والكمية كالقول في انتظاركم 300 تلفاز.

وقد يستشف تقدير العرض من الإشهار ضمنيا كأن يستخدم عبارة مكيفات لسكان الجنوب، التي توجي على قدرة العون الاقتصادي بتغطية احتياجات سكان تلك المنطقة، وهو كذلك بالنسبة للعون الاقتصادي الذي يعلق لوحات إخبارية في كامل التراب الوطني، التي تدل على أن الإشهار موجه لكافة المواطنين، كما يتم تقدير الإشهار من خلال العبارات المستعملة كاستعمال عبارات مطلقة وفضفاضة، مثال: لكل واحد منكم سيارة، فهذه العبارات من شأنها أن توجي للمتلقي أن العون الاقتصادي قادر على تلبية كل الطلبات الموجهة إليه مما يعكس ضخامة الإشهار⁵.

- عجز العون الاقتصادي عن توفير السلع أو ضمان الخدمات بالنظر للإشهار المعروض: حيث يتبين أن العون الاقتصادي لا يملك مخزونا كافيا يتناسب والعرض الذي قدمه أو الإشهار الضخم الذي بثه، مثاله: أن يكون الإشهار موجه لجميع الجزائريين فحين يستحيل تلبية طلباتهم جميعا، أو أن يكون العدد الضخم الذي أطلقه غير مطابق للحقيقة، كما يكون العجز أيضا إذا تبث أن العون الاقتصادي لن يتمكن من ضمان الخدمات التي يفترض أنه مستعد لتقديمها وفقا لما جاء في إشهاره.

1- هانية ابراهيمي، المرجع السابق، ص ص 126-130.

2- إن كانت هذه إحدى صور الإشهار التضليلي، إلا أننا نرى أنّها تمثل إحدى حالات الإشهار المفضي إلى التضليل كون البند الأول من المادة 28 من القانون 04-02، نصّ على أنّ التضليل يحدث في الوفرة والكمية أيضا.

3- سارة عزوز، المرجع السابق، ص ص 77-78.

4- هانية ابراهيمي، المرجع نفسه، ص 131.

5- هانية ابراهيمي، المرجع نفسه، ص ص 132-133.

ويلاحظ من المادة 03/28 أن المشرع لم يشترط أن يكون التضخيم مقصودا بل يكفي أن يكون سببه سوء تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية، وإن مدى تقدير التضخيم في الإشهار من طرف العون الاقتصادي هو رهن السلطة التقديرية للقاضي، كما يلاحظ أيضا أنّ هذه الصورة المتمثلة في الإشهار المضخم ما هي إلا تطبيق من تطبيقات الصورة الأولى المذكورة في نفس المادة والمتعلقة بالإشهار المفضي للتضليل الذي يتضمن تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل على النحو الموضح سابقا، على اعتبار أن الإشهار المضخم ما هو إلا بيانات أو تصريحات تؤدي إلى التضليل بكمية ووفرة المنتج أو الخدمة¹.

• الإشهار المقارن:

لا يعد الإشهار المقارن إشهارا تضليليا إلا إذا تضمن ما يفضي إلى اللبس، ولم تتضمنه المادة 28 من القانون رقم 04-02 ولا مادة أخرى منه، أو نص آخر في التشريع والتنظيم الجزائري المعمول به.

يعرّف الإشهار المقارن فقها بوجه عام بأنه: " الإعلان الذي يركّز على إبراز مزايا منتج أو خدمة معينة من خلال مقارنتها بمواصفات ومزايا غيرها مع الإشارة إلى اسم التاجر المنافس أو اسم منتوجاته على نحو يحط من قيمة المنشأة التجارية وسلعتها وخدمتها ويؤدي إلى إيقاع المستهلك في لبس وغموض"².

ويختلف الإشهار المقارن عن الإشهار المفضي لللبس في كونه لا يستخدم اللبس والتشويش وسيلة لجلب العملاء، وإنما يستخدم المقارنة، وذلك بإبراز مزايا ومحاسن السلع والخدمات محل الإشهار مقارنة بعيوب غيرها من السلع والخدمات المنافسة. فالإشهار المقارن يتضمن رسالة واضحة للمستهلك تختلف تماما عن إثارة اللبس والتشويش³.

غير أنّ المشرع الجزائري بموجب المادة 28 من القانون رقم 04-02 اكتفى بحظر الإشهار المفضي إلى اللبس دون التعرض للإشهار المقارن، على الرغم أنّ مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 الذي بقي حبيس الأدراج⁴، حظره في المادة 24 منه التي تنص: " يمنع الإشهار المقارن. يعد الإشهار مقارنا إذا ذكر منتوجين

1- هانية براهيم، المرجع السابق، ص 133.

2- محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1998، ص 282.

3- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 138.

4- عرفت الجزائر عدّة مشاريع نصوص قانونية خاصة بالإشهار والنشاطات الإشهارية، لكنها بقيت كلها حبيسة الأدراج تاركة فراغا قانونيا في هذا المجال، وهي: مشروع قانون الإشهار لسنة 1988، مشروع مرسوم تشريعي حول الإشهار لسنة 1992، مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 ومشروع قانون النشاطات الإشهارية لسنة 2015. لأكثر تفاصيل راجع:

بدرة لعور، الاشهار التضليلي كوسيلة لخرق نزاهة الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، جامعة محمد خيضر - بسكرة، العدد 16، ديسمبر 2017، ص ص 371-373.

أو سلعتين أو علامتين أو خدمتين أو اسمين أو تسميتين أو صورتين أو إشارتين، وقارن بينهما بغرض الاستخفاف بأحدهما بصفة مباشرة"¹.

كما حظرت المادة 42 من المشروع التمهيدي لقانون يتعلق بالنشاطات الإشهارية لسنة 2015² بنصها: "يمنع الإشهار الكاذب والمقارن والمستر واللاشعوري"، إلا أن هذا القانون لم ير النور بدوره إلى يومنا هذا. وبذلك في ظل غياب النص القانوني الذي يحظره، يظل الإشهار المقارن جائزا ما لم يتضمن معلومات مغلوبة أو بيانات من شأنها أن تقضي للربح تلحقه بالإشهار المفضي للربح. إلا أنه يمكننا تكييفه من قبيل التصرفات المحظورة باعتبار أنه يعد تشويها لسمعة العون الاقتصادي المنافس من خلال المساس بمنتجاته وخدماته بطريقة غير مباشرة. وأساس الحظر بذلك ليس لكونه إشهارا تضليليا وإنما لكونه ممارسة من شأنها تشويه سمعة عون اقتصادي منافس طبقا لنص المادة 27 من القانون رقم 04-02.

ثانيا- التطفل التجاري:

حظر المشرع التطفل التجاري بمقتضى المادة 03/27 من القانون رقم 04-02 بنصها "استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها". إذ تعتبر هذه الصورة من صور الممارسات التجارية غير النزيهة.

والتطفل التجاري هو: "مجموعة من الأفعال والممارسات التي يقوم بها عون اقتصادي بالاستفادة من المهارات والمعارف المهنية لعون اقتصادي منافس بهدف الانتفاع بها دون بذل جهد"³.

إن المهارة التقنية هي عنصر من عناصر المعرفة التقنية تنتج عن تراكم الخبرات ببذل مجهودات كبيرة وبحوث للوصول لمعرفة مميزة، سواء كانت علمية أو تكنولوجية أو صناعية فيجعلها صاحبها معلومات سرية، فيقوم العون المتطفل بالاطلاع على سرية المهارة فينقلها لمحله بهدف استغلالها والاستثمار فيها بدون ترخيص من صاحبها، فيحول زبائن العون الاقتصادي المتطفل عليه، ويستفيد من هذه التقنية⁴.

الأصل أن استغلال العون الاقتصادي المعارف والمهارة فعل مشروع، إلا أن استغلالها بغير الحصول على إذن (ترخيص) يجعلها ممارسة غير مشروعة أي غير نزيهة، وحصر المشرع تجريم الاستغلال غير

¹ - عرض على البرلمان سنة 1999 مشروع قانون متعلق بالإشهار، وتمت المصادقة عليه في الغرفة الأولى، إلا أن الغرفة الثانية لم تصادق عليه - راجع بهذا الخصوص نص المشروع: الجريدة الرسمية لمداولات مجلس الأمة بتاريخ 29 أوت 1999، المتضمنة محضر الجلسة العلنية العشرين المنعقدة في 26 جويلية 1999، التي نوقش خلالها المشروع أمام مجلس الأمة.

² - مشروع تمهيدي لقانون يتعلق بالنشاطات الإشهارية، وزارة الاتصال، مارس 2015، ص 12 (غير منشور).

³ - سامي بن حملة، قانون المنافسة (دراسة في التشريع الجزائري وفق آخر التعديلات مقارنة بتشريعات المنافسة الحديثة)، منشورات نوميديا، قسنطينة، 2016، ص 189.

⁴ - خليصة شريف، حماية الملكية الصناعية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، سنة 2015، ص 80.

المرخص في المهارة التقنية والتجارية، مستبعدا من الحماية حالة استغلال المعارف الفنية المتعلقة بالمعارف الإدارية¹.

ثالثا- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لاستغلال شهرة عون اقتصادي:

تعتبر الشهرة التجارية والاتصال بالعملاء من العناصر المعنوية التي يركز عليها المحل التجاري، وطبقا للفقرة الأخيرة من المادة 27 من القانون رقم 04-02 تعتبر إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها ممارسة تجارية غير نزيهة.

وإن كان التجاور والتقارب بين المحلات التجارية المتنافسة أمر طبيعي والسمة الغالبة في المدن والأحياء والمناطق الصناعية والتجارية، إلا أن اللامشروعية حسب المادة المذكورة أنفا تكمن في محاولة العون الاقتصادي استغلال نجاح عون اقتصادي آخر منافس بفتح محل بالجوار القريب منه بهدف استغلال شهرته وتحويل زبائنه إليه، كأن يتعمد مثلا عند تبيان موقع محله الإشارة بأن هذا الأخير يقع بجانب أو قريبا من محل ذو شهرة وصيت واسعين، قصد جذب زبائن هذا الأخير².

ولم يحدد المشرع مسافة فاصلة بعينها بين المحليين لتعتبر هذه الأخيرة جوارا قريبا، تاركا بذلك المجال للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، غير أنه ربط حظر هذا القرب بتوافر نية استغلال شهرة المحل التجاري المنافس باعتماد أفعال تخالف الأعراف والممارسات القانونية المعمول بها.

المبحث الثالث:

الممارسات التعاقدية التعسفية

أصبحت الشروط التعسفية تسم الحياة التعاقدية وتخل بالتوازن العقدي، ما دفع بالمشرع إلى التدخل لمعالجة هذا الوضع، بداية بالقواعد العامة في القانون المدني التي منحت القاضي سلطة تعديل الشروط التعسفية أو إعفاء الطرف المذعن منها، وانتهاء بقواعد خاصة، أهمها القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في القانون رقم 04-02، الذي أفرد فصله الخامس لتنظيم الممارسات التعاقدية التعسفية، حماية منه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وهو المستهلك. وسنتناول فيما يلي أحكام الممارسات التعاقدية التعسفية من خلال التعرض لمفهوم الشرط التعسفي (مطلب أول)، نطاقه في (مطلب ثاني).

المطلب الأول:

مفهوم الشرط التعسفي

سنتطرق لمفهوم الشرط التعسفي من خلال تعريفه (فرع أول) المعايير المعتمدة لتحديده (فرع ثاني) ثم عناصره (فرع ثالث).

¹ - خليصة شريفي، المرجع السابق، ص 80.

² - عمار مزهود، المرجع السابق، ص ص 55-56.

الفرع الأول:

تعريف الشرط التعسفي

على غرار تشريعات مقارنة أخرى تناول القانون رقم 04-02 تعريف الشرط التعسفي بموجب الفقرة الخامسة من المادة 03 منه بنصها: "... شرط تعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

يستخلص من هذه الفقرة أنّ سبب رفض الشرط التعسفي يعود إلى اختلال في المراكز التعاقدية نتيجة لتفوق أحد المتعاقدين على الآخر، ولا تهم طبيعة هذا التفوق سواء كان اقتصاديا أو فنيا أو ثقافيا أو قانونيا أو اجتماعيا أو غير ذلك مما يؤثر على حقوق والتزامات الطرف الضعيف.

والعبرة من تحديد مفهوم الشرط التعسفي ليس مجرد عدم التوازن الظاهر في الحقوق والالتزامات، بل عدم التوازن الناتج عن تعسف أحد طرفي العقد في استعمال حقه التعاقدية نتيجة تفوقه على الطرف الآخر، لأنّ عدم التوازن ملحوظ في عدة عقود دون اشتغالها على شرط تعسفي كالعقود التبرعية، فأحد المتعاقدين لا يعطي عوضا دون وجود أدنى شرط تعسفي، وكذلك العقود الاحتمالية والعقود التي يرد عليها الغبن دون اشتغالها على شروط تعسفية¹.

الفرع الثاني:

معايير الشرط التعسفي

لابد من البحث عن الضوابط والمعايير التي يتحدد بها مفهوم الشرط التعسفي، وتتلخص في معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية (أولا) ومعيار الميزة المفرطة (ثانيا).

أولا- معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية: يقصد بهذا المعيار التعسف الذي يقترب من التدليس من خلال المفهوم العام لعدم الأمانة، وهو الأمر الذي تتضح معه مظاهر استغلال المهني لحاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة، وبالتالي إمكانية فرض شروط عليه، ولا يملك هذا الأخير حيا ل ذلك إلا قبول التعاقد أو رفضه دون أن تتوافر لديه إمكانية حقيقية للمناقشة وما يؤدي إليه ذلك -يقينا- من انعدام المقدرة على الاختيار². مع ذلك يقر الفقه بغموض وعدم دقة هذا المعيار³.

1- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 143.

2- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 404.

3- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 144-145.

في حين ذهب البعض إلى أنّ النفوذ الاقتصادي يقوم متى كان المهني في وضعية هيمنة على السوق¹، بينما ذهب رأي آخر إلى أن التعسف يأتي من الوضع المسيطر².

ثانيا- معيار الميزة المفرطة: عرّف المشرّع الفرنسي التعسف بأنه ما يحصل عليه المحترف من نتيجة، بحيث لا يعتبر الشرط تعسفيا إلا إذا منح هذا الأخير ميزة فاحشة، ولم يحدد المشرع رقما معيناً تصل إليه هذه الميزة على خلاف الغبن الذي يكون سببا لإبطال بعض العقود إذا بلغ حدا معيناً³.

وتثور بذلك إشكالية تقدير الميزة الفاحشة، هل يجب النظر للشرط منعزلا عن غيره من الشروط أم أنه يجب النظر إلى مجموع العقد من أجل تقدير التعسف؟

ذهب البعض بأنه يجب النظر في تقدير عدم التوازن إلى مجموع الشروط العقدية، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري حيث أخذ بمجموع العقد أي بالنظر إلى كل الشروط مجتمعة، وهو ما عبر عنه بالإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد⁴.

المطلب الثاني:

نطاق الشروط التعسفية

تكمن أهمية تحديد نطاق الشروط التعسفية في كون هذا النطاق يعد عنصرا يتوقف على تحديده اعتبار العلاقة التعاقدية بمثابة ممارسة تعاقدية تعسفية أو هي ممارسة تعاقدية شرعية.

بالإضافة إلى أنّ ارتباط حماية المستهلك من الشروط التعسفية بهذا النطاق يميزها عن باقي الشروط التي عاقب عليها القانون رقم 04-02 كالبيع المشروط، كونه لا يرتبط بنطاق خاص ضمن عقود الاستهلاك. والمقصود بنطاق الشروط التعسفية هو نطاقها من حيث تعداد المشرع لها (فرع أول)، وكذا من حيث العقود التي تشتمل عليها (فرع ثاني).

الفرع الأول:

تحديد نطاق الشروط التعسفية من حيث تعداد المشرع لها

قام المشرع الجزائري على تحديد الشروط التعسفية بوضع مجموعة من الممارسات وأضفى عليها صفة الشرط التعسفي (أولا)، كما قام في الوقت ذاته بإلزام العون الاقتصادي بإدراج بعض الشروط الأساسية في العقود واعتبر عدم القيام بهذا الالتزام بمثابة ممارسات تعاقدية تعسفية في مواجهة الطرف الآخر (ثانيا).

¹ - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 61.

² - محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر)، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 93.

³ - محمد بودالي، المرجع نفسه، ص 94.

⁴ - لأكثر تفاصيل راجع، أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 146.

أولاً- الشروط التعسفية المعددة قانوناً:

قام المشرع في نص المادة 29 من القانون رقم 04-02 بتحديد الشروط التي يمنع على العون الاقتصادي إدراجها في العقد تحت طائلة اعتبارها شروطاً تعسفية، حيث نصت هذه الأخيرة على ما يلي:

"تعتبر بنوداً وشروطاً تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

- 1- أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك،
 - 2- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد،
 - 3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك،
 - 4- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية،
 - 5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها،
 - 6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته،
 - 7- التفرد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة،
 - 8- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية غير متكافئة".
- وتطبيقاً لأحكام المادة 30 من القانون رقم 04-02، صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، السالف الذكر، أضاف المشرع بموجب مادته 05 شروطاً تعسفية إضافية لتلك المنصوص عنها في المادة 29 المذكورة أعلاه، والتمثلة فيما يلي:

- الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة، بدون تعويض للمستهلك،
- عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد، إلا بمقابل دفع تعويض،
- التخلي عن مسؤوليته بصفة منفردة، بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته،
- النص في حالة الخلاف مع المستهلك على تخلي هذا الأخير عن اللجوء إلى أية وسيلة طعن ضده،
- فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد،
- الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة إذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلى العون الاقتصادي هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه،

- تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته، دون أن يحدد مقابل ذلك تعويضا يدفعه العون الاقتصادي الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته،
- فرض واجبات إضافية غير مبررة على المستهلك،
- الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد دون أن يمنحه نفس الحق،
- يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطاته،
- يحتمل المستهلك عبء الواجبات التي تعتبر من مسؤولياته.

ثانيا- الممارسات التعاقدية التعسفية الناتجة عن تقليص العون الاقتصادي لأحد العناصر الأساسية للعقد:

عزفت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، المذكور أعلاه، العناصر الأساسية التي يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك، حيث اعتبرت تلك العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية وأمن ومطابقة السلع و/أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع.

فيما عدت المادة 03 منه هذه العناصر، بنصها: "تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 02 أعلاه، أساسا بما يأتي:

- خصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها،
- الأسعار والتعريفات،
- كفاءات الدفع،
- شروط التسليم وأجاله،
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم،
- كفاءات الضمان ومطابقة السلع و/أو الخدمات،
- شروط تعديل البنود التعاقدية،
- شروط تسوية النزاعات،
- إجراءات فسخ العقد.

وكل تقليص لهذه العناصر الأساسية تعتبر ممارسة تعسفية، بنص الفقرة الأولى من المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 السالف الذكر، حيث تنص: "تعتبر تعسفية البنود التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

- تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و3 أعلاه..."

حيث يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه، وكل تقليص للعناصر الأساسية للعقود المذكورة سابقا، يعتبر عملا تعسفيا يكتف بأنه ممارسة تعاقدية تعسفية.

الفرع الثاني:

تحديد نطاق الشروط التعسفية من حيث العقود التي تشتمل عليها

انطلاقا من تعريف العقد بموجب المادة 3 من القانون رقم 04-02، والذي يجسد مفهوم عقد الإذعان في عقود الاستهلاك، يتحدد نطاق حماية المستهلك تجاه الشروط التعسفية من حيث العقود بثلاث عناصر: اتفاق أو اتفاقية بين البائع والمستهلك بهدف بيع سلعة أو تأدية خدمة (أولا)، تحرير العقد مسبقا من طرف البائع (ثانيا) وإذعان المستهلك (ثالثا).

أولا- اتفاق أو اتفاقية بين البائع والمستهلك بهدف بيع سلعة أو تأدية خدمة:

يعكس هذا العنصر مفهوم عقد الاستهلاك، باعتباره عقد (اتفاق أو اتفاقية) بين عون اقتصادي ومستهلك يقتني بموجبه هذا الأخير سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت، وبذلك فإن العنصر الأول الذي يتحدد به نطاق حماية المستهلك تجاه الشروط التعسفية هو ضرورة أن يتعلق الأمر بعقد استهلاك¹.

ثانيا- تحرير العقد مسبقا من طرف البائع²:

تقتضي حماية المستهلك تجاه الشروط التعسفية أن يتعلق الأمر بعقد محرر مسبقا من طرف البائع وهو ما يعرف بالعقود المطبوعة أو النموذجية. ويبدو من الوهلة الأولى أن شرط التحرير المسبق للعقد يضيق من نطاق حماية المستهلك تجاه الشروط التعسفية، لكن بالرجوع للفقرة الثانية من تعريف العقد طبقا للمادة 3 بند 4 من القانون رقم 04-02 نجده قد توسعت في الحالات التي يعتبر العقد فيها منجزا بنصها: "...يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفا..." وبالتالي كل وثيقة مهما كان شكلها أو سندها تكفي لاعتبار العقد محررا مسبقا متى تضمنت الخصوصيات والمراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة، ولا شك ان ذلك يعد توسيعا لنطاق حماية المستهلك من الشروط التعسفية، خصوصا وأن المشرع قد ألزم البائع بتقديم شهادة الضمان لبعض المنتجات، كما أن القانون رقم 04-02 ذاته أوجب أن يتم البيع للمستهلك بموجب وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة، كما أوجب تسليم الفاتورة أو سند المعاملة التجارية متى طلبها المستهلك، فهذه السندات كلها يمكن أن تعتبر عقود بمفهوم القانون رقم 04-02 إذا ما تضمنت خصوصيات ومراجع تطابق شروط البيع المقررة قانونا.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 152.

²- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 153-155، بتصرف.

ومع ذلك فإنّ العقود المطبوعة والنموذجية وإن اترنت غالبا بالتعسف واختلال التوازن التعاقدية إلا أنّها صارت ضرورة تفرضها الظروف الاقتصادية الحديثة، لاسيما أن استخدام العقود النموذجية يوفر إحساسا بالأمان والثقة لدى المستهلكين نظرا لقوتها الثبوتية مقارنة بالعقود الشفوية.

وعليه نستخلص أن العقود المطبوعة ليست بالضرورة عقود إذعان وإنما قد تتخذ لتلبية متطلبات فنية عملية وواقعية، وطباعتها لا تعني بالضرورة عدم مناقشتها، إذ يمكن في بعضها للعميل الحريص أن يفاوض حول شروطها وبنودها، كل ما في الأمر أنّ العمل قد جرى على قبول التعاقد بموجبها دون مناقشتها، وهذا ما يفسّر عدم اكتفاء المشرع في تحديد نطاق حماية المستهلك من الشروط التعسفية بمجرد أن يكون العقد محررا مسبقا من طرف البائع بل اشترط فوق ذلك إذعان المستهلك.

ثالثا - إذعان المستهلك¹:

تحريير العقد مسبقا من طرف العون الاقتصادي لا يهدف بالضرورة إلى الإخلال بالتوازن العقدي، لأنّ العقد المطبوع لا يشكل وحده عقد إذعان بل يجب أن يذعن المستهلك لإرادة البائع.

ولقد أورد المشرع الجزائري هذا العنصر في المادة 4/3 من القانون رقم 04-02 بنصها: "... مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه..."

وبالتالي فإنّ معيار الإذعان حسب نص هذه المادة هو عجز المستهلك عن إحداث تغيير حقيقي في العقد، في حين تنص المادة 70 ق.م.ج على أنه: "يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها..."، مما يدلّ أنّ الإذعان في ظل القواعد العامة هو وليد عدم المناقشة.

غير أنّه في القانون رقم 04-02، لم يشترط المشرع عدم إمكانية مناقشة شروط العقد لاعتباره مذعنا، وإنما اشترط عجزه عن إحداث "تغيير حقيقي" أي جوهري في العقد خروجاً عن القواعد العامة، وبالتالي حتى وإن ناقش المستهلك بنود العقد المحرر سلفاً دون أن يتمكّن من إحداث تغيير حقيقي فيه بقي مذعنا، على أنّ تقدير مدى جوهرية التغيير الحاصل يخضع للسلطة التقديرية للقاضي.

واعتماد المشرع لمعيار "التغيير الحقيقي" كمعيار للإذعان في عقود الاستهلاك - بدل عدم المناقشة - من شأنه أن يوسع نطاق حماية المستهلك من الشروط التعسفية، لاسيما إذا توسع القضاء في مفهوم التغيير الحقيقي، كما أن ذلك يسد الباب أمام دهاء بعض الأعوان الاقتصاديين الذين يتفردون بصياغة العناصر الجوهرية للعقد ويتركون للمستهلك إمكانية مناقشة بعض العناصر التفصيلية البسيطة التي لا تؤثر في جوهر العقد في شيء، سعياً منهم لإضفاء صفة المناقشة على العقد بدل صفة الإذعان قصد التخلص من الأحكام التي تحمي الطرف المذعن في هذا النوع من العقود.

¹ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 155-158، بتصرف.

الفصل الثالث:

التصدي للمخالفات المتعلقة بقواعد شفافية ونزاهة الممارسات التجارية

لم يكتف المشرع في تنظيمه للممارسات التجارية بقواعد موضوعية من خلالها يحدد مجموعة الالتزامات التي تقع على العون الاقتصادي، بل تعداها إلى فرض جزاءات قانونية ضد كل خرق لهذه القواعد (مبحث أول) ويبيّن إجراءات ضبط ومتابعة المخالفات (مبحث ثاني).

المبحث الأول:

الجزاءات المقررة للمخالفات

يشكل أي خرق للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إخلالا بالالتزامات القانونية وعقدية مفروضة على العون الاقتصادي سواء كانت هذه العلاقة بينه وبين عون اقتصادي آخر أو كانت بينه وبين المستهلك.

ومادامت المسألة تتعلق بخرق لالتزامات تعاقدية، فإنّ الجزاءات المدنية المعروفة في نظرية العقد يمكن أن تلعب دورا في توفير جزء من الحماية لهذه الالتزامات، لكن أثبت الواقع عدم كفاية الجزاءات المدنية، فلجأ المشرع إلى أسلوب التجريم بموجب القانون رقم 04-02، حيث أضفى على خرق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية صفة التجريم من جهة، ومن جهة أخرى اتجه إلى فرض بعض الجزاءات الإدارية أيضا وكلها تصب في هدف واحد هو فرض حماية واسعة لدائرة النشاط التجاري من كل مساس بالقواعد المنظمة لهذه الدائرة.

وعليه تشمل دراستنا جميع الجزاءات التي كرسها المشرع لحماية وضمنان نزاهة وشفافية الممارسات التجارية، من جزاءات مدنية (مطلب أول) وذات طابع إداري (مطلب ثاني) وذات طابع جنائي (مطلب ثالث).

المطلب الأول:

الجزاءات ذات الطابع المدني

تتعلق الممارسات التجارية المتضمنة في القانون رقم 04-02 باتفاقات تعاقدية، سواء بين عون اقتصادي وعون اقتصادي آخر، أو بين عون اقتصادي ومستهلك.

ورغم أنّ أحكام قانون الممارسات التجارية لم تتضمن تنظيما للجزاءات ذات الطابع المدني، إلاّ أنّه ما دامت هذه الممارسات تتعلق بالالتزامات تعاقدية فإنّ قواعد القانون المدني المتعلقة بتحديد الجزاءات المقابلة للإخلال بالالتزام التعاقدية في النظرية العامة للالتزامات هي قواعد يمكن الأخذ بها وتطبيقها على العون الاقتصادي الذي يخل بالتزامه التعاقدية¹.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 175.

وعليه سنتطرق من خلال هذا المطلب لبطلان التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية (فرع أول)، التعويض عن الضرر الناجم عن التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية (فرع ثاني)

الفرع الأول:

بطلان التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية

كقاعدة عامة يعد البطلان جزءا كل العقود والاتفاقات والشروط المضادة للممارسات التجارية الشفافة والنزيهة، حيث يطبق البطلان بصفة شاملة وذلك دون أي قيد¹.

ويعد البطلان جزءا ضروريا على اعتبار أنه جزء مكمل للجزاءات الإدارية وتلك ذات الطابع الجنائي، حيث يشكل نقطة تقاطع بين قوانين المنافسة وقوانين العقود².

واعتبارا أنّ التزامات العون الاقتصادي هي إمّا التزامات قبل تعاقدية، أو التزامات أثناء إبرام العقد أو تنفيذه، يمكن أن يكون البطلان بسبب مخالفة التزام قبل تعاقدية المتمثل في الإعلام والذي قد يتعلق بأحد عيوب الإرادة (أولا)، أو قد يحدث بسبب عدم احترام شروط البيع (ثانيا)، أو بسبب فرض شروط تعسفية (ثالثا)، أو نتيجة مخالفة النظام العام (رابعا).

أولا- البطلان المؤسس على عيوب الإرادة³:

نظم المشرع التزام العون الاقتصادي بالإعلام من خلال أحكام المواد من 05 إلى 09 من القانون رقم 04-02 كما سبقت داسته، ويترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام المفروض إمكانية المطالبة بإبطال العقد بسبب وجود عيب الغلط في صفة جوهرية في الشيء، أو بسبب وجود عيب التدليس كجزاء للإخلال السلبي أو الإيجابي بالالتزام بالإعلام، كما يمكن أن يؤسس الإبطال على سبب العلم الكافي بالشيء المبيع.

1- الإبطال المؤسس على الغلط: لكي يكون الغلط منتجا لآثاره القانونية يجب أن يستوفي شرطين:

أ- أن يكون الغلط جسيما بحيث لا يمكن التسامح بشأنه ولا يقع فيه الشخص المعتاد.

ب- أن يقع الغلط في صفة جوهرية في الشيء محل التعاقد.

وإن القراءة المتأنية لأحكام القانون رقم 04-02 تجعلنا نستنتج أن نصوص هذا القانون لا تسعف كثيرا الزبون الذي يحمل صفة العون الاقتصادي من أجل أن يتمسك بإبطال العقد نتيجة الغلط، كونه شخصا محترفا يفترض فيه الحرص على الحصول على كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالشيء المتعاقد عليه، لذلك فإن

¹ - محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، رسالة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2005، ص 357.

² - Emmanuelle CLAUDEL, Ententes anticoncurrentielles et droit des contrats, Thèse de Doctorat, Université de Paris, X- Nanterre, 1994, p 363.

³ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 176-184، بتصرف.

المادة 08 من هذا القانون جاءت صريحة بحصرها نطاق حق الحصول على بيانات نزيهة وصادقة حول مميزات الشيء المتعاقد عليه على الزبون الذي يحمل صفة المستهلك.

لكن، إذا وقع الغلط من المتعاقد بسبب عدم تلقيه معلومات كافية حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالخدمة أو السلعة محل التعاقد، فإن إمكانية الإبطال تمنح للزبون مهما كانت صفته، سواء كان مستهلكا أو عونا اقتصاديا.

وإن الزبون في حالة إخلال العون الاقتصادي بأحد التزاماته التعاقدية المتعلقة بواجب الإعلام عند إبرام العقد، وكان من شأن هذا الإخلال أن يوقعه في غلط جوهري يؤثر على صحة رضاه في إبرام العقد، يمكنه المطالبة بإبطال العقد استنادا للقواعد العامة المنصوص عليها في المواد من 81 إلى 85 من القانون المدني.

2- الإبطال المؤسس على التدليس: يشترط لقيام هذا البطلان وجود عنصران:

أ- عنصر موضوعي: يتعلق باستعمال طرق احتيالية.

ب- عنصر نفسي: يتمثل في حمل هذه الطرق الاحتيالية الطرف المدلس عليه إلى التعاقد.

وبالرجوع إلى المادة 28 من القانون رقم 04-02 التي سبق الإشارة إليها، نجد المشرع قد أورد بموجبها بعض الحالات على سبيل المثال، واعتبر تحققها يشكل إشهارا تضليليا غير مشروع وممنوع، وستبين من دراسة هذه الحالات أنها تنطوي في أغلبها على قيام العون الاقتصادي بأفعال تدليسية تتجسد في إعطاء معلومات غير صحيحة (أي كاذبة) تتعلق بالسلعة أو الخدمة المعروضة.

وإن تحقق هذه الحالات على الشكل الذي حدده المشرع يؤدي إلى تحقق عنصر التضليل في الإشهار، ويكفي للزبون المتعاقد من أجل إبطال العقد أن يثبت أن لجوءه إلى إبرام العقد كان نتيجة هذا الإشهار التضليلي بغض النظر عن نية العون الاقتصادي صاحب الإشهار.

والوقوف على مدى قيام العنصر الموضوعي للتدليس (العناصر المادية للإشهار التضليلي) يتم وفق معيار موضوعي مناطه المتلقي العادي، أما تقدير مدى تأثير الطرق الاحتيالية على الزبون يكون وفق معيار شخصي من خلال الحالة النفسية للزبون وظروفه الخاصة.

3- الإبطال المؤسس على عيب الاستغلال:

إن تطبيق أحكام الاستغلال وفق القواعد العامة المنصوص عنها بموجب المادة 90 من القانون المدني لا يمكن أن تقدّم حماية خاصة للزبون، لذلك اتجه البعض إلى ضرورة التوسع في شروط تطبيق نظرية الاستغلال، وذلك بإضافة شرط ضعف أو عدم خبرة المتعاقد.

لكن في غياب نص صريح على توسيع نظرية الاستغلال ليشمل شرط الضعف أو عدم الخبرة، فإن تطبيق هذه النظرية في التشريع الجزائري يبقى مقتصرًا على شرط الضعف المبني فقط على الطيش البين والهوى الجامح، مما يجعل استعمال هذه النظرية لحماية الزبون من استغلال العون الاقتصادي غير مجدية.

ثانياً- البطلان بسبب عدم احترام شروط البيع¹:

إضافة إلى الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات يلتزم العون الاقتصادي بأن يعلم الزبون بشروط البيع. وإن خرق العون الاقتصادي لهذه الالتزامات يمكن أن ينجر عنه بطلان العقد، وإنّ هذا البطلان هو في الحقيقة جزاء معبر عن مخالفة التزامات تتعلق بالقواعد العامة، فالإعلام بشروط البيع ما هو إلا تجسيد لحق المشتري في العلم الكافي بالشيء المبيع، والإعلام بالأسعار هو الذي يجسد شرط تحديد الثمن لانعقاد البيع وفقاً للأحكام العامة لعقد البيع.

1- البطلان المؤسس على عدم احترام شرط العلم الكافي بالمبيع: أوجبت المادة 352 من القانون المدني أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً.

والأصل أن العلم يحصل برؤية المبيع ذاتاً، إلا أن العلم قد يثبت حصوله عن طريق إحدى القرينتين التاليتين: اشتغال العقد على جميع البيانات المحددة للمبيع أو إقرار المشتري في العقد بأنه يعلم بالشيء المبيع علماً كافياً.

ويترتب على عدم تحقق العلم الكافي بالمبيع حق المشتري في طلب إبطال العقد، ويقوم الإبطال هنا على أساس أنّ المشتري قد وقع في غلط جوهري. ويتميّز الغلط بخصوصية تتمثل في أنّه غلط مفترض، بحيث أنّ المشتري يعفى من إثبات وقوعه في غلط على خلاف القواعد العامة التي تحكم شروط التمسك بالغلط كسبب من أسباب الإبطال.

وبالرجوع إلى المادة 05 من القانون رقم 04-02 نجدها قد كفلت حق الزبون في الحصول على المعلومات الكافية والمعرفة التامة بالسلعة أو الخدمة، وذلك باستخدام الوسم أو المعلقات أو أي وسيلة أخرى يمكن أن تحقق العلم الكافي بالشيء محل التعاقد. وعليه فإنّ عدم وجود الوسم في السلعة محل البيع مثلاً هو دليل على عدم تحقق العلم الكافي بالمبيع.

2- البطلان المؤسس على عدم احترام نظام الأسعار: يؤدي إغفال تعيين الثمن حتماً إلى بطلان العقد لتخلف ركن المحل بالنسبة للزبون، وتخلف ركن السبب بالنسبة للعون الاقتصادي، إذ أنّ الثمن يعتبر من المسائل الجوهرية التي يجب الاتفاق عليها وإلا استحال قيام العقد.

يعتبر عدم تحديد الثمن في عقد البيع في القانون المدني الجزائري سبباً مؤدياً إلى بطلان هذا العقد، إلا إذا تبين أنّ المتعاقدان قد نويا الاعتماد على السعر المتداول في التجارة، أو على السعر الذي جرة عليه التعامل بينهما.

لكن بمقارنة هذه الأحكام العامة بأحكام القانون رقم 04-02 يتضح أنّه في العلاقة بين العون الاقتصادي والزبون يتعيّن أن يحدّد الثمن بدقة وقبل أن يصدر الزبون قبوله تحت طائلة بطلان العقد.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 184-185، بتصرف.

ومن جهة أخرى، فإن البطلان قد يكون بسبب التعدي على نظام الأسعار، وذلك إما بفض أسعار أعلى من السعر المحدد في حالة قيام الدولة بالتسعير، وإما بعرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق، ففي هذه الحالة يمكن لغير أطراف الاتفاق أن يتمسكوا ببطلانه لمساس هذا النوع من المخالفات بالنظام العام.

ثالثا- البطلان بسبب الشروط التعسفية¹:

اعتبر القانون رقم 04-02 الشروط التعسفية ممارسات تجارية غير نزيهة، وأورد لها عقوبات جزائية، إلا أنه لم يبت في مصير هذه الشروط، الأمر الذي يطرح التساؤل، هل يحكم ببطلان هذه الشروط، أم يكون مصيرها الإلغاء أو التعديل من طرف قاضي الموضوع؟

بالرجوع إلى القواعد العامة، تنحصر سلطة القاضي المدني في حالة وجود شرط تعسفي في تعديل هذا الشرط أو إلغائه، وليس له بعد ذلك أن يحكم ببطلان العقد، وبالتالي فإن العقد يبقى صحيحا، وينحصر الجزاء فقط في إلغاء أو تعديل الشرط التعسفي، وهي حماية تضمن للزبون استمرار العقد. وفي المقابل، يتجه المشرع الفرنسي إلى اعتبار أن الجزاء في حالة فرض شروط تعسفية على الزبون وهو البطلان المطلق للشرط التعسفي. ويذهب البعض إلى أن ترجيح استعمال هذا الجزاء في التشريع الجزائري له تبريرات قوية بالمقارنة بالمبررات المؤيدة لترجيح الجزاء المتمثل في تعديل أو إلغاء الشرط التعسفي، حيث يمكن عرض الأسباب التالية:

- إن قيام القانون رقم 04-02 بتجريم الشروط التعسفية يفسر على أن المشرع قد نقل هذه الشروط العقدية على دائرة النظام العام، فإذا تم تطبيق صفة النظام العام على هذه الشروط، فإن النتيجة القانونية المؤسسة على مخالفة القواعد المرتبطة بالنظام العام هو البطلان المطلق.

- أن المادة 30 من القانون رقم 04-02 قد أشارت إلى إعطاء السلطة التنظيمية صلاحية استحداث العقود النموذجية التي يتم من خلالها تحديد العناصر الأساسية للعقود التي يمكن أن تبرم بين العون الاقتصادي والمستهلك، كما منحها صلاحية منع العمل بالشروط التعسفية في هذه العقود، حيث أن استعمال عبارة "منع" يدل على أن العمل بالشروط التعسفية في العقود هو أمر ممنوع قانونا وهو ما يقضي القول ببطلانها.

لذلك، فإن الزبون الذي تفرض عليه شروطا تعسفية من طرف العون الاقتصادي، يمكنه التمسك بعدم سريان هذه الشروط في مواجهته باعتبارها شروطا باطلة بطلانا مطلقا، حيث يمكنه أن يتقدم بهذا الطلب في شكل دعوى كما يمكنه أن يتمسك به في صورة دفع يجوز له التمسك به في أي مرحلة من مراحل دعوى التنفيذ التي قد يرفعها العون الاقتصادي عليه.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 187-189، بتصرف.

رابعاً- البطلان المؤسس على مخالفة النظام العام:

بالرجوع إلى القانون رقم 04-02 نجد أنّ المشرع الجزائري قد انطلق من فكرة حماية النظام العام الاقتصادي في تنظيمه للممارسات التجارية، فكل إخلال بالقواعد المنظمة لهذه الممارسات ما هو في الحقيقة إلاّ تعدّ على النظام العام الذي يؤدي إلى اعتبار العقد باطلاً بطلانا مطلقاً. فالمادة 93 من القانون المدني تعتبر كلّ تصرف مخالف للنظام العام في حكم التصرف الباطل بطلانا مطلقاً.

وعليه يمكن القول أنّه بحوزة الزبون وسيلة قانونية فعالة تمكّنه من إبطال كل التصرفات المضرة بمصالحه والناجمة عن مخالفة القواعد المحددة لنزاهة وشفافية الممارسات التجارية، إذ يكفي أن يثبت مخالفة إحدى هذه القواعد حتى يثبت له الحق في البطلان المؤسس على مخالفة التصرف للنظام العام الاقتصادي¹.

الفرع الثاني:

التعويض عن الضرر الناجم عن التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية

عندما تقع جريمة ما إلى جانب الضرر العام يترتب عليها ضرر خاص يصيب الشخص المضروب من الجريمة، بحيث ينشأ لهذا الأخير الحق في مطالبة من تسبب في هذه الجريمة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية (أولاً)، أو عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة (ثانياً).

أولاً- الدعوى المدنية:

يعتبر التعويض عن الأضرار الناجمة عن الممارسات التجارية غير الشفافة وغير النزاهة الجزاء عن قيام مسؤولية العون الاقتصادي المدنية، ويمكن لكل متضرر أن يطالب به.

1- شروط قيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي²:

بغض النظر عن طبيعة العلاقة التي تربط المتضرر بالعون الاقتصادي، يمكن لهذا الأخير مطالبة بالتعويض، عن طريق رفع دعوى مدنية، ورغم كون هذه المسؤولية ذات طابع قانوني، إلا أنّ شروط قيامها لا تختلف عن شروط قيام المسؤولية ذات الطابع المدني، وهي الخطأ والضرر ووجود علاقة سببية بينهما.

أ- الخطأ: للخطأ ركنان، ركن مادي وركن معنوي.

• **الركن المادي:** يتمثل في عنصر الإخلال بالالتزامات التي يوجبها القانون على العون الاقتصادي.

• **الركن المعنوي:** يتمثل في الإدراك.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 191.

²- أحمد خديجي، المرجع نفسه، ص ص 193-198، بتصرف.

وقد بيّن القانون رقم 04-02 بدقّة الواجبات التي تعيّن على العون الاقتصادي القيام بها، وخروج العون عن التزاماته ومخالفاتها هو إخلال بالتزام قانوني، يشكل في حالة ثبوته الركن المادي لعنصر الخطأ. سواء كان الخطأ الموجب لمسؤوليته التقصيرية في صورة فعل إيجابي، أو في صورة فعل سلبي.

وتقوم مسؤولية العون الاقتصادي حتى ولو ثبت أنّ المخالفة قد ارتكبتها أحد مستخدميها، فهو لا يستطيع أن يتخلص من المسؤولية بالإثبات أنّ أحد مستخدميها قد استغل غيابه وارتكب المخالفة، وتقوم مسؤوليته في هذا الفرض على أساس مسؤولية المتبوع عن أفعال تابعه. كما تقوم مسؤولية العون الاقتصادي حتى ولو كان هذا الأخير شخصا معنوياً.

ب- الضرر: لا يكفي ثبوت الخطأ من العون الاقتصادي حتى تقوم مسؤوليته تجاه الزبون، بل يجب أن ينجر عن هذا الخطأ ضرر يصيب المصالح المادية أو الأدبية للزبون.

والضرر الذي يجب إثبات وقوعه هو الضرر المباشر أي الضرر الناتج عن السلوك الخاطئ الصادر عن العون الاقتصادي، وللتعويض عن هذا الضرر يجب أن يكون محقق الوقوع وذلك بأن يكون قد وقع فعلاً أو أنّه حتماً سيقع، فإذا لم يستطع الزبون أن يثبت وقوع الضرر فإن مسؤولية العون الاقتصادي تكون منتهية. ويقوم الضرر من طرف القاضي الذي يحوز سلطة تقديرية في ذلك، حيث يمكنه الرجوع إلى الخبرة أو المعاينة أو دراسات خاصة.

ج- العلاقة السببية بين الخطأ والضرر: وهي وجود رابطة مباشرة بين الخطأ المرتكب والضرر الحاصل.

فإذا استطاع العون الاقتصادي أن يثبت أنّ الضرر قد نشأ بسبب أجنبي لا يد له فيه كحادث مفاجئ أو قوة قاهرة أو خطأ الزبون أو خطأ الغير، يكون قد نفى عنه بذلك المسؤولية لانتفاء علاقة سببية بين الضرر الذي لحق الزبون والفعل المنسوب إليه.

2- الأشخاص المؤهلون لرفع دعوى التعويض:

حددت المادة 65 من القانون رقم 04-02 الأشخاص المؤهلين لرفع دعوى أمام القضاء ضد كل عون اقتصادي مخالف لأحكام هذا القانون أو للتأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم، وهم جمعيات حماية المستهلكين، الجمعيات المهنية وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة.

ورغم ذلك فإنّ الضحية نادراً ما تتحرك بسبب طول الإجراءات من جهة، وبسبب صعوبة الإثبات من جهة أخرى، زيادة إلى أنّ التعويض الذي قد يحكم به لا يتمّ بصورة فورية إضافة إلى قلّة قيمته، مما يجعل العون الاقتصادي المجابهة بهذه الدعوى لا يتأثر بها كون عنصر الإيلام فيها جد محدود¹.

¹ - موساوي طريفة، دور الهيئات القضائية العادية في تطبيق قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، مدرسة الدكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2010/05/10، ص 24.

أ- حق المتضرر في رفع دعوى مدنية:

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

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

ب- حق جمعيات حماية المستهلك في رفع دعوى مدنية:

إذا كان الأصل هو أن ترفع الدعاوى من قبل صاحب الحق نفسه، فإنه استثناءا أناط القانون لهيئات معينة سلطة رفع الدعاوى لحماية مصلحة جماعية أو مشتركة معينة، وفي هذا الصدد نصت المادة 64 من القانون رقم 04-02 إمكانية رفع جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون، وكذا كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عن اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم. ونظمت جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات¹، الملغى بموجب القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات². واعترف لها بطابع المنفعة العامة، بالإضافة للتمتع بالشخصية المعنوية، وكذا بحق التقاضي والدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين، بموجب مجموعة من الدعاوى كالاتي:

• الدعوى المرفوعة من طرف جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين:

وذلك بأن تتأسس كطرف مدني وتطالب بحقوق المستهلكين، بتوافر الشروط التالية:

- أن تكون هناك مخالفة القانون الجنائي،

- أن يكون الضرر قد مس المصالح المشتركة للمستهلكين.

• انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك: ما يسمى بالتدخل الانضمامي في الخصومة.

• الدعوى المرفوعة للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين: حيث تعمل على تجميع

المصالح الفردية إلى دعوى واحدة ممارسة من طرف جمعية تمثل المستهلكين وذلك باسمهم ولحسابها، وذلك إذا توافرت الشروط الآتية:

¹ - ج.ر.ج.ج، عدد 53 الصادر في 5 ديسمبر 1990، ص 1686.

² - ج.ر.ج.ج، عدد 2 الصادر في 15 يناير 2012، ص 53.

- أن يكون المستهلكون المتضررون أشخاص طبيعيين أو معنويون لحقهم ضرر سببه إخلال بأحكام القانون رقم 04-02،

- أن يكون الضرر اللاحق بهم هو ضرر شخصي، وبهذا تقوم الجمعية بتمثيل المستهلكين المتضررين الذين قدموا لها الوكالة المكتوبة دون الآخرين الذين يبقون محتفظين بحقهم في رفع دعواهم بصفة فردية، وفي هذه الحالة إذا خسرت الجمعية الدعوى فإن المستهلكين مقدمي الوكالة لن يحصلوا على أي شيء ويفقدون حقهم في رفع دعواهم بصفة فردية أمام القضاء¹.

ثانيا- دعوى المنافسة غير المشروعة²:

قيام العون الاقتصادي بأحد الممارسات المنصوص عنها في المادتين 27 و28 من القانون رقم 04-02، يعطي الحق للمعتدى عليه أو على مصالحه في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بوقف الاعتداء وبطلب التعويض إن كان له مقتضى.

يذهب بعض الفقه إلى أنّ دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف إلى معاقبة التعسف في استعمال حرية التجارة، حيث أنّ خروج العون الاقتصادي عن المسلك المشروع في ممارسته للنشاط الاقتصادي يشكل تعسفا في استعمال الحق، لذلك يمكن تأسيس هذه الدعوى على أحكام التعسف في استعمال الحق، والذي اعتبره المشرع صورة من صور الخطأ الموجب للمسؤولية التقصيرية.

فيما حاول البعض الآخر تأسيس المنافسة غير المشروعة على نظرية الإثراء بلا سبب، معتبرين أنّ الاستغلال غير المبرر لعلامة تجارية معينة والضرر اللاحق بصاحبها يؤدي في النهاية إلى إثراء حقيقي للمعتدي دون أن يستند هذا الإثراء على سبب، الأمر الذي يجيز إدخال عمل هذا المنافس في نطاق الكسب غير المشروع.

وبين كل هذه الآراء المتضاربة، استقر القضاء في الجزائر على اعتبار دعوى المسؤولية غير المشروعة دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، وتقوم على الأسس التي تقوم عليها دعوى المسؤولية التقصيرية، أي الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما.

ويجوز لكل شخص طبيعي أو معنوي لحق به ضرر تنافسي أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وذلك بغض النظر عن النظام القانوني لمرتكب الخطأ المتدرّج به، وبالتالي يستثنى المستهلك من حق رفع هذه الدعوى باعتبار أنّ المنافسة غير المشروعة لا تطله مباشرة ولا تلحق به ضررا مباشرا، بل قد تحقق له بعض المكاسب المادية.

¹- السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 158.

²- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 198-201، بتصرف.

ويكفي لإثبات الضرر أن يكون الضرر احتمالياً، بحيث يمكن للقاضي أن يحكم بالتعويض عن الخطأ الذي يمكن أن يترتب عليه ضرر للغير حتى لو كان هذا الضرر مستقبلياً وليس حالاً، ونظراً لصعوبة تقدير الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة واستحالته في بعض الحالات، فإن القاضي كثيراً ما يعتمد على التقدير الجزافي.

وتتميز دعوى المنافسة غير المشروعة بأنها دعوى ذات طابع احتياطي، فالضحية لا يلجأ إليها إلا إذا لم يجد دعوى نوعية أخرى تضمن له هذه الحماية، كما أنّ طابعها الاحتياطي يتيح للضحية أن يرفعها إلى جانب دعوى أخرى.

إنّ الهدف من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هو هدف ذو طابع تعويضي ووقائي، فمن جهة تمكّن هذه الدعوى الضحية من الحصول على تعويض مادي يخضع للسلطة التقديرية للقاضي، وقد يظهر في صورة نشر الحكم في مختلف الأماكن لأجل إعلام الزبائن بالمنافسة غير المشروعة، وقد يكون الهدف منها الحصول على حكم بإلزام المعتدي بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة تحد طائلة التهديد المالي، فإذا استمر هذا الأخير في أعمال المنافسة غير المشروعة، شكل ذلك خطأ جديداً يستوجب التعويض عنه من جديد.

المطلب الثاني:

الجزاءات ذات الطابع الإداري

أعطيت الإدارة بموجب القانون رقم 04-02 سلطة توقيع جزاءات إدارية ضد الأعوان الاقتصاديين المخالفين لأحكام هذا القانون، يقصد بذلك بالجزاءات الإدارية تلك العقوبات التي منح القانون الحق في فرضها إلى جهة إدارية، لذلك فهي عقوبات إدارية وليست قضائية، ويعتبرها البعض تدابير احترازية، وتتمثل في الحجز الإداري للبضائع (فرع أول)، والغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري (فرع ثاني)، ونشر القرارات (فرع ثالث).

الفرع الأول:

الحجز الإداري للبضائع

نلاحظ أن القانون رقم 04-02 قد أدرج الحجز ضمن الباب الرابع منه المعنون "المخالفات والعقوبات" في الفصل الثاني المتعلق بـ "عقوبات أخرى"، لكن الحجز الإداري في حقيقته ليس عقوبة ولكن مجرد إجراء تحفظي غرضه وضع اليد على البضائع في المخالفات أو العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها لغاية إتمام المتابعات بشأنها، ومن ثم الحكم بمصادرتها أو الحكم بإعادتها إلى صاحبها حسب الحالة.

وقد تضمن القانون رقم 04-02 إمكانية حجز البضائع وكذا العتاد والتجهيزات التي استعملت في حالة المخالفة، أيا كان مكان وجودها، مع مراعاة حقوق الغير حسن النية. على أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم¹.

والحجز نوعان، حجز عيني وحجز اعتباري، ويوقع وفق إجراءات معينة، لذلك سنتطرق لأنواع الحجز (أولاً)، ثم لإجراءات توقيع الحجز (ثانياً).

أولاً- أنواع الحجز الإداري:

الحجز الإداري نوعان، حجز عيني وحجز اعتباري:

1- الحجز العيني:

هو كل حجز مادي للسلع، أي حيازة المواد المحجوزة فعلياً، وفي هذه الحالة تشتم تلك المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين، وإذا كان العون الاقتصادي المعني بالحجز له محلات للتخزين يكلف بحراسة المواد المحجوزة، أو تنقل حراسة تلك المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزينها في حالة عدم امتلاك العون الاقتصادي المعني محلات للتخزين، وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية الحارس إلى غاية صدور قرار العدالة، أما التكاليف المرتبطة بالحجز فتكون في جميع الحالات على عاتق مرتكب المخالفة. وفي حالة ما إذا كانت المواد محل الحجز سريعة التلف أو تقتضي حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن للوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة بيع المواد المحجوزة فوراً عن طريق محافظ البيع بالمزايدة أو تحويلها مجاناً إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني، وعند الاقتضاء، إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها، ويحرر محضر بالإتلاف.

وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع مبلغ البيع لدى أمين خزانة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة، فإذا انتهت الدعوى بصدور حكم يقضي بإدانة المخالف فإنه يجوز للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة، أما إذا انتهت الدعوى بصدور حكم ببراءة المخالف، يتعين على القاضي بناء على طلب صاحب المصلحة أن يأمر برفع اليد عن السلع المحجوزة وردها إلى المحجوز عليه، ويكون نفس الحكم إذا تبين للقاضي بطلان إجراءات الحجز.

2- الحجز الاعتباري:

هو حجز سلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها للجهات المختصة لسبب ما، وفي هذه الحالة تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويتم دفع المبلغ المقدر من قبل أعوان الإدارة من طرف العون الاقتصادي المخالف إلى الخزينة العمومية.

¹- راجع المادة 39 من القانون رقم 04-02 المعدلة بموجب القانون 10-06، التي تنص على مختلف المخالفات التي تمكن من حجز البضائع والعتاد والتجهيزات المستعملة ارتكاب المخالفة.

ثانياً- إجراءات توقيع الحجز:

ليقع الحجز صحيحاً يتعيّن أن يحرر الأعوان المؤهلون لضبط المخالفة محضر جرد بالمواد المحجوزة، طبقاً لما ينص عليه المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005 المحدد لإجراءات جرد المواد المحجوزة¹.

ويعد الجرد: "إحصاء وصفي وتقديري لمجموع المواد موضوع المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية، وكذا العتاد والتجهيزات المستعملة في ارتكابها".

ويرفق محضر الجرد بمحضر المعاينة، تحت طائلة البطلان، والذي لا بد أن يستوفي هو الآخر شكليات معينة حددها المرسوم التنفيذي رقم 05-472، السالف الذكر، على أن يحرر في ثلاث (3) نسخ في أجل أقصاه ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، دون شطب أو حشو أو إحالة، ويتم إمضاؤه من الأعوان الذين قاموا بتحريه وكذا المخالف أو وكيله، وفي حالة رفض التوقيع يشار إلى ذلك في المحضر.

بعدها يرسل المحضر المستوفي لأشكاله القانونية إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة، الذي يرسله بدوره إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.

الفرع الثاني:

الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري

تتمثل هذه العقوبة أساساً في الغلق المؤقت، وتصدر هذه العقوبة في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في المادة 46 من القانون رقم 04-02 المعدلة بموجب القانون 10-06، والتي تنص في فقرتها الأولى على أنه: "يمكن الوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون (60) يوماً، في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14، 20، 22، 22 مكرر، 23، 24، 25، 26، 27 (و27) و28 من هذا القانون".

وعليه يعد الوالي المختص إقليمياً هو الجهة المصدرة لقرار الغلق، بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة، ويتمتع الوالي بحرية تقدير إصدار القرار من عدمه.

يعتبر الغلق الإداري إجراء من إجراءات الضبط الإداري، لذلك يهدف هذا الإجراء إلى منع الاستمرار في المخالفة والوقاية من إمكانية تكرارها في المستقبل وليس لمعاقبة المخالف، إذ أنّ الغلق يقع على المحل التجاري، فالجزاء جزاء عيني وليس شخصي. رغم ذلك، لتحقيق الغاية من الغلق يتعين منع المخالف بقوة القانون من ممارسة نفس النشاط خلال مدة الغلق، بحيث يصبح هذا الإجراء مكماً للغلق².

ورغم فاعلية هذه العقوبة، إلا أن آثارها تمتد إلى غيره من الأشخاص كالعامل لدى العون الاقتصادي الذي يتأثر بالعقوبة، لذلك لا يلجأ على هذه العقوبة إلا في الأحوال الجسيمة أو في حالة عدم ارتداد الجاني

¹ - ج.ر.ج.ج، عدد 81، الصادرة بتاريخ 14 ديسمبر 2005، ص 12.

² - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 218، بتصرف.

بالعقوبات الأخرى كما في حالة العود، لذلك وللتخفيف من هذه الآثار السلبية جعل عقوبة الغلق مؤقتة، إذ لا يجوز أن تتجاوز العقوبة 60 يوما، فالغلق جزاء إداري محدود من حيث الزمن. ويحق للعون الاقتصادي الموجه ضده قرار الغلق، الطعن فيه أمام العدالة، كما يحق له المطالبة بالتعويض عن الضرر الناجم عن عدم مشروعية قرار الغلق الصادر ضده في حالة الحكم بإلغاء هذا القرار من طرف القضاء.

الفرع الثالث:

نشر القرارات

وفقا لنص المادة 48 من القانون رقم 04-02، يمكن للوالي المختص إقليميا أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة، بنشر قراراته كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها، وبذلك يملك الوالي سلطة نشر قرار الغلق مثلا في الصحافة الوطنية أو في المكان الذي يحدده كجزء إضافي جوازي على أن تكون نفقات النشر على عاتق العون الاقتصادي مرتكب المخالفة.

المطلب الثالث:

الجزاء ذات الطابع الجزائي

تدخلّ المشرع بموجب القانون رقم 04-02 لفرض حماية جزائية على الممارسات التجارية، وذلك بفرض عقوبات محددة على العون الاقتصادي المخل بأحد الالتزامات المفروضة عليه بموجب هذا القانون.

حيث تعد مخالفات وفقا لأحكام هذا القانون كل مخالفة متعلقة بخرق الالتزامات المفروضة، وتتمثل في:

- مخالفات متعلقة بعدم الالتزام بالإعلام،
- مخالفات متعلقة بعدم الالتزام بالفوترة،
- مخالفات متعلقة بعدم الالتزام بنظام الأسعار،
- مخالفات متعلقة بممارسات تجارية غير شرعية،
- مخالفات متعلقة بممارسات تجارية تدليسية،
- مخالفات متعلقة بممارسات تجارية غير نزيهة،
- مخالفات متعلقة بممارسات تعاقدية تعسفية.

وستتمحور دراستنا للجزاء ذات الطابع الجزائي من خلال البحث في خصوصية تجريم هذه المخالفات بالتطرق إلى الأركان المتعلقة بالمخالفات الماسة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية (فرع أول)، ثم الجزاءات المقررة لها (فرع ثاني).

الفرع الأول:

أركان المخالفات المتعلقة بخرق الالتزامات

شأنها شأن أي جريمة، تقوم المخالفات الماسة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية على ركن مادي (أولاً) وركن معنوي (ثانياً)، وسنركز فيما يلي على ما يميّزها باعتبارها ركن من أركان جريمة ذات طابع اقتصادي فقط، دون التطرق إلى العموميات بهذا الخصوص.

أولاً- الركن المادي:

يعتبر الركن المادي، الركن المميّز للجرائم الماسة بنزاهة وشفافية الممارسات التجارية بالمقارنة مع الجرائم العادية، فهذا الركن ومهما كانت صورته هو العنصر الطاغي، إذ أنّ الجريمة الماسة بشفافية ونزاهة المعاملات التجارية هي جريمة مادية، والركن المعنوي ركن ضعيف فيها إذ أنّ إثبات هذا الأخير صعب في معظم الأحيان¹. وتكمن خصوصية الركن المادي لهذا النوع من الجرائم فيما يلي:

1- طغيان السلوك السلبي للنشاط الإجرامي:

يمكن لنشاط الإجرامي أن يتحقق بسلوك إيجابي أو بأسلوب سلبي²، وفي الجرائم الماسة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية تتوسع فيها الأنشطة الإجرامية إلى النشاطات ذات الطابع السلبي، إذ يلاحظ أنّ الامتناع عن القيام بالالتزام يعد نشاطاً إجرامياً بمنظور القانون رقم 04-02.

2- خصوصية الصياغة:

عمد المشرع في هذه المخالفات إلى استعمال معاني غير محددة تشتمل مفاهيم غامضة ومطلقة تتسع لأكثر من معنيين وهذا ما يدعى بتقنية "التجريم المفتوح"، ومن أمثله ما جاء في نص المادة 15 من القانون رقم 04-02 بمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، حيث يترك هذا النوع من الصياغة سلطة تقديرية واسعة للأعوان المكلفين بضبط المخالفات في تحديد مدى تحقق ذلك المفهوم الغامض وغير المحدد عند تحريرهم لمحض المخالفة، كما يترك سلطة تقدير واسعة لقضاة الموضوع عند تحديدهم لمدى تحقق الركن المادي للمخالفة³.

3- عدم اشتراط تحقق نتيجة:

مجرد احتمال وقوع الضرر يمكن أن يجعله المشرع كاف للتجريم، فهو بذلك يمنع ابتداء وقوع النتائج الضارة للفعل الذي يمكن أن يصدر من العون الاقتصادي⁴.

¹ - علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009، ص 36.

² - علي محمد جعفر، المرجع نفسه، ص 223.

³ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 224.

⁴ - محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن، الجزء الأول، دار ومطابع الشعب، القاهرة، 1979، ص 93.

وعلى هذا الأساس فإن المشرع يسعى إلى جعل التجريم ينطوي على فكرة الوقاية من الجريمة ومقاومتها، وهو ما يعبر عنه بالجريمة الشكلية، التي يقع فيها الاكتفاء بالسلوك الإجرامي، الذي بمجرد حصوله تعتبر الجريمة مقترفة بغض النظر عن مدى تحقق النتيجة الإجرامية¹، أي أنّ مجرد احتمال حدوث الضرر كاف لتجريم بعض الأفعال.

ثانياً- الركن المعنوي²:

أمام الطابع الاقتصادي للمخالفات الماسة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، يمكن الحديث عن تلاشي وضعف الركن المعنوي لهذه المخالفات. فبمجرد تحقق الركن المادي للجريمة تقوم القرينة والحجة على اتجاه إرادة العون الاقتصادي الجاني لمخالفة القانون، دون البحث في نفسيته وما يضره باطنه من إتيان الفعل المجرّم.

ورغم ذلك فإن هذا المنحى لا يمكن تعميمه على كل المخالفات الخاصة بالقانون رقم 04-02، حيث يأخذ المشرع بعين الاعتبار عنصر الإرادة لقيام المخالفة في بعض المخالفات، مثاله: لا تقوم جريمة إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس، إلا إذا قصد العون الاقتصادي استغلال شهرة العون الاقتصادي المنافس خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.

ونلاحظ أن المشرع في تجريمه للممارسات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية بمعياري الخطأ غير العمدي، حيث ذهب المشرع إلى افتراض الخطأ في العون الاقتصادي المخالف بمجرد ثبوت المخالفة المادية سواء حصلت المخالفة عن قصد أو عن غير قصد من دون اشتراط تحقق أي ضرر مادي ومن دون أن تلزم النية العامة على توافر الخطأ لدى المخالف على أساس عدم احترام القانون للممارسات التجارية يعكس الخطأ لدى الفاعل، وبالتالي فإن إثبات الركن المادي يكفي لإثبات الخطأ.

الفرع الثاني:

الجزاء المقررة للمخالفات

تؤدي المتابعة الجزائية ضد العون الاقتصادي الذي ثبتت مخالفته لأحكام وقواعد الممارسات التجارية، إلى حكم القاضي بعقوبة أصلية وهي الغرامة (أولاً)، وعقوبات تكميلية تتمثل في المصادرة ونشر الحكم (ثانياً)، وأخرى متعلقة بحالة العود، حسب الحالة (ثالثاً)، بموجب مواد القانون رقم 04-02.

¹- إيهاب الروسان، خصائص الجريمة الاقتصادية: دراسة في المفهوم والأركان، دفا تر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، العدد السابع، جوان 2012، ص ص 85-86.

²- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 226-229، بتصرف.

أولاً- الغرامة كعقوبة أصلية:

تعتبر العقوبة أصلية إذا نطق بها القاضي مباشرة دون أن يلصقها بعقوبات أخرى، وقد تضمن القانون رقم 02-04 عقوبة أصلية تتمثل أساساً في الغرامة.

وتعد الغرامة عقوبة يحكم بها القضاء في حالة الإخلال ببعض القواعد القانونية والأحكام التشريعية، حيث تعتبر العقوبة المالية من أهم العقوبات التي تفرض في الجرائم الاقتصادية.

وتختلف الغرامة كعقوبة جزائية عن الغرامة مدنية، إذ أنّ الغرامة في القانون المدني تعبر عن تعسف في استعمال حق من الحقوق، في حين أنّ الغرامة الجزائية في مجال الاقتصادي تعبر عن ارتكاب جرم.

وتقدر قيمة الغرامة حسب قيمة الأشياء التي وقعت عليها الجريمة، وكذا خطورة الوقائع وتأثيرها على شفافية ونزاهة الممارسات التجارية.

وبالرجوع إلى القانون رقم 02-04، نجد أنّ المشرع قد فرض ثمانية طبقات من الغرامات والتي يمكن تحديدها كالآتي¹:

-**الطبقة الأولى:** الغرامة من خمسة آلاف دينار جزائري إلى مائة ألف دينار جزائري، وتقرض على مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات.

-**الطبقة الثانية:** الغرامة من عشرة آلاف دينار جزائري إلى خمسين ألف دينار جزائري، وتقرض على مخالفة تقديم فاتورة غير مطابقة.

-**الطبقة الثالثة:** الغرامة من عشرة آلاف دينار جزائري إلى مائة ألف دينار جزائري، وتقرض على مخالفة عدم الإعلام بشروط البيع.

-**الطبقة الرابعة:** الغرامة من مائة ألف دينار جزائري إلى ثلاثة ملايين دينار جزائري، وتقرض على مخالفة ممارسة تجارية غير شرعية.

-**الطبقة الخامسة:** الغرامة من خمسين ألف دينار جزائري إلى خمسة ملايين دينار جزائري، وتقرض على مخالفة القيام بممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية.

-**الطبقة السادسة:** الغرامة من عشرين ألف دينار جزائري إلى عشرة ملايين دينار جزائري، وتقرض على مخالفة ممارسة أسعار غير شرعية.

-**الطبقة السابعة:** الغرامة من ثلاثمائة ألف دينار جزائري إلى عشرة ملايين دينار جزائري، وتقرض على مخالفة عدم الفوترة.

-**الطبقة الثامنة:** غرامة نسبية تحدد بـ 80 % من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وتقرض في حالة عدم الفوترة.

¹- تصنيف نقلا عن خديجي أحمد، المرجع السابق، ص ص 238-239.

ثانياً - العقوبات التكميلية:

تتمثل العقوبات التكميلية في المصادرة ونشر الحكم:

1- المصادرة: عرّفت المادة 15 ق.ع.ج المصادرة بأنها: "الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء"

وقد أجازت المادة 44 من القانون رقم 04-02 المعدلة بموجب القانون 10-06 السالف الذكر، للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة، فإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما، أما في حالة الحجز الاعتباري، تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وعندما يحكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسباً للخزينة العمومية.

غير أنه في حالة صدور قرار القاضي برفع اليد على الحجز، تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وفي حالة رفع اليد عن حجز سلع تم بيعها أو التنازل عليها مجاناً أو إتلافها¹، يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من صاحبها أثناء الحجز، كما له أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحقه.

2- نشر الحكم: يكون النشر بالإعلان في وسائل أو أماكن محددة، وذلك لإعلام المستهلكين والمتعاملين بالجرائم المركبة بما يحقق الهدف من العقوبة والتمثل في فقدان الثقة في مرتكب الجريمة، وحرمانه أو تقليل حجم مكاسبه المالية في المستقبل نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه.

وبالرجوع لنص المادة 48 من القانون رقم 04-02 نجد أنها تنص على أنه: "يمكن الوالي المختص إقليمياً وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة، وكذا المحكوم عليه نهائياً، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها".

يتضح من خلال هذا النص أن للقاضي السلطة التقديرية في نشر الحكم من عدمه، متى وجد أنه لا فائدة مرجوة من ذلك أو عدم وجود مبرر قانوني له.

ثالثاً - العقوبات المتعلقة بحالة العود:

تعد حالة عود، في مفهوم المادة 47 من القانون 04-02 المعدلة بموجب القانون 10-06، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط، وتتمثل هذه العقوبات في:

¹ - لأكثر تفاصيل عن هذه الحالات راجع المادة 43 من القانون رقم 04-02.

1- **مضاعفة الغرامة:** استحدثت المشرع وسيلة تتصف بالطابع الردعي المشدد للعقوبة، حيث جعل مقدار الغرامة قابلاً للمضاعفة في حالة العود. ومنه تضاعف العقوبات المالية المذكورة أعلاه حسب كل حالة في حالة العود.

2- **المنع المؤقت من ممارسة النشاط:** إضافة إلى عقوبة الغرامة التي تطبق بصفة أساسية مكن المشرع القاضي من منع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة وهذه المدة لا تزيد عن 10 سنوات، وهذا ما يدل على رغبة المشرع في تشديد العقوبة في حالة العود.

3- **الحبس:** عقوبة الحبس تعد عقوبة أصلية في مادة الجرح، كما تعد من العقوبات المقيدة السالبة للحرية وأصبحت هذه العقوبة تخييرية في يد القاضي بإمكانه تطبيقها في حالة العود. وتكون عقوبة الحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى خمس (5) سنوات.

المبحث الثاني:

إجراءات الضبط والمتابعة

بعد أن حدد المشرع العقوبات المقررة لخرق الالتزامات المترتبة على العون الاقتصادي، قام بتحديد الإجراءات المتبعة في معاينة وإثبات المخالفات المترتبة للعقوبة.

وبالتعمع في مواد الباب الخامس من القانون رقم 04-02، نجد أن المشرع قد قسم القواعد الإجرائية الواجبة الإلتباع إلى مرحلتين مرحلة المعاينة (**مطلب أول**) ومرحلة المتابعة (**مطلب ثاني**).

المطلب الأول:

معاينة المخالفات

نظم القانون رقم 04-02 طرق ووسائل معاينة المخالفات التي تشكل انتهاكا لمبدأي الشفافية والنزاهة بنص المواد من 49 إلى 59 منه، حيث حدد أولاً الموظفين المؤهلون لإجراء التحقيقات والمعاينات (**فرع أول**)، ثم بين كيفية سير التحقيق (**فرع ثاني**).

الفرع الأول:

الموظفون المؤهلون لضبط المخالفات

نظراً لخصوصية المخالفات المحددة في القانون رقم 04-02، حرص المشرع على تحديد الأشخاص الذين لهم الحق والصفة للقيام بأعمال التحقيق والبحث وضبط هذه المخالفات، حيث حوّلت المادة 49 من هذا القانون مهام المعاينة والضبط القضائي إلى صنفين من الموظفين.

هم موظفو الضبط ذووا الاختصاص المحدد (**أولاً**)، وموظفو الضبط ذووا الاختصاص العام (**ثانياً**).

أولاً- موظفو الضبط ذوا الاختصاص المحدد:

منحت المادة 49 من القانون رقم 04-02 صفة الضبط القضائي لبعض الموظفين الذين ينتمون لإدارتي التجارة والمالية. ويعتبرون أعوانا ذوا اختصاص محدد يخول لهم معاينة وإثبات المخالفات المتعلقة بهذا القانون دون سواها، هؤلاء الموظفون هم:

- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة،
 - الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
 - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.
- على أن يؤدي هؤلاء الموظفون اليمين ويفوضون بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها. وقد منح القانون لهؤلاء الموظفين عدة صلاحيات، وحریات لممارسة مهامهم. على أن يبينوا وظيفتهم ويقدموا تفويضهم بالعمل، كما لهم لإتمام مهامهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا، ضمن احترام القواعد المنصوص عنها في قانون الإجراءات الجزائية.
- وقد اعتبر قانون الممارسات التجارية كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف هؤلاء الأعوان مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، ويعاقب عليها بالحبس وبالغرامة، أو بإحدى العقوبتين.

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

إن تحديد الموظفين المؤهلين للتحقيق والتابعين لإدارة التجارة يقتضي منا الرجوع إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 19 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة¹، حيث أنّ هذا المرسوم التنفيذي عند تحديده للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة قسمها إلى فئتين: سلك مراقبة قمع الغش وسلك مراقبي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية.

بالنسبة للفئة الأولى: سلك مراقبة قمع الغش: تضم رتبة وحيدة وهي رتبة مراقبة قمع الغش ويكلف بالبحث والمعاينة عن أية مخالفة للتشريع ومعاينتها واتخاذ عند الاقتضاء الإجراءات التحفظية المنصوص عليها في مجال قمع الغش.

بينما تضم الفئة الثانية سلك مراقبي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية: تضم رتبة مراقب المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، ويكلف بالبحث عن أية مخالفة للتشريع ومعاينتها واتخاذ جميع الإجراءات التحفظية عن الاقتضاء المنصوص عليها في القواعد المنظمة للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية.

¹- مرسوم تنفيذي رقم 09-415 مؤرخ في 19 ديسمبر 2009، يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة (ج.ر.ج.ج، عدد 75، صادر بتاريخ 20 ديسمبر 2009، ص 20).

2- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض:

طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 09-415 السالف الذكر، يتمثل أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل والمعينون لهذا الغرض في مفتش قسم ورئيس مفتش رئيسي.

بالنسبة لمفتش قسم يتولى مهمة الاستكشاف والتقدير والتوجيه، كما يكلف بأية دراسة أو تحليل يتطلب الكفاءة الجيدة في ميدان قمع الغش، أما رئيس مفتش رئيسي يتولى في مجال والتحقيقات الاقتصادية مهمة تقييم درجة فاعلية التنظيم الجاري وانجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة والمساهمة في دورات تكوينية وتجديد المعلومات وتحسين المستوى لفائدة أعوان المنافسة والتحقيقات.

3- الموظفون التابعون للإدارة الجبائية:

وفقا لما حدده المرسوم التنفيذي رقم 10-299 المؤرخ 29 نوفمبر 2010 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين إلى أسلاك خاصة بالإدارة الجبائية¹، لاسيما رؤساء فرق التحقيق والذين توكل لهم:

- تنفيذ برنامج التحقيق المسند إلى فرقهم ومتابعته.
- ضمان مهام البحث في إطار التحقيقات.
- توجيه وتنشيط ومراقبة أشغال محققي المحاسبة والتقييم الموضوع تحت سلطتهم، وكذا الشأن بالنسبة لمراقبي الضرائب الذين توكل لهم مهمة القيام بتدخلات ومعاينة المخالفات للتشريع والتنظيم الجبائين. غير أن أعوان الإدارة الجبائية لا يدخل في مهامهم بصفة أساسية البحث والتحري في كل الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية، وإنما يدخل في صلاحياتهم البحث عن المخالفات المرتبطة أساسا بالمخالفات الجبائية، كالبيع مثلا بدون فاتورة وتحرير فاتورة وهمية، فضلا عن كونها ممارسة منافية لنزاهة وشفافية التجارة تشكل في نفس الوقت مناورة تدليسية تكيف على أنها مخالفة جبائية تصل إلى حد الغش الجبائي.

الملاحظ أنه يوجد ارتباط للمخالفات المشار إليها في القانون 04-02 ببعض المخالفات ذات الطابع الجمركي، ورغم هذا الارتباط إلا أن المشرع قد أغفل في نص المادة 49 من نفس القانون منح صفة الضبطية القضائية لموظفي الجمارك، في الوقت الذي تم فيه منح صفة الضبطية القضائية لموظفي إدارة الضرائب، في حين أنه كان من الأحسن ومن باب المعاملة بالمثل على الأقل، منح صفة الضبطية القضائية لأعوان الجمارك فيما يخص بعض المخالفات التي لها ارتباط بالمخالفات الجمركة خاصة منها المتعلقة بالفوترة².

¹ مرسوم تنفيذي رقم 10-299 مؤرخ في 29 نوفمبر 2010، يتضمن القانون الأساسي بالموظفين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية (ج.ر.ج.ج، عدد 74، صادر بتاريخ 30 نوفمبر 2010، ص 23).

² أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 254.

4- شروط منح صفة الضبط القضائي للموظفين ذوي الاختصاص المحدد¹:

اشترط لمنح صفة الضبطية القضائية للأعوان المذكورين سابقا أن تتوفر فيهم صفة الموظف العام بالمفهوم الدقيق لمعنى الموظف العام، وقد عرفت المادة 04 من القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية الموظف بأنه: "كل عون عين في وظيفة عمومية دائمة ورسم في رتبة في السلم الإداري".

وبذلك لا يصح مباشرة وظيفة الضبط القضائي من مجرد موظف متعاقد حتى ولو توفرت لديه المؤهلات العلمية التي تسمح له بإنجاز الأعمال الموكلة إلى هؤلاء الموظفين والمتعلقة بضبط ومعاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية، ولا يمكن اعتبار الموظف متصفا بصفة الضبطية القضائية إلا بقانون.

إن اختصاص هؤلاء الأعوان ينحصر نوعيا فقط في ضبط ومعاينة المخالفات التي يحددها لهم القانون صراحة دون سواها، وتبعا لذلك لا يمكنهم معاينة بقية الجرائم الأخرى غير المنصوص عليها في القوانين التي تمنحهم الاختصاص، كون أن منحهم صفة الضبطية القضائية جاء على صيغة التخصيص لذلك لا يجوز للمحقق أن يزاول اختصاصات بشأن جمع الاستدلالات أو التحقيق إلا في الحالات التي يجيزها له المشرع وبالنسبة للجرائم التي تدخل في اختصاصه.

كما يجب عليه أن يراعي مشروعية الوسائل التي يلجأ إليها عند مباشرته لأعمال وظيفته فلا يجوز له استخدام أساليب غير مشروعة تحقيقا لمهامه، فلا يحق له مثلا التحريض على ارتكاب الجريمة حتى يتمكن من ضبط الفاعل في حالة تلبس، وليس من صلاحياته التصرف في المحاضر كأن يقرر حفظ الملف أو إتلاف المحاضر بحجة عدم ثبوت المخالفة المرفوعة.

ثانيا- موظفو الضبط ذوو الاختصاص العام:

نصت المادة 49 من القانون 04-02 على أن ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية لهم الأهلية في معاينة وضبط المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.

وطبقا لنص المادتين 15 و 19 من قانون الإجراءات الجزائية²، يتمتع بصفة موظفو الضبط ذوو الاختصاص العام كل من:

1- ضباط الشرطة القضائية:

من خلال نص المادة 15 من ق.إ.ج، يمكن تقسيم ضباط الشرطة القضائية إلى الفئات التالية:

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص ص 254-255.

²- عدلتا بموجب المادة 02 من القانون رقم 19-10 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية (ج.ر.ج.ج. عدد 78، الصادرة بتاريخ 18 ديسمبر 2019، ص (11).

الفئة الأولى: وهي تضم رؤساء المجالس الشعبية البلدية، ضباط الدرك الوطني، الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمراقبين والمحافظين وضباط الشرطة للأمن الوطني. وهؤلاء لم يشترط لهم القانون أي شرط حيث أن تمتعهم بهذه الصفة تكون بحكم القانون.

الفئة الثانية: ضباط الصف الذين أمضوا في سلك الدرك الوطني (3) ثلاث سنوات، على الأقل، وتم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل حافظ الأختام، ووزي الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة. وكذا الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمفتشين وحفاظ وأعوان الشرطة للأمن الوطني الذين أمضوا ثلاث (3) سنوات على الأقل بهذه الصفة، والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزي الداخلية والجماعات المحلية، بعد موافقة لجنة خاصة.

الفئة الثالثة: يشترط في أصحابها أن يكونوا من ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن، الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل، غير أنه تنحصر مهمة هؤلاء طبقا لنص المادة 15 مكرر ق.إ.ج في الجرائم الماسة بأمن الدولة المنصوص والمعاقب عليها في قانون العقوبات..

2- أعوان الضبطية القضائية:

تنص المادة 19 من ق.إ.ج¹ على أنه:

«**يعد من أعوان الضبط القضائي موظفو مصالح الشرطة وضباط الصف في الدرك الوطني ومستخدمو المصالح العسكرية للأمن الذين ليس لهم صفة ضباط الشرطة القضائية**». فإن كان ضباط الشرطة القضائية تتاط بهم مهمة البحث والتحري وجمع الأدلة عن الجرائم، فإن أعوان الضبطية القضائية يساعدهم في ذلك.

الفرع الثاني:

سلطات الموظفون المكلفون بمعاينة المخالفات

حتى يتمكّن الموظفون المؤهلون للقيام بالتحقيق من أداء واجباتهم بشكل جيد، فإن المشرع قد منح لهم سلطات جد واسعة في مواجهة الأعوان الاقتصاديين الذين يجري عليهم التحقيق²، حيث تبرز أهم هذه السلطات

¹- عدلت المادة 19 من ق.إ.ج بموجب المادة 02 من القانون رقم 19-10، مرجع سابق.

²- طبقا لنص المادة 53 من القانون 04-02 تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف هؤلاء الموظفين، ويعاقب عليها بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، وبغرامة من مائة ألف دينار (100 000 دج) إلى مليون دينار (1 000 000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين، فيما عدت المادة 54 من نفس القانون الحالات التي تعتبر معارضة لمراقبة الموظفين المكلفين بالتحقيقات، ويعاقب عليها على هذا الأساس، والمتمثلة في:
- رفض تقديم الوثائق المطلوبة في إطار التحقيق - المنع من الدخول الحر للمحلات - رفض الاستجابة عمدا لاستدعاءات المحققين - التوقف عن النشاط بقصد التهرب من المراقبة - استعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل كان لإنجاز التحقيقات - إهانة وتهديد أو كل شتم أو سب تجاه الموظفين المؤهلين للتحقيق - العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية

في سلطة الاطلاع على الوثائق وتفتيش المحلات (أولاً)، والحجز (غير أننا لن نتطرق إليه مجدداً بموجب هذا المطلب تقادياً للتكرار على اعتبار أننا قد تطرقنا إليه سابقاً كجزء إداري في الفصل السابق)، وأخير تحرير التقرير أو المحضر (ثانياً).

أولاً- الاطلاع على الوثائق وتفتيش المحلات:

أعطى المشرع الجزائري سلطات مشتركة بين كل الأعوان المكلفين بالتحقيق بغض النظر عن الجهة التي ينتمون إليها عبر كل مراحل التحقيق بموجب المواد من 49 إلى 52 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر، من بين هذه السلطات سلطة الدخول بكل حرية لأماكن المعاينة للاطلاع على الوثائق ومعاينتها، بالإضافة إلى سلطة تفتيش المحلات.

1- الاطلاع على الوثائق:

تنص المادة 50 من القانون رقم 04-02 على إمكانية قيام الموظفين المذكورين في المادة 49 بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، وهكذا فإنه وفي مفهوم نص المادة يمكن للمحققين القيام بفحص الوثائق المهنية، ويدخل في مفهوم الوثائق المهنية جميع الوثائق التي يلزم العون الاقتصادي بمسكها بحكم نشاطه. من بين هذه الوثائق تلك التي تمسك بحكم القانون التجاري والقانون الجبائي والقانون الاجتماعي وكذلك كل الوثائق المرتبطة بالنشاط الممارس لملفات الزبائن والمرسلات المهنية والعقوبات التجارية وشروط البيع وتقارير الاجتماعات والتعليقات الداخلية... إلخ¹.

كما تسمح المادة 50 السالفة الذكر، للموظفين المؤهلين للتحقيق بأن يطلبوا ليس فقط الاطلاع على الوثائق بل أيضاً أن يطلبوا استلام هذه الوثائق وحتى حجزها، أما إذا انتهت عملية التحقيق ورأى الموظف المحقق أنه لا ضرورة لحجز لوثائق فإنه يمكنه إرجاعها إلى الجهة المحقق معها، كما يمكن أخذ صورة منها².

2- تفتيش المحلات المهنية:

تجيز المادة 52 من القانون رقم 04-02 للأعوان المؤهلين حرية الدخول إلى المحلات التجارية باستثناء المحلات السكنية التي تخضع للمادتين 45 و47 من ق. إ. ج، أي لترخيص من وكيل الجمهورية.

كما أنه يمكنهم أن يمارسوا أعمالهم خلال نقل البضائع، حيث لهم سلطة توقيف وسائل النقل لمعاينتها والتفتيش داخل أي طرود أو متاع بشرط حضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل، فمنح القانون للموظفين

مهامهم أو بسبب وظائفهم، وفي هاتين الحالتين الأخيرتين، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، بغض النظر عن المتابعات التي يباشرها الموظف ضحية الاعتداء شخصياً.

¹- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 270.

²- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 411.

المؤهلين عند الانتقال لمكان التحقيق الحق في تفتيش كل الموجودات سواء كانت سلع أو طرود، وإذا كانت مغلقة يمكن لهم فتحها وكل الوثائق والمستندات مهما كانت طبيعتها، كما لهم الحق في أخذ نسخ منها.

ثانيا- تحرير التقارير أو المحاضر:

تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق، كما تثبت المخالفات في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا على أن تحرر هذه المحاضر في ظرف ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق ويوقع عليها الموظفون الذين عاينوا المخالفة تحت طائلة البطلان. ثم تسجل هذه المحاضر وتقارير التحقيق في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية، ولهذه المحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير.

1- شكل ومضمون المحاضر: يعد المحاضر وثيقة مكتوبة يحررها ضباط وأعوان الشرطة القضائية أو

الموظفون والأعوان المكلفون ببعض مهام الشرطة القضائية طبقا لأشكال المحددة قانونا تتضمن كل الأعمال التي تندرج في إطار المهام المنوطة بهم المحددة في القانون والتنظيم المعمول بهما، ويجب أن يتضمن المحاضر جملة من البيانات تتمثل في¹:

- تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعانيات المسجلة، ويكتب التاريخ بالحروف والأرقام واشتراط كتابة التاريخ يرجع إلى القاعدة التي توجب أن تكون جميع الأعمال الإجرائية مؤرخة، أما الساعة فلا يمكن بيانها إلا إذا كان القانون يوجب تحرير المحاضر خلال مدة معينة من معاناة المخالفات،
- هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات²،
- هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم³،

1- المادتين 56 و57 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

2- تطبيقا لنص المادة 56 من القانون رقم 04-02، وصّحت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 20-389 مؤرخ في 19 ديسمبر 2020، يحدد شكل محاضر معاناة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية وبياناتها (ج.ر.ج.ج، عدد 78، الصادر بتاريخ 27 ديسمبر 2020، ص 16)، البيانات المتعلقة بالموظف محرر المحاضر، وتتمثل في: الاسم واللقب، صفة الموظف، المصلحة الإدارية التي ينتمي إليها، بيانات بطاقة التفويض بالعمل والتوقيع.

3- بيّنت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 20-389، مرجع سابق، البيانات المتعلقة بالشخص المخالف، من اسم ولقب المخالف أو الممثل القانوني للشخص المعنوي، تاريخ ومكان الميلاد، ابن أو ابنة.... و....، التسمية بالنسبة للشخص المعنوي، عنوان المحل ومقر الشركة التجارية بالنسبة للأشخاص المعنوية، طبيعة النشاط الممارس والتوقيع.

وما يلاحظ على نص هذه المادة، أنه خلافا لما ورد في القانون رقم 04-02 الذي لم يشر إلى الأعوان الاقتصاديين كأشخاص معنوية، فإن نص هذه الأخيرة تدارك الأمر، غير أنه يعاب على هذه المادة أنها حصرت المخالف في التجار دون باقي الأعوان الاقتصاديين، إذ نصت على: "اسم ولقب التاجر أو الممثل القانوني للشخص المعنوي..."، وذلك لا يتوافق وأحكام القانون رقم 04-02، لاسيما أن المرسوم التنفيذي رقم 20-389، ما هو إلا تطبيق لنص المادة 56 من القانون رقم 04-02.

- الوقائع المكونة للمخالفة المرفوعة وطبيعة المخالفة وأن يتم تصنيفها حسب أحكام القانون أو النصوص التنظيمية.
- العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة،
- يجب ألا يتضمن المحضر أي شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش،
- في حالة الحجز، تبين المحاضر طبيعة السلع المحجوزة ونوعها وكميتها وقيمتها، وترفق بها وثائق جرد المنتجات المحجوزة،
- يبين في المحضر بأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، ويوقع المحضر من طرف المخالف إذا كان حاضر وفي حالة غيابه أو رفضه التوقيع أو معارضته غرامة المصالحة المقترحة يقيد ذلك في المحضر.

2- **حجية المحضر:** منح قانون القانون رقم 04-02 للمحاضر حجية مطلقة وفقا للمادة 58 منه، فلها قوة ثبوتية حتى يطعن فيها بالتزوير مع ضرورة مراعاة أحكام المواد من 214 الى 219 من ق.إ.ج وكذا أحكام المادتين 56 و 57 منه.

ويعتبر المحضر وسيلة لإثبات المخالفة، كما أنه يعتبر وسيلة إثبات احترام الأعوان المكلفين بالتحقيق للإجراءات القانونية، فالمحضر إذا يعد وسيلة لضمان حقوق الأعوان الاقتصاديين بقدر ما هو وسيلة لإثبات المخالفة.

المطلب الثاني:

متابعة المخالفات

متى ثبتت المخالفات طبقا لأحكام المواد من 55 إلى 59 من القانون رقم 04-02 يمكن تسويتها بطريقتين، عن طريق الرجوع الودي (فرع أول) أو الرجوع القضائي (فرع ثاني).

الفرع الأول:

الرجوع الودي (المصالحة)

الأصل أنّ المخالفات الواردة في القانون رقم 04-02، تخضع لاختصاص الجهات القضائية طبقا لنص المادة 60 من هذا القانون، غير أنه بنص نفس المادة يمكن قبول الأعوان الاقتصاديين المخالفين في رجوع ودي يتمثل في المصالحة متى توفرت شروطها، وتنتهي بذلك المصالحة المتابعات القضائية، وعليه سنتناول من خلال هذا الفرع تعرف المصالحة (أولاً)، شروط المصالحة (ثانياً)، آثار المصالحة (ثالثاً).

أولاً- تعريف المصالحة:

يمكن تعريف المصالحة أو الصلح بوجه عام أنه تسوية للنزاع بطريقة ودية¹، إلا أنه تم تعريفها بموجب المنشور الوزاري الصادر في 08 مارس 2006، المتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة على أنها: «طريقة تسوية ودية بين الإدارة المكلفة بمراقبة الممارسات التجارية من جهة والمتعامل الاقتصادي المحرر ضده المحضر من جهة أخرى، يتم من خلالها إنهاء النزاع الناجم عن مخالفة أحكام القانون رقم 04-02-02»، واعتبرها المنشور الوزاري وسيلة فعالة وعادلة لوضع حد للنزاع مقابل دفع المخالف للغرامة المقترحة عليه في حدود العقوبات المالية التي حددها القانون².

ثانياً- شروط المصالحة:

تتمثل شروط المصالحة في شروط موضوعية وأخرى شكلية:

1- الشروط الموضوعية: تتعلق الشروط الموضوعية بشروط تتعلق بمرتكب المخالفة وأخرى متعلقة بالإدارة.

أ- الشروط المتعلقة بمرتكب المخالفة: تتمثل هذه الشروط في:

- أن لا يكون المخالف في حالة العود طبقاً لنص المادتين 62 و 2/47 من القانون رقم 04-02، حيث لا يستفيد مرتكب المخالفة في حالة العود من المصالحة، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.
- أن تكون العقوبة المسجلة للمخالفة المرتكبة من العون الاقتصادي في حدود عقوبة تقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، لأنه عندما تكون الغرامة تساوي أو تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج) فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

ب- الشروط المتعلقة بالإدارة: يثبت الاختصاص لممثل الإدارة بإجراء المصالحة وفقاً للشروط المذكورة في المادة 60 من القانون رقم 04-02 كما يلي:

- **المدير الولائي المكلف بالتجارة:** يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل الأعوان الاقتصاديين المخالفين بالمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج) استناداً إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.
- **الوزير المكلف بالتجارة:** في حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، يمكن الوزير

¹- أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 111.

²- سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 110.

المكلف بالتجارية أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بالمصالحة، استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.

2- الشروط الشكلية: تكون المصالحة طبقا للقانون رقم 04-02 باقتراح من الإدارة المختصة للعون الاقتصادي المخالف المستوفي الشروط القانونية لهذه الأخيرة، لدفع قيمة غرامة في حدود العقوبة المالية المقررة قانونا استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.

وللعون الاقتصادي المخالف الحق في المعارضة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة في حدود ثمانية (8) أيام من تاريخ تسليمه المحضر.

ويمكن الوزير المكلف بالتجارة وكذا المدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في القانون رقم 04-02.

وفي حالة موافقة العون أو الأعوان الاقتصاديين المتابعين على المصالحة، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20 % من مبلغ الغرامة المحتسبة.

على أنه في حالة عدم دفع الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية.

ثالثا- آثار المصالحة:

تنتهي المصالحة المتابعة القضائية، ولا تعتبر هذه الأخيرة عقوبة جزائية، ومن ثمة لا تعتبر كأساس لحالة العود التي تستوجب عقوبة جزائية بنص المادة 2/47 من القانون رقم 04-02، كما أنّ غرامة المصالحة لا تسجل في صحيفة السوابق القضائية للمخالف باعتبارها عقوبة إدارية، استنادا لنص المادة 618 ق.إ.ج. إذا تمت المصالحة وفق الشروط التي يتطلبها القانون، فإنها تنتج آثار سواء بالنسبة لطرفيها أو بالنسبة للغير:

1 آثار المصالحة بالنسبة لطرفيها: أهم هذه الآثار هو حسم النزاع، ويترتب عن ذلك انقضاء الدعوى العمومية. ويختلف الأمر حسب المرحلة التي وصلت إليها الإجراءات¹:

- إذا ما تمت المصالحة قبل إحالة الملف إلى وكيل الجمهورية، يحفظ الملف ولا يرسل إلى وكيل الجمهورية،

- إذا كانت القضية على مستوى النيابة ولم يتخذ بشأنها أي إجراء تتوقف الدعوى العمومية بانقضاء المصالحة فيحفظ الملف على مستوى النيابة،

¹- بكرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص ص 414-415.

- إذا كانت النيابة قد تصرفت في الملف فحركت الدعوى العمومية إما برفع القضية إلى التحقيق أو بإحالتها إلى المحكمة، في هذه الحالة يتحول اختصاص اتخاذ التدابير المناسبة إلى هاتين الجهتين،
- إذا كانت القضية أمام قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام تصدر الجهة المختصة أمر أو قرار بأن لا وجه للمتابعة بسبب انعقاد المصالحة.

2- آثار المصالحة بالنسبة للغير: لا تتصرف آثار المصالحة إلى الغير، حيث لا ينتفع الغير من المصالحة، وفي ذات الوقت لا يلحقه ضرر من إجراءاتها، حيث أنّ آثار المصالحة مقصورة على طرفيها¹. أمّا بالنسبة للدعوى المدنية التي يرفعها المضرور مباشرة أو ترفعها جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية²، فإن المصالحة لا تؤثر فيها، كون أنّ الضحايا لم يكونوا طرفا في هذا الصلح، وغاية ما في الأمر أنّ المضرور لا يكون بوسعه التمسك بالدعوى المدنية بالتبعية لانقضاء الدعوى العمومية التي تتبعها³، ولكن يمكنه أن يرفع دعواه أمام القاضي المدني ويؤسس طلبه وفقا لنص المادة 124 ق.م.ج⁴.

الفرع الثاني:

الرجوع القضائي

وفقا لنص المادة 60 من القانون رقم 04-02 تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية، حيث تكون المبادرة بالمتابعة لوكيل الجمهورية الذي يتلقى المحاضر من المدير الولائي للتجارة، ويقرر ما يتخذه بشأنها.

غير أنه يمكن لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة من تطبيق أحكام القانون رقم 04-02.

ويعتبر الطريق القضائي إجباريا في الحالات التالية:

- ¹- بكرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 416.
- ²- تنص المادة 1/65 من القانون رقم 04-02: "...يمكن جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون...".
- ³- تنص المادة 2/65: "...كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم"، وهنا يمكننا أن نلاحظ أن المصالحة تؤثر بطريقة غير مباشرة على مصلحة المضرور، إذ أنّ الدعوى العمومية كانت ستوفر له طريقة قضاء بسيطة وسهلة وغير مكلفة للوصول إلى حقه.
- ⁴- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 299.

1- إذا كان المخالف في حالة العود: حيث لا يستفيد مرتكب المخالفة في حالة العود من المصالحة، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

2- في حالة عدم إمكانية مصالحة: عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج) فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

3- في حالة عدم إنتاج المصالحة لآثارها: في حالة عدم موافقة العون أو الأعوان الاقتصاديين المتابعين على المصالحة، أو في حالة عدم دفعهم الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوماً ابتداءً من تاريخ الموافقة على المصالحة، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

خاتمة:

نستنتج من دراستنا للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في ظل قانون رقم 04-02، أنّ أحكام هذا القانون ارتكزت على مبدئين أساسيين هما: مبدأ شفافية الممارسات التجارية ومبدأ نزاهة الممارسات التجارية. يهدف مبدأ الشفافية إلى جعل الممارسات التجارية أكثر وضوحاً وبساطة بين الأطراف سواء بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو وبين العون الاقتصادي والمستهلك.

وقد وفق المشرع وفقاً لهذا المبدأ لحد ما في تقليص الفجوة بين أطراف العقد، لا سيما لما تربط هذه العلاقة بين المستهلك والعون الاقتصادي، وذلك من خلال إحداث توازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك كطرف ضعيف والعون الاقتصادي صاحب الخبرة، وهذا حماية لمصالح المستهلك الذي غالباً ما يجهل حقوقه التي تضمن حمايته وحماية قدرته الشرائية.

حيث كفل المشرع حق المستهلك في الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وحق إعلامه بشروط البيع وحدود المسؤولية المتوقعة، وإعلامه بمميزات المنتجات، وتزويده بالمعلومات الصادقة والنزيهة من أجل الحصول على رضا حر وسليم، وكل هذه الحقوق هي بالمقابل التزامات مفروضة على عاتق العون الاقتصادي، ضماناً لتدارك التفاوت في الخبرة الفنية بينهما.

كما فرض المشرع على العون الاقتصادي أيضاً الالتزام بتقديم الفاتورة، حيث أن الفاتورة تعبر عن صورة حقيقية للعقد المبرم بين البائع أو مقدم الخدمة والمشتري، كما أنّها تمكّن الدولة من مراقبة النشاط التجاري والاقتصادي بواسطة مصالحها المختصة، مع التذكير أنّ المشرع أقرّ بالزامية الفاتورة في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين - رغم توفر الخبرة في كلا الطرفين - إلا أنّ الفاتورة تلعب دوراً مهماً في الإثبات في هذه الحالة باعتبارها وسيلة إثبات ومراقبة ومحاسبة، وجعلها إلزامية في التعاملات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك إلا إذا طالب بها هذا الأخير.

ومن ثم نستخلص أنّ مبدأ شفافية الممارسات التجارية ضماناً من الضمانات الممنوحة لحماية المستهلك لتعويض نقص خبرته الفنية، أو قصور من طرفه وعجزه في التفاوض أمام الطرف المحترف. وحماية للعون الاقتصادي والسوق في ذات الوقت.

فيما يهدف مبدأ النزاهة إلى الحماية المباشرة للأعوان الاقتصاديين والسوق بصفة عامة، وفي ذلك حماية غير مباشرة للمستهلك.

حيث أنّه في خضم انغماس بعض المتعاملين الاقتصاديين في المنافسة التي تعتبر أحد مقومات السوق، قد يلجأ هؤلاء إلى خرق أحكام المنافسة الشفافة والنزيهة، بارتكابهم لمجموعة من الممارسات التجارية المخالفة لأحكام القانون رقم 04-02 والتي تتعارض مع مصالح أعوان اقتصاديين آخرين فاعلين في نفس السوق، أو تضرر بالمستهلكين.

بالرجوع إلى أحكام القانون 04-02، نجد أنّ المادة 26 منه قد اعتبرت أن كل ممارسة مخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنظيفة، التي من شأنها أن تؤدي إلى الاعتداء على مصالح عون اقتصادي آخر، تعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة تكتسي وصف الجرم الاقتصادي.

فيما حددت المادة 27 بعض صور الممارسات التجارية غير النزيهة التي جاءت على سبيل المثال لا الحصر، فقد يعمد العون الاقتصادي إلى المنافسة بطرق غير مشروعة من خلال تشويه سمعة عون اقتصادي، والتي تمثل أحد أهم العوامل الأساسية لاستقطاب الزبائن، وذلك إمّا بالمساس بشخص العون الاقتصادي المنافس أو بمنتجاته وخدماته، كما تعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة محاولة الاستحواذ وجذب العاملين والمستخدمين المنتمين لعون اقتصادي منافس بكل الوسائل المخالفة لقوانين العمل، وباعتبار أنّ الأسرار المهنية أحد المقومات الرئيسية لنشاط العون الاقتصادي فإنّ محاولة سرقة هذه الأخيرة والتصرف فيها على نحو يضر بصاحبها بهدف تحويل زبائنه يعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة، وتعد أعمالا تخل بالسوق التنافسي وتؤدي لإحداث الاضطراب فيه كل ممارسة للأعمال التجارية دون القيد في السجل التجاري وعدم احترام القوانين التي تحكم الأنشطة التجارية.

كما يدخل في نطاق الممارسات التجارية غير النزيهة كل ممارسة تجارية تهدف إلى الاستفادة من تفوق العون الاقتصادي، من خلال بث تصرفات وسلوكات من شأنها إحداث الخلط واللبس في ذهن المستهلك، التي تتمثل في التقليد الذي يطال علامة العون الاقتصادي أو منتجاته أو خدماته، فيما قد يذهب بعض الأعوان الاقتصاديين تقليد الإشهار باعتباره بطاقة تعريفية لمنتجات وخدمات العون الاقتصادي المنافس.

أيضا يدخل إقامة محل تجاري بالجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرة هذا الأخير في تعداد الممارسات التجارية غير النزيهة بمفهوم هذا القانون.

كما أضافت المادة 28 من القانون رقم 04-02، أنّ كل إشهار من شأنه إحداث الخلط واللبس لدى المستهلك والذي يحمله للتعاقد بناء على ما جاء فيه من تضليل يعتبر من الممارسات التجارية غير النزيهة بمفهوم هذا القانون.

وانطلاقا من الضرر الذي قد تسببه مثل هذه السلوكات غير المشروعة، وجب مكافحة هذه التجاوزات، لذلك حرص المشرع الجزائري على توزيع صلاحيات ردع الممارسات التجارية غير النزيهة بين السلطات الإدارية والجهات القضائية، حيث نجد أن القانون رقم 04-02، قد منح لهؤلاء صلاحيات واسعة للتدخل في مثل هذه الحالات بداية بمعاينة المخالفات والتي تكون من صلاحيات الموظفين المؤهلون لذلك المحددة صفاتهم طبقا لهذا القانون، في حين منح المشرع لهؤلاء حماية قانونية في حال تعرضهم للعنف أثناء قيامهم بمهامهم، إذ يعرض كل من يقف في وجه هؤلاء أثناء أداء مهامهم إلى عقوبة قد تصل إلى الحبس.

كما يعد من صلاحيات هؤلاء الموظفين توقيع جزاءات إدارية في حال ضبطهم مخالفات بمفهوم المادة 26 أو أحد صور الممارسات التجارية المذكورة في المادة 27 من القانون رقم 04-02، وتعتبر المصالحة الإدارية إجراء وقائي يعفى من اللجوء إلى القضاء.

وقد خوّل المشرع للسلطات القضائية متابعة العون الاقتصادي المخالف عن طريق الدعوى العمومية للمطالبة بتوقيع العقوبة عليه عن طريق جهاز النيابة العامة، التي تتبعها عقوبات جزائية منها أصلية تتمثل في الغرامة وأخرى تكميلية لا يجوز الحكم بها منفردة، ومن جهة أخرى أجاز القانون للعون الاقتصادي المتضرر رفع دعوى المنافسة غير المشروعة بصفة منفردة مطالباً بالتعويض عن الأضرار التي لحقت.

كما أعطى القانون صلاحية رفع الدعوى القضائية لكل شخص طبيعي أو معنوي متضرر من إخلال عون اقتصادي بالتزاماته، وكذا للجمعيات والنقابات المهنية ضد كل عون اقتصادي مخالف ألحق ضرراً بمصالح عون اقتصادي آخر. إضافة إلى أحقية جمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في مواجهة العون الاقتصادي في حالة المساس بمصالح المستهلكين.

وعليه على ضوء كل ما سبق نجد أنّ:

✓ القانون رقم 04-02 يحقق الحماية للمستهلك والعون الاقتصادي والمتضرر مهما كانت صفته، وكذا للسوق عامة.

✓ يضمن مبدأ الشفافية جعل الممارسات التجارية أكثر وضوحاً وبساطة بين الأطراف سواء بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو وبين العون الاقتصادي والمستهلك.

✓ فتح المشرع باب التنافس في السوق الاقتصادية، لكنه قيد ومنع المنافسة غير المشروعة بضبطه للممارسات التجارية غير النزيهة.

✓ مخالفة أحكام القانون رقم 04-02، وكذا الأعراف التجارية المهنية الشريفة تكسب الفعل صفة الجرم الاقتصادي.

✓ نظم المشرع الصور الشائعة للمنافسة غير المشروعة لكنه لم يعمد إلى تعريفها، مما يصعب التعرف عليها في بعض الحالات.

✓ تضمن القانون رقم 04-02 وسائل وآليات تحفظية وقائية تسهل العمل والقيام بمعاينة المخالفات للجهات المختصة.

✓ تركز العقوبات في حالة مخالفة أحكام القانون رقم 04-02 على العقوبات المالية كعقوبة أصلية، ويتضاعف مقدارها في حالة العودة، كما توجد عقوبات تكميلية، فيما تنهي المصالحة الإدارية الدعوى العمومية بدفع الغرامة المقررة.

✓ أغفل القانون رقم 04-02 التطرق لمسؤولية الشخص المعنوي في جرائم الممارسات التجارية.

قائمة المصادر والمراجع:

• النصوص القانونية:

أولاً- الدساتير:

1- مرسوم رئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (ج.ر.ج.ج، عدد 76 الصادر بتاريخ 08 ديسمبر 1996، ص 6)، متمم بموجب القانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل سنة 2002، يتضمن تعديل الدستور (ج.ر.ج.ج، عدد 25، الصادر بتاريخ 14 أبريل 2002، ص 13)، ومعدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر سنة 2008، المتضمن تعديل الدستور (ج.ر.ج.ج، عدد 63 الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008، ص 8)، والقانون رقم 16-01 مؤرخ في 06 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري (ج.ر.ج.ج، عدد 14 الصادر بتاريخ 7 مارس 2016، ص 3).

ثانياً- النصوص التشريعية:

أ. القوانين:

- 1- قانون رقم 79-07 المؤرخ في 20 يوليو 1979، يتضمن قانون الجمارك (ج.ر.ج.ج، عدد 30 الصادر في 24 يوليو 1979، ص 678) معدل ومتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 (ج.ر.ج.ج.ج، عدد 61، الصادر بتاريخ 23 أوت 1998، ص 6).
- 2- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989، يحدد القواعد العامة لحماية المستهلك (ج.ر.ج.ج، عدد 06 الصادر بتاريخ 08 فبراير 1989، ص 154).
- 3- قانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 يتعلق بالأسعار (ج.ر.ج.ج، عدد 29 الصادر بتاريخ 19 يوليو 1989، ص 757).
- 4- قانون رقم 90-31 مؤرخ في 4 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات (ج.ر.ج.ج، عدد 53 الصادر في 5 ديسمبر 1990، ص 1686).
- 5- قانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991، يتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية (ج.ر.ج.ج، عدد 03 الصادر بتاريخ 16 جانفي 1991، ص 44)، معدل ومتمم.
- 6- قانون رقم 02-11 مؤرخ في 24 ديسمبر 2002، يتضمن قانون المالية لسنة 2003 (ج.ر.ج.ج، عدد 86، الصادر بتاريخ 25 ديسمبر 2002، ص 3).

7- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية (ج.ر.ج.ج، عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004، ص 3)، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 46 الصادرة بتاريخ 18 غشت 2010، ص 11)، والقانون 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، المتضمن قانون المالية لسنة 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 76 الصادرة بتاريخ 28 ديسمبر 2017، ص 3)، والقانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 42 الصادرة بتاريخ 15 يوليو 2018، ص 7).

8- قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية (ج.ر.ج.ج، عدد 52 الصادر في 18 أوت 2004، ص 4) معدل بموجب المادة 58 من الأمر رقم 10-01 المؤرخ في 26 أوت 2010، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 49 الصادر بتاريخ 29 أوت 2010، ص 4). ومعدل ومتمم بالقانون رقم 13-06 المؤرخ في 23 يوليو 2013 (ج.ر.ج.ج، عدد 39 الصادر في 31 يوليو 2013، ص 33)، والقانون رقم 18-08 المؤرخ في 10 يونيو 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 35 الصادر في 13 يونيو 2018، ص 4).

9- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج.ر.ج.ج، عدد 15، صادر بتاريخ 08 مارس 2009، ص 12)، معدل بالأمر رقم 15-01 مؤرخ في 23 يوليو 2015 (ج.ر.ج.ج، عدد 40، الصادر في 23 يوليو 2015، ص 6)، ومعدل ومتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 35، الصادر في 13 يونيو 2018، ص 5).

10- قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات (ج.ر.ج.ج، عدد 2 الصادر في 15 يناير 2012، ص 53).

11- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية (ج.ر.ج.ج، عدد 28، الصادر بتاريخ 16 مايو 2018، ص 4).

12- قانون رقم 19-10 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية (ج.ر.ج.ج، عدد 78، الصادرة بتاريخ 18 ديسمبر 2019، ص 11).

ب. الأوامر:

1- أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية (ج.ر.ج.ج، عدد 48، صادر في 10 يونيو 1966، ص 622)، معدل ومتمم.

2- أمر رقم 75-58 ممضي في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني (ج.ر.ج.ج عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975، ص 990)، معدّل ومتمم.

3- أمر رقم 75-59 ممضي في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري (ج.ر.ج.ج عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975، ص 1306)، معدّل ومتمم.

4- أمر رقم 76-101 مؤرخ في 09 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة (ج.ر.ج.ج، عدد 102، صادر في 22 ديسمبر 1976، ص 1432)، معدّل ومتمم بموجب القانون رقم 09-09 المؤرخ في 30 ديسمبر 2009، المتضمن قانون المالية لسنة 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 78، الصادر بتاريخ 31 ديسمبر 2009، ص 3).

5- أمر رقم 76-102 مؤرخ في 09 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الرسوم على رقم الأعمال (ج.ر.ج.ج، عدد 103، صادر بتاريخ 26 ديسمبر 1976، ص 1520)، معدّل ومتمم بالأمر رقم 09-01 المؤرخ في 22 جويلية 2009، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2009 (ج.ر.ج.ج، عدد 44، الصادر بتاريخ 26 جويلية 2009، ص 4).

6- أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير 1995، متعلق بالمنافسة (ج.ر.ج.ج عدد 09 لسنة 1995، ص 13)، ملغى.

7- أمر رقم 95-07 مؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالتأمينات (ج.ر.ج.ج، عدد 13 الصادر بتاريخ 08 مارس 1995، ص 03)، معدّل ومتمم بموجب القانون رقم 06-04 ممضي في 20 فبراير 2006 (ج.ر.ج.ج عدد 15 صادر في 12 مارس 2006، ص 03).

8- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة (ج.ر.ج.ج، عدد 43 الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003، ص 25)، معدّل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 (ج.ر.ج.ج، عدد 36 الصادر بتاريخ 02 يوليو 2008، ص 11)، والقانون رقم 10-05 المؤرخ في 05 غشت 2010 (ج.ر.ج.ج، عدد 46 الصادر بتاريخ 18 غشت سنة 2010، ص 10).

9- أمر رقم 03-06 ممضي في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات (ج.ر.ج.ج عدد 44، صادر بتاريخ 23 يوليو 2003، ص 22).

ثالثا - النصوص التنظيمية:

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش (ج.ر.ج.ج، عدد 5 الصادر بتاريخ 13 جانفي 1990، ص 202)، معدّل ومتمم.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها (ج.ر.ج.ج، عدد 50، الصادر بتاريخ 21 نوفمبر 1990، ص 1586)، ملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (ج.ر.ج.ج، عدد 58 الصادر في 18 نوفمبر 2013، ص 8).

3- مرسوم تنفيذي رقم 96-132 مؤرخ في 13 ابريل سنة 1996، متضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع (ج ر ج ج، العدد 23 الصادر بتاريخ 14 أفريل 1996، ص 12)، معدل ومتمم.

4- مرسوم تنفيذي رقم 98-44 المؤرخ في أول فبراير 1998، يتعلق بالحدود القصوى عند الإنتاج والتوضيب والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري (ج ر ج ج، عدد 05 الصادر بتاريخ 04 فبراير 1998، ص 17).

5- مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فيفري 2001، متضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع (ج.ر.ج.ج، عدد 11 الصادر بتاريخ 12 فيفري 2001، ص 23)، معدل ومتمم.

6- مرسوم تنفيذي رقم 05-458 مؤرخ في 30 نوفمبر 2005، يحدد كيفيات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها (ج.ر.ج.ج، عدد 78 الصادر في 4 ديسمبر 2005، ص 3)، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 14-141 مؤرخ في 10 أبريل 2013 (ج.ر.ج.ج، عدد 21 الصادر في 23 أبريل 2013، ص 15)، والمرسوم التنفيذي رقم 18-51، مؤرخ في 30 يناير 2018 (ج.ر.ج.ج، عدد 6 الصادر في 1 فبراير 2018، ص 9).

7- مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك (ج ر ج ج، عدد 80 الصادر في 11 ديسمبر 2005، ص 18).

8- مرسوم تنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005، يحدد إجراءات جرد المواد المحجوزة (ج.ر.ج.ج، عدد 81، الصادرة بتاريخ 14 ديسمبر 2005، ص 12).

9- مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، معدل ومتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها (ج.ر.ج.ج، عدد 83، الصادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005، ص 4).

10- مرسوم تنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج

المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود (ج.ر.ج.ج، عدد 41 الصادر بتاريخ 21 يونيو 2006، ص5)، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-399 مؤرخ في 26 ديسمبر 2020 (ج.ر.ج.ج، عدد 80 الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 2020، ص9).

11- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية (ج.ر.ج.ج، عدد 56 الصادر في 11 سبتمبر 2006، ص 16).

12- مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 7 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية (ج.ر.ج.ج، عدد 10 صادر بتاريخ 11 فبراير 2009، ص8).

13- مرسوم تنفيذي رقم 09-415 مؤرخ في 19 ديسمبر 2009، يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة (ج.ر.ج.ج، عدد 75، صادر بتاريخ 20 ديسمبر 2009، ص 20).

14- مرسوم تنفيذي رقم 10-299 مؤرخ في 29 نوفمبر 2010، يتضمن القانون الأساسي بالموظفين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية (ج.ر.ج.ج، عدد 74، صادر بتاريخ 30 نوفمبر 2010، ص 23).

15- مرسوم تنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 6 مارس 2011 يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الاستهلاك وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض (ج.ر.ج.ج، عدد 15 الصادر بتاريخ 9 مارس 2011، ص 27)، معدل ومتمم.

16- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ (ج.ر.ج.ج عدد 49، صادر بتاريخ 2 أكتوبر 2013، ص 16).

17- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (ج.ر.ج.ج، عدد 58، صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013، ص 8).

18- مرسوم تنفيذي رقم 15-234 المؤرخ في 29 أوت 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة الأنشطة والمهن المنظمة الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري (ج.ر.ج.ج عدد 48، الصادر في 09 سبتمبر 2015، ص 7)، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 20-355 مؤرخ في 30 نوفمبر 2020 (ج.ر.ج.ج عدد 73 الصادر في 06 ديسمبر 2020، ص 8).

19- مرسوم تنفيذي رقم 15-249، مؤرخ في 29 سبتمبر 2015، يحدد محتوى وتمحور وكذا شروط تسيير وتعيين مدونة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري (ج.ر.ج.ج عدد 52، الصادر في 30 سبتمبر 2015، ص 5).

20- مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في فبراير 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها (ج.ر.ج.ج. ج عدد 10، صادر بتاريخ 22 فبراير 2016، ص 3).

21- مرسوم تنفيذي رقم 20-389 مؤرخ في 19 ديسمبر 2020، يحدد شكل محاضر معاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية وبياناتها (ج.ر.ج.ج، عدد 78، الصادر بتاريخ 27 ديسمبر 2020، ص 16).

رابعاً- القرارات:

1- قرار ممضي في الفاتح أوت 2013، يتضمن مفهوم فعل إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة وكذا كفاءات تطبيق العقوبات المقررة عليها (ج.ر.ج.ج، عدد 30، صادر بتاريخ 21 ماي 2014، ص 9).

2- قرار ممضي في 12 نوفمبر 2014، يحدد نموذج شهادة الضمان (ج.ر.ج.ج عدد 16 الصادر في 01 أبريل 2015، ص 40).

3- قرار وزاري مشترك ممضي في 14 ديسمبر 2014، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة (ج.ر.ج.ج، عدد 03 الصادر في 27 يناير 2015، ص 25).

خامساً- مشاريع القوانين:

1- نص مشروع قانون متعلق بالإشهار، الجريدة الرسمية لمداولات مجلس الأمة بتاريخ 29 أوت 1999، المتضمنة محضر الجلسة العلنية العشرين المنعقدة في 26 جويلية 1999.

2- مشروع تمهيدي لقانون يتعلق بالأنشطة الإشهارية، وزارة الاتصال، مارس 2015 (غير منشور).

3- مذكرة عرض الأسباب الخاصة بمشروع القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وزارة التجارة، أكتوبر 2003، (غير منشور).

• الكتب:

1- أحسن بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائرية بوجه عام وفي المواد الجمركية بوجه خاص، د.ط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2005.

2- السيد محمد سيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية للطبع والنشر، 2002.

- 3- العربي بلحاج، الجوانب القانونية للمرحلة قبل التعاقدية (دراسة فقهية وقضائية مقارنة على ضوء القانون المدني الجزائري)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 4- خالد زايدي، التزامات التاجر (الصفة التجارية، السجل التجاري، الدفاتر التجارية، الالتزامات الأخرى)، د. ط، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.
- 5- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك، د ط، دار هومة، الجزائر، 2017.
- 6- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية. دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002.
- 7- سامي بن حملة، قانون المنافسة (دراسة في التشريع الجزائري وفق آخر التعديلات مقارنة بتشريعات المنافسة الحديثة)، منشورات نوميديا، قسنطينة، 2016.
- 8- سمير عبد السيد تناغو، عقد البيع، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2009.
- 9- صبحي نجم محمد، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 10- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (البيع والمقايضة)، ج 4، منشورات دار الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000.
- 11- عبد الكريم الطالب، الوجيز في المبادئ الأساسية للقانون والحق-نظرية القانون-نظرية الحق، مكتبة المعرفة، الطبعة الأولى، مراكش، نوفمبر 2005.
- 12- علي حسين يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975.
- 13- علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009.
- 14- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، د ط، الإسكندرية، 2004.
- 15- محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1998.
- 16- محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د ط، 2015.
- 17- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010.

- 18- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، د ط، الجزائر، 2006.
- 19- محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر)، دار هومة، الجزائر، 2007.
- 20- محمد بن يزيد بن ماجة القزويني، سنن ابن ماجة، ج 2، حققه محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، القاهرة، 2009.
- 21- محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن، الجزء الأول، دار ومطابع الشعب، القاهرة، 1979.
- 22- مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2011.
- 23- نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري)، الطبعة 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
- 24- نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة- عقد البيع، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 2004.

• المعاجم:

- 1- المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، الجزائر، د.ط، 1989.
- 2- معجم منجد الطلاب، الطبعة الخامسة والأربعون، دار المشرق، بيروت، 1997.

• المحاضرات:

- 1- بختة موالك، مبادئ المنافسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مطبوعة محاضرات ألقىت على طلبة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004.

• الأطروحات والمنكرات:

أ- أطروحات ورسائل الدكتوراه:

- 1- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016.

- 2- المختار بن سالم، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام، ل م د، تخصص قانون المنافسة والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017.
- 3- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2014-2013.
- 4- حسام الدين غزبوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية - باتنة، 2018/2017.
- 5- رفيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2019/05/02.
- 6- سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2017/2016.
- 7- سليمان محمد خلود قارة، الممارسات التجارية التديسية وقانون المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2016.
- 8- عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، فرع قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان، سنة 2015-2016.
- 9- عبد الحفيظ ميلاط، النظام القانوني لتحويل الفاتورة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، 2012/2011.
- 10- عبد الحق ماني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2015.
- 11- علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014/2013.

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

13- مجيدة الزياني، الحماية الجنائية لتكوين العقود المدنية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة الحسن الثاني، المغرب، 2006-2007.

14- محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، رسالة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العامن كلية الحقوق، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2005.

15- محمد أمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01-بن يوسف بن خدة، 2017/2016.

16- محمد زاوك، المنافسة غير المشروعة في القانون المغربي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، 2006/2005.

17- مفتاح براشمي، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري- دراسة مقارنة، أطروحة للحصول على درجة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، محمد بن أحمد، 2018/2017.

18- نبيل بن عديدة، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2018-2017.

19- نضيرة بوعزة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 21 نوفمبر 2019.

ب-مذكرات الماجستير:

1- أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2011/04/14.

- 2- الصادق صياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة-1، سنة 2014/2013.
- 3- خليصة شريفي، حماية الملكية الصناعية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، سنة 2015.
- 4- ظريفة موساوي، دور الهيئات القضائية العادية في تطبيق قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، مدرسة الدكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2010/05/10.
- 5- سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009.
- 6- سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة منتوري قسنطينة، 2005/2004.
- 7- سمير خميلية، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2013.
- 8- عائشة مزاري، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013/2012.
- 9- عمار مزهود، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون الاقتصادي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945- قالمة، 2016/2015.
- 10- مسعد جلال، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2002.
- 11- هانية ابراهيمي، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام- فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة 1، كلية الحقوق، 2013-2012.

12- ويزة لحراري (شالح)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012.

• المقالات الأكاديمية:

1- الطيب داودي، نظرية الأسعار عند ابن خلدون، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني، جوان 2002، ص ص 161-176.

2- أمال بن بريح، حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثامن، جامعة البليدة 2، ص ص 278-294.

3- إيهاب الروسان، خصائص الجريمة الاقتصادية: دراسة في المفهوم والأركان، دفاثر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، العدد السابع، جوان 2012، ص ص 73-118.

4- بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، المجلد 36، العدد 02، 1999، ص ص 23-64.

5- بدرة لعور، الاشهار التضليلي كوسيلة لخرق نزاهة الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، جامعة محمد خيضر- بسكرة، العدد 16، ديسمبر 2017، ص ص 370-385.

6- دريس فتحي كمال، سند المعاملة التجارية كبديل للفاتورة في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثلجي-الأغواط، العدد السادس جوان 2017، ص ص 165-185.

7- زويبر حمادي، حماية الإشارات المميزة من الممارسات التجارية غير النزيفة على ضوء الأحكام التشريعية والممارسة القضائية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية، المجلد 3، العدد 2 لسنة 2018، ص ص 08-28.

8- سلمى بقار، سامية حساين، الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية، جامعة الدكتور مولاي طاهر- سعيدة، المجلد 7، العدد 2، جوان 2020، ص ص 114-141.

9- سيلية حماش، التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار بوتلجي-الأغواط، المجلد الرابع، العدد الثاني، جوان 2018، ص ص 85-100.

10- عائشة بوعزم، النظام القانوني للفاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة وهران، العدد الأول مارس 2014، ص ص 112-126.

- 11- عادل عميرات، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، عدد 13، جوان 2016، ص ص 229-251.
- 12- عباس بوعبيد، "حماية المستهلك على ضوء قانون حرية الأسعار والمنافسة"، المجلة المغربية لقانون وإقتصاد التنمية، عدد خاص بندوة الأسعار والمنافسة بين حرية المقاول وحماية المستهلك، العدد 49، سنة 2004.
- 13- قارة مولود بن عيسى، النظام القانوني للفاتورة الالكترونية، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، السنة الحادية عشر، العدد 21/ ديسمبر 2016، ص ص 78-106.
- 14- كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك، مجلة المعارف، السنة الثالثة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند-بويرة، العدد 6، د س ن.
- 15- ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 51، العدد 2، جوان 2014، ص ص 171-211.
- 16- محمد ديب، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فعالية حماية المستهلك، مجلة الفقه والقانون، فرع القانون الخاص، جامعة وهران، العدد 12، 2013.
- 17- محمد الفضة، مواكبة التاجر الأجنبي لنظام الأسعار في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط، المجلد العاشر، العدد الثالث، جوان 2002، ص ص 194-206.
- 18- نعيمة سليمان، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة-غليزان، العدد 07، ديسمبر 2016، ص ص 275-297.
- 19- هجيرة دنوني (بن شيخ)، قانون المنافسة وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 39، العدد 01، سنة 2002، ص ص 4-20.

• أحكام واجتهادات القضائية:

- 1- اجتهاد للمحكمة العليا متعلق بالملف رقم 287833، قرار بتاريخ 06 أفريل 2004، قضية (إدارة الجمارك) و (د-م) ضد (القرار الصادر في 22-04-2001)، اعتبرت هذه الأخيرة عدم الفوترة جريمة من جرائم التهريب في حالة حيازة بضاعة، ويشترط قانون الجمارك تبريرها بمستندات عبر كامل الإقليم الجمركي (مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني، 2004، ص ص 457-460).

2- اجتهاد للمحكمة العليا متعلق بالملف رقم 267580، قرار بتاريخ 2004/07/07، قضية (النائب العام) ضد (ب-م)، اعتبرت في حالة عدم الفوترة المشتري مسؤول مثل البائع عما ورد في الفاتورة، لأنه ملزم قانونا بطلبها من البائع وبمراقبتها، (مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني، 2004، ص ص 481-486).

3- اجتهاد للمحكمة العليا متعلق بالملف رقم 369900، قرار بتاريخ 2006/11/29، قضية (ب-م) ضد (ع ع - والنيابة العامة)، اعتبرت أن مجرد عدم مطابقة السجل التجاري للنشاط المدون في الفاتورة لا يشكل جريمة التزوير واستعمال المزور، (مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني، 2006، ص ص 435-438).

4- حكم محكمة رويبة، قسم الجرح، المؤرخ في 02 جانفي 2018، متعلق بجنحة عدم الفوترة (غير منشور).

• المراجع الالكترونية:

1- الموقع الرسمي لملتقى أهل اللغة [https:// www. ahlalloghah .com](https://www.ahlalloghah.com)، تم الاطلاع عليه بتاريخ 15 جانفي 2021 على الساعة 16:00.

2- معجم المعاني الجامع، رابطته <https://www.almaany.com>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 15 جانفي 2021، على الساعة 16:00.

3- نضيرة بوعزة، "سند المعاملة التجارية كآلية لضبط السوق"، مداخلة ضمن يوم دراسي وإعلامي حول نشر أحكام المرسوم التنفيذي رقم 66/16، منظم من طرف مديرية التجارة لولاية ميله، يوم 29 سبتمبر 2016، تم الاطلاع عليها على الرابط التالي بتاريخ 2021/01/12 على الساعة 16:50:

1- <http://www.dcwmla.dz/index.php/159-2016-10-06-09-25-31>

• المراجع باللغة الفرنسية:

- 1- Denis Redon, Refus de vente, Juris-Classeur : concurrence ; consommation, 1991, n : 3602-3603.
- 2- Dominique Legeais, Droit commercial et des affaires, 11 éd., Dalloz, Paris.
- 3- Emmanuelle CLAUDEL, Ententes anticoncurrentielles et droit des contrats, Thèse de Doctorat, Université de Paris, X- Nanterre, 1994.
- 4- J. Calais-Auloy et F. Steinmetz, Droit de la consommation, Paris, Dalloz, 5e éd., 2000.

02	توطئة
04	توضيح
05	مقدمة
08	الفصل الأول: مبدأ شفافية الممارسات التجارية
08	المبحث الأول: التزام العون الاقتصادي بالإعلام والأسعار والتعريفات
09	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات
09	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات
10	أولاً- الإعلام
10	ثانياً- الأسعار
14	ثالثاً- التعريفات
14	الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات
14	أولاً- الإلزامية
15	ثانياً- العمومية
15	ثالثاً- الطبيعة الوقائية والحمائية
15	رابعاً- الوضوح
16	المطلب الثاني: تنفيذ الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات
16	الفرع الأول: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات
16	أولاً- في العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك
21	ثانياً- في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم
22	الفرع الثاني: الضوابط المتعلقة بالسعر المعلن
22	أولاً- تحديد مقدار السلعة مقابل السعر المعلن
23	ثانياً- موافقة الأسعار للمبلغ الإجمالي المدفوع
24	المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي
24	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالمحتوى العقدي
25	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي
25	أولاً- التعريف القانوني
25	ثانياً- التعريف الفقهي
25	الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي
26	أولاً- نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث الأشخاص

27	ثانيا- نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث الزمان
28	ثالثا- نطاق الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي من حيث موضوعه
29	الفرع الثالث: طبيعة الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي
29	المطلب الثاني: تنفيذ الالتزام بالإعلام بالمحتوى العقدي
30	الفرع الأول: إعلام المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة
30	أولا- المعلومات المتعلقة بالمواد الغذائية
31	ثانيا- المعلومات المتعلقة بالمنتجات غير الغذائية
32	ثالثا- المعلومات المتعلقة بالخدمات
33	الفرع الثاني: إعلام المستهلك بشروط البيع
34	أولا- كيفية الدفع
34	ثانيا- التخفيضات والحسوم والمسترجعات
34	الفرع الثالث: إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية
36	المبحث الثالث: الالتزام بالفوترة
39	المطلب الأول: أشكال الفوترة
40	الفرع الأول: الفاتورة
40	أولا- تعريف الفاتورة
42	ثانيا- أهمية الفاتورة
43	الفرع الثاني: سند المعاملة التجارية
43	أولا- تعريف سند المعاملة التجارية
44	ثانيا- أهداف سند المعاملة التجارية
45	الفرع الثالث: بدائل الفاتورة
46	أولا- وصل التسليم Le Bon de livraison
47	ثانيا- الفاتورة الإجمالية La facture récapitulative
47	المطلب الثاني: الشروط الشكلية لتحريـر أشكال الفوترة وجزء الإخلال بها
48	الفرع الأول: الشروط الشكلية لتحريـر الفاتورة
48	أولا- البيانات الواجبة التوافر في الفاتورة
51	ثانيا- ضوابط تحريـر الفاتورة
52	الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتحريـر سند المعاملة التجارية
52	أولا- البيانات الواجب توافرها في سند المعاملة التجارية
54	ثانيا- ضوابط تحريـر سند المعاملة التجارية
54	الفرع الثالث: أحكام الإخلال بشروط وضوابط الفوترة

54	أولاً- حالات الإخلال بشروط وضوابط الفوترة
58	ثانياً- جزاء الإخلال بشروط وضوابط الفوترة
60	الفصل الثاني: مبدأ نزاهة الممارسات التجارية
60	المبحث الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية
61	المطلب الأول: ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة القانونية
62	الفرع الأول: شروط ممارسة الأعمال التجارية
63	الفرع الثاني: أثر ممارسة الأعمال التجارية دون استيفاء الشروط القانونية
64	المطلب الثاني: البيوع المحظورة المشروطة
65	الفرع الأول: البيع بالمكافأة
65	أولاً- تعريف البيع بالمكافأة
66	ثانياً- أساس حظر البيع بالمكافأة
66	ثالثاً- عناصر البيع بالمكافأة
67	رابعاً- الاستثناءات الواردة على حظر البيع بالمكافأة (المكافأة المشروعة)
68	الفرع الثاني: البيع المشروط (البيع المتلازم)
68	أولاً- تعريف البيع المشروط
68	ثانياً- أساس حظر البيع المشروط
69	ثالثاً- صور البيع المشروط
70	رابعاً- الاستثناءات الواردة على منع البيع المشروط (شروط مشروعية البيع المشروط)
70	المطلب الثالث: البيوع المحظورة غير المشروطة
71	الفرع الأول: رفض البيع أو تأدية الخدمة بدون مبرر شرعي
71	أولاً- تنظيم رفض البيع أو تأدية الخدمة
72	ثانياً- أساس حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة
72	ثالثاً- شروط قيام جريمة رفض البيع أو تقديم الخدمة
74	الفرع الثاني: إعادة البيع بالخسارة
75	أولاً- تعريف إعادة البيع بالخسارة
75	ثانياً- أساس حظر إعادة البيع بالخسارة
75	ثالثاً- مجال حظر إعادة البيع بالخسارة
76	رابعاً- عتبة إعادة البيع بالخسارة
76	خامساً- الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لإعادة البيع بالخسارة
77	الفرع الثالث: البيع التمييزي
78	أولاً- تعريف البيع التمييزي

78	ثانيا- مجال تطبيق البيع التمييزي.
79	ثالثا- شروط قيام البيع التمييزي.
79	رابعا- صور البيع التمييزي.
80	الفرع الرابع: إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية.
80	أولا- نطاق حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية.
80	ثانيا- شروط حظر إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية.
		ثالثا- الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني لممارسة إعادة بيع المواد الأولية في حالتها
81	الأصلية.
81	المبحث الثاني: الممارسات التجارية غير النزيهة.
81	المطلب الأول: مفهوم الممارسات التجارية غير النزيهة.
82	الفرع الأول: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة.
82	أولا- التعريف القانوني للممارسات التجارية غير النزيهة.
83	ثانيا- التعريف الفقهي للممارسات التجارية غير النزيهة.
84	الفرع الثاني: تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات المشابهة لها.
84	أولا- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات التجارية غير الشرعية.
		ثانيا- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن ممارسة أسعار غير
84	شرعية.
		ثالثا- تمييز الممارسات التجارية غير النزيهة عن الممارسات التجارية التدليسية والممارسات
85	التعاقدية التعسفية.
86	المطلب الثاني: صور الممارسات التجارية غير النزيهة.
87	الفرع الأول: الممارسات التي تهدف لإضعاف العون الاقتصادي المنافس.
87	أولا- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس.
88	ثانيا- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون منافس.
		ثالثا- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار
89	بصاحب العمل أو الشريك القديم.
89	رابعا- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس أو في تنظيم السوق.
90	الفرع الثاني: الممارسات التي تهدف إلى الاستفادة من تفوق المنافسين.
91	أولا- الممارسات التي تحدث الخلط واللبس في ذهن المستهلك.
100	ثانيا- التطفل التجاري.
101	ثالثا- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لاستغلال شهرة عون اقتصادي.
101	المبحث الثالث: الممارسات التعاقدية التعسفية.

101المطلب الأول: مفهوم الشرط التعسفي
102الفرع الأول: تعريف الشرط التعسفي
102الفرع الثاني: معايير الشرط التعسفي
102أولاً- معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية
103ثانياً- معيار الميزة المفرطة
103المطلب الثاني: نطاق الشروط التعسفية
103الفرع الأول: تحديد نطاق الشروط التعسفية من حيث تعداد المشرع لها
104أولاً- الشروط التعسفية المعددة قانوناً
ثانياً- الممارسات التعاقدية التعسفية الناتجة عن تقليص العون الاقتصادي لأحد العناصر الأساسية للعقد
105
106الفرع الثاني: تحديد نطاق الشروط التعسفية من حيث العقود التي تشتمل عليها
أولاً- اتفاق أو اتفاقية بين البائع والمستهلك بهدف بيع سلعة أو تأدية خدمة
106
106ثانياً- تحرير العقد مسبقاً من طرف البائع
107ثالثاً- إذعان المستهلك
الفصل الثالث: التصدي للمخالفات المتعلقة بقواعد شفافية ونزاهة الممارسات التجارية
108
108المبحث الأول: الجزاءات المقررة للمخالفات
108المطلب الأول: الجزاءات ذات الطابع المدني
109الفرع الأول: بطلان التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية
109أولاً- البطلان المؤسس على عيوب الإرادة
111ثانياً- البطلان بسبب عدم احترام شروط البيع
112ثالثاً- البطلان بسبب الشروط التعسفية
113رابعاً- البطلان المؤسس على مخالفة النظام العام
الفرع الثاني: التعويض عن الضرر الناجم عن التصرفات المنافية لشفافية ونزاهة الممارسات التجارية
113
113أولاً- الدعوى المدنية
116ثانياً- دعوى المنافسة غير المشروعة
117المطلب الثاني: الجزاءات ذات الطابع الإداري
117الفرع الأول: الحجز الإداري للبضائع
118أولاً- أنواع الحجز الإداري

119ثانيا- إجراءات توقيع الحجز
119الفرع الثاني: الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري
120الفرع الثالث: نشر القرارات
120المطلب الثالث: الجزاءات ذات الطابع الجزائي
121الفرع الأول: أركان المخالفات المتعلقة بخرق الالتزامات
121أولا- الركن المادي
122ثانيا- الركن المعنوي
122الفرع الثاني: الجزاءات المقررة للمخالفات
123أولا- الغرامة كعقوبة أصلية
124ثانيا- العقوبات التكميلية
124ثالثا- العقوبات المتعلقة بحالة العود
125المبحث الثاني: إجراءات الضبط والمتابعة
125المطلب الأول: معاينة المخالفات
125الفرع الأول: الموظفون المؤهلون لضبط المخالفات
126أولا- موظفو الضبط ذوا الاختصاص المحدد
128ثانيا- موظفو الضبط ذوا الاختصاص العام
129الفرع الثاني: سلطات الموظفون المكفون بمعاينة المخالفات
130أولا- الاطلاع على الوثائق وتفتيش المحلات
131ثانيا- تحرير التقارير أو المحاضر
132المطلب الثاني: متابعة المخالفات
132الفرع الأول: الرجوع الودي (المصالحة)
133أولا- تعريف المصالحة
133ثانيا- شروط المصالحة
134ثالثا- آثار المصالحة
135الفرع الثاني: الرجوع القضائي
137خاتمة
140قائمة المصادر والمراجع
154الفهرس

تم بعون الله