

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة أحمد بوقرة - بومرداس -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
مدرسة الدكتوراه للقانون و العلوم السياسية



تحديد الثمن في عقد البيع:

بين الحرية التعاقدية و حماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص

تخصص: عقود ومسؤولية

تحت إشراف:

د/ إرزيل الكاهنة

من إعداد الطالب:

بن حدة يعقوب

لجنة المناقشة

د/ لعرج سمير، أستاذ محاضر أ، جامعة أحمد بوقرة بومرداس.....رئيسا

د/ إرزيل الكاهنة، أستاذة، جامعة مولود معمري تيزي وزو.....مشرفا ومقررا

د/ فتحي وردية، أستاذة محاضرة أ، جامعة مولود معمري تيزي وزو.....ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2017/04/20

« و من أحسن قولاً ممن دعا إلى
الله و عمل صالحاً و قال إني من
المسلمين ».

صدق الله العظيم

الآية 58 من سورة فصلت

إهداء

إلى أبي و أمي، أحسن الله إليهما كما أحسننا إلي

إلى إخوتي

إلى كل أقربي

إلى كل أصدقائي

إلى كل زملائي

إلى كل من ينهل من ينبوع العلم، أهدي هذا العمل

يعقوب

شكر و تقدير

بعد الشكر و الحمد لله، موفقني ومنيري في إنجاز هذا العمل المتواضع.

أتقدم بالشكر الجزيل والإمتنان الكبير إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة:

"إرزيل الكامنة" على كل ما قدمته من مساعدة ونصائح قيمة أفادتنا في إنجاز

هذا العمل وصبرها المتواصل معنا. كما يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان

إلى اللجنة الموقرة التي قبلت مناقشة هذا البحث المتواضع. كما أتقدم بالشكر

إلى كل من ساهم وساعد من قريب أو من بعيد من أجل أن يرى عملنا هذا

النور.

الطالب: بن حدة يعقوب

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المختصرات

قائمة المختصرات

1- باللغة العربية

- ج ر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

- ق م ج: القانون المدني الجزائري

- ص: صفحة

- غ ج: الغرفة الجنائية

- ع: عدد

- ط: طبعة

- د س ن: دون سنة نشر

- د ج: دينار جزائري

- كلم: كيلو متر

- غ: غرام

- كغ: كيلو غرام

2- باللغة الفرنسية

- **L.G.D.J** : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence
- **JORADP** : journal officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire
- **JORF** : journal officiel de la République Française
- **Art.** : article
- **CHRON.** : Chronique (Etude parue dans une revue)
- **éd** : édition
- **CJCE** : Cour de justice des Communautés européenne
- **Civ**: civile
- **Obs.** : observation
- **P.**: page
- **D.E.A** : Diplôme des études appliqué.
- **ICN** : International Concurrence Network
- **n°** : numéro
- **OPU** : Office des Publications Universitaire
- **UFC** : Union Fédérale des Consommateurs
- **BOC** : Bulletin officiel de la concurrence
- **TVA** : Tax sur la valeur ajoute

مقدمة

سعى الإنسان منذ القدم إلى تلبية حاجياته الأساسية بمختلف الطرق والوسائل الممكنة. وقد تطورت هذه الوسائل بتطور الإنسان و مدى تفاعله مع أفراد المجتمع، فلجأ ابتداءً إلى المقايضة كوسيلة لتبادل السلع بغية إشباع حاجياته ومع ازدهار الحياة الاقتصادية وانتشار الأفكار الجديدة التي تنظم هذا المجال، خاصة بعد ظهور النقود، عرف الناس عقد البيع.

يعتبر عقد البيع من أهم العقود في مجال المعاملات المالية بين الأفراد، فلا غنى للإنسان عنه. ولما كان كذلك، صار من الضروري الإهتمام بهذا العقد وتحديد أركانه وأساسه التي ينبغي عليها من أجل تحديد حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة الذين ينحصر في مركزين قانونيين هامين هما البائع والمشتري اللذين يتفقان بإرادة حرة على محل البيع والثمن الذي يقابله حتى تنتقل ملكية الشيء المبيع من البائع إلى المشتري.

يتم ذلك في إطار تكريس مبدأ سلطان الإرادة من خلال المادة 106 من القانون المدني الجزائري التي تمنح للمتعاقدين الحرية المطلقة في تحديد محتوى العقد والإلتزامات التعاقدية المترتبة عنه دون الإخلال بالنظام العام والآداب العامة⁽¹⁾. وبذلك تظهر مسألة تحديد ثمن البيع وضرورة التراضي حوله بين البائع والمشتري، ثم يتم تنفيذ عقد البيع باستلام الشيء المبيع ودفع الثمن الذي يعتبر الإلتزام الأساسي الواقع على عاتق المشتري. علماً أنه يُعد ركناً من أركان عقد البيع، ولا مجال لدراسة هذا العقد في غياب ركن الثمن، هذا الأخير الذي يدفعه المشتري في إطار مبدأ الحرية التعاقدية قد يعود بالسلب عليه خاصة مع بروز

¹ أمر رقم 75- 58 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني، معدل و متمم، أنظر الموقع الإلكتروني للأمانة العامة للحكومة: www.joradp.dz

مفهوم المستهلك الذي تعددت حاجياته في ظل التطور الصناعي والتكنولوجي، مما يجعل طلبات الشراء تتكرر باستمرار في حياتنا اليومية.

وهذا ما يؤدي به إلى الدخول في علاقات تعاقدية متعددة وتلقائية دون دراسة وتمحيص علما أن الطرف المتعاقد معه يُعد محترفا وملما بتفاصيل عملية البيع. وإذا اعتمدنا على رؤية منظري الإقتصاد الحر، الذين يعتبرون أن الإستهلاك هو الغاية الوحيدة والغرض من كل إنتاج، وتبعاً لذلك فإن رفاهية المنتج لا تحصل إلا بضرورة ترقية رفاهية المستهلك⁽¹⁾، إلا أن الواقع يثبت أن رفاهية المستهلك تتطلب دعماً أكبر وحماية أشمل وأوسع لمصالحه الإقتصادية والصحية والنفسية.

ولتحقيق هذا المسعى ظهرت التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك والتي تتميز بتوسع واضح لسلطان القانون في المجال التعاقدية مما نتج عنه إخلال بمبدأ سلطان الإرادة من أجل تحقيق أهداف معينة تتمثل أساساً في تحقيق حماية كافية للمستهلك في مواجهة المهني، حيث أنه من بين المواضيع التي تخضع للإجراءات الحمائية نجد موضوع الثمن وكيفيات تحديده.

وتماشياً مع هذه التوجه العالمي لحماية المستهلك، ورد في تقديم المشروع التمهيدي لمراجعة الدستور الجزائري رغبة المؤسس الدستوري لتعزيز مراجع مجتمع مؤصل في قيمه ومنتج على الرقي ويتم ذلك من خلال تأطير التحول الإقتصادي، من خلال بناء اقتصاد منتج وتنافسي ومتنوع بالإعتماد على كل الثروات الطبيعية والإنسانية والعلمية للدولة مع تنظيم السوق وحماية المستهلك. واستعمال القانون لمنع كل مظاهر الإحتكار والتنافس غير

¹ SMITH Adam, The Wealth of Nations, Modern library edition, New York City, 1937, p 625.

الشريف⁽¹⁾، وعليه تم إقتراح تعديل المادة 37 من دستور سنة 1996⁽²⁾ لتصبح كمايلي:
« حرية الإستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون.

تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجع على ازدهار المؤسسات دون تمييز
خدمة للتنمية الإقتصادية الوطنية.

تكفل الدولة ضبط السوق، ويحمي القانون حقوق المستهلكين.

يمنع القانون الإحتكار والمنافسة غير النزيهة»⁽³⁾.

وقد تم الأخذ به في تعديل الدستور بموجب المادة 43 منه⁽⁴⁾.

تعتبر هذه المرة الأولى في التاريخ الدستوري الجزائري التي تُكرّس فيها حماية المستهلك والحث على وظيفة الدولة في ضبط السوق. ويعد ذلك استشعارا من المؤسس الدستوري بضرورة إعطائه أهمية قانونية قصوى من أجل اتخاذ إجراءات فعالة لتحقيق هذه الحماية، ومادام الثمن عنصرا حيويا في كل عملية بيع وشراء فلا بد أن يأخذ نصيبه من هذه الحماية المقررة لصالح المستهلك.

تعتبر مسألة تحديد الثمن والتراضي حوله في عقد البيع أمرا في غاية الأهمية لأنه بدون ثمن لا ينعقد البيع ومصيره البطلان المطلق. فالثمن يعتبر ركنا من أركان عقد البيع، وعليه لا بد من بيان حيثيات تحديد الثمن أثناء إبرام عقد البيع والبحث في مظاهره القانونية، خاصة إذا علمنا أن أساس إبرام العقود هو الإرادة الحرة، احتراما للمبدأ العام الذي مفاده:

¹ أنظر تقديم المشروع التمهيدي لمراجعة الدستور، الثلاثاء 05 جانفي 2016، أنظر الموقع الإلكتروني لرئاسة الجمهورية: www.elmouradia.dz

² دستور 28 نوفمبر 1996 الصادر بموجب مرسوم رئاسي رقم 96-348 مؤرخ في 7 ديسمبر سنة 1996، ج ر عدد 76 صادر في 8 ديسمبر سنة 1996، معدل و متمم، أنظر الموقع الإلكتروني للأمانة العامة للحكومة:

www.joradp.dz

³ أنظر المشروع التمهيدي لمراجعة الدستور، مرجع سابق.

⁴ قانون رقم 01-16 مؤرخ في 6 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 14 صادر بتاريخ 7 مارس 2016.

العقد شريعة المتعاقدين. لكن أحيانا يتدخل المشرع بفرض ثمن معين يحدده للبائع كسعر لبيع منتجاته أو أنه يتدخل بوضع ضوابط معينة يجب على البائع احترامها أثناء تحديده لسعر البيع. وهو ما يتناقض تماما مع مبدأ العقد شريعة المتعاقدين، وكذا ضرورة تحديد الثمن من قبل أطراف العلاقة التعاقدية المتمثلين في البائع و المشتري دون أن يكون لأي منهما حصرية تحديد الثمن أو امتياز في ذلك.

إلى جانب ذلك، تبرز أهمية تحديد الثمن في كون أن الطريقة التي يتم بها هذا التحديد هي التي تبين لنا الوصف أو الإسم الذي نطلقه على ذلك العقد مثل البيع بالمزاد العلني، المرابحة وغيرها.

لقد تعددت مظاهر تدخل المشرع فيما يتعلق بالعقود التي يفترض أنها قائمة على مبدأ العقد شريعة المتعاقدين ومبدأ التراضي. فبالنظر إلى قواعد القانون المدني نجد أن المشرع يعزز هذا المبدأ ويحميه لكنه في مقابل ذلك يتراجع عنه أحيانا أخرى، ويتدخل في فرض ثمن معين للبيع أو يضع القواعد التي من خلالها يتم تحديد الثمن تحت طائلة العقوبات المقررة ضد المخالفين لها. مما يثير الخلاف حول نظرة المشرع لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين حول كونها الأصل أم الإستثناء، لاسيما من خلال القوانين سارية المفعول كقانوني المنافسة والممارسات التجارية اللذين سنهما المشرع لحماية المستهلك وضمان المنافسة الشريفة وجعل من خلالهما مجال تدخله مفتوحا. لذلك ارتأيت ضرورة البحث في المظاهر القانونية لتدخل المشرع في مسألة تحديد الثمن في عقد البيع والمسوغات القانونية لذلك، خاصة مع تشعب العلاقات الإقتصادية والإجتماعية بين أفراد المجتمع وظهور ضرورة ملحة لحماية المستهلك الذي يبدو ضعيفا أمام قوة المحترفين والأعوان الإقتصاديين الذين يظهرون أكثر انتظاما واستعدادا لمواجهة المستهلك وإغرائه.

لقد أصبح المستهلك في ظل الإقتصاد الحر وما يفرضه من مناهج كالخضوع المطلق للسوق و الإحتكام إلى آلياته غير مطمئن على مصالحه الإقتصادية التي أصبحت عرضة للتلاعب من قبل الأعوان الإقتصاديين، فرغبة المستهلك واضحة في الحصول على سلعة أو خدمة خاضعة لمقاييس الجودة والأمن والصحة والنظافة وخالية من كل غش أو خداع أو تدليس مقابل سعر معقول، بينما يسعى العون الإقتصادي إلى بيع سلعه وخدماته في أقصر وقت ممكن وبأفضل سعر. ولتحقيق هذا المسعى قد يلجأ إلى أساليب غير قانونية ينتج عنها إهدار لحقوق المستهلك. وبالتالي لا بد أن تتضمن كل عملية حماية للمستهلك توجيهها صحيحا له من أجل مساعدته في الحصول على حاجياته من السوق بثمن معقول وذلك بالإستناد على قواعد قانونية تتلاءم مع مركزه القانوني الضعيف من أجل إعادة التوازن العقدي بينه وبين المتعامل الإقتصادي.

إن هذا الموضوع الذي يتناول بشكل أساسي مسألة تحديد الثمن وكيفيات ذلك في ظل حرية التعاقد وفكرة النظام العام لم يتم تناوله بالشكل الكافي خاصة مع تزايد تدخل المشرع في ذلك التحديد استجابة لمتطلبات حماية المستهلك. مما يؤكد اكتساب هذه الحماية أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة، غير أنه بعد تفتيشي وتحصصي في فهارس المكتبات ورفوفها تبين لي النقص الفادح في المواضيع التي تعالج مسألة تحديد الثمن وإن وجدت فهي قليلة وغير ملمة بكل جوانب الموضوع لاسيما حرية البائع والمشتري في هذا التحديد والقيود الواردة عليه.

غير أن ما يلاحظ أنّ معظم الدراسات السابقة التي تناولت مسألة تحديد الثمن ارتكزت على القواعد المعروفة في القانون المدني في إطار عقد البيع، مهملة الأحكام الجديدة المقررة من قبل التشريعات لهذا الثمن خاصة مع قواعد اقتصاد السوق التي تقتضي حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية المتمثل في المستهلك.

ومن أجل الإحاطة بالموضوع من مختلف جوانبه وكشف رؤية المشرع فيما يخص مسألة تحديد الثمن وموقفه من مبدأ العقد شريعة المتعاقدين ومدى إعتباره كأصل أو استثناء في ظل الحماية المتواصلة للمستهلك في مواجهة الأعوان الإقتصاديين. وأمام هذه الوضعية الجديدة المقررة لصالح المستهلك و التي تؤثر بشكل مباشر على عقد البيع لاسيما ما يتعلق بتحديد الثمن نتساءل:

إلى أي مدى يمكن الإقرار بوجود مقارنة بين حق المتعامل الإقتصادي في تحديد الثمن في عقد البيع و حق المستهلك في الحماية من تبعات ذلك التحديد؟

من أجل دراسة هذا الموضوع اعتمدت المنهج الوصفي والتحليلي لأنهما الأنسب في بيان مضمون البحث وفي بعض الأحيان اعتمدت على المنهج المقارن على سبيل الإستدلال، وهو ما يتناسب مع الإجابة على الإشكالية المطروحة، والتي تستلزم مني المرور عبر تلك المناهج من خلال إبراز النظام القانوني لتحديد الثمن في عقد البيع في الفصل الأول بالتطرق إلى النظام القانوني للثمن في عقد البيع (المبحث الأول) وكذا آليات تحديد الثمن فيه (المبحث الثاني) أما في الفصل الثاني فقد تطرقت إلى آثار تحديد الثمن على أطراف العقد حيث تناولت تأثير الأطراف بأحكام تحديد الثمن (المبحث الأول) وكذا فرض الرقابة على الأثمان (المبحث الثاني).

الفصل الأول: النظام القانوني لتحديد الثمن في عقد البيع

تعتبر العقود المسماة من أكثر العقود تنظيماً في القانون وهي تعد أيضاً من العقود الأكثر شيوعاً واستقراراً بين الأفراد. ويُعد عقد البيع من أبرز هذه العقود كما أنه يعد من أهم وأقدم ما عرفه الإنسان في ميدان المبادلات التجارية، كما أنه يعتبر من أهم التصرفات في العصر الحديث بعد أن عجزت المقايضة عن تلبية حاجات المتعاملين نظراً لصعوبة الموازنة بين قيم الأشياء المعروضة من قبل طرفي عقد المقايضة. ومن هذا المنطلق، لم يكتفِ المشرع بإيراد الأحكام العامة التي تنطبق على هذا العقد وإنما اهتم بتنظيم الأحكام الخاصة به. وذلك استجابة للتطور الذي صاحب المجتمعات المعاصرة والذي نتج عنه ظهور عقد الإستهلاك الذي يعد نتيجة حتمية لظهور المجتمع الإستهلاكي أين صار كل الناس مستهلكون.

من أجل ذلك تدخل المشرع بعد إلحاح كبير من طرف جمعيات حماية المستهلكين للضغط من أجل تبني تشريعات تراعي مصالح هذه الفئة التي تزداد اتساعاً يوماً بعد يوم. وبعد تبني هذا الإتجاه في أغلب التشريعات المقارنة ظهرت مفاهيم وأحكام جديدة مصاحبة لهذا التوجه، حيث أصبح المشتري يعرف غالباً بالمستهلك والبائع بالمهني في إطار عقد الإستهلاك⁽¹⁾ الذي يشبه عقد البيع في القواعد العامة. وتعتبر الحماية المقررة للمستهلك في مجال الثمن من أبرز معالم هذه الحماية، لأنها تتعلق بالمصلحة الإقتصادية للمستهلك في مواجهة المهنيين المحترفين. خاصة وأن القواعد العامة الموجودة في القانون المدني أصبحت لا تستوعب أحكام تحديد الثمن في العقود الإقتصادية لاسيما من زاوية تأثير المستهلك منها.

¹ لم يستخدم المشرع الجزائري عبارة "عقد الإستهلاك" بذلك الوضوح الملاحظ في تشريعات مقارنة أخرى كالتشريع الفرنسي، وإنما اكتفى بإيراد مصطلح "عقد" في المادة 03 الفقرة 04 من القانون 02/04 الصادر في 23 جوان 2004 الذي يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. وكذا المادة 20 فقرة 01 من القانون 03/09 الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عند نصه على قرص الإستهلاك، أنظر عمار زعبي، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن الأضرار المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة، 2013، ص 115.

في هذا الإطار لابد من تحديد القواعد المحددة للثمن (المبحث الأول) وكذا آليات تحديده (المبحث الثاني).

المبحث الأول: القواعد المحددة للثمن في عقد البيع

يعد الثمن ركنا في عقد البيع، كما أنه يقترن بالمعاملات التجارية التي يديرها الأفراد يوميا وبشكل متكرر. إذ يعتبر المحرك الأساسي لها، لذلك نال الإهتمام من طرف جميع المتدخلين في هذه العملية الإقتصادية. فالدولة تنظر إلى مسألة الثمن كوسيلة لتحقيق رؤيتها الإقتصادية والإجتماعية من خلال رفع نسبة النمو وتحقيق الرفاهية للمواطنين عن طريق تحسين قدرتهم الشرائية وتحقيق التوازن في المجتمع ولا يتأتى ذلك إلا من خلال وضع ترسانة من القوانين لضبط الممارسات التجارية التي يلعب فيها الثمن دورا أساسيا، خاصة في ظل عدم كفاية القواعد العامة للإستجابة لمعطيات تحديد الثمن في السوق (المطلب الأول) وضرورة إخضاع الثمن لقواعد خاصة للتحكم فيه بشكل أفضل (المطلب الثاني).

المطلب الأول: عن إستجابة القواعد العامة لمعطيات تحديد الثمن في السوق

يبني المستهلك قراره في الإقدام على شراء السلع والخدمات بالإعتماد على إمكانياته المادية مع الحرص على ألا يدفع فيها أكثر من قيمتها الحقيقية. وتؤدي الشروط التي تسمح لمقدم السلعة أو الخدمة بتحديد الثمن بإرادته المنفردة أو ترك هذا التحديد لمنتج السلع إلى إهدار مصلحة متلقي هذه السلع والخدمات، فالعقود المتداولة حاليا كثيرا ما تتضمن من الشروط ما يهدر توقعات المستهلكين ويسمح بتحديد الثمن من غير اعتبار لهذه التوقعات المشروعة. فهذه الشروط تعد مجحفة لأنها تترك المستهلك في حالة من القلق وعدم الثقة. فهو لا يستطيع معرفة ثمن السلعة أو الخدمة، كما أنه لا يستطيع أن يعدل عن التعاقد حتى

لو ارتفع الثمن بمقدار يزيد عن توقعاته. ويثور السؤال عند الرغبة في مواجهة مثل هذه الشروط على مدى كفاءة النصوص التشريعية التي وُضعت في ظل سيادة مبدأ سلطان الإرادة⁽¹⁾ المبني على مبدأ القوة الملزمة للعقد وخيارات المستهلك (الفرع الأول)، ومدى نجاعة تلك الحماية في ظل تعارض مبدأ سلطان الإرادة مع مقتضيات التعامل الحديثة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مبدأ القوة الملزمة للعقد و خيارات المستهلك.

من المسلمّ به أنّ للعقد قوة تلزم أطرافه الذين ارتضوه، إذ أن العقد يمثل شريعة المتعاقدين والأساس الذي يتعاملون من خلاله⁽²⁾، فهو يعتبر ملزماً للأطراف الذين أبرموه، ويشكل أساساً لتعاملهم. فلا يجوز نقضه أو تعديله لأي سبب كان إلا في حدود ما يسمح به القانون أو يقضي به اتفاق الأطراف. فالمادة 106 من القانون المدني الجزائري تنص على « **العقد شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه، ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين، أو لأسباب التي يقررها القانون** ». وهذا المبدأ ينطبق على العقود الخاصة دون العامة أي الإدارية التي تستقل السلطة العامة بتعديلها وإنهائها بدواعي المصلحة العامة مع التعويض.

في ظل القوة الملزمة للعقد فإن أيًا من الأطراف لا يستطيع أن يرجع عن العقد، فمتى تم التقاء الإيجاب بالقبول قام العقد وأن تنفيذه يصبح ملزماً ولا رجعة فيه. استناداً إلى ذلك فإن المستهلك متى أبرم عقداً للحصول على سلعة أو خدمة استهلاكية ما، إنما يلتزم بذلك العقد وبتنفيذه أيًا كانت الظروف، حتى ولو كانت السلعة أو الخدمة لا تفي بالغرض الذي يسعى إليه أو لا تنفيذه أصلاً أو كان الثمن مرتفعاً ولا يتوافق مع السلعة أو الخدمة

¹ عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 173.

² جمال النكاس، «حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي»، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، السنة 13، ع 2، 1989، صص 45-118.

المقتناة. في حين أن المستهلك كفرد لا تتوفر له القدرات الفنية والقانونية والوقت الكافي للتفكير في جميع ما يبرمه من عقود و صفقات للإستهلاك⁽¹⁾.

إضافة إلى ذلك، يقع على عاتق المتعاقد السهر على حماية حقوقه ومصالحه، وليس له الإدعاء بأنه قد خدع بوسيلة أو بأخرى من وسائل الدعاية والإعلان الحديثة، وليس له الإدعاء بأن إرادته قد شابها العيب نتيجة إهماله، الأمر الذي يلزمه بتنفيذ التزاماته، فلا يستطيع المطالبة بإبطال العقد نتيجة لتضرره فيما دفعه من ثمن لقاء تلك السلعة أو الخدمة المقتناة، إلا في حدود الوسائل التقليدية المتعلقة بعيوب الإرادة و متى توافرت شروطها.

إضافة إلى ذلك ما شهده العالم من تطور علمي هائل في كل المجالات، ومن تطور تكنولوجي خصوصا في مجال الإتصالات والمعلوماتية، وما صاحبه من تعاقد بوسائل الإتصال الحديثة عن بعد. إذ يبرز هنا الإختلاف بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني الذي يتعامل عادة بواسطة شبكة الأنترنت من خلال أحد المواقع الإلكترونية فيها أو عبر المحادثة والمشاهدة المباشرة بواسطة الشبكة أو بالبريد الإلكتروني مع محترفين في عرض السلع والخدمات وتسويقها، وغالبا ما يكون تعاقدهم بناء على عقود يجهزونها مسبقا، وليس على المستهلك إلا قبولها في ظل احتياجه للسلعة أو الخدمة. والمستهلك الإلكتروني يتعاقد على سلعة لم يرها كما هو حال المستهلك العادي في الغالب الأعم في تعامله، وهذا كفيل بأن يجعل المستهلك الإلكتروني عرضة للغش والإحتيال والإستغلال نظرا لضعف خبرته في هذا المجال التعاقدية. هذا فضلا عن المخاطر التي تصحب تسليم السلعة أو تقديم الخدمة وفق ما تمّ التعاقد عليه، وتنفيذ الإلتزام طبقا لمبدأ حسن النية⁽²⁾.

¹ جمال النكاس، مرجع سابق، صص 45-118.

² علي أحمد صالح المهدي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد 42، 2010، صص 175-232.

فقد يصدر رضا المتعاقد ولكنه في الواقع لا يعبر عن رغبته الحقيقية أو إرادته الفعلية، إما نتيجة تسرع منه أو إقدامه على التعاقد دون أن يتخذ الوقت الكافي للتأمل والتدبير. وإما نتيجة عدم خبرته بموضوع العقد ذاته خاصة في العقود التي تستهدف انتزاع رضا المتعاقد دون أن تتيح له فرصة التروي والتدبير مثل البيوع التي تتم في المنازل والبيوع الجبرية بالمراسلة والبيع عبر الشاشات والبيع بالكمبيوتر وغيرها.

ففي كل هذه الصور لا يستطيع المشتري أو المستهلك الأفراد بالإنسحاب والرجوع عن العقد أو إعادة النظر في العملية العقدية إعمالاً لمبدأ القوة الملزمة للعقد، فالعقد شريعة المتعاقدين لا يمكن التحلل منه بالإرادة المنفردة لأحد عاقيه. والنتيجة ستكون العلاقة العقدية بين طرفين أحدهما قوي والآخر ضعيف، وسينعدم التوازن في هذه العلاقة. إذ يعود سبب هذا الإختلال إلى العجز الذي يصيب إرادة المستهلك، ويمنعه من الوقوف على حقيقة الإجراءات والشروط التي يلتزم بها في ارتباطه العقدي مع المهني⁽¹⁾. فتمكين أحد المتعاقدين من فرض إرادته يجعل الطرف الآخر مجبراً على الإذعان دون نقاش بسبب الحاجة، ففي هذه الحالة لن يكون العقد إلا تعبيراً عن قانون الطرف القوي.

لذلك لا بد من تحرك المشرع لجعل القانون المدني يتفق مع هذا التطور لحماية المستهلك الذي يفترق إلى هذه الحماية في المبادئ العامة على غرار باقي التشريعات المقارنة، لتفادي ما يقع فيه المستهلك من أزمات وما يترتب عليها من أضرار إقتصادية وإجتماعية تنعكس في الأسرة والمجتمع بشكل عام. فلا بد من حماية المستهلك بمختلف الوسائل (أولاً)، خاصة إذا تعلق الأمر بموضوع مهم يتمثل في الثمن الذي يعد محلاً للعقد (ثانياً).

¹ مهدي منير، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة البحث والتكوين قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإقتصادية والإجتماعية، جامعة محمد الأول، وجدة، 2005، ص 160.

أولاً: التدخل لحماية المستهلك: نظراً لاتساع حجم طبقة المستهلكين، وتعاضم الحاجة لحمايتهم، فإن مفهوم الحماية و وسائلها قد تطور تطوراً هائلاً في الفترة الأخيرة. فلم يعد تدخل الدولة في العملية الإستهلاكية قاصراً على إيجاد الضمانات الضرورية لتوفير السلع ولمنع الإحتكار والتلاعب بالأسعار فحسب، بل توسع هذا التدخل ليشمل العديد من الخطوات والإجراءات والتنظيمات التي تحمي المستهلكين في كل شؤون العملية الإستهلاكية ومتطلباتها بدءاً بالسلعة الإستهلاكية ذاتها من حيث جودتها وثمنها ومواصفاتها، مروراً بالعقود التي تبرم للحصول عليها، وانتهاءً بالضمانات القانونية التي تكفل صيانة هذه السلع وأدائها للغرض المقصود منها عند الإستعمال⁽¹⁾.

إنّ الوسائل التي يتم اللجوء إليها في سبيل توفير الحماية للمستهلك في مجال الثمن يجب أن تكون عديدة ومتنوعة. منها ما يكون جنائياً ومنها ما يندرج ضمن القانون التجاري. وأخيراً فإن التطور المعاصر للحماية إنما يتجه للتوسع في تضمين قواعد القانون المدني كل الإجراءات والوسائل التي تقدم أكبر قدر ممكن من الضمانات للمستهلكين بعدما تأكد عدم كفاية القواعد التقليدية في تكريس هذه الحماية.

في هذا الإطار، ونظراً لاختلال التوازن التعاقدى ما بين أطراف العلاقة الإستهلاكية، تدخل المشرع بواسطة الحماية الجنائية بوضع أدوات قانونية فعالة لتحقيق الرّدع⁽²⁾، إذ نجد أن الحماية المقررة للمستهلكين في القانون الجنائي تتم عن طريق قمع الغش التجاري والإحتكار الذي يؤدي إلى إرتفاع الأسعار وكذا محاربة التهريب والمضاربة غير الشرعية والسوق السوداء والتحايل من خلال وضع عقوبات جنائية، والتي من شأنها ضرب كل من تسول له نفسه استغلال المستهلكين بطرق غير شرعية.

¹ جمال النكاس، مرجع سابق، ص 45-118.

² نبيلة بن عائشة، مدى فعالية النصوص القانونية في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الخامس، الحماية القانونية للمستهلك، كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدينة، يومي 16-17 ماي 2012، ص 02.

أما القانون التجاري فإنه يوفر الحماية للمستهلكين عن طريق وضع الأسس والإجراءات التي تنظم العمل التجاري على نحو تراعى فيه مصالح المستهلكين. فيلزم منتجي السلع باحترام مقاييس ومواصفات معينة تضمن للمستهلكين مصالحهم الاقتصادية وسلامتهم وصحتهم والانتفاع السليم بالسلعة. كما تلزم أيضا موزعي السلع بعدم اللجوء إلى الوسائل المغرية والمضلة للدعاية وجذب الزبائن إلى شراء سلع تخالف حقيقتها المواصفات المعلنة، وهو ما يؤثر تأثيرا مباشرا في ميزانية المستهلك ومدى النفقات الاستهلاكية التي يلتزم بها⁽¹⁾.

أما قواعد القانون المدني، فإنها بالرغم مما تتضمنه من قواعد خاصة بتحديد الثمن في عقد البيع إلا أنها غير كافية لتلعب دورا متميزا في وقتنا المعاصر، للتصدي للاختلال القائم في التوازن العقدي في إطار العقود المبرمة بين المحترفين والمستهلكين. فالمستهلك يحتاج إلى قواعد خاصة بإعلامه بشكل فعال وتوعيته وتوجيه إرادته على النحو الذي يمنع وقوعه في الخطأ عند إبرام العقود التي يسعى من خلالها إلى الحصول على سلع استهلاكية. ويتم ذلك من خلال إلزام البائعين والموزعين بإعلام المستهلكين الذين قد يتعاقدون معهم بكل ظروف العملية وبما تتضمنه من التزامات على عاتق المستهلك لاسيما إعلامهم بأسعار تلك السلع و كذا شروط البيع⁽²⁾.

كما أن قواعد القانون المدني تبدو قاصرة على حماية إرادة المستهلك لأنها لا تتوفر على الضمانات اللازمة لكي تكون تلك الإرادة حرة وسليمة وخالية من كل تقييد. فعقد الإستهلاك هو عقد قانوني يتكون من نفس الأركان التي تحددها نصوص القانون المدني، وفي نفس الوقت تضاف إليه نتيجة الفعل الذي يباشره المستهلك، وهي استنفاد القيمة الاقتصادية للسلعة أو الخدمة. وهو ما يعد شرطا لتطبيق مقتضيات قانون المستهلك،

¹ جمال النكاس، مرجع سابق، ص ص 45-118.

² مرجع نفسه، ص ص 45-118.

كامتداد للمفهوم التقليدي للعقد، نظرا لتمييز قواعده بخاصية المرونة، والتي تمكنه من التأقلم والتعايش مع مختلف المتغيرات الإقتصادية في شتى المجالات⁽¹⁾.

فمن هذا المنطلق، يجب تضيق المجال أمام البائع أو المنتج حتى لا يتحكم في العملية التعاقدية الإستهلاكية، فيمنع الأخير من تحديد الثمن بشكل مبالغ فيه قد ينتج عنه ضرر بمصالح المستهلك الإقتصادية. كما يجب أن يمنع من الشروط المجحفة في حق المستهلك سواء تعلق الأمر بطريقة الوفاء بثمن السلعة أو بتسليمها وصيانتها أو تعلق الأمر بالشروط الجزائية التي تطبق على المستهلك حال عجزه عن الوفاء بالتزاماته تجاه البائع، مما يؤدي إلى زيادة الأعباء والتكاليف على عاتق المستهلك⁽²⁾.

مما لا شك فيه أن قواعد وفروع القانون المختلفة إنما ترتبط ببعضها وتعمل سوية من أجل توفير الحماية والضمانات القانونية للمستهلكين، فلا يمكن الإعتماد على القواعد العامة دون سواها من أجل رعاية مصالح المستهلكين، بل يجب الإستجابة للتطورات الحاصلة في المجتمع وتكييف المنظومة القانونية وفقا لهذه المتغيرات بوضع قانون خاص يضمن حقوق ومصالح المستهلكين في مواجهة الأعوان الإقتصاديين.

ثانيا: الثمن محل العقد: عقد الإستهلاك، هو عقد يلتزم به التاجر أو المنتج أو المهني بأن ينقل إلى المستهلك ملكية سلعة أو منتج أو أداء خدمة في مقابل ثمن نقدي. فيتميز عقد الإستهلاك كعقد البيع في القانون المدني، بأن أحد المحلين المتبادلين فيه يجب أن يكون نقودا وهو الثمن. فهذا الأخير هو واحد من العناصر الموضوعية لعقد الإستهلاك، لذا يجب أن يكون مبلغا نقديا وبالتالي لا يغني عن النقود شيء آخر في العقد⁽³⁾.

¹ مهدي منير، مرجع سابق، ص 187.

² جمال النكاس، مرجع سابق، ص 45-118.

³ محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، مع دراسة تحليلية و تطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، د س ن، ص 104.

بالإضافة إلى الأركان العادية الضرورية لتكوين العقد المتمثلة في الرضا والأهلية والتي تكون محل فحص دقيق، فإنه لا يمكن الإستغناء عن عنصر الثمن. ففي غياب هذه الركيزة لا يمكن أن يعطى لعقد ما وصف البيع⁽¹⁾. كما أن وجوده يصلح لتمييز البيع عن غيره من العقود. فعند غياب الثمن، يمكن أن نكون بصدد هبة إذا انعدم المقابل أو مقايضة إذا كان المقابل يتمثل في مال آخر أو حصة في الشركة إذا كان المقابل هو الحصول على أسهم للشركة أو عقد مقابولة إذا كان الشيء المتنازل عنه يتمثل في تقديم خدمة.

بما أن عقد البيع يعتبر من عقود المعاوضة التي تكون فيها الإلتزامات متبادلة بين المتعاقدين، فإن الإلتزام الذي يقع على عاتق المشتري يتمثل في دفع الثمن. هذا الأخير الذي يُعد محل الإلتزام الواقع في ذمة المشتري والذي تُطبق عليه القواعد الخاصة بالمحل والمنصوص عليها في القانون المدني.

لا يكفي لإنعقاد البيع الإتفاق على نوع العقد و الشيء المبيع، بل يجب الإتفاق على ثمن الشيء ومقداره. فلا ينعقد البيع إذا عرض أحد الطرفين البيع بثمن معين فقبل الطرف الآخر الشراء بثمن أقل. مثلا إذا عرض البائع سيارته بمبلغ معين وقبل المشتري الشراء بثمن أقل لا ينعقد البيع ما دامت الإرادتين غير متفقتين. وإذا عرض المشتري ثمنا أكبر من الثمن الذي عرضه البائع، فإن عقد البيع ينعقد بأقل الثمنين لأن المشتري الذي يقبل الشراء بالثمن الأكبر يعتبر راضيا بالثمن الأقل⁽²⁾.

يكفي لإنعقاد عقد البيع أن يتم الإتفاق على المبيع والثمن وطبيعة البيع. أما بقية الشروط التي يمكن أن تكون موضوع إتفاق البائع والمشتري ليس من الضروري الإتفاق

¹ لحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دراسة فقهية وقانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة، أعمال تطبيقية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الرابعة، 2010، ص 29.

² محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 31.

عليها وقت إبرام عقد البيع. فالبيع ينعقد على الرغم من سكوت الطرفين عن كثير من الأمور. إذا ترك المتعاقدان بعض الأمور لمناقشتها بعد إبرام العقد. لا يؤثر ذلك على إنعقاد العقد. لكن إذا احتفظ أحدهما بمسألة معينة للإتفاق عليها فيما بعد فإن العقد لا ينعقد.

الفرع الثاني: حماية المستهلك في ظل تعارض مبدأ سلطان الإرادة مع مقتضيات التعامل الحديثة:

تتميز مرحلة ما قبل التعاقد باتساع دور الإرادة فيها⁽¹⁾. فالأصل في إبرام العقود هو مبدأ سلطان الإرادة الذي يعتبر أن العقود المبرمة بين أطراف متساوية تكون ملزمة لهم ولا يمكن لأحد أن يتدخل، فلا يحق للمشرع ولا للقضاء ولا حتى السلطة الإدارية إلا ما كان في حدود ضمان مشروعية هذه العقود وحسن تنفيذها وعدم إخلال أحد أطرافها بالتزاماته أو إذا كان أحد الأطراف يتعامل بشكل يخالف مبدأ حسن النية في التعامل.

إنّ مبدأ سلطان الإرادة يفترض أن كل الإلتزامات والنظم القانونية ترجع في مصدرها إلى الإرادة الحرة من جهة، ولا تقتصر الإرادة على أن تكون مصدر الإلتزامات، وإنما هي المرجع الأعلى فيما يترتب من آثار على هذه الإلتزامات من جهة ثانية. إذن فالإرادة الحرة هي التي تهيمن على جميع مصادر الإلتزام⁽²⁾.

من هذا المنطلق سأنتقل إلى مبدأ سلطان الإرادة وحماية إرادة المستهلك بإعتباره طرفاً ضعيفاً يحتاج إلى الحماية (أولاً)، وإلى مدى مساهمة نظرية عيوب الإرادة في حماية رضا المستهلك في مجال الثمن (ثانياً).

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 305.

² عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2006، ص 122.

أولاً: مبدأ سلطان الإرادة و حماية إرادة المستهلك في مجال الثمن: من المسلم به أن العقد ما هو إلا اتفاق مولد للإلتزام، يقوم بسبب ارتباط الإيجاب الذي يتمثل في العرض الذي يتقدم به أحد الأطراف بالقبول الذي يتمثل في موافقة الطرف الثاني النهائية. كما نصت على ذلك المادة 59 من القانون المدني الجزائري « **يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما دون الإخلال بالنصوص القانونية** ». كما أنه من المسلم به أن فكرة العقد كلها إنما تقوم على أساس حرية الإرادة التي يتمتع بها جميع الأطراف في العقد، حيث يقدم كل من أطرافه واعياً مختاراً على التعاقد لتحقيق مصالحه وإشباع حاجياته ومن ثم فإن تلك الإرادة الحرة للمتعاقدين هي التي تخلق العقد وما يترتب على ذلك من آثار.

ولما كانت الإرادة حرة و واعية، فإن على كل طرف في العملية التعاقدية أن يحرص على حماية نفسه ومصالحه حينما يتعاقد بحيث لا يختار من العقود إلا ما يتماشى مع مصالحه ورغباته ومدى قدرته على الإلتزام بنود العقد وتنفيذها دون عسر. وبالتالي عليه ألا يتوقع حماية خارجية لاسيما حين لا يتخطى المتعاقدون الآخرون حدود المشروعية في التعامل معه فيبرم العقد خال من الغش والإستغلال. وبهذا يكون مبدأ العقد شريعة المتعاقدين أساساً في التعامل دون حاجة لتعديله أو تهذيبه، فهو سبب قيام العقد وهو حاميهِ⁽¹⁾.

غير أن ما تعرضت له البشرية من تطور وتعقيد وظهور المخاطر وكثرتها من جهة، وخصوصية العملية الإستهلاكية وعدم التضحية بمصالحها أي بفئة المستهلكين وحقوقهم، من جهة أخرى، أدت إلى التوقف أمام هذا المبدأ الذي يؤدي الإلتزام به إلى الحد من فعالية القانون المدني لجهة المستهلك.

إن اختلال ميزان القوة في العلاقة التي تقوم بين المنتج أو البائع أو الموزع المحترف من جهة والمستهلك من جهة أخرى، جعل من غير الجائز أن يترك مجالاً واسعاً لتطبيق

¹ جمال النكاس، مرجع سابق، صص 45-118.

مبدأ العقد شريعة المتعاقدين على اعتبار أنه كاف لتحقيق مصلحة الأطراف. فلا يمكن للمستهلك بأي حال أن يقف ندا في علاقته مع التاجر أو المنتج الذي له من الخبرة والقدرة ما يؤهله للسيطرة على العقد، فيستغل ذلك المركز في فرض أسعار لا تتناسب مع القدرة الشرائية للمستهلك ولا مع قيمة السلعة في حد ذاتها. لذلك يجب وضع هذا المبدأ جانبا لجهة العلاقة الإستهلاكية.

عند إبرام أي عقد، يقوم التزام على عاتق أطرافه مفاده أن يتعامل الأطراف بصدق وصراحة وأمانة في مواجهة بعضهم البعض طبقا لمبدأ حسن النية في التعامل والذي نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 107 من القانون المدني الجزائري. ولكن هذا الإلتزام لا يكفي لتوفير الحماية الكافية للمستهلك، لأنه لا يراعي خصوصية العملية الإستهلاكية، وبالتالي لا يلزم المنتجين والموزعين بإعطاء معلومات إضافية للمستهلكين حتى يكونوا على بينة من العقود التي يبرمونها للإستهلاك وبحقوقهم والتزاماتهم.

إنّ هذا ما يوجب إعلام المستهلك وإعطائه صورة واضحة عن العقد الذي ينوي إبرامه وعن كل ما يحتويه هذا العقد من شروط والتزامات تلقى على عاتقه بالإضافة إلى إعلامه عن السلعة أو الخدمة محل العقد من حيث استخدامها وصيانتها وإصلاحها. وبالتالي إغلاق الباب أمام المنتج أو الموزع المحترف الذي يسعى إلى استغلال ما يتمتع به من قدرات وإمكانات للهيمنة على العلاقة الإستهلاكية والعقد الذي يبرم بشأنها. وذلك عن طريق منعه من إدراج شروط تعسفية يكون المستهلك ضحيتها.

إن التطور الإقتصادي والتكنولوجي واعتماد الآلة في الإنتاج، ساعد على إنتاج متدفق من السلع والخدمات بالإضافة إلى تزايد عدد المستهلكين⁽¹⁾. كما أن توالي الإختراعات وعدم مجارة المستهلك وملاحقته لهذه التطورات وبعد دخول بعض المواد المصنعة في صناعة

¹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص322.

وحفظ المواد الإستهلاكية، جعلت من قواعد القانون المدني وخاصة النصوص المتعلقة بالإعلام غير كافية لحماية المستهلك. ومن ثم ازدادت الحاجة إلى نصوص واضحة وصريحة تفرض على المنتج أو الموزع التزاما واضحا ومحددا بإعلام المستهلك بشكل عام عن جميع المعلومات التي تتضمنها العملية الإستهلاكية من حيث محلها والعقد الذي يبرم في شأنها⁽¹⁾ وعن الشروط التعسفية.

فالواقع العملي يزخر بالعديد من الأمثلة لهذه الشروط في إطار العقود المبرمة مثل: شرط استحقاق كل الأقساط المتبقية على المشتري من البيع بالتقسيط في حال تأخر هذا الأخير عن الوفاء بأحد الأقساط وشرط التنازل المسبق عن المطالبة بالتعويض عما يصيب المستهلك من ضرر مادي أو معنوي بسبب عيب في السلعة، بسبب حاجة المستهلك لهذه السلعة. وكذلك الشرط الذي ينص على إعفاء البائع من كل أو بعض التزاماته في مواجهة المستهلك والتي تضمنها القواعد العامة في التعاقد، كالإلتزام بنقل الشيء المبيع وتسليمه للمشتري في موطنه أو الإلتزام بصيانة المبيع والإلتزام الذي يعطي البائع السلطة المطلقة في تعديل ثمن المبيع دون حاجة لموافقة المشتري متحججا بالظروف الإقتصادية. فكل هذه الشروط لها تأثير بالغ في قرار المشترك بالشراء بالسعر الذي يحدده العون الإقتصادي طالما أن المستهلك لا يملك بديلا في هذا الشأن.

ثانيا: مدى مساهمة نظرية عيوب الإرادة في حماية رضا المستهلك: يمكن التمييز بين ثلاثة فروض للرضا. يتناول الفرض الأول، الحالات التي ينعدم وجوده فيها. ويكون طبيعيا بالأّ يتحقق للعقد تبعا لذلك أي وجود قانوني. بينما يتناول الفرض الثاني، الحالات التي يتحقق فيها للرضا وجود صحيح مستوف لكامل شروطه، وفيها يترتب للعقد وجودا قانونيا مرتبا لآثاره، أما الفرض الثالث فهو ذلك الذي يتعلق بوجود الرضا، ولكن بصورة معيبة. فلا

¹ JOURDAIN Patrice, Le devoir de se renseigner, Recueil Dallaoz, 1983, chron, I, p 139.

يحول ذلك دون إبرام العقد ونفاذه متى توافرت له أركانه الأخرى، إلا أنه لا تترتب له نفس الآثار التي يربتها الرضا الصحيح. فالرضا يمثل قوام العقد وأساسه بوصفه أهم أركانه، لذا فقد عمد المشرع إلى تنظيم هذا الركن الهام من أركان العقد تنظيمًا مفصلاً ودقيقاً. فأفرد له من الشروط والقيود ما يأمل به توافره لحظة إبرام العقد بصورة صحيحة وخالية من العيوب، عملاً على تحقيق كل من اعتبارات العدالة وابتزان العقود، فنشأت نظرية عيوب الإرادة، التي من بين أهم نتائجها السماح للمتعاقد الذي شاب إرادته عيب من عيوبها طلب إبطال العقد⁽¹⁾.

تأثرت المبادئ التقليدية التي كانت تفترض وجود تكافؤ بين طرفي العقد بالتطور العلمي والتكنولوجي، ليحل محلها اهتمام فقهي وتشريعي وقضائي يهدف إلى حماية المتعاقد الأقل خبرة أو قدرة على الصعيد الإقتصادي أو الفني أو القانوني. فكان من الطبيعي أن يفرز هذا التطور صوراً غير مألوفة في التعاقد، كان القصد منها بصفة أساسية العمل على تسهيل إجراءات التعاقد من خلال وسائل عديدة يوفر بها عامل السرعة في المعاملات. والتي كثيراً ما يقع المستهلك ضحية لها، فيندفع إلى التعاقد دون ترو أو تدبر، حيث يكشف بعد إبرام العقد أن تعاقدته هذا قد جاء على غير رغبته الحقيقية وغير محقق لمصالحه، ومثال ذلك العقود النموذجية التي تتميز بوضع بنودها مسبقاً قبل التوقيع عليها.

يظهر نوع من التشابه بين أهداف نظرية عيوب الإرادة مع ضرورات حماية المستهلك، لأن عيوب الإرادة تنشأ بصفة عامة كأثر من آثار التعاقد الذي يتم دون التعرف على عناصر العقد و شروطه، أو الوقوف على مدها وآثاره، والتي في جانبها الآخر نتيجة عملية لاختلاف القدرة والكفاءة بين أطراف العقد. لاسيما عندما يكون أحدهما محترفاً

¹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 333.

والآخر مستهلكا، وبالتالي فإن معالجة تلك العيوب من خلال هذه النظرية تعمل على إزالة الآثار الضارة للمعاملات الحديثة⁽¹⁾.

غير أن محدودية هذه النظرية لم يكن ليُجعل لها دورا كبيرا في تحقيق حماية موضوعية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد. ومثال ذلك تلك الحالات التي يكون فيها رضا المتعاقد خاليا من عيوب الإرادة المنصوص عليها في القانون المدني، ولكنه لا يعبر في الواقع عن رغبته الحقيقية، سواء تم ذلك نتيجة لتسرع منه وعدم اتخاذه الوقت الكافي للتدبر أو للتأمل أم لغير ذلك من الأسباب⁽²⁾.

إضافة إلى ذلك، فإنه من الناحية الواقعية، تمسك المستهلك بإبطال العقد لا يحقق هدفه المأمول من التعاقد، فهو لم يقدم على إبرام العقد لكي يعود ويطلب بإبطاله، فهدفه الأساسي هو الحصول على تلك السلعة أو الخدمة التي اتجهت إرادته للحصول عليها وهو الأمر الذي لم يتحقق في الواقع. فبناء على ذلك كله تبدو نظرية عيوب الإرادة قاصرة على حماية المستهلك.

المطلب الثاني: إخضاع الثمن لقواعد خاصة

نظرا للأهمية التي يمثلها المال في العملية الإقتصادية وبناء دولة قائمة على أسس متينة خاصة في المجال الإقتصادي والإجتماعي، فقد تعددت القوانين التي تحكم أسعار المواد والمنتجات الإستهلاكية في الجزائر وذلك تبعا للظروف والمتغيرات الحاصلة في المجتمع. فبالرغم من أن هذا الجانب يغلب عليه الطابع الإقتصادي، إلا أن تدخل الدولة بموجب نصوص قانونية، يُعد أمرا ضروريا ومطلوبا من أجل تنظيم ثمن بيع السلع والخدمات، وضمان تكريس الحقوق لدى الأطراف المتدخلين في تلك العمليات الإقتصادية.

¹ حسن عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 60.

² عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 335.

ويظهر ذلك جليا من خلال تعدد المراحل التي مر بها هذا التنظيم للثمن (الفرع الأول)، واختلاف مضمون القواعد الخاصة المحددة للثمن (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مراحل تكريس الثمن بموجب قواعد خاصة:

في البداية استوتحت الجزائر نظام الأسعار من تجربة اقتصاديات دول أوروبا الشرقية،⁽¹⁾ وكان أساسه التحديد الإداري للثمن (أولا)، غير أن هذا النظام اعترض تطبيقه العديد من العقبات وخضع لتعديل متواصل وأصبح السوق هو المحدد للثمن (ثانيا).

أولا: التحديد الإداري للثمن: عند بداية تنظيم الأسعار في الجزائر لعمليات المبادلات التجارية، وفي ظل إحتكار الدولة لمختلف الأنشطة الاقتصادية تم إعتماد نظام تدخل الإدارة لتحديد كيفية تطبيقه، والذي يمكن إظهاره في ثلاثة مراحل هي:

- مرحلة الستينات (1)

- مرحلة السبعينات (2)

- مرحلة الثمانينات (3)

1- مرحلة الستينات: خلال هذه المرحلة عمدت الدولة الجزائرية إلى الإستمرار بالعمل بالقوانين الفرنسية بعد الإستقلال مباشرة كمرحلة إنتقالية، إلا ما تعارض منها مع السيادة الوطنية طبقا للقانون رقم 62-157⁽²⁾، وهو ما انطبق على الأسعار حيث استمر العمل

¹ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 505.

² صدر هذا النص باللغة الفرنسية على النحو التالي:

Loi n° :62-157 du 31 décembre 1962 tendant à la reconduction jusqu'à nouvelle ordre de la législation en vigueur au 31 décembre 1962, JORADP, n°02 du 11 janvier 1963.

و قد تم إلغاؤه بموجب الأمر رقم 73-29 مؤرخ في 5 يوليو سنة 1973، يتضمن إلغاء القانون رقم 62-157 المؤرخ في 31 ديسمبر سنة 1962 والرامي إلى التمديد حتى إشعار آخر، لمفعول التشريع النافذ إلى غاية 31 ديسمبر سنة 1962، ج ر عدد 62 صادر في 3 غشت سنة 1973.

بالأمر الفرنسي رقم 45-1483 الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بالأسعار والأمر الفرنسي رقم 45-1484 الصادر في 30 جوان 1945، المتعلق بمتابعة وقمع الأفعال المخالفة للتشريع الإقتصادي⁽¹⁾، وقد صدر هذان الأمران في فرنسا ضمن ظروف إقتصادية هشة عاشتها فرنسا خاصة بعد نهاية الحرب العالمية الثانية حيث أن النظام الليبرالي المنتهج لم يعد قادرا على مواجهة تلك الظروف الصعبة. لذلك تم اللجوء إلى إنشاء تنظيم خاص بالأسعار من خلال إصدار الأمر 45-1483⁽²⁾ الذي منح للحكومة صلاحية القضاء على ارتفاع الأسعار من خلال التدخل بإصدار قرارات ملزمة في مجال تنظيم الأسعار⁽³⁾، كما أن مخالفة هذا الأمر يعرض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في الأمر رقم 45/1484.

فمع تبني الجزائر للخيار الإشتراكي لتسيير أمور الدولة أقر الدستور الجزائري الأول الصادر سنة 1963⁽⁴⁾ هذا الخيار وجعله النهج الذي تستمد منه الأحكام المنظمة لمختلف المجالات في الدولة. وتبعاً لذلك تم إصدار مجموعة من التشريعات والتنظيمات القانونية المتعلقة بالأسعار والتي كانت في مجملها تصب في تبني التحديد الإداري للأسعار ويتعلق

¹ - Ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix, www.legifrance.fr

- Ordonnance n° 45-1484 du 30 juin 1945 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique, www.Legifrance.fr.

² ينص هذا الأمر على تدابير رئيسية لتحديد السعر الأدنى أو السعر الأقصى وهوامش الربح وإشتراطات التخفيض و الزيادة... إلخ. كما ينص أيضا على تدابير مكملة كالإجراءات المرافقة للتدابير الرئيسية و التي تمكن من تطبيقها و تسهل مراقبة تنفيذها. أنظر بوقطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2013، ص 13.

³ CALAIS- AULOY Jean, STEINMETZ Frank, Droit de la Consommation, 6^{ème} édition, Dalloz, 2003, p339.

⁴ فالمادة 10 منه أكدت على الأهداف الأساسية للجمهورية الجزائرية المتمثلة في تشييد مجتمع إشتراكي، ومقاومة ظاهرة استغلال الإنسان لأخيه الإنسان. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ج ر العدد 64 صادر في 10 سبتمبر 1963.

الأمر ب: - المرسوم رقم 66-112 الصادر بتاريخ 12/05/1966 المتضمن تثبيت هوامش الربح عند تجارة الجملة و التجزئة للمواد المصنعة محليا⁽¹⁾.

- المرسوم رقم 66-113 المتضمن تحديد أسعار المنتجات المستوردة و المعاد بيعها على حالها⁽²⁾.

- المرسوم رقم 66-114 المتضمن المنتجات والخدمات الموضوعة تحت نظام التصديق على الأسعار⁽³⁾.

2- مرحلة السبعينات: أهم ما ميز هذه المرحلة هو صدور الأمر رقم 75-37 بتاريخ 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار⁽⁴⁾، إذ يعتبر النص الأساسي للتشريع الوطني في مجال تنظيم الأسعار. حيث تم فيه تحديد الإطار والنصوص الأساسية لسياسة الأسعار، وبيان مختلف أسس تحديد الأسعار لجميع السلع والخدمات ومعالجة جميع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار⁽⁵⁾. وقد تضمن هذا الأمر أربعة أنظمة للأسعار وهي:

¹ مرسوم رقم 66-112 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966، يتضمن الشروط العامة لتحديد أسعار المنتجات من الصنع المحلي، ج ر العدد 39، صادر في 17 مايو سنة 1966. (ملغى)

² مرسوم رقم 66-113 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966، يتعلق بتحديد أسعار المنتجات المستوردة والمعاد بيعها على حالها، ج ر العدد 42 صادر في 27 مايو 1966. (ملغى)

³ مرسوم رقم 66-114 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966 بالمنتجات والخدمات الموضوعة تحت نظام التصديق على الأسعار، ج ر العدد 42 صادر في 27 مايو 1966. (ملغى)

⁴ أمر رقم 74-37 مؤرخ في 29 أبريل سنة 1975، يتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، ج ر العدد 38 صادر في 13 مايو سنة 1975. (ملغى)

نشير إلى خطأ وقع في إصدار هذا النص بالجريدة الرسمية باللغة العربية، فعوض كتابة أمر رقم 75-37 تم تدوين أمر رقم 74-37، وهو خلاف ما ورد في إصدار النص في الجريدة الرسمية باللغة الرسمية، حيث تم كتابة 37-75 n° ordonnance. وعليه فالصحيح هو الأمر رقم 75-37 وليس الأمر رقم 74-37.

⁵ بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 18.

أ- **الأسعار الثابتة:** والتي تطبق على السلع والخدمات التي تستفيد من تعويضات خلال مدة محددة، ويتم تحديد قائمة هذه السلع والخدمات بموجب مرسوم، وهي تخص تلك السلع والخدمات ذات الإستهلاك الواسع.

ب- **الأسعار الخاصة:** تطبق على المواد والخدمات الموجهة للإستهلاك الأسري، والمواد الأولية، ومواد التجهيز الخاصة بالمؤسسات.

ج- **الأسعار المستقرة:** تطبق على بعض المواد التي حدد سعرها في مستوى مستقر وثابت وهي تمس مواد البناء.

4- **الأسعار المراقبة:** تطبق على كل السلع والخدمات التي لا تخل في أحد أنظمة الأسعار الثلاثة السالف ذكرها.

يتضح من خلال الأمر رقم 37-75 أن الوسائل المستعملة لضبط تكوين الأسعار تتمثل في تحديد هوامش الربح والتسعير والتصديق وفي تحديد السقف الأعلى⁽¹⁾، وقد كان يُعول على هذا النظام في العمل على التحكم في الأسعار وتوجيهها ومراقبتها غير أن هذه الوسائل لم تمنع من ارتفاع الأسعار، ولم يعد يُتحكم في مؤشر الأسعار، وارتفع بصورة سريعة⁽²⁾، وقد أدى الأخذ بنظام مراقبة الأسعار إلى تضخم خانق نشأ عنه عدد هائل من مخالفات تنظيم الأسعار.

ج- **مرحلة الثمانينات:** من أجل تصحيح الإختلالات الواردة في المرحلة السابقة، جاءت هذه المرحلة لإعادة تنظيم سياسة الأسعار وذلك بإعطاء السعر دوره الحقيقي كوسيلة للتعديل

¹ BALI Hamid, Inflation et mal Développement en Algérie, OPU, Alger, 1993, p 96.

² أدى عدم توفر كميات كافية لبعض المنتجات إلى ارتفاع قياسي في أسعارها، كما هو الحال للبطاطا 100%، الخضر والفواكه 80%، اللحوم 30%. أنظر: محمد بودالي، مرجع سابق، ص 506.

الإقتصادي، من خلال تنمية القواعد الإقتصادية بصورة دائمة وبشكل مرتبط مع تكوين الأسعار، مع ضرورة إحترامها من طرف جميع المتعاملين الإقتصاديين⁽¹⁾.

خلال هذه المرحلة، تم وضع نظام للأسعار يهدف إلى تحقيق التوازن في السوق، وفقا لآلية العرض والطلب، ولكن بالرغم من ذلك استمرت الحكومة في العمل على تحديد أسعار بعض المنتجات.

على الرغم من الإمكانيات والوسائل القانونية والإقتصادية المسخرة في هذه المرحلة، فإن الدولة لم تتمكن من فرض الرقابة الصارمة على أسعار السلع و الخدمات الإستراتيجية، إذ غالبا ما كانت المؤسسات العمومية تنتج أقل من قدرتها الإنتاجية مما أدى إلى عجزها عن تلبية جزء هام من الطلب، وهو ما تسبب في ندرة السلع. كما أن هذا الإختلال بين العرض و الطلب كان سببا في تكوين سعر مزدوج أو موازي في مقابل السعر الرسمي فأدى ذلك إلى نشوء السوق الموازية التي تمتاز بأسعار مرتفعة⁽²⁾.

أما الأسباب الخارجية فتمثلت في انخفاض أسعار البترول إلى أدنى مستوى مما أثر سلبا على الحياة الإقتصادية والإجتماعية في الجزائر، وانهيار المعسكر الشرقي وإدخال الإصلاحات الإقتصادية في البلدان الإشتراكية. فأدت كل هذه العوامل والمشاكل إلى حدوث أزمات عديدة في الجزائر أهمها أحداث 05 أكتوبر 1988، مما دفع بالحكومة الجزائرية إلى القيام بحزمة إصلاحات إقتصادية وسياسية عميقة تمس جميع المجالات⁽³⁾.

ثانيا: إخضاع الثمن لقواعد السوق: بعد تبني الجزائر لمجموعة من الإصلاحات عقب الأزمة التي عاشتها في الثمانينات، تجسدت تلك الإصلاحات في المنظومة القانونية

¹ خبابة عبد الله، سياسة الأسعار في إطار العولمة الإقتصادية، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دالي إبراهيم، 2006، ص 188.

² MILOUDI Boubaker, La Distribution en Algérie, OPU, Alger, 1994, p148.

³ بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 22.

كان أبرزها صدور دستور 1989⁽¹⁾ الذي ألغى مناهج النظام الإشتراكي، وكل المسارات المندرجة ضمنه. ونص لأول مرة في المادة 49 منه على مبدأ حرية التملك تمهيدا لإرساء نظام إقتصادي حر. وتلته فيما بعد ترسانة قانونية تدعم وتكرس هذا الإختيار الإيديولوجي لاسيما دستور 1996. أما ما يتعلق بتنظيم الأسعار، فقد صدرت مجموعة من القوانين من أجل ضبطها منها:

- 1- القانون رقم 89-12⁽²⁾، جاء هذا القانون من أجل تنظيم السوق الوطنية بما يتماشى مع تلك المرحلة التي تميزت بالإنقال من إقتصاد مسير إداريا إلى إقتصاد حر وتنافسي، لذلك لم يفتح المجال بصفة كاملة لقواعد السوق.
- 2- الأمر المتعلق بالمنافسة⁽³⁾، وقد صدر هذا الأمر استكمالا لمتطلبات بناء الإقتصاد الوطني القائم على الإيديولوجية الليبرالية، وتهيئة المناخ الملائم للمنافسة. لذلك يعتبر هذا الأمر أول قانون ينص صراحة على مبدأ حرية الأسعار، حيث تنص المادة 04 منه على أنه: « تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة».

لقد تم تنظيم قواعد المنافسة الحرة وسبل ترقيتها بموجب الأمر رقم 95-06، الذي كرس مقومات إقتصاد السوق الذي يُبنى على حرية الأسعار التي تشكل الجانب الأساسي لحرية المنافسة. ومن بين المبادئ الأساسية التي جاء بهذا الأمر هي مبدأ حرية الأسعار ومبدأ شفافية المعاملات التجارية و مبدأ نزاهة المعاملات التجارية. أين تكون قواعد السوق القائمة على قانون العرض والطلب الفيصل في تحديد الأسعار.

¹ دستور 23 فبراير سنة 1989 الصادر بموجب مرسوم رئاسي رقم 89-18 مؤرخ في 28 فبراير سنة 1989، ج ر عدد 9 صادر في أول مارس سنة 1989.

² قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 يوليو سنة 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29 صادر في 19 يوليو سنة 1989. (ملغى)

³ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09 صادر في 22 فبراير سنة 1995. (ملغى)

إن تحديد الأسعار القائم على قواعد المنافسة الحرة وقواعد السوق لا بد أن يُمارس في إطار تكريس مبدأ حرية التجارة، فلا يمكن التطرق إلى حرية التجارة للمؤسسة الخاصة ما لم يُسمح لها بتحديد أسعار منتجاتها بنفسها ورسم سياستها التنافسية بمفردها بعيدا عن أي تدخل من طرف الدولة. وما يُلاحظ في الأمر رقم 06-95 أنه صدر في محيط إقتصادي لا يقوم على مبدأ الحرية الإقتصادية، وبالتالي لم تكن هناك أرضية لتطبيقه. وهو ما أوجد ثغرة قانونية⁽¹⁾، ولتدارك هذا الوضع تم النص صراحة على مبدأ حرية التجارة والصناعة بموجب المادة 37 من دستور 1996⁽²⁾.

2- قانون المنافسة الجديد⁽³⁾، صدر هذا الأمر لتدارك النقص المسجل في الأمر رقم 06-95 حيث تم إلغاء بعض أحكامه واستبقى على البعض الآخر، لاسيما حرية المنافسة وتكريس مبدأ حرية الأسعار. وكما رأينا سابقا فإن قانون المنافسة الجزائري لم يظهر ويتطور إلا بعد انتهاج الجزائر لنظام اقتصادي حر تكون المنافسة داخله إحدى مقوماته، وحفاظا على المنافسة الحرة و ترقيتها في إطار اقتصاد السوق، تم إنشاء لأول مرة مجلس المنافسة سنة 1995 بموجب الأمر رقم 06-95 الملغى وعُوض بالأمر رقم 03-03 حيث فصل المشرع بين الممارسات التجارية، والتي أفرد لها قانونا خاصا بها هو القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽⁴⁾، وخصص قانون المنافسة للأحكام المتعلقة بمبادئ المنافسة والهيئة المشرفة على تطبيق

¹ بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 27.

² دستور 28 نوفمبر 1996، مرجع سابق.

³ أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 صادر في 20 يوليو سنة 2003، معدل و متمم.

⁴ قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 صادر في 27 يونيو سنة 2004، معدل و متمم.

قواعده، ممثلة في مجلس المنافسة وقد أجريت بعض التعديلات على الأمر رقم 03-03 بموجب كل من القانون رقم 08-12⁽¹⁾ والقانون رقم 05-10⁽²⁾.

3- إصدار قانون لتنظيم الممارسات التجارية⁽³⁾: أمام قصور أحكام الأمر رقم 95-06 السالف الذكر لاسيما فيما يخص الأحكام المتعلقة بحفظ السلع المحجوزة، والأحكام الخاصة ببيع أو التنازل عن السلع سريعة التلف المحجوزة، والأحكام المتعلقة بإتلاف السلع المستوردة أو المصنعة عن طريق الغش، وكذا قصور في الأحكام المتعلقة بالغلق الإداري وعدم تطبيق العقوبات على بعض الممارسات غير النزيهة. ونتيجة لما فرضته المتطلبات الاقتصادية من ضرورة وضع آليات عمل السوق في إطار شفاف، بغية توفير أكبر ضمان وحماية لمصالح المستهلكين والأعوان الاقتصاديين ضحية الممارسات التجارية غير الشرعية. ومن أجل تخطي النقائص الناتجة، تم إصدار قانون يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لضبط المراقبة الفعالة للسوق الوطني، نتيجة انتشار ما يعرف "بالسوق الموازية"، التي أدت إلى ظهور الممارسات التجارية غير الشرعية. وبالمقابل تم إصدار أحكام تنظيمية من أجل ضبط تلك الممارسات التجارية وتطبيق العقوبات على الممارسات غير الشرعية.

لقد حاول المشرع من خلال القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أن يضع آليات من أجل ضبط النشاط التجاري، دون المساس بمبدأ حرية الاقتصاد. وذلك من خلال تعزيز اختصاصات الدولة في مكافحة ممارسات المضاربة بكل أشكالها ومعاقبة المخالفات المتعلقة بها. كما أن القضاء الإقتصادي العالمي يتطلب التوجه نحو الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة و الذي لا يتحقق إلا عن طريق تكييف

¹ قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 صادر في 2 يوليو سنة 2008.

² قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 صادر في 18 غشت سنة 2010.

³ قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل و يتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 46 صادر في 18 غشت سنة 2010.

التشريعات الوطنية مع المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية، وما تفرضه الممارسات التجارية النزيهة والشريفة⁽¹⁾.

الفرع الثاني: مضمون القواعد الخاصة المحددة للثمن

يخضع ثمن السلع والخدمات المقدمة لمجموعة متناثرة من القواعد الخاصة التي تنص على كيفية تحديده. فتارة يكون بطريقة حرة وبتوافق إرادة الأطراف أو بالخضوع لمنطق العرض و الطلب الذي يحدده السوق. وتارة أخرى يتدخل المشرع لفرض ثمن معين يجب الإلتزام به أثناء عملية البيع. ومن بين القواعد الخاصة المحددة للثمن تلك المنصوص عليها في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (أولاً)، وكذلك الواردة في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (ثانياً).

أولاً: ضرورة التقيد بقواعد المنافسة: إن مفهوم اقتصاد السوق لا يعني غياب السلطات العمومية، بل بالعكس عليها أن تسهر على السير الحسن للسوق عن طريق حماية قواعد المنافسة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين⁽²⁾، فلقانون المنافسة علاقة وطيدة بحماية المستهلك، إذ يهدف أساساً لحمايته وإشباع حاجياته ورغباته بأقل تكلفة. وعليه لا بد من احترام مبدأ حرية الأسعار⁽¹⁾، والإلتزام بالأسعار المقننة⁽²⁾ وكذا عدم اللجوء إلى ممارسات مقيدة للمنافسة⁽³⁾.

1- احترام مبدأ حرية الأسعار: تنص المادة 04 من الأمر رقم 03-03 على أنه: «**تحدد أسعار السلع و الخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة و النزيهة.**

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما و كذا على أساس قواعد الإنصاف و الشفافية، لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي:

¹ مغربي قويدر، «أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية»، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 08، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012، صص 89-94.
² عبدالله لعويجي، حمزة بوخروبة، اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري، الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، يومي 03 و 04 أفريل 2013، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة، غير منشور.

- تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج و التوزيع و تأدية الخدمات و استيراد السلع لبيعها على حالها،

- هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع و توزيعها أو تأدية خدمات،

- شفافية الممارسات التجارية»⁽¹⁾.

يتبين من نص هذه المادة أن الأسعار تُحدد بشكل حر لكن بشرط احترام قواعد المنافسة وأسسها، خاصة ما يتعلق منها بالنزاهة. لأن المنافسة الحرة هي إحدى طرق التنظيم الإجتماعي الذي يفرض على الأعوان الإقتصادييين مناهج ومفاهيم محددة قانوناً بهدف تشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي وتحسين طرق الإنتاج وتوزيع المواد النادرة بطريقة عقلانية مما يؤدي إلى توسيع المبادلات التجارية و تحقيق الإزدهار على الأصعدة الإقتصادية والإجتماعية بما يخدم التطور الإقتصادي، وعليه فالمنافسة هي منهج متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الإقتصادي والإجتماعي⁽²⁾.

يخضع تحديد الأسعار في ظل إقتصاد السوق إلى القواعد التنافسية من جهة، وإرادة الأطراف المتعاقدة فيما بينها من جهة أخرى، والتي تخضع للقواعد العامة في تحديد الثمن. إن الأصل في العقود الملزمة للجانبين هو التفاوض وتطابق الإرادتين، وعليه يحدد السعر من الطرفين أو الأطراف المتعاقدة وذلك دون إهمال نقطة أساسية ألا وهي توسيع نطاق الحرية وتقليص صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في آن واحد⁽³⁾.

2- الإلتزام بالأسعار المقننة: تنص المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم⁽¹⁾ على أنه: «تطبيقاً لأحكام المادة 04 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش و أسعار السلع

¹ تنص المادة 04 قبل تعديلها بالمادة 3 من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010 والمتعلق بالمنافسة على أنه: «تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتماداً على قواعد المنافسة غير أنه يمكن أن

تقيّد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 05 أدناه».

² محمد الشريف كتو، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 03. (غير منشور).

³ بوخاري لطيفة، تدخل الدولة في تحديد الأسعار و آثاره على المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص 12.

و الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

- تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع و الخدمات أو تسقيفه أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية و ذلك للأسباب الرئيسية الآتية:
- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الإستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق.
 - مكافحة المضاربة بكل أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.
- كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكار الطبيعية»⁽²⁾.

¹ أنظر المادة 04 من القانون رقم 05-10 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المعدلة للمادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

² نصت المادة 05 قبل التعديل بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 19 يوليو 2003 على مايلي: « يمكن تقنين أسعار السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي عن طريق التنظيم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

كما يمكن اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها لاسيما في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكارات الطبيعية.

تتخذ التدابير الإستثنائية عن طريق التنظيم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر قابلة للتجديد بعد أخذ رأي مجلس المنافسة».

وقبل ذلك، خضعت هذه المادة للتعديل بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 حيث كانت تنص على أنه: « يمكن تقنين أسعار السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

كما يمكن اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكارات الطبيعية.

تتخذ التدابير الإستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة».

يتبين من خلال هذا النص أن الدولة تتدخل لفرض أسعار معينة لحماية لمصلحة المستهلك كلما دعت الظروف الإقتصادية إلى ذلك.

3- عدم اللجوء إلى ممارسات مقيدة للمنافسة

تطرق المشرع للممارسات المقيدة للمنافسة من خلال الفصل الثاني من الباب الثاني من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، حيث أورد فيما يخص تحديد الثمن مايلي: الإتفاقات التي تهدف إلى عرقلة تحديد الأسعار(أ)، التعسف في وضعية الهيمنة(ب)، الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى(ج)، البيع بأسعار مخفضة تعسفا(د).

أ- الإتفاقات التي تهدف إلى عرقلة تحديد الأسعار: تنص المادة 6 الفقرة 6 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم على أنه: «تحظر الممارسات و الأعمال المدبرة و الإتفاقيات و الإتفاقات الصريحة أو الضمنية التي تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى:

...عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار

أو انخفاضها»⁽¹⁾.

¹ يقابل هذه المادة في التشريع الفرنسي:

Article L420-1, modifié par Loi n° 2001- 420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles réglementations économiques -art.52 JORF 16mai 2001:

« Sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France, lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions, notamment lorsqu'elles tendent à :...

2° Faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ». www.legifrance.fr

تتمثل الإتفاقيات التي تهدف إلى تحديد الأسعار في جميع الممارسات التجارية التقييدية المتعلقة برفع أو خفض أو تثبيت الأسعار المحققة لهذه النتيجة سواء تعلق موضوع الإتفاق بالسلع أو الخدمات. إن غاية تلك الإتفاقيات هي تعطيل المجرى الطبيعي للسوق من خلال العرض والطلب، حيث يكون مضمون هذا الإتفاق هو تنازل التجار عن استقلاليتهم وسلطتهم التقديرية في وضع الأسعار المناسبة تبعاً لتكاليف الإنتاج.

يهدف إتفاق تحديد الأسعار إلى عرقلة المنافسة أو الحد منها أو القضاء عليها من خلال الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه ويتم على مستويين: أفقي وعمودي. حيث يكون إتفاق تحديد الأسعار أفقياً بين مؤسسات متنافسة مثل إتحادات التجار التي تتبادل المعلومات عن السعر فيما بينها أو من طرف أعضاء مهنة معينة، بينما يكون إتفاق تحديد الأسعار عمودياً بين مؤسسات غير متنافسة مثل إتفاق التوزيع الذي يكون غالباً في إطار وضعية التبعية الإقتصادية أين يهدف هذا الإتفاق إلى الحد من الحرية التنافسية للموزعين، وغالباً ما يتجسد في شكل فرض تحديد سعر إعادة البيع أو فرض الحد الأدنى لسعر إعادة البيع أو إقتراح سعر إعادة البيع⁽¹⁾.

يظهر تحديد سعر إعادة البيع من خلال لجوء بعض المؤسسات في مستويات مختلفة في تركيبة السوق إلى فرض سعر إعادة البيع للمنتجات والخدمات التي تقدمها على الموزعين والزامهم بالتقيد بها⁽²⁾، بينما يظهر فرض الحد الأدنى لسعر إعادة البيع في الحالة التي يضع فيها المنتج سعر معين لسلعة ما ويلزم الموزع بالألا يبيع بسعر أدنى منه. أما إقتراح سعر إعادة البيع، فيظهر عندما تقوم المنظمات المهنية بإقتراح أسعار معينة على

¹ جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2012، ص96.

² عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، الإحتكار المحظور و تأثيره على حرية التجارة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 79.

الموزعين، وهذا أمر غير مخالف للقانون ما دام أنه يكتسي طابع الإقتراح المبني على النصح أو العرض أو الإقناع لحث الموزعين على الإلتزام بالسعر المقترح. وبالتالي للموزعين الحرية في الإلتزام بهذا السعر أو رفضه. وقد اعتبر القضاء الأمريكي أنه من حق المومنين أو المنتجين أن يرفضوا التعامل مع الموزعين الذين يرفضون الإلتزام بهذا السعر، فلا يتهمون بارتكاب فعل منسق مخالف للقانون عندما يعلن كل واحد منهم عن سياسة تسعير بشكل منفرد ويرفض التعامل مع الموزع الذي لا يلتزم بهذه السياسة، غير أنه إذا اتجه المنتجون إلى الإكراه والقيام بإلزام الموزعين بتطبيق سياسة تسعير مفروضة فإن ذلك يشكل مخالفة لقانون المنافسة⁽¹⁾.

ب- التعسف في وضعية الهيمنة عن طريق تحديد الأسعار: تنص المادة 07 الفقرة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم على أنه: «يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو جزء منها قصد

...عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار و لانخفاضها».

بالنسبة لتعريف وضعية الهيمنة فقد ورد في المادة 03 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بأنها تلك الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة إقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه و تعطيتها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموئنها.

تعتبر الهيمنة القوة الإقتصادية التي تحوزها مؤسسة ما، والتي بموجبها تقوم بعرقلة المنافسة في السوق وذلك بانتهاج سلوك يتسم بقدر من الإستقلال في مواجهة منافسيها

¹ عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، مرجع نفسه، ص 84.

وعملائها وحتى في مواجهة المستهلكين⁽¹⁾. ولقيام وضعية الهيمنة ينبغي توافر مجموعة من العناصر تتمثل في وجود مؤسسة من المؤسسات التي يمكنها أن تحتل مثل هذه الوضعية، وتمارس نشاطا تجاريا، اقتصاديا أو نشاطا المضاربة، وكذلك وجود سوق قابل للهيمنة عليه. والسوق المرجعي لتحديد أو قياس القوة الاقتصادية للمؤسسة هو ذلك المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب على المنتجات أو الخدمات المعروضة، فهي تضم إلى جانب المنتجات والخدمات المعروضة من قبل المؤسسة المعنية، المنتجات والخدمات البديلة التي يمكن أن يحصل عليها المتعاملون مع المؤسسة المذكورة في نفس المنطقة الجغرافية. كما أن الهيمنة على السوق تتجسد إما بالهيمنة بالإحتكار وإما بالتركيز الظاهر للقوة الاقتصادية⁽²⁾.

ج- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى: تم النص على هذا الإلتزام في المادة 11 الفقرة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم بإقرارها: « يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفقتها زيونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة.

يتمثل التعسف على الخصوص في:

...الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى»⁽³⁾.

تعد مخالفة الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى من المخالفات التي تنتج عن التعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات، بحيث أنه لا يمكن أن تخرج عن هذا الإطار، مع العلم أن

¹ BOUTARD-LABAEDE Marie-Chantal, CANIVET Guy, Droit français de la concurrence, édition L.G.D.J, Paris, 1994, p71.

² محمد بودالي، مرجع سابق، ص 526.

³ بالرجوع إلى المادة 03 الفقرة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم المتعلق بالمنافسة نجدها قد عرفت التبعية الاقتصادية كمايلي: « هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زيونا أو ممونا».

آثارها السلبية تمتد إلى المستهلك⁽¹⁾. إن حرية الأسعار وشفافيتها من المبادئ الأساسية التي تقوم عليها المنافسة الحرة والنزيهة بالرغم من احتفاظ الدولة بدورها في تحديد أسعار بعض السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي، ومن أجل حماية هذا المبدأ، فقد سهر المشرع على وضع الإطار القانوني الذي ينظم المعاملات الاقتصادية، ويضمن حرية التجارة، وذلك بحظر كل الممارسات التي تتنافى ومبدأ حرية الأسعار ومن بينها الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى⁽²⁾.

لقد حظر المشرع هذا النوع من البيوع، لما له من تأثير سلبي على توازن السوق واستقرار المعاملات، باعتباره مظهراً من مظاهر التعسف في استغلال وضعية التبعية. حيث جاء في هذا النص القانوني أنه يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبوناً أو مموناً إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة. إذ يتمثل هذا التعسف على الخصوص في الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، فتظهر مخالفة فرض سعر أدنى لإعادة البيع على مستوى السوق نتيجة استغلال المؤسسة الممونة لمركزها من جهة وتبعية المؤسسات الموزعة لها من جهة أخرى. حيث تعمل على وضع أو تحديد سعر أدنى لإعادة بيع منتوجاتها بحيث لا يمكن لهذه الأخيرة البيع بأقل من هذا السعر المحدد والذي قد تمارسه المؤسسة الممونة لفترة معينة. هذه الأسعار قد تكون متماثلة أو موحدة بحيث تطبقها المؤسسة الممونة على كل الموزعين المتعاملين معها. وهذا ما يجعلها تتحكم في أسعار المنتوجات ومنه في سير السوق من خلال مراقبة شبكات التوزيع، فينتج عن ذلك الحد من المنافسة بين الموزعين بسبب خضوعهم لنفس السعر المحدد من قبل المؤسسة الممونة، وهذا ما قد يؤدي إلى بناء حاجز يحول دون انخفاض الأسعار⁽³⁾.

د- البيع بأسعار مخفضة تعسفياً: تنص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 على أنه:
« يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة

¹ BUSSY Jack, Droit des affaires, Presses de la fondation nationale des sciences politique et Dalloz, Paris, p 353.

² سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2004-2005، ص 37.

³ JAUFFRET Alfred, Manuel de droit commercial, 22^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2003.

بتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق إذا كانت هذه العروض و الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق»⁽¹⁾ لم يرد تعريف سواء تشريعي أو فقهي أو قضائي لممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي، غير أنه يمكن استنباط أهم المؤشرات من نص هذه المادة وهي:

- حظر عرض أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي.
- حظر ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي
- قيام الممارسة بين المؤسسة والمستهلك بقصد الإضرار بمؤسسة منافسة.
- المعيار المعتمد لاعتبار الأسعار مخفضة هو تكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق.
- المعيار المعتمد لاعتبار الممارسات أو العروض تعسفية هو معيار الغاية أو الهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق.
- قيام الممارسة بشكل قطعي أو احتمالي.

تجدر الإشارة هنا إلى أن القانون المدني لا يمنع البيع بسعر أدنى من سعر السلعة الحقيقي وهو ما يعرف بالبيع بطريق الوضعية أي بخسارة جزافية أو بخسارة نسبة مئوية من رأس المال⁽²⁾. لقد جاء قانون المنافسة مكرسا لمبدأ تحرير الأسعار بمعنى أن التحديد يجب

¹ تقابلها المادة L 420-5 من القانون التجاري الفرنسي(وردت في المادة 10 فقرة 01 من الأمر الصادر سنة 1986)، و التي أدخلت محتوى هذا الأمر بموجب القانون رقم 588/96 المؤرخ في 01 جويلية 1996، حيث أنه قبل هذا التاريخ كان المشرع الفرنسي ينص فقط على منع البيع بالخسارة بموجب المادة 32 منه، ثم تنبه لوجود ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي.

L420-5 : « *Sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou l'un de ses produits* ». Code de commerce, www.legifrance.fr

² حورية زاهية سي يوسف، عقد البيع، دار الأمل للطباعة و النشر و التوزيع، تيزي وزو، 2000، ص 63.

أن يكون تلقائياً من قبل السوق وبالتالي على كل مؤسسة احترام هذا التحديد، ومن هذا المنطلق، فإنه يمنع عليها البيع بسعر آخر منخفض لأن ذلك من شأنه أن يفقد السوق توازنه مما يمس بمصالح بقية المؤسسات واختلال مبادئ المنافسة وعدم استقرار الأسعار و تذبذب مصالح المستهلكين كون أن المستهلك يصبح مسيراً لا مخيراً⁽¹⁾.

إن المؤسسة التي تقوم بممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفياً تكون لديها نية وراء تعمدتها للخسارة باعتبار أنها على علم أنه بعد إفشال المنافسة والإستئثار بالسوق سوف تبقى هي المحتكر الوحيد للسوق بعدها بإمكانها رفع الأسعار حسب رغبتها⁽²⁾.

ثانياً: إحترام النصوص الخاصة بالممارسات التجارية

يتميز القانون رقم 04-02 بتجسيده بوضوح فكرة النظام العام الإقتصادي على المبادئ التقليدية التي ظلت تهيمن على نظرية العقد، مراعيًا في ذلك التطورات الإقتصادية والإجتماعية التي تشهدها البلاد. وقد انعكست هذه التطورات على اتساع نطاق النظام العام الإقتصادي خاصة في ظل تطور وظيفة الدولة التي أصبحت تتدخل في الميدان الإقتصادي وتتحكم في تسييره و توجيهه عن طريق قواعد قانونية. إلى جانب ذلك، تتدخل بموجب تلك القواعد القانونية لحماية الفئات الضعيفة إقتصادياً واجتماعياً تجسيدا لما يعرف بالنظام الإقتصادي الحمائي أو الإجماعي (Ordre public économique de (protection).⁽³⁾

¹ لعور بدرة، «حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري»، مجلة الفكر القانوني، العدد العاشر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، د س ن، ص ص 357-373.

² محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 65.

³ علي فيلالي، الإلتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر الجزائر، 2001، ص 221.

يتضمن القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم ثلاثة مبادئ أساسية تتمثل في: شفافية الممارسات التجارية ونزاهة الممارسات التجارية وحماية المستهلك وإعلامه⁽¹⁾. ويطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي يمارسها أي عون إقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية⁽²⁾.

أما ما يتعلق بمجال الأسعار وكيفيات تحديدها وسبل حماية المستهلك أثناء تعامله بها فهي كثيرة ومتعددة. وجاء تنظيمها مبعثرا على مختلف المواد القانونية التي يشتمل عليها هذا القانون خاصة في البابين المتعلقين بشفافية الممارسات التجارية⁽¹⁾ ونزاهة الممارسات التجارية⁽²⁾.

1- شفافية الممارسات التجارية: تعتبر من أهم الإلتزامات التي يجب أن يتقيد بها العون الإقتصادي سواء في علاقاته مع المحترفين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين. وقد ورد النص عليها في الباب الثاني من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم وتتعلق أساسا بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع (أ) و الفوترة (ب).

أ- الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع: تضمنت المواد من 04 إلى 08 من الفصل الأول من الباب الأول من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، التزاما يقع على عاتق المهني وهو ضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط البيع. حيث يتم الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات بوضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة مناسبة أخرى، كما يجب أن تظهر الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة، إضافة إلى ذلك، يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو

¹ تنص المادة 01 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: « **يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الإقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه** ». ² أنظر المادة 02 من القانون 02/04 المعدل و المتمم.

بالكيل أمام المستهلك. وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب على المهني أن يضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن⁽¹⁾. كما أنه يجب أن توافّق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة⁽²⁾.

يكتسي الإعلام بالأسعار والتعريفات طابع الإلزام، وهو يقع على عاتق المهني، سواء كان منتجا أو تاجرا بالجملة، أو تاجرا بالتجزئة⁽³⁾، لصالح كل مشتر أو مقتني خدمة ما، سواء لإعادة البيع أو الإستهلاك الشخصي⁽⁴⁾.

إن إمكانية تحديد الأسعار بصفة حرة التي منحها المشرع للمهني يقابلها الإلزام بضرورة الإعلام بتلك الأسعار. وهو ما يعتبر شرطا ضروريا لتحقيق شفافية الممارسات التجارية ومن ثم حماية المستهلك. فلا يكفي إعطاء معلومات لكل مستهلك على حدى، بل يجب أن يكون الجميع عالما بها قبل التعاقد، لأن الأسعار إذا كانت سرية، فإن المشتري أو طالب الخدمة لا يمكنه معرفة ما إذا كان ضحية للتمييزات التي يمكن أن يقوم بها البائع أو عارض الخدمة⁽⁵⁾.

يعتبر الإلتزام بالإعلام من متطلبات حماية المستهلك الأساسية لأن هذا الأخير لا يملك كل المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات التي يفتنيها، بل تعد حكرا على المحترف الذي يستغلها في تعامله مع المستهلك. لهذه الأسباب يعتبر التزام المهني بإعلام المستهلك

¹ أنظر المادة 05 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

² أنظر المادة 06 من القانون نفسه.

³ يتم تنوير المستهلك في مجال الأسعار في فرنسا من خلال جريدين شهريتين ومعروفتين لدى الكثير وهما "60 مليون مستهلك" التي تنشر من طرف الهيئة العمومية المتمثلة في المجلس الفرنسي لحماية المستهلك (INC) و " ماذا اختار؟" التي يتم نشرها من طرف الاتحاد الفدرالي للمستهلكين (UFC) الذي يعتبر جمعية خاصة بالمستهلك. أنظر الموقعين الإلكترونيين: www.60millions-mag.com و www.quechoisir.org

⁴ جديني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، 2001/2000، ص 27.

⁵ جديني زكية، مرجع نفسه، ص 21.

واجبا قانونيا مكرسا لمصلحة المستهلك، وهو ما تضمنه قانون حماية المستهلك الجزائري⁽¹⁾، و النصوص التنظيمية الخاصة به⁽²⁾.

ب- التزام البائع بالفوترة: يجد هذا الإلتزام أساسه في المادة 10 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم التي تنص: « يجب أن يكون كل بيع أو تأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها.

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

يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة. غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون».

فالفاتورة وثيقة مكتوبة تُحرر وقت انعقاد العقد أو عند تقديم الخدمة لإثبات وجود هذا العقد متضمنة شروط تنفيذه، هذا إلى جانب كونها وثيقة محاسبية، و وسيلة إثبات طبقا لنص المادة 30 من القانون التجاري⁽³⁾. بهذا يتبين لنا أن الفاتورة تلعب دورا مهما في تحقيق شفافية الأسعار، وتعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار في السوق القائمة على حرية المنافسة. فتحديد محتوى ومضمون الفاتورة له أهمية كبرى في تحقيق في ذلك، لأن المعلومات التي تحتويها تمكن الأعوان الإقتصاديين من معرفة الأسعار ومميزات البضائع وأسعار الخدمات

¹ قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 صادر في 08 مارس 2009.

² مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58 صادر في 18 نوفمبر سنة 2013.

³ أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري معدل و متمم، أنظر الموقع الإلكتروني: الأمانة العامة للحكومة www.joradp.dz

المقدمة ومقارنتها بشروط البيع المصرح بها، والتأكد من أنه ليس ضحية عمل تمييزي أو تدليس⁽¹⁾.

تفرض المادة 10 المذكورة أعلاه، على المتعامل الإقتصادي الذي يقوم بعملية بيع أو تأدية خدمة للمستهلك أن يسلم له وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملات التجارية تحت طائلة العقوبات المقررة في هذا الشأن، كما تفرض عليه أيضا أن يسلمه الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها إذا ما طلبها المستهلك.

إن المادة 12 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم تحيلنا بصدد كفييات وشروط تحرير الفاتورة إلى التنظيم. وتطبيقا لها نجد المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل و وصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفييات ذلك⁽²⁾، حيث جاء هذا المرسوم التنفيذي بقواعد وإجراءات جديدة وذلك استجابة لمتطلبات و واقع السوق. فقد حدّد البيانات الضرورية التي يجب أن تتضمنها الفاتورة، وصل التسليم وسند التحويل والفاتورة الإجمالية. وحدّد كذلك البيانات الإضافية التي يجب إضافتها إلى الفاتورة عند الإقتضاء كالتخفيضات التجارية، مصاريف النقل وغيرها.

أما الوثائق الجديدة التي جاء بها هذا المرسوم وهي وصل التسليم وسند التحويل والفاتورة الإجمالية، فاستعمالها يكون بموجب ترخيص بعد توافر مجموعة من الشروط. تضمن المرسوم أيضا التعريف ببعض المفاهيم ذات الطابع التجاري، المالي والتنفيذي (كالإقتطاعات، التخفيضات، انتقاصات، نقل الكتروني)، و هذا لتسهيل تطبيقه. وأخيرا كرس هذا المرسوم مبدأ إنشاء الفاتورة عن طريق النقل الإلكتروني، وهذا بغرض الإستجابة لمقتضيات عصرنة أدوات التسيير وإنفتاح الإقتصاد الوطني على التكنولوجيا الحديثة

¹ بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 49.

² مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل و وصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفييات ذلك، ج ر عدد 80 صادر في 11 ديسمبر 2005 .

للإعلام. وبناء على ما جاء في هذا المرسوم، لا بد أن تتضمن الفاتورة مجموعة من المعلومات تخص تفصيلا حول هوية البائع سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ومجموعة من المعلومات تخص هوية المشتري⁽¹⁾.

تطبيقا لأحكام المادة 10 من القانون رقم 04-02، صدر المرسوم التنفيذي رقم 66-16⁽²⁾ من أجل تحديد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة، وكذا تحديد الفئات من الأعوان الإقتصاديين الملزمين بالتعامل بها. فهذه الوثيقة التي تسمى "سند المعاملة التجارية" يحررها المتعاملون المتدخلون في قطاع الفلاحة والصيد والموارد البحرية وكذا الحرف والمهن، وهم ملزمون بتسليم هذا الوثيقة أو الفاتورة، حيث تتضمن الأسعار المتفق عليها بين هؤلاء المتعاملين الإقتصاديين والمشتري سواء كانت نهائية أو مؤقتة بما في ذلك الأسعار الدنيا والقصى⁽³⁾.

إنّ لجوء المشرع إلى فرض التعامل بسند المعاملة التجارية الذي يشبه إلى حدّ ما الفاتورة نظرا للبيانات التي يجب أن تتوفر فيه كتعيين المنتج، وسعر الوحدة بالدينار وكذا الكمية والمبلغ الإجمالي وغيرها من البيانات الإلزامية، جاء كنتيجة حتمية بعد أن قام المشرع الجزائري بتوسيع نطاق تدخله من أجل رقابة النشاطات التجارية التي اتسع نطاقها، إذ يطبق قانون الممارسات التجارية على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة البيع على حالها، والوكلاء ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا نشاطات الخدمات

¹ بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 50.

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

³ أنظر المواد 2 و3 من المرسوم نفسه.

والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون إقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية⁽¹⁾.

من هنا يمكن القول أنّ التعامل بالفاتورة أو سند المعاملة التجارية لا يخص التاجر أو الحائز على السجل التجاري فقط، وإنما يمتد ليشمل كل المتدخلين في مجال نشاطات الإنتاج و التوزيع والخدمات مهما كانت طبيعتهم القانونية، إذ يخضعون كلهم لأحكام قانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك.

تتمثل الأهداف التي من أجلها تم إقرار التعامل بسند المعاملة التجارية في:

- ضمان شفافية المعاملات التجارية وفق مقتضيات الصدق والنزاهة
- معرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة للمنتجات والمواد المعنية
- التحكم في قنوات التسويق التجارية من الإنتاج والتوزيع للمستهلك

تجدر الإشارة هنا إلى أنّ المشرع الجزائري قد حدّد بموجب المادة 10 من المرسوم رقم 16-66 أن أحكام هذا المرسوم ستدخل حيز التنفيذ بعد 3 أشهر من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية، علماً أنه قد تم نشره في يوم 22 فبراير سنة 2006.

2- نزاهة الممارسات التجارية: تعد الحرية التعاقدية من المفاهيم الأساسية في القانون، وتعتبر حرية التجارة والصناعة المكرسة دستورياً⁽²⁾ إحدى أهم صورها. وقد تم تدعيم هذا المبدأ في قوانين متفرقة، لاسيما القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم. هذا الأخير، جاء في مجمله لتنظيم هذا المبدأ وضبطه بحظر بعض الممارسات التجارية التي تمس بالمصلحة الإقتصادية للمستهلك. وفي هذا

¹ أنظر المادة 2 من القانون 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 11 صادر في 18 غشت سنة 2004.

² أنظر المادة 37 من دستور 1996، مرجع سابق.

الإطار، تم النص في الباب الرابع من هذا القانون على مجموعة من الأحكام الضابطة للحرية التي يتمتع بها الأعوان الإقتصاديون، خاصة في مجال تحديد الأسعار وفي ممارسة أسعار غير شرعية ومنع الممارسات التجارية التدليسية والممارسات التجارية غير النزيهة والممارسات التعاقدية التعسفية.

أ- تنظيم الأسعار: تبنى القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم نظامين خاصين بتنظيم أسعار السلع والخدمات تماشياً مع قانون المنافسة رقم 03-03 المعدل والمتمم، وهما: نظام حرية الأسعار ونظام الأسعار المقننة.

في إطار حرية الأسعار، كرس القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم نظام حرية الأسعار بموجب المادة 22 منه التي تنص: «كل بيع سلعة أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقاً للتشريع المعمول به».

من مقتضيات حرية الأسعار، ترك مسألة تحديدها لقواعد المنافسة ولإرادة الأطراف المتعاقدة التي لا تخضع إلا لقانون العرض والطلب، وفي ذات الوقت، التقليل من صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في تحديد أسعار السلع والخدمات.

وبالرغم من الحرية التي يتمتع بها الأعوان الإقتصاديون في تحديد أثمان السلع والخدمات، إلا أن هذه الحرية تخضع لضوابط منها ما تضمنه نص المادة 19 من نفس القانون: «يُمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي».

يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق و الرسوم، و عند الإقتضاء، أعباء النقل.

غير أنه لا يطبق هذا الحكم على:

- السلع سهلة التلف و المهتدة بالفساد السريع،
- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي،
- السلع الموسمية و كذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا،
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، و في هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد،
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعران الإقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة».

فهذه المادة تشير إلى أن بيع المنتجات لا يكون عن طريق تحديد أسعارها بحرية مطلقة بل يخضع لضوابط للحد من المساوي التي يُمكن أن تنتج عن تلك الحرية. وعلى سبيل المثال تلك الآثار السلبية التي يُرتبها اللجوء إلى البيع بالخسارة وأبرزها التأثير على قوى العرض والطلب في السوق. ومن أهم صور هذه الأعمال تلك التي تتمحور حول الأسعار، قيام التاجر بتخفيض أسعار بضاعته بدرجة كبيرة تتجاوز الحدود المألوفة في التجارة، كأن يبيع بسعر التكلفة أو بالخسارة، وبعد أن يتمكن من جلب عملاء منافسيه يعود إلى رفع السعر، ذلك أن البيع بالخسارة غالبا ما يهدف إلى إقصاء المنافسين من السوق وبالتالي فإن عملية البيع بالخسارة تعد عملا منافيا لعنصر النزاهة لأنها تؤدي إلى إبعاد المتعاملين من الدخول إلى السوق حتى ولو قام التاجر أو الحرفي عن طريقها إلى جلب العملاء لأنها تشكل ممارسة تجارية غير شرعية⁽¹⁾. لقد استخدم المشرع مصطلح إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي في هذه المادة كما استخدم في آخرها مصطلح البيع بالخسارة وهو ما يستنتج من خلاله أنهما وجهان لعملة واحدة.

¹ مغربي قويدر، مرجع سابق، ص ص89-94.

يُقصد بالبيع بالخسارة قيام عون إقتصادي بفرض أسعار مخفضة بشكل ملحوظ⁽¹⁾ وأقل بكثير من سعر التكلفة الحقيقي لفترة مؤقتة بغية استبعاد منافسيه من السوق و جلب الزبائن ليتمكن بعدها من فرض أسعار غير قابلة للمنافسة وبالتالي الإستحواذ على كامل حصص السوق⁽²⁾.

تجدر الإشارة إلى أن البيع بالخسارة يتضمن استثناءات واردة على سبيل الحصر في المادة 19 من القانون رقم 04-02، حيث يمكن للعون الإقتصادي اللجوء إليه عند توفر حالة من الحالات الإستثنائية المنصوص عليها في هذه المادة.

إلى جانب ذلك، تنص المادة 21 من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم على أن: **« تحدد عن طريق التنظيم، شروط و كفيات البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، أو البيع عند مخازن المعامل، والبيع بالتخفيض، والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع الترويجي»**.

يعتبر البيع بالتخفيض ممارسة جائزة ومشروعة قانونا بموجب هذه المادة التي أحالتها على التنظيم المتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 الذي يحدد شروط و كفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية

¹ يختلف البيع بالخسارة عن البيع بأسعار مخفضة تعسفا المنصوص عليها في المادة 12 من القانون رقم 03-03 الذي يتعلق بالمنافسة في كون أن الأولى جاء شاملا و موسعا بحيث يشمل الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين بينما التعسف في عرض أو ممارسة أسعار البيع المخفضة يتم بين المؤسسة والمستهلك مهما كانت طبيعته وصفته طبيعيا أو معنويا، كما أن التعسف في أسعار البيع المخفضة يشترط أن تكون السلعة المعروضة للبيع قد تم إنتاجها أو تحويله أو تسويقها بينما البيع بالخسارة يتمثل فقط في عملية البيع أو إعادة بيع السلعة دون إحداث أي تغيير عليها.

² لعور بدرة، مرجع سابق، ص 357-373.

المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود⁽¹⁾.

عرّفت المادة 02 من هذا المرسوم البيع بالتخفيض بأنه كل بيع بالتجزئة المسبوق أو المرفق بالإشهار والذي يهدف عن طريق تخفيض السعر إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة وهي السلع التي يشتريها العون الإقتصادي منذ ثلاثة أشهر على الأقل ابتداء من تاريخ فترة البيع بالتخفيض.

من أجل تنظيم عملية البيع بالتخفيض، وضع المشرع مجموعة من الضوابط لهذه العملية حتى لا ينحرف بها الأعوان الإقتصاديون و يستغلونها من أجل تقييد المنافسة، إذ لابد أن تمر وفق الإجراءات التالية:

- تحدد تواريخ البيع بالتخفيض في بداية كل سنة بقرار من الوالي بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً بعد استشارة الجمعيات المهنية المعنية و جمعيات حماية المستهلك.
 - ينشر و يعلق القرار المتخذ عن طريق الوسائل الملائمة.
 - يرخّص البيع بالتخفيض مرتين في السنة المدنية، مدة كل فترة 6 أسابيع متواصلة خلال الفصلين الشتوي والصيفي، ويمكن للعون الإقتصادي توقيف البيع قبل انتهاء المدة
 - تحدد الفترة الشتوية خلال الفترة الممتدة بين شهري يناير و فبراير بينما تحدد الفترة الصيفية بين شهري يوليو و أوت.
 - يودع العون الإقتصادي الذي يرغب في ممارسة البيع بالتخفيض تصريحاً لدى المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً مرفقاً بالوثائق التالية:
- 1) نسخة من مستخرج السجل التجاري أو عند الإقتضاء نسخة من مستخرج سجل الصناعة التقليدية و الحرف.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 06-215، مؤرخ في 18 يونيو سنة 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 عدد 41 صادر في 21 يونيو سنة 2006.

- (2) قائمة السلع موضوع البيع بالتخفيض و كميتها.
- (3) قائمة تبين التخفيضات في الأسعار المقرر تطبيقها وكذا الأسعار الممارسة سابقا.
- كل ملف تتوافر فيه الشروط مودع لدى الهيئة المختصة يؤدي فورا إلى تسليم العون الإقتصادي رخصة تسمح له بالشروع في البيع بالتخفيض خلال المدة المحددة.
 - يجب على العون الإقتصادي أن يعلن عن طريق الإشهار تواريخ بداية و نهاية البيع بالتخفيض والسلع المعنية والأسعار المطبقة سابقا والتخفيضات. كل ذلك على واجهة المحل نفسه الذي يمارس فيه نشاطه التجاري وأن يستخدم كل الوسائل الملائمة للإشهار والإعلان. كما يجب أن يفصل السلع موضوع التخفيض عن غيرها.
- أما في إطار الأسعار المقننة، قام المشرع بوضع نظام أسعار محدّدة من طرفه خاص ببعض السلع والخدمات الإستراتيجية والتي تمس فئة كبيرة من المستهلكين خاصة ذوي الدخل الضعيف، حيث ألزم الأعوان الإقتصاديين باحترامها وعدم الإخلال بها تحت طائلة العقاب نتيجة ارتكاب مخالفة موصوفة بممارسة أسعار غير شرعية.
- وقد اعتبر المشرع الممارسات غير الشرعية للأسعار ممنوعة بموجب المادتين 22 المذكورة أعلاه والمادة 23 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم التي تنص على أنه:
- « تمنع الممارسات التي ترمي إلى:
- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع و الخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار،
 - القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.»

استثناء عن مبدأ حرية الأسعار، فإنه يمكن أن تتدخل الدولة من أجل تحديد أو تقييد بعض أسعار السلع والخدمات نظرا لما تكتسيه هذه الأخيرة من طابع استراتيجي⁽¹⁾. وبالرجوع إلى القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، يعتبر كل مساس بالأسعار المقننة سواء بالرفع منها أو تخفيضها أو تزيف قيمة التكاليف المتعلقة بها من قبيل ممارسة أشعار غير شرعية. وقد نصت المادة 22 من هذا القانون أنه لا أسعار أخرى يحددها القطاع الخاص خارج نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به⁽²⁾.

ب- الممارسات التجارية التدليسية: تعد من قبيل الممارسات التجارية التدليسية كل عمل من شأنه المساس بشفافية الممارسات التجارية، وبالتالي فهي ممارسات غير نزيهة. وفي مجال التأثير على الأسعار نصت المادة 25 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم على أن تعتبر ممارسات تجارية تدليسية كل حيازة لمخزون من المنتوجات بهدف تحضير الإرتفاع غير المبرر للأسعار. حيث تتم هذه العملية بتخزين أو حبس المنتوج وعدم عرضه للبيع بصورة عادية مما يؤدي إلى عدم التوازن بين العرض والطلب، مما يسهل تحكّم التجار خاصة الموزعين فيه وذلك قصد المضاربة في السوق لرفع الأسعار⁽³⁾.

من أجل قيام مخالفة المضاربة، يجب أن تكون البضاعة محل المخالفة خاضعة لنظام حرية الأسعار، وبالتالي لا تقوم هذه المخالفة إذا كانت من البضائع الخاضعة لنظام الأسعار المقننة الذي تحدده السلطات العمومية⁽⁴⁾.

¹ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 76.

² إقولي ولد رابح صفية، «مبدأ حرية الصناعة والتجارة في القانون الجزائري»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد 02، تيزي وزو، 2006، ص ص 59-74.

³ زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 84.

⁴ أحسن بوسقيعة، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، منشورات بيرتي، 2008، ص 83.

ج- الممارسات التجارية غير النزيهة: إن الممارسات التجارية غير النزيهة⁽¹⁾ مختلفة ومتعددة ولا يمكن حصرها، فما تعلق منها بالتأثير على تحديد الأسعار يدخل في نطاق القيام بالأعمال التي من شأنها بث الإضطراب في السوق. وهي في حقيقة الأمر حالة يصعب تحديدها نظرا لكثرة الوسائل التي يتم اللجوء إليها من اجل ذلك، كما أن نتائجها يصعب تحديدها نظرا لمساسها بكل المتدخلين في السوق إضافة إلى المستهلكين. ومثال ذلك جريمة التلاعب بالأسعار المنصوص عليها في كل من قانوني المنافسة والممارسات التجارية،⁽²⁾ هذين القانونين الأخيرين يعملان على تجريم الأعمال التي من شأنها أن تؤدي إلى عدم استقرار الأسعار واضطرابها مما يؤثر على المستهلك الذي يكون ضحية لمثل هذه التلاعبات واعتبرها مضاربة غير مشروعة، نص المشرع على تجريمها في قانون العقوبات⁽³⁾.

مما سبق، نخلص إلى أن مسار تحديد الثمن في عقد البيع تتحكم فيه عدة عوامل قانونية وإجتماعية وسياسية وإقتصادية لذلك ورد تنظيمه في قوانين متفرقة من أبرزها القانون المدني الذي يعتبر غير كاف لعدم استجابة قواعده العامة لمتطلبات الحركة الإستهلاكية للمجتمع. لقد جرى تنظيم الثمن من خلال قانون المنافسة والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، علما بأن هذين القانونين وحدهما لم يتمكن من التحكم الكافي في مجال تحديد الأسعار. فبغض النظر عن الأسعار المقننة التي لا يجوز مخالفتها تحت طائلة العقوبات المفروضة بموجب هذه القوانين، فإن نظام حرية الأسعار لم يُترك على إطلاقه بل له ضوابط ترافقه من أجل ضمان هذه الحرية القائمة على قانون العرض والطلب في السوق. هذا الأخير في حالة فرض احترامه تتأكد الحماية الإقتصادية لمصالح المستهلكين، خاصة

¹ أنظر المادتين 27 و 28 من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

² زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 90.

³ انظر المادتين 172 و 173 من قانون العقوبات الصادر بموجب الأمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم.

إذا عرفوا كيف ينظمون أنفسهم من أجل الدخول كأطراف إيجابية و فعالة في هذه السوق، وعدم لعب ذلك الدور السلبي القاصر وانتظار الحماية من طرف المشرع.

المبحث الثاني: آليات تحديد الثمن

يخضع تحديد ثمن السلع والخدمات إلى آليات عديدة ومعقدة. وتكتسي هذه المرحلة أهمية بالغة بالنسبة لتلك السلع والخدمات، لأنه تتبعها مباشرة عملية طرحها في السوق وانتظار ردة فعل المستهلكين اتجاهها، فإلى جانب حتمية الجودة والنوعية وطبيعة وقيمة السلع والخدمات وحاجة المستهلك إليها، يلعب الثمن دورا مهما في استمالة هذا المستهلك وإقناعه بجدوى المنتج و بالتالي التأثير عليه من أجل شرائه. وعليه فإن تحديد ثمن سلعة أو خدمة ما يختلف باختلاف تلك السلع والخدمات، ومدى قيمتها الإقتصادية والإجتماعية، ومساهمتها في التنمية وتحريك عجلة الإقتصاد لذلك يخضع هذا التحديد لمجموعة من المعايير المختلفة (المطلب الأول)، كما أن هذا التحديد يخضع لشروط ومقاييس معينة لا ينبغي تجاهلها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: معايير تحديد الثمن

يخضع تحديد الثمن في عقد البيع إلى مجموعة من المبادئ المختلفة التي تتنوع تبعا إلى السلعة المباعة أو الخدمة المقنتاة ومدى علاقتها بالحياة الإقتصادية والإجتماعية في الدولة، وعلى هذا الأساس يتحدد الثمن إما بصفة حرة وفقا لمبدأ حرية الأسعار (الفرع الأول)، وإما عن طريق تدخل الدولة وفقا لمبدأ الأسعار المقنتة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: معايير تحديد الثمن وفق مبدأ حرية الأسعار

منذ تبني الجزائر لنظام إقتصاد السوق القائم على مبدأ المنافسة، وآليات تسيير السوق المبنية على العرض والطلب، فإن الأصل العام أن يتم تحديد ثمن بيع السلع والخدمات بصفة حرة من قبل الأطراف المتعاقدة (أولاً)، غير أن هذه الحرية ليست مطلقة بل تقتضي مصلحة المستهلك أن تعمل الدولة جاهدة على أن تخضع هذه الحرية لضوابط معينة لا ينبغي الإخلال بها (ثانياً).

أولاً: حرية تحديد الثمن: تنص المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽¹⁾ في فقرتها الأولى: «**تحدد أسعار السلع و الخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزاهة**». وقد تبني المشرع من خلال الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة مبدأ حرية الأسعار كأصل عام. غير أنه منح للدولة إمكانية التدخل من أجل تقنين أسعار أنواع معينة من السلع والخدمات أو الحد من ارتفاع أسعارها في بعض الحالات. إذ يعتبر تحرير الأسعار من المبادئ التي يقوم عليها إقتصاد السوق الذي تتبعه الجزائر التي تبنت مبدأ حرية الأسعار ابتداء من خلال الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي ألغى أحكام القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار، ثم تكرر هذا المبدأ بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة الذي بدوره ألغى الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

¹ أنظر المادة 03 من القانون رقم 10-05، مرجع سابق.

من بين الأهداف التي يسعى قانون المنافسة لتحقيقها هي:

- ترسيخ مبدأ قواعد السوق وحرية الأسعار وفق الضوابط المنظمة لحرية المنافسة، التي تهدف إلى ازدهار النشاط الإقتصادي، وحماية مصلحة المستهلك.
 - توفير البيئة السوقية التي يتساوى فيها السعر مع القدرة الشرائية.
 - تأكيد إنتاج الشركات بأقل التكاليف الممكنة.
 - تحفيز الشركات على القيام بالبحوث والتطوير وإدخال السلع و طرق الإنتاج الجديدة في السوق.
 - حماية المستهلك من الممارسات الإحتكارية التي تؤدي إلى زيادة الأسعار وقلّة العرض⁽¹⁾.
- يضمن مبدأ حرية الأسعار للعون الإقتصادي القيام بتحديد السعر المعلن للجمهور على ضوء جملة من العناصر:
- قيمة الشيء التي تُحدد وفقا لقانون العرض و الطلب.
 - هامش الربح الذي يعود على العون الإقتصادي، إذ يُعتبر المحرك الرئيسي للنشاط الإقتصادي و يتوقف نطاقه على عوامل كثيرة منها الظروف و مهارة البائع و قوته و ضعفه من الناحية الإقتصادية.
 - المصاريف المختلفة مثل الرسوم والضرائب ونفقات التعبئة والتخزين، وهي تأخذ حكم الثمن فتقع على عاتق المشتري ما لم يوجد اتفاق يُخالف ذلك⁽¹⁾.

¹ شروط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المعدل والمتمم بالقانون 05-10، و وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، 2012، ص20.

من بين العوامل المؤثرة في حرية تحديد الثمن نجد:

- زيادة الدخل: حيث يعتبر ذلك عاملاً إقتصادياً مهماً يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار من قبل المستهلكين أثناء قيامهم باقتناء السلع والخدمات والذي يتمثل في الموارد التي يمتلكونها. فأغلبية الناس يتلقون مواردهم من عملهم سواء كانوا أطباء أو نجارين أو معلمين أو بائعين داخل متاجر. وهناك من يتلقى موارد من الإيجار أو من خلال بيع الأراضي أو موارد طبيعية أخرى يمتلكونها. وكذلك من خلال فوائد مؤسسات صناعية أو تجارية أو فوائد متأتية من إستثمارات.
- نقص المادة الأولية الذي يؤدي إلى تناقص عدد المنتجين: حيث يؤدي ذلك إلى ندرة السلعة المنتجة في السوق لارتباطها بتلك المادة الأولية، مما يؤدي إلى إرتفاع الأسعار.
- عدم وجود السلع البديلة أو المماثلة: وهو ما يفرض على المستهلكين زيادة الطلب على سلعة ما لعدم وجود بديل لها، مما يؤدي إلى إرتفاع الطلب عليها مقابل العرض وبالتالي إرتفاع ثمنها في السوق.
- تغير رغبات وأذواق المستهلكين: يتأثر المستهلك بالسلع الموجودة بالسوق، خاصة في ظل السياسات التسويقية والعروض الترويجية التي تنتهجها الشركات في ترويج بضاعتها، والتي غالباً ما يكون لها تأثير على المستهلك.
- أثناء فترات الموسم، وانتشار العادات والتقاليد الإستهلاكية، أو خلال الحروب: تساهم هذه العوامل في زيادة الطلب على الشراء لإشباع متطلبات الأفراد حسب الظروف المعيشية.

إن الأسعار وفقاً لقانون العرض والطلب تبقى في حالة تغير مستمر، لأن تكاليف الإنتاج تؤثر في العرض، أما المنفعة فتتحكم في الطلب. وبالتالي كلما زاد الطلب على سلعة ما ارتفع سعرها والعكس صحيح في حالة زيادة العرض، فللعرض والطلب مساران

¹ عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، دراسة على ضوء القانون 02-04، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية 2005/2006، ص 59.

متعاكسان. كما أن تحديد أسعار السلع والخدمات في السوق من خلال التفاعل الديناميكي بين العرض والطلب يعد منطلق البناء الأساسي للإقتصاد، لأن رغبة المستهلك في منتج ما، هي المحددة لمقدار ما يشتريه وفق سعر معين، وذلك نظرا لتوافر السلع والخدمات وتنوعها واختلاف أسعارها سواء بالنظر لجودتها أو لتكاليف إنتاجها وتسويقها. كما أن زيادة الطلب على السلعة من قبل المستهلك تؤدي بالأسعار للإرتفاع في مقابل بقاء العرض ثابتا⁽¹⁾.

يتم تحديد السعر بعدة عوامل أهمها تكلفة المنتج، نسبة الطلب وهو الرغبة المصحوبة بالمقدرة على الشراء لكميات مختلفة من السلع بأسعار مختلفة في فترة زمنية معينة، وكذا بعض عوامل الإشهار⁽²⁾ والعروض الترويجية. لذلك تلعب المنافسة دورا كبيرا في تحديد سعر منتج ما، ذلك أن تحديدها من قبل الأعوان الإقتصاديين لا يتم بشكل مستقل عن أسعار السلع المماثلة أو البديلة في السوق⁽³⁾. إلى جانب ذلك هناك عوامل إجتماعية تؤثر في تحديد السعر تبعا للثقافة الإستهلاكية للمجتمع، فعلى سبيل المثال يزداد الطلب على المواد الغذائية في شهر رمضان في الجزائر وباقي الدول الإسلامية مما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها كثيرا خلال هذا الشهر، غير أنه إذا توقف المستهلكون عن إقتناء منتج ما أو تقلص نسبة مشترياتهم لأي سبب كان، فإن الأسعار ستتناقص.

يجدر التذكير بأن التقابل بين العرض والطلب والتمن يتفاعل في كل مستويات العملية الإقتصادية وليس فقط عند عرض المنتجات الإستهلاكية للبيع. حيث أن الإستهلاك يتعلق أيضا بالمواد الوسيطة و وسائل الإنتاج التي تقتنيها المؤسسات لإنتاج مختلف السلع

¹ بوخاري لطيفة، مرجع سابق، ص 20.

² يعتبر الإشهار وسيلة إعلام إجبارية تقع على عاتق المهني محلها بيانات محددة قانونا، فحسب الفقرة 03 من المادة 13 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإن الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسيلة الإتصال المستعملة.

³ بوخاري لطيفة، مرجع سابق، ص 21.

والخدمات. إن تكلفة هذه التجهيزات ستكون لها انعكاسات على مجمل العملية الاقتصادية أين يتم تسوية معادلة العرض و الطلب على كل مستوى⁽¹⁾.

ثانياً: ضوابط حرية الأسعار: بالرغم من كون إقتصاد السوق قائماً على أساس حرية الأسعار، فإن هذا الأمر لا يُشكل عائقاً أمام تدخل الدولة ولو بطريقة غير مباشرة من أجل تنظيم الأسعار من خلال تنظيم قواعد المنافسة وذلك للأسباب التالية:

1- مبدأ حرية تحديد الأسعار الذي يعتبر أساس نظام المنافسة الحرة التي يقوم عليها إقتصاد السوق. والمنافسة الحرة تستلزم أن يحتفظ كل عون إقتصادي بحريته في تحديد أسعاره بشكل مختلف عن منافسيه، غير أنّ هذه الحرية تتلاشى كلما قُيدت إرادة العون الإقتصادي في تحديد السعر⁽²⁾.

من بين صور التقييد، أن يكون العون الإقتصادي في وضعية التبعية الاقتصادية⁽³⁾ لمؤسسة أخرى تملّي عليه شروطها، وهو ما يتطلب قواعد تحول دون استئصال هذه الممارسات المقيدة للمنافسة من أجل تعزيز قيام نشاط إقتصادي تنافسي في إطار إقتصاد السوق.

إن منح الحرية الكاملة للعون الإقتصادي في تحديد الأسعار قد تنجر عنه مخاطر كثيرة لدى المستهلك لأنه يُعد طرفاً ضعيفاً ينضم إلى عقد ينفرد الطرف القوي بتحديد السعر

¹ Michael Watt, L'Economie De Marché, Editions Grand-Alger-Livres (G.A.L), Alger, 2007, p16.

² CALAIS- AULOY Jean, STEINMETZ Frank, op.cit, p. 328.

³ ورد تعريف لوضعية التبعية الاقتصادية بموجب المادة 03 الفقرة ج من الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة و التي تنص: «د- وضعية التبعية الاقتصادية: هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبوناً أو مموناً».

فيه.⁽¹⁾ لذلك لابد من منافسة حرة وحقيقية لأنها الملاذ الوحيد الذي يدرأ الخطر عن المستهلك، ما دامت توفر له البدائل والإختيارات⁽²⁾.

2- إن الحرية التنافسية التي تُعد الإطار العام الذي يضمن حرية الأسعار لا تمارس بصفة مطلقة. ذلك أن إنسحاب الدولة من احتكار القطاعات الإقتصادية يستدعي ضرورة ضبط النشاطات الإقتصادية من خلال إنشاء هيئات ضبط مستقلة، تهدف إلى تأطير قطاع معين بُغية التصدي لكل الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة والنزيهة. لذلك فإن كل مخالفة لهذه القواعد يشكل منافسة غير مشروعة لأنها قائمة على وسائل وأساليب تتنافى تماما مع العادات وقواعد الأمانة والشرف⁽³⁾.

كما تقوم الدولة من خلال الهيئات المنظمة للنشاطات الإقتصادية بتقديم استشارات لمساعدة المتعاملين الإقتصاديين للتأقلم مع الواقع الجديد الذي يشهده السوق والقائم على مبدأ حرية الأسعار وفقا لميزان العرض والطلب في ظل المنافسة الحرة.

في هذا الإطار، قدم مجلس المنافسة توصيات لجمعية ممثلي شركات السيارات ووكلائهم المعتمدين في الجزائر بعد طلبهم استشارة بتاريخ 15 سبتمبر 2014 للتأكد من تطابق قانونها الخاص والقانون الداخلي وميثاق أخلاقياته مع أحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. حيث أن مجلس المنافسة بعد دراسته للأحكام القانونية الخاصة بالجمعية وقانونها الداخلي، لم يسجل أية أحكام من شأنها التشجيع على ممارسات منافية للمنافسة المحظورة بموجب الأمر القانوني المذكور أعلاه.

¹ CALAIS- AULOY Jean, STEINMETZ Frank, op.cit, p. 331.

² عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص، 59.

³ ميمون خيرة، المنافسة وآلية حمايتها من الأعمال المنافسة لها، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية الحقوق، جامعة حسينية بن بو علي، الشلف، ب س ن، ص 07.

غير أنه فيما يتعلق بالميثاق المهني، وبما أن المنظمات المهنية تُعد فضاء للقاءات التي تتم بين المتعاملين الإقتصاديين، فإنه يجب فرض احترام قواعد المنافسة، فظهر بصفة وجيهة لمجلس المنافسة التوجه بتوصية إلى الجمعية صاحبة طلب الإستشارة بإدراج، في ذلك الميثاق الخاص بها، قواعد قانون المنافسة الخاصة بالنشاط المتفق عليه وذلك من أجل التنبيه إليها والعمل على تبنيها. وعليه فقد تقدم مجلس المنافسة بالتوصيات التالية:

- الإجتماعات المنظمة في إطار الجمعية لا يجب أن تكون مكانا للتقاهمات أو ممارسات مضادة لقواعد المنافسة،

- الإمتناع أثناء الإجتماعات من الدخول في أحاديث صريحة أو غير صريحة بشأن مواضيع خاصة بالأسعار أو أي عنصر من شأنه أن ينعكس على الأسعار أو التكاليف أو المصاريف أو مشاريع سرية مستقبلية، الزبائن و الموردين الفرديين.

- الإمتناع عن نشر طرق حساب التكاليف لأن هذه الطرق سيتم اعتبارها على أنها غير جائزة إذا استهدفت إعطاء شكل مقنع لاسم أسعار البيع. لذا يتعين على المؤسسات، القيام بتحديد تكاليفها و أسعارها بصفة فردية.

- الإمتناع عن تبادل للمعلومات بما قد يسمح للمتعاملين الإقتصاديين من العلم المسبق باستراتيجيات منافسيهم، إذ كلما كان السوق احتكاريًا، كلما كانت المخاطر أكبر،

- السماح بنشر المعلومات الخاصة بالتشريع المعمول به بقدر يسمح بتوفير معلومات أفضل للمؤسسات، إضافة إلى نشر المعلومات الخاصة بالإبداعات،

- الإمتناع عن أي عمل متفق عليه لنشر معلومات تبرز إرادة التخلص من فاعل اقتصادي كالمقاطعة أو نصح الأعضاء بعدم حضور صالون يكون حاضرا فيه بعض المتعاملين،

- يجب أن تُمنع في الشروط العامة للبيع تلك البنود التي تنشئ تفاهات في الشروط المالية أو التي تهدف إلى إقامة سياسة مشتركة للأسعار أو أي توحيد خاص متعلق بالشروط التجارية،

- كما أنه يجب أيضا، الإمتناع في الشروط العامة للبيع عن الإشارة إلى تحديد أجل أقصى للدفع غير الأجل السقفي الذي حدّده القانون⁽¹⁾.

تعتبر هذه مجمل التوصيات التي قدمها مجلس المنافسة لجمعية ممثلي شركات السيارات و وكلائهم المعتمدين، والتي يتعين عليهم إدراجها في ميثاقهم المهني ليكون مطابقا لقانون المنافسة.

في هذا الإطار أيضا، صدر بيان من طرف سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بتاريخ 2016.01.12، للتأكيد بأن سعر التجزئة الخاص بخدمات المواصلات السلكية واللاسلكية حر وتحدده المنافسة. وقد ورد هذا البيان بعد انتشار معلومات في السوق تقيد بلجوء متعاملي الهواتف النقالة إلى زيادة أسعار المكالمات الهاتفية، إذ نص هذا البيان على أن المتعامل يمتلك « الحرية في تحديد أسعار الخدمات لمشركيه » وبأن المتعاملون ملزمون فقط بتبليغ سلطة الضبط قبل 30 يوما من تطبيق كل تغيير من قبل المتعاملين في التعريفات⁽²⁾.

بالنظر للمزايا المختلفة للمنافسة الحرة على التطور والتقدم الإقتصادي، فقد حظيت باهتمام كبير من طرف المشرع الجزائري، أسوة بالقوانين والتشريعات المقارنة. وعليه عمد إلى إدخال إجراءات لتنمية المنافسة وتشجيعها ومحاربة الممارسات التي تحد منها. فعلى هذا

¹ وردت هذه التوصيات في الصفحة 34 من النشرة الرسمية للمنافسة (BOC) التي تضمنت التقرير السنوي لسنة 2014 الخاص بمجلس المنافسة.

² أنظر بيان سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية على موقع الأنترنت: www.arpt.dz تاريخ زيارة الموقع: 15 جانفي 2016 على الساعة الحادية عشر.

الأساس، تتطلب حرية الأسعار مراعاة التشريع والتنظيم المعمول بهما، وكذا مراعاة قواعد الإنصاف والشفافية خاصة ما تعلق بتركيبية الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها⁽¹⁾، وهوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات، وكذا شفافية الممارسات التجارية⁽²⁾. ومن هذا المنطلق فإن حرية الأسعار تقتضي منع الممارسات المقيدة للمنافسة وضمنان شفافية الممارسات التجارية. وفي هذا الإطار تنص المادة 04 فقرة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽³⁾ على أنه: « تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف و الشفافية لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي

- تركيبية الأسعار لنشاطات الإنتاج و التوزيع و تأدية الخدمات و استيراد السلع لبيعها على حالها

- هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع و توزيعها أو تأدية الخدمات

- شفافية الممارسات التجارية» .

وبناء عليه، فإن المشرع منح الدولة إمكانية تقييد حرية الأسعار لكن ذلك يتم وفق ضوابط حددتها المادة 04 السالفة الذكر.

إلى جانب ذلك، تُعد المنافسة الفعلية الضمانة الأساسية التي توفر للمستهلك سلعا وخدمات بأفضل المواصفات والأسعار، لذا حرص المشرع على تنظيمها على نحو يضمن

¹ أنظر المرسوم التنفيذي رقم 05-458 مؤرخ في 30 نوفمبر سنة 2005، يحدد كليات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالها، ج ر عدد 78 صادر في 04 ديسمبر سنة 2005.

² بوخاري لطيفة، مرجع سابق، ص 35.

³ وقيل تعديلها بالمادة 03 من القانون رقم 10-05، كانت الفقرة 02 من المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: « غير أنه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 05 أدناه ».

منافعها في السوق، وهو ما جسده الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والذي حظر جملة من الممارسات منها⁽¹⁾:

- الممارسات والأعمال المدبرة و الإتفاقيات و الإتفاقات الصريحة أو الضمنية الهادفة أو التي يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، ونجد من بين هذه الممارسات، عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها⁽²⁾.

- كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة⁽³⁾ على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها⁽⁴⁾.

- كل عمل و/أو عقد⁽⁵⁾ مهما كانت طبيعته أو موضوعه يسمح لمؤسسة بالإستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمعدل والمتمم. وقد ورد ذكر هذا المجال بموجب المادة 2 من نفس الأمر المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، حيث أصبحت تنص بموجب هذا التعديل على مايلي: « **بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:**

¹ عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص 59.

² أنظر المادة 6 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

³ ورد تعريف لوضعية الهيمنة بموجب المادة 03 الفقرة ج من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة و التي تنص: « **ج- وضعية الهيمنة: هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة إقتصادية في السوق المعنى من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه و تعطيتها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها** ».

⁴ أنظر المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

⁵ لم تكن المادة 10 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة قبل تعديلها بالمادة 6 من القانون رقم 08-12 تنص على العمل مهما كانت طبيعته أو موضوعه، وإنما كانت تنص فقط على عقد الشراء الإستثنائي وجعلت موضوعه يقتصر على احتكار التوزيع في السوق إذ وردت كالآتي: « **يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو إخلال بها كل عقد شراء إستثنائي يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق** ». وبعد التعديل صار نص المادة 10 كما يلي: « **يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال و يحظر كل عمل و/أو عقد مهما كانت طبيعته أو موضوعه يسمح لمؤسسة بالإستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر** ».

- نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي و نشاطات التوزيع و منها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها و الوكلاء و وسطاء بيع المواشي و بائعو اللحوم بالجملة و نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري و تلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية و جمعيات و منظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني و شكلها و هدفها

- الصفقات العمومية بدءا بنشر الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة غير أنه يجب أن لا يعيق تطبيق هذه الأحكام أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية».

من خلال هذا النص تتضح نية المشرع في توسيع الحماية للمستهلك خاصة إذا علمنا صرامة الأحكام التي يتضمنها الشق المتعلق بالجزاءات المقررة في حق المخالفين للأحكام التي جاء بها، لاسيما ما يتعلق منها بمجال الأسعار وكيفيات تنظيمها وقد أصاب المشرع فيما ذهب إليه لأن ذلك يُعد من بين الضمانات الأساسية لحقوق المستهلك التي أصبحت تُصنف ضمن حقوق الإنسان.

- كل تعسف للمؤسسات ناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية⁽¹⁾ لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة، لاسيما الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى.

- عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق⁽²⁾.

¹ ورد تعريف لمفهوم وضعية التبعية الاقتصادية في المادة 3 فقرة د من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة كمايلي: «د- وضعية التبعية الاقتصادية: هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا».

² أنظر المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

بناء على ما سبق، يظهر اهتمام المشرع بحماية المستهلك واتخاذ ما يراه مناسباً من أجل محاربة الممارسات التي من شأنها إحداث الظروف أو الأوضاع التي قد تؤدي إلى تقييد وعرقلة المنافسة مما ينتج عنه تحكّم في الأسعار يكون عادة في غير مصلحة المستهلك، ولذلك تخضع حرية الأسعار لمجموعة من الضوابط رغم كونها تتدرج ضمن إقتصاد السوق⁽¹⁾.

الفرع الثاني: آليات تحديد الثمن وفقاً للأسعار المقننة

تجد الأسعار المقننة إطارها القانوني في المادة 05 من القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم حيث تنص على أنه: « تطبيقاً لأحكام المادة 04 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش و أسعار السلع و الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية و ذلك للأسباب الرئيسية الآتية:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع و الخدمات الضرورية أو ذات الإستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق.
- مكافحة المضاربة بكل أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

¹ CALAIS- AULOY Jean, STEINMETZ Frank, op.cit, p. 335.

كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها في حالة ارتفاعها المفرط و غير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكار الطبيعية».

يتضح من هذه المادة أن الدولة لم تتدخل بشكل كلي عن النشاط الإقتصادي، بل تراقب النشاطات الإقتصادية وتلعب دورها كموجه ومنسق لتلك النشاطات الإقتصادية والتجارية، وهذا تجسيدا لمبدأ حرية التجارة والصناعة المكفولة دستوريا بموجب المادة 37 من الدستور والتي تنص: «حرية التجارة و الصناعة مضمونة و تمارس في إطار القانون». وبناء على ذلك نظم المشرع تدخل الدولة في مجال تحديد أسعار المنتجات واسعة الإستهلاك. ويتم ذلك من خلال اعتماد آلية التسعير (أولا)، إضافة إلى ذلك فإن الدولة تتدخل بطريق غير مباشر في التأثير على الأسعار (ثانيا).

أولا: التسعير كآلية لتحديد الثمن: تلجأ الدولة لتطبيق سياسة التسعير لتحديد الأثمان حفاظا على الإقتصاد الوطني، وحفاظا على المستهلكين من الوقوع ضحية جشع بعض الأعوان الإقتصاديين. وبناء عليه، قامت الجهات المختصة في جل الدول بوضع سياسة للتسعير، لأن الأسعار اليوم لا تخضع للمعطيات الآلية بقدر ما تخضع لاستراتيجية القوى الإجتماعية والإقتصادية، التي تعتبر الدولة إحدى دعائمها الأساسية. وقد حصل هذا حتى بالنسبة للدول الغنية التي تأخذ بمذهب الإقتصاد الحر نظرا للإضطراب الذي يقع في الأسواق نتيجة الحرية غير المنظمة⁽¹⁾ ولتوضيح ماهية التسعير، يستوجب في هذا المقام تعريف التسعير وبيان أهدافه(1)، ثم بيان كيفية تقنين أسعار السلع و الخدمات (2).

¹ محمد عبد الله أبو هزيم، أحكام الثمن في عقد البيع وفق أحكام التشريع، (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص 75.

1- تعريف التسعير: يمكن تعريف التسعير لغة واصطلاحا وعند خبراء الإقتصاد.

أ- لغة: من سَعَرَ: أسعر - السلعة: حدد سعرها والتسعير: تقدير السعر⁽¹⁾، والسعر الذي

يقوم عليه الثمن وجمعه أسعار، وقد أسعروا سعروا بمعنى واحد اتفقوا على سعر.

ب- اصطلاحا: أوجد الفقهاء عدة تعاريف للتسعير من بينها:

-تعريف البهوتي " أن يسعر الإمام أو نائبه على الناس سعرا و يجبرهم على التبايع به"⁽²⁾.

-تعريف الدريني " التسعير هو أن يصدر السلطان أو نائبه (موظف عام أو خاص) بأن تُباع

السلع أو تُبذل الأعمال و المنافع التي تفيض عن حاجة أربابها وهي محسنة أو مغالى في

ثمنها أو أجرها، على غير وجه المعتاد والناس أو الحيوان أو الدولة في حاجة ماسة إليها،

بسعر أو أجر معين عادل، بمشورة أهل الخبرة"⁽³⁾.

ج- تعريف التسعير عند خبراء الإقتصاد: تم تعريفه بمايلي: « تحديد الأسعار من قبل هيئة

تحوز احتكارا اجتماعيا من دون أن يكون لقانون العرض أو الطلب أي تأثير على

الأسعار»⁽⁴⁾.

يتبين من خلال هذه التعاريف أن الهدف من لجوء الدولة إلى خيار التسعير يعود إلى

الوظيفة الأساسية لها المتمثلة في حماية الفئات الهشة في المجتمع، من خلال المحافظة

على القدرة الشرائية الخاصة بهم. وكذا محاربة كل أشكال استغلال المستهلكين بوضع نظام

يضمن التوازن الإقتصادي بينهم وبين الأعوان الإقتصاديين.

¹ ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، 16 مجلد، ط 1، دار صادر، بيروت، 1990، ص 365/4
² أنظر حسن محمد حسن شحادة، أحكام الثمن في الفقه الإسلامي، دراسة فقهية مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2006، ص 124.

³ العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل إقتصاد السوق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، بن عكنون، 2002، ص 138.

⁴ MAUGER Roger Paul Jean, Le Contrôle des Prix en Algérie aux points de vue administratif et pénal, Thèse de doctorat Université d'Alger, 1944, p76.

فالسَّلعة المسعّرة عموماً هي التي يُحدّد لها وفقاً للقانون ثمن لا ينبغي تجاوزه، ويكون التعامل بين الأشخاص على أساسه وتحديد الثمن إما أن يبين بوجه صريح قاطع أو قد يتم على أساس قواعد وضوابط معينة يؤدي أعمالها إلى تحديد الثمن بشكل لا لبس فيه⁽¹⁾.

تهدف الدولة من خلال قيامها بالتسعير إلى المحافظة على القدرة الشرائية للمواطن خاصة ذوي الدخل المحدود والضعيف. ومحاربة المضاربة التي يمكن أن تؤدي إلى استغلال المستهلك. ويعتبر هذا الهدف الاجتماعي من أهم أسباب تدخل الدولة في تحديد الأسعار، كما أن هناك هدف اقتصادي، إذ تعتبر الدولة السعر وسيلة تشجيع بعض القطاعات أو بعض المناطق، و وسيلة لإحداث التوازن الاقتصادي العام. فالدولة قد تحارب ارتفاع الأسعار لتخفيف أزمة التضخم أو الحد من انتقال التضخم من قطاع اقتصادي إلى قطاع إقتصادي آخر، وقد ترفع مستوى الأسعار عن طريق فرض ضرائب جديدة قصد توقيف إنتاج معين أو قصد تغطية الميزانية و زيادة مداخيل الدولة⁽²⁾.

ويتحدّد مجال تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات وفقاً للفقرة الأولى من المادة 5 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. و تُحدّد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف التجانسية من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم. وقد نصت هذه المادة قبل التعديل بموجب المادة 4 من القانون رقم 05/10، والمتعلق بالمنافسة على أن مجال تدخل الدولة في التسعير هو السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي عن طريق مرسوم، وبعد أخذ رأي مجلس المنافسة. وحسنا فعل المشرع بحذف عبارة " السلع والخدمات الإستراتيجية" لأنها تضيق من تدخل الدولة في هذا النطاق⁽³⁾.

¹ عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 173.

² بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 71.

³ أنظر الجريدة الرسمية للمناقشات، الفترة التشريعية السادسة، الجلسة العلنية المنعقدة يوم الإثنين 12 يوليو 2010، ص 06.

بناء عليه، فتحت الدولة مجال تدخلها في جميع السلع والخدمات دون استثناء، علما بأن السلع والخدمات الضرورية معروفة ومحددة مسبقا في النصوص والتنظيمات ومعدة في شكل قائمة إلا أنه قد تُضاف مواد أساسية أخرى إلى هذه القائمة كلما دعت الضرورة إلى ذلك. مع الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية للمواطن على اعتبار أن القدرة الشرائية للمستهلك تظل الإنشغال الأول والدائم للدولة⁽¹⁾.

2- كيفية تقنين أسعار السلع والخدمات

يُضح من مضمون المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم أن عملية تدخل الدولة لتقنين أسعار السلع والخدمات تتم وفقا لثلاث آليات تتمثل في التحديد(أ)، التسقيف(ب)، والتصديق(ج).

أ- آلية تثبيت الأسعار **La Fixation des Prix**: يتمثل التثبيت في وضع الدولة لسعر خاص بسلعة أو بخدمة ما عن طريق التنظيم، تبعا لما تتمتع به من إمتيازات السلطة العامة فتجبر البائعين والمشتريين على احترامه تحت طائلة العقاب. تلعب هذه الآلية دورا حاسما، لأنها تحدد بشكل بات ونهائي سعر البيع، خاصة البيع النهائي لدى المستهلكين. فهذه الطريقة تمثل الحماية المباشرة والصريحة للمصلحة الإقتصادية للمستهلكين وحماية قدرتهم الشرائية من خلال زيادة الإنفاق العمومي عليهم، مما يشكل استثناء واضحا على قاعدة العرض والطلب. لذلك تبدو قائمة السلع والخدمات محدودة مقارنة بالكم الهائل من المنتجات المعروضة في السوق. فهي غالبا ما تشكل السلع والخدمات الضرورية في الحياة اليومية للمستهلك، فيكون التثبيت على أساس وحدة الوزن أو الكيل أو المقاس علما أن التحديد على هذه الصورة يتماشى مع ما جرى به عرف التعامل بين الناس لكل سلعة من السلعة.

¹ مرجع نفسه، ص06.

تبعاً لهذا المسعى الحمائي للمستهلك من طرف الدولة، صدرت العديد من النصوص القانونية التي تحدد بعض السلع والخدمات الخاضعة لنظام تقنين الأسعار من بينها:

1- أسعار بعض المواد الغذائية: نذكر في هذا الشأن

• **القمح الصلب** : تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 07-402 المؤرخ في 25 ديسمبر سنة 2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه.⁽¹⁾

لقد تم في هذا المرسوم تحديد تصنيف القمح الصلب المعروض للإستهلاك والمتمثل في السميد العادي من القمح الصلب والسميد الرفيع من القمح الصلب إلى جانب ذلك تم تحديد خصائصه التقنية. كما حددت المادة 6 منه سعر الخروج من المصنع وسعر البيع لتجار التجزئة وسعر البيع للمستهلكين مع تحديد هامش الربح بالجملة و هامش الربح بالتجزئة. حيث يبلغ سعر السميد العادي عند الخروج من المصنع: 3250 دج للقنطار مع هامش ربح بالجملة مقداره 150 دج، بينما يبلغ سعر بيع هذا السميد لتجار التجزئة بـ 3400 دج للقنطار مع هامش ربح يقدر بـ: 200 دج. أما سعر البيع للمستهلكين فيقدر بـ: 3600 دج للقنطار أي كيس 25 كيلو غرام من السميد العادي يقدر بـ: 900 دج. أما بالنسبة للسميد الرفيع فيقدر سعر الخروج من المصنع بـ: 3500 دج للقنطار بهامش ربح يقدر بـ: 200 دج، بينما يبلغ سعر بيع هذا السميد لتجار التجزئة بـ: 3700 دج للقنطار بهامش ربح يقدر بـ: 300 دج. أما سعر البيع للمستهلكين فيقدر بـ: 4000 دج للقنطار أي كيس 25 كيلو غرام ثمنه 1000 دج.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 25 ديسمبر سنة 2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه، ج ر عدد 80 الصادر في 26 ديسمبر سنة 2007 .

• الحليب المبستر: تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فبراير سنة 2001، معدل و متمم، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع⁽¹⁾.

لقد وضعت المادة 03 من هذا المرسوم المعدل والمتمم تعريفا للحليب المبستر بنصها: « يقصد بالحليب المبستر منزوع الدسم جزئيا والمدعم في مفهوم هذا المرسوم، الحليب المتحصل عليه بطريقة إعادة التكوين أو إعادة المزج لمسحوق الحليب المدعم والموزع حصريا من طرف الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، الذي يحتوي على مواد دسمة بين 1.5% و 2% أي ما يعادل إلى 20 غراما من المواد الدسمة في اللتر الواحد»⁽²⁾.

تم تحديد ثمن بيع اللتر الواحد من الحليب المبستر والموضب في الأكياس للمستهلكين ب: 25 دج، منذ سريان مفعول هذا المرسوم والمطبق ابتداء من 15 فبراير 2001 وقد تم تأكيد هذا السعر مرة أخرى عند تعديل المرسوم التنفيذي رقم 01-50 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-65، إذ تنص المادة 2 منه على أنه: « تشمل الأسعار المحددة في المادة الأولى أعلاه كل الرسوم وتطبق ابتداء من أول فبراير سنة 2016 ».

تجدر الإشارة إلى أن أهم ما جاء به هذا المرسوم الجديد هو التأكيد على أن الحليب المبستر المشمول بالدعم هو ذلك الموزع من طرف الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته، وكذا منع إعادة توجيهه و/أو استعمال مسحوق الحليب المدعم والموزع من طرف هذا الديوان، لإنتاج الحليب المبستر كامل الدسم أو غيرها من منتجات الألبان ومشتقاتها،

¹ مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فبراير سنة 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 11 الصادر في 12 فبراير سنة 2001.

² أنظر المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 16-65 مؤرخ في 16 فبراير سنة 2016، يعدل و يتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فبراير سنة 2001، والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضب في الأكياس عند الإنتاج في مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 09 الصادر في 17 فبراير سنة 2016.

وفقا لما نصت عليه المادة 3 مكرر، والهدف من ذلك هو ضمان وصول الحليب المبستر المدعم إلى مستحقيه، والحرص على عدم إساءة استغلال هذا الدعم.

فضلا عن ذلك، جاء هذا المرسوم استجابة لضغط الموزعين من أجل رفع هامش الربح، حيث صار سعر البيع في رصيف المصنع يقدر بـ 23.20 دج مما سمح برفع هامش ربح التوزيع بالجملة إلى 0.90 دج لكل لتر من الحليب منزوع الدسم جزئيا ومبستر ومدعم وموضب في أكياس، بعد أن كان سعر البيع في رصيف المصنع يقدر بـ 23.35 دج وحدد ربح التوزيع بالجملة يقدر بـ 0.75 دج للكيس.

• **فرينة الخبز:** تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المؤرخ في 13 أبريل سنة 1996، يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع.⁽¹⁾ وحددت المادة الأولى من هذا المرسوم أسعار بيع أنواع الدقيق العادي السائب والموضب في مختلف مراحل التوزيع، وذلك ابتداء من 3 يناير سنة 1996، حيث يبلغ سعر الدقيق العادي السائب للخبازين 2000 دج للقنطار بينما يقدر ثمن بيعه للمستهلكين بـ: 2180 دج/قنطار. كما أنه ورد في الفقرة الثانية من المادة الأولى من هذا المرسوم أسعار بيع الدقيق العادي الموضب للمستهلكين بشكل مفصل وهي كما يلي: كيس 1 كغ ثمنه 27.50 دج، كيس 2 كغ ثمنه 51.50 دج، كيس 5 كغ ثمنه 133.50 دج، كيس 25 كغ ثمنه 592.50 دج.

• أما ما يتعلق بأسعار بيع الخبز العادي للمستهلكين فقد نظّمه المشرع في المادة 2 من هذا المرسوم كمايلي:

« **تحدد أسعار بيع الخبز العادي للمستهلكين، ابتداء من 3 يناير سنة 1996 كما يأتي:**

- **خبز 250 غ (شكله طويل أو مستدير) 7.50 دج للوحدة،**

- **خبز 500 غ (شكله طويل أو مستدير) 15.00 دج للوحدة».**

¹ مرسوم تنفيذي رقم 96-132 مؤرخ في 13 أبريل سنة 1996، يتضمن تحديد أسعار الدقيق و الخبز في مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 23 الصادر في 14 أبريل سنة 1996.

أما المادة 3 من نفس المرسوم فقد نصت على مايلي:

« تحدد أسعار بيع الخبز المسمى "المحسن" للمستهلكين، ابتداء من 3 يناير سنة 1996 كما يأتي:

- خبز 250 غ (شكله طويل أو مستدير) 8.50 دج للوحدة،

- خبز 500 غ (شكله طويل أو مستدير) 17.00 دج للوحدة».

إن ما يلاحظ على هذه الأثمان أنها تسمح لذوي الدخل الضعيف بضمان شراء الدقيق والسميد والخبز. غير أنه بالرغم من إقرار هذه الأسعار بقوة القانون إلا أن حالتها في السوق تبين غير ذلك تماما إلا في حالات نادرة، إذ يبلغ سعر الخبز العادي 250 غ غالبا 10 دج، بينما سعر 7.50 دج المفروض قانونا لا يتم التعامل بها لعدة عوامل من بينها انعدام القطع النقدية التي تصلح للتعامل بهذا السعر، وكذا عدم استعداد الخزائين للتعامل به لأنه حسب اعتقادهم سيعرضهم للإفلاس لأن هذا السعر لا يغطي حتى التكاليف.

• الماء المستعمل في الفلاحة: تم في هذا الشأن إصدار المرسوم التنفيذي رقم 05-14 المؤرخ في 9 يناير سنة 2005، الذي يحدد كفاءات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به⁽¹⁾. إذ تغطي تسعيرة الماء المستعمل في الفلاحة تكاليف وأعباء صيانة واستغلال المنشآت والهياكل الأساسية للسقي والصرف والتطهير الفلاحي وتساهم في تمويل الإستثمارات وتوسيعها.

2- الخدمات: تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر سنة 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة⁽²⁾. إذ يتضمن هذا المرسوم فصلين، يتناول الفصل الأول أحكاما تتعلق بسيارات الأجرة الفردية، حيث يحدد

¹ مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 9 يناير سنة 2005، يحدد كفاءات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به، ج ر عدد 05 الصادر في 12 يناير سنة 2005.

² مرسوم تنفيذي رقم 02-448 مؤرخ في 17 ديسمبر سنة 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة، ج ر عدد 85 الصادر في 22 ديسمبر سنة 2002.

التعريفة القصوى في الكيلومتر الواحد المقطوع وتكميلات التعريفات التي تطبق على الخدمات التي تقدمها سيارات الأجرة الفردية، إذ حددت المادة 2 من هذا المرسوم التعريفة القصوى في الكيلومتر الواحد بـ: 10.50 دج بينما ترتفع هذه التعريفة بمقدار 50 % عند السير ليلا من الساعة التاسعة إلى الساعة الخامسة صباحا.

أما في الفصل الثاني، فقد ورد في هذا المرسوم أحكام تتعلق بسيارات الأجرة الجماعية، حيث تبلغ التعريفة القصوى في الكيلومتر الواحد بالنسبة لسيارة الأجرة الجماعية ما بين البلديات والولايات بـ: 2.00 دج، أما بالنسبة لسيارة الأجرة الجماعية الحضرية فتقدر بـ: 3.50 دج كما أنه لا تطبق أي زيادة على النقل ليلا.

تجدر الإشارة هنا إلى أن ارتفاع أسعار الوقود بموجب قانون المالية لسنة 2016⁽¹⁾ أدى إلى تطبيق زيادات عشوائية من طرف الناقلين، ومن أجل الحد من الرفع الفوضوي للأسعار، والتصدي لانتهاكات حقوق المستهلكين في مجال النقل، وأمام الضغوط التي يمارسها الإتحاد الوطني للناقلين، تم إصدار التعليمات الوزارية رقم 489 المؤرخة في 15 فيفري 2016 المتعلقة بتحديد تسعيرات جديدة تتناسب مع تأثير وارتفاع أسعار الوقود على الكلفة اليومية للناقلين وتقاديا للتطبيق العشوائي لهذه الزيادات، حيث تم رفع تسعيرات النقل عن طريق سيارات الأجرة والنقل الحضري الجماعي وغير الحضري الخاص وما بين الولايات بـ 10%.

أما في مجال الخدمات أيضا حدد المشرع مجموعة من التدابير الخاصة بكيفية تحديد الأسعار لاسيما فيما يخص نقل المسافرين عبر السكة الحديدية⁽²⁾ ونقل البضائع عبر السكة الحديدية⁽¹⁾ وكذا الإيسجار المطبق على السكن الإجتماعي⁽²⁾.

¹ أنظر قانون رقم 15-18 مؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2015، يتضمن قانون المالية لسنة 2016، ج ر عدد 72 صادر في 31 ديسمبر سنة 2015.

² مرسوم تنفيذي رقم 98-269 مؤرخ في 29 غشت سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج ر عدد 65 صادر في 02 سبتمبر سنة 1998.

3- **المنتجات الصناعية:** تم في هذا الشأن إصدار المرسوم التنفيذي رقم 07-60 المؤرخ 11 فبراير 2007، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية⁽³⁾.

لقد حدّدت المادة 2 من هذا المرسوم سعر بيع النفط الخام عند دخوله المصافي، باستثناء مصفاة أدرار، والذي يوجه للسوق الوطنية بمبلغ: 12.043,39 دج للطن الواحد، بينما حدّدت المادة 3 منه هذا السعر بمصفاة أدرار بمبلغ 11.006,06 دج للطن الواحد. كما تم في الملحق الأول من هذا المرسوم أسعار بيع المنتجات البترولية المكررة الموجهة للسوق الوطنية عند خروجها من المصافي وحدود ربح توزيعها بالجملة. كما ورد في الملحق الثالث أسعار البيع في مختلف مراحل توزيع غازات البترول المميعة، إذ يبلغ سعر الخروج من مركز التعبئة 161,50 دج لحمولة 13 كلغ من غاز البوتان الموضب، ويبلغ سعر البيع القانوني إلى تجار التجزئة 176,50 دج لنفس الحمولة، أما سعر البيع للمستهلكين فيبلغ 200,00 دج، وأي زيادة عن ذلك تعتبر غير شرعية.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 98-329 مؤرخ في 13 أكتوبر سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل البضائع الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج ر عدد 77 صادر في 14 أكتوبر سنة 1998.

² - مرسوم تنفيذي رقم 98-237 مؤرخ في 28 يوليو سنة 1998، يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والتي تملكها الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، ج ر عدد 55 صادر في 29 يوليو سنة 1998.

³ مرسوم تنفيذي رقم 07-60 مؤرخ في 11 فبراير 2007، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، و أسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية، ج ر عدد 11 صادر في 15 فبراير سنة 2007 .

أما غاز البروبان فيبلغ سعر بيع حمولة 35 كلغ منه عند الخروج من مركز التعبئة 360,00 دج، وعند البيع لتجار التجزئة 380,00 دج، بينما يبلغ سعر بيعه للمستهلكين 400,00 دج.

إن الدولة بتطبيقها لسياسة التسعير، إنما تقوم بمراقبة المستوى المعيشي الوطني والمحلي وفي ضوءه تُحدد اختياراتها الإقتصادية والإجتماعية وتُراقب مقاييس الأسعار تبعاً للتطور الحاصل والوقائع التي تطرأ وتحد من المنافسة والتضخم⁽¹⁾، وانطلاقاً من هذا المبدأ واهتماماً بالمستهلك الذي يجب أن يكون على سُلّم أولويات الدولة. فقد ورد في قانوني المنافسة والقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ما يؤكد هذه النزعة الحمائية للمستهلك لدى المشرع.

ب- آلية تسقيف الأسعار **Le Plafonnement des Prix**: التسقيف هو تحديد السعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعنية به. فيكون للأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون السقف المحدد، لكنها لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف، وفي حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة، أصبح السعر الحقيقي يتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، يبقى العون الإقتصادي ملزماً بالسعر المسقف. وعلى الدولة تعويضه الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف وذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبة الأسعار، تبين طبيعة وحقيقة السعر المكون، يقدمها العون الإقتصادي إلى الجهات المعنية⁽²⁾. وكمثال على ذلك المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس سنة 2011، يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج

¹ محمد عبد الله أبو هزيم، مرجع سابق، ص 75.

² بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 77.

والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض⁽¹⁾.

يحدد هذا المرسوم بموجب المادة 2 منه الأسعار القصوى مع احتساب كل الرسوم، عند الإستهلاك للزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، حيث يُسَقَّف ثمن صفيحة 5 لتر ب : 600 دج، قارورة 2 لتر : 250 دج، قارورة 1 لتر : 125 دج. أما السكر الأبيض فيُسَقَّف ثمن الكيلوغرام غير الموضب ب: 90 دج والكيلوغرام الموضب ب: 95 دج.

حتى لا يقع أي لبس في تسويق هاتين المادتين الحيويتين، لجأ المشرع إلى تعريفهما بموجب المادة 3 من هذا المرسوم والتي تنص: « يقصد في مفهوم هذا المرسوم بمايأتي:

- السكر الأبيض: السكر الأبيض المبلور غير الموضب أو المعبأ، المحددة خصائصه التقنية بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ذي الحجة عام 1417 الموافق 27 أبريل سنة 997 الذي يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض،

- الزيت الغذائي المكرر العادي: الزيت المتحصل عليه من خليط على أساس زيت الصويا الذي يمكن أن يضاف إليه جزء من أصناف أخرى من المواد الزيتية، المحددة خصائصها التقنية بموجب القرار المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1416 الموافق 7 نوفمبر سنة 1995 و المتعلق بالخصائص التقنية و القواعد المطبقة عند استيراد المنتجات الغذائية».

إلى جانب الأسعار القصوى، حدّدت المادة 7 من نفس المرسوم هوامش الربح القصوى المطبقة عند التسويق وعند البيع بالجملة والتجزئة للزيت الغذائي المكرر العادي

¹ مرسوم تنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 6 مارس سنة 2011، يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الإستيراد و عند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي و السكر الأبيض، ج ر عدد 15 الصادر في 9 مارس سنة 2011 .

والسكر الأبيض حيث تقدر بالنسبة للزيت بـ: 5 % عند البيع بالجملة و 10 % عند البيع بالتجزئة، بينما تقدر تلك الهوامش بالنسبة للسكر الأبيض عند البيع بالجملة بـ: 5 %، و 10 % عند البيع بالتجزئة.

أما ما يتعلق بمادة الإسمنت فقد تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 09-243 المؤرخ في 22 يوليو سنة 2009، يحدد هوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة على الإسمنت البورتلاندي المركب والموضب،⁽¹⁾ حيث تبلغ تلك هوامش الربح بالجملة 80 دج وهوامش التجزئة 120 دج بالنسبة للقنطار الواحد، أما كيس 50 كلغ فتبلغ 40 دج لهوامش الربح بالجملة و 60 دج لهوامش الربح بالتجزئة. علما بأن هذه الهوامش تطبق على هذا النحو:

- سعر البيع عند الخروج من المصنع، مع احتساب كل الرسوم، بما في ذلك تكاليف ترتيب السلع، بالنسبة لهامش الجملة.
- سعر خالص ثمن قيمة التأمين وأجرة الشحن مع احتساب كل الرسوم بالنسبة لهامش الجملة عند الإستيراد.
- سعر البيع بالجملة مع احتساب جميع الرسوم بالنسبة لهامش التجزئة.

تجدر الإشارة إلى أن الهامش الصناعي وكذا الأسعار عند الإنتاج يبقيان حرين.

أما فيما يتعلق بسعر الأدوية المستعملة في الطب البشري، فإنها تخضع لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 98-44 المتعلق بتنظيم حدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوضيب

¹ مرسوم تنفيذي رقم 09-243 مؤرخ في 22 يوليو سنة 2009، يحدد هوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة على الإسمنت البورتلاندي المركب والموضب، ج ر عدد 44 صادر في 26 يوليو سنة 2009.

والتوزيع المطبقة على هذه الأدوية⁽¹⁾. حيث تبلغ هامش الربح القصوى عند الإنتاج 20%، وعند التوظيف 10%، أما هامش التوزيع بالجملة فيخضع في تحديده إلى نسبة تنازلية مابين 20% و 10%، أما هامش التوزيع بالتجزئة فيخضع في تحديده إلى نسبة تنازلية مابين 50% و 20%. تجدر الإشارة إلى أن هناك مشروع مرسوم تنفيذي ينظم حدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتوظيف التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري كما يحدد كفاءات إيداع الأسعار⁽²⁾. حيث يلغي هذا المرسوم العمل بأحكام المرسوم 44-98 السابق الذكر، إلى أنه لم يتم إقراره وذلك منذ سنة 2008.

ج- آلية التصديق **L'Homologation**: يتمثل التصديق في الموافقة على السعر الذي تقترحه الجهات المختصة أو ذوو الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين كالديوان الوطني المهني المشترك للخضر واللحوم، على الجهة المعنية وهي الوزارة المكلفة بالتجارة. وكمثال على ذلك ما ورد في المادة 12 من مشروع المرسوم التنفيذي المتعلق بسعر الأدوية المستعملة في الطب البشري السابق ذكره والتي تنص على أنه: " يتم إعداد استمارة سعر الأدوية من طرف المتعاملين الإقتصاديين المعنيين وتودع أو ترسل عن طريق البريد الموصى عليه مع وصل استلام وذلك قبل تسويقه، لدى وزارة التجارة وفقا للإستمارات الموضحة في الملاحق، 1، 2 و 3 من هذا المرسوم.

تودع أو ترسل استمارات السعر الواردة في الفقرة أعلاه في مدة لا تتجاوز شهرا ابتداء من تاريخ التخليص الجمركي بالنسبة للأدوية المستوردة وابتداء من تاريخ الإنتاج أو

¹ أنظر المرسوم التنفيذي رقم 44-98 مؤرخ في أول فبراير سنة 1998، يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوظيف والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، ج ر عدد صادر في 04 فبراير سنة 1998.

² أنظر مشروع المرسوم التنفيذي الذي يحدد هامش الربح القصوى المطبقة على إنتاج وتوظيف وتوزيع الأدوية المستعملة في الطب البشري ويضبط كفاءات إيداع أسعارها www.mincommerce.gov.dz تاريخ زيارة الموقع: 15 نوفمبر 2015 على الساعة العاشرة.

التوظيف للأدوية المنتجة أو الموظبة محليا. لا تسوق هذه المنتجات إلا بعد مرور خمسة عشر يوما (15) ابتداء من تاريخ إيداع استمارة السعر.

تفصل المصالح المؤهلة لدى وزارة التجارة في صلاحية استمارة الأسعار في آجال لا يتعدى خمسة عشر يوما (15) ابتداء من يوم إيداعها. عدم الجواب في الجبل المحدد يعني قبولها".

إلى جانب هذه الآلية، فإن الدولة تتدخل تبعا لظروف معينة تقتضيها ضرورات الحماية الاجتماعية للمستهلكين، ورعاية النظام العام الإقتصادي الذي يفرض مثل هذا التدخل، كاتخاذ التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار التي تتخذها الدولة في حالة الإرتفاع المفرط وغير المبرر للأسعار بسبب ظروف و أوضاع معينة قد تمس أي قطاع من قطاعات النشاط الإقتصادي. حيث تتمثل هذه الحالات الإستثنائية المحددة طبقا للمادة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم في حالة الإضطراب الخطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الإحتكار الطبيعية⁽¹⁾. أين يحتكر المتعامل الإقتصادي نشاطا إقتصاديا معيناً، فيتحكم تبعا لذلك في تحديد أسعار تلك المنتجات، مما قد ينتج عنه ارتفاع كبير في الأسعار، لذلك تتدخل الدولة للحد من هذا الإرتفاع.

ثانيا: تدخل الدولة بطريق غير مباشر للتأثير على الأسعار: للدولة وسائل أخرى تقوم من خلالها بالتأثير في السعر النهائي لأسعار السلع والخدمات عن طريق التخفيف من العبء

¹ لم تورد المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم تعريفا أو تحديدا لمفهوم الإحتكارات الطبيعية. وعلى خلاف ذلك، أوردت المادة 05 من الأمر رقم 06-95 الملغى مفهوما له حيث تنص على: «... حالات السوق أو نشاط التي تتميز بعون إقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو هذا النشاط».

الضريبي. غير أنه يجب التمييز هنا بين النظام الجبائي والنظام الجمركي، فالأول يعني كل الإستثمارات التي يتم توطينها داخل المناطق الحرة من كل الضرائب والرسوم والإقتطاعات ذات الطابع الجبائي، باستثناء رسوم السيارات ذات الإستعمال السياحي ومساهمات الضمان الإجتماعي. أما النظام الجمركي⁽¹⁾ فيسمح بحرية تبادل السلع والخدمات بدون قيد، وبالتالي تعفى نشاطات هذه المشاريع من الأعباء الضريبية المختلفة⁽²⁾، فالضريبة هي اقتطاع مالي إلزامي ونهائي تحدده الدولة، ودون مقابل بغرض تحقيق أهداف عامة، من بينها تشجيع أنواع المشروعات لاعتبارات معينة فتعفيها كلياً أو جزئياً من الضرائب⁽³⁾.

من أجل أن تكون الضرائب في خدمة التنمية لأبد من التمييز بين السلع والخدمات التي تحتاج إليها الدولة وتلك التي تعد من الكماليات، فتضع تبعا لذلك سياستها الضريبية، بحيث أنه لا يجب وضع ضرائب مفرطة على السلع الإستهلاكية الضرورية خاصة تلك التي تعاني الدولة نقصا في إنتاجها من أجل تفادي إرتفاع ثمنها مما يضر بالمصالح الإقتصادية للمستهلكين وأمنهم الغذائي. بينما السلع والخدمات التي لا تحتاجها الدولة والتي تعد من السلع الكمالية والترفيهية فيمكن إخضاعها لضرائب جمركية مضاعفة⁽⁴⁾.

¹ أنظر المرسوم التنفيذي رقم 94-320، مؤرخ في 17 أكتوبر سنة 1994، يتعلق بالمناطق الحرة، ج ر عدد 67 صادر في 19 أكتوبر سنة 1994، (ملغى)

- أنظر كذلك المرسوم التنفيذي رقم 97-106، مؤرخ في 05 أبريل سنة 1997، يتضمن إنشاء المنطقة الحرة لبلارة (جيجل)، ج ر عدد 20 صادر في 06 أبريل سنة 1997. ثم صدر فيما بعد القانون رقم 03-11 مؤرخ في 25 أكتوبر 2003، يتضمن الموافقة على الأمر رقم 03-02، مؤرخ في 19 جويلية 2003، و المتعلق بالمناطق الحرة، ج ر عدد 64 صادر في 26 أكتوبر سنة 2003، (ملغى)

² محمد فرحي، « سياسة الإعفاءات الضريبية في الإقتصاد الجزائري و آثارها الإقتصادية و الإجتماعية »، المجلة

الجزائرية للعلوم القانونية و الإقتصادية و السياسية، الجزء 39، رقم 01-2001، ص ص 62-78.

³ حميد بوزيدة، جباية المؤسسات، دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، طبعة 2005، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 08.

⁴ لطيفة بوخاري، مرجع سابق، ص 87.

في هذا الإطار، تقوم الدولة بدعم الأسعار وحماية المستهلكين بطريق غير مباشر وذلك إما بالإعفاء أو التخفيف من دفع الحقوق الجمركية المطبقة على استيراد بعض السلع والخدمات، وكذا التخفيف من الرسم على القيمة المضافة TVA، والرسم على النشاط المهني TPA، وكذا التخفيف من الضريبة على أرباح الشركات IBS.

يؤدي هذا التدخل من طرف الدولة إلى التأثير على الأسعار نحو الإنخفاض، فمن حق الدولة التدخل لضبط آليات السوق من خلال التأثير على قانون العرض والطلب، أو مساعدة الأعوان الإقتصاديين في التقليل من تكاليف الإنتاج، مما يؤدي إلى إنخفاض أسعار السلع والخدمات.

المطلب الثاني: شروط تحديد الثمن

يعتبر وجود الثمن عنصرا ضروريا للبيع، ويتخلفه لا يمكن إضفاء وصف البيع على العقد. فهو يعتبر محلا ثانيا في هذا العقد، وقد ورد النص عليه في المادة 351 من القانون المدني الجزائري التي تنص: « البيع عقد يلتزم بمقتضاه، البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي». وفي عقد الإستهلاك فإن المنتج أو البائع المهني هو الذي يلتزم قبل المستهلك بنقل ملكية سلعة أو منتج أو يؤدي إليه خدمة في مقابل ثمن نقدي. فالثمن إذن يعتبر أحد العناصر الضرورية، لذا يجب أن يكون مبلغا نقديا(الفرع الأول)، كما أنه يجب أن يكون مقدرا أو قابلا للتقدير(الفرع الثاني)، إضافة لذلك يجب أن يكون جديا(الفرع الثالث).

الفرع الأول: يجب أن يكون الثمن نقودا:

أول شرط في الثمن أن يكون مبلغا من النقود، وهذا المبدأ كان معروفا في القانونين الروماني والفرنسي القديمين، ونظرا لبدايته فإن القانون الفرنسي الحديث لم ينص عليه صراحة⁽¹⁾، كما أنّ الشريعة الإسلامية تعتبر البيع تمليك مال أو حق مالي لقاء عوض، إذ يعتبر البيع مبادلة لمال بمال، فيشمل بذلك البيع و المقايضة، والصّرف والسّلم⁽²⁾. فالثمن بطبيعته مبلغ من النقود يقابل قيمة المبيع في عقد البيع ويلتزم المشتري بتسليمه إلى البائع مقابل اكتساب الحق المبيع.

إنّ ما يلاحظ على المشرع الجزائري أنه لم يأخذ بمفهوم الثمن في الفقه الإسلامي الذي يعتبر البيع مبادلة مال بمال سواء كانت هذه المبادلة تشمل بيع عين مقابل ثمن نقدي وهو ما يتمثل في البيع المطلق أو بيع عين بعين وهو ما يتمثل في المقايضة أو بيع نقد بنقد وهو ما يتمثل في الصرف، كما أنّه لم يسلك التوجه الذي سار عليه القانون الفرنسي الذي لم ينص صراحة على الطابع النقدي للثمن. إذ تنص المادة 1591 من القانون المدني الفرنسي على أنه: « يجب أن يكون الثمن مقدرا و معيّنا من الطرفين »⁽³⁾، حيث أنّ هذه المادة لم تتضمن إشارة صريحة أو ضمنية لإلزامية التعامل بالنقود في عقد البيع. بينما المشرع الجزائري يشترط صفة النقد في عقد البيع طبقا لما ورد في نص المادة 351 من ق م ج التي تؤكد على الطبيعة النقدية للثمن في مقابل نقل ملكية الشيء المبيع أو الحق المالي.

لا يشترط في الثمن أن يكون معجلا، بل قد يكون مؤجلا كما قد يكون مقسما أو إيرادا مؤبدا لمدى حياة البائع، ما دام هذا الإيراد نقودا. ولا يصح أن يكون الثمن أوراقا مالية كأسهم أو سندات وإلا اعتبر هذا العقد مقايضة. كما أنه متى حُدد الثمن نقدا فلا شيء

¹ محمد عبد الله أبو هزيم، مرجع سابق، ص 107.

² سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 80.

³ Art.1591, loi 1804-03-06 promulguée le 16 mars 1804 «*Le prix de la vente doit être déterminée et désignée par les parties*». www.legifrance.fr

يمنع بعد تحديده من أن يتفق المتعاقدان على تحويله إلى عين معينة أو إلى أسهم أو سندات. ويجوز أن تحل محل النقود الأوراق التجارية من شيك وسفتجة وسند لأمر في الوفاء بالثمن. ولا يصح أن يكون الثمن سبائك ذهبية أو فضية حتى ولو أمكن معرفتها نقدا لأن التصرف حينئذ يعتبر مقايضة لا بيعاً⁽¹⁾.

في هذا الإطار، تنص المادة 413 من القانون المدني الجزائري على أنّ المقايضة عقد يلتزم به كل من المتعاقدين أن ينقل إلى الآخر على سبيل التبادل ملكية مال غير النقود وهي تقابل المادة 482 من القانون المدني المصري، والفرق الجوهرى بين البيع والمقايضة ينحصر في طبيعة المقابل فهو في البيع ثمن نقدي، وهو في المقايضة مال ليس من النقود. وإذا كان بعض المقابل نقودا والبعض الآخر ليس من النقود فإن العقد قد يكون بيعا وقد يكون مقايضة بمعدل على حسب العنصر الغالب. ونصّت المادة 414 ق م ج على أنه إذا كانت الأشياء المتقايض فيها مختلفة القيم في تقدير المتعاقدين جاز تعويض الفرق بمبلغ من النقود، وهي تقابل المادة 483 ق م مصري.

فيما عدا المقابل النقدي الذي يتميز به البيع فإن العقدين متماثلان، لذلك لم يضع المشرع أحكاما مفصلة مكتفيا بالنص في المادة 415 ق م ج على أنه تسري على المقايضة أحكام البيع بالقدر الذي تسمح به طبيعة المقايضة، ويعتبر كل من المتقايضين بائعا للشيء الذي أعطاه و مشتريا للشيء الذي تلقاه، وهي تقابل المادة 485 ق م مصري، وعلى ذلك تطبق كافة أحكام البيع فيما عدا ما كان منهما متعلقا بالثمن و شروطه⁽²⁾.

يدخل في نطاق الثمن بوصفه على أنه نقد كل أنواع النقود المتداولة قانونيا سواء كانت معدنية أو ورقية أو خطيا كالشيك والحوالة المصرفية، كما أنه يجب استعمال العملة

¹ محمد حسنين، مرجع سابق، ص 61.

² مرجع نفسه، ص 25-26.

الوطنية المتمثلة في الدينار الجزائري بالنسبة لعقود البيع المبرمة داخل الجزائر، ويمكن السماح بالتعامل بالعملات النقدية الأخرى لأسباب تقدرها الدولة.

الفرع الثاني: أن يكون الثمن مقدرا أو قابلا للتقدير

تنص المادة 356 من ق م ج على أنه: «يجوز أن يقتصر تقدير ثمن البيع على بيان الأسس التي يحدد بمقتضاها فيما بعد.

وإذا وقع الإتفاق على أن الثمن هو سعر السوق وجب عند الشك الرجوع إلى سعر السوق الذي يقع فيه تسليم المبيع للمشتري في الزمان، والمكان، فإذا لم يكن في مكان التسليم سوق وجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعاره هي السارية».

كما تنص المادة 357 من ق م ج على أنه: «إذا لم يُحدد المتعاقدان ثمن المبيع، فلا يترتب على ذلك بطلان البيع متى تبين من أن المتعاقدين قد نوي الإعتداد على السعر المتداول في التجارة، أو السعر الذي جرى عليه التعامل بينهما».

يتبين من مضمون المادتين السابقتين أن طرفي العقد هما اللذان يحددان الثمن مبدئياً، سواء كان التقدير فوراً أو بالإقتصار على الإشارة إلى الأسس التي يُحدد الثمن بالإستناد إليها لاحقاً⁽¹⁾، فالأصل أن يتم تحديد الثمن من قبل المتعاقدين مباشرة وهذا طبقاً لتطابق الإيجاب والقبول لانعقاد البيع. فما دام هذا العقد من عقود المساومة التي يتحاور فيها الطرفان حول مقدار الثمن ونوعية المبيع، فهما أصحاب الحق في تحديد الثمن، سواء كان هذا التحديد صريحاً أو ضمناً. فإذا لم يتم الإتفاق على الثمن فإن عقد البيع يعتبر باطلاً بطلاناً مطلقاً، إلا أن الثمن قد يكون مفروضاً في بعض الأحوال كحالة البيع بالمزاد

¹ لحسين بن الشيخ آث ملويا، مرجع سابق، ص 78.

العلمي، وحالة البيع في عقود الإذعان، وحالة البيع بالتسعيرة الإلزامية، التي تقتضيها الظروف الإقتصادية والإجتماعية للدولة أو ظروف بعض السلع الضرورية لجعل ثمنها مناسباً للمستهلك⁽¹⁾.

فالأصل في تقدير الثمن أن يتم بناء على اتفاق المتعاقدين معاً، ولا يشترط في الثمن أن يكون مقدراً بل يكفي فيه أن يكون قابلاً للتقدير بشرط اتفاق الطرفين على ذلك، إذ قد يقتصر عقد البيع على بيان أسس تقدير ثمن المبيع والتي يحدد بمقتضاها فيما بعد (أولاً)، كما أنه يمكن في بعض الحالات تحديد ثمن البيع بواسطة أجنبي عن العقد (ثانياً).

أولاً- أسس تقدير الثمن: يمكن أن يقتصر البيع على مجرد بيان الأسس التي بمقتضاها يحدد الثمن فيما بعد، وهو ما نصت عليه المادة 356 الفقرة 2 من ق م ج التي أشارت إلى سعر السوق (1)، وكذلك المادة 357 من ق م ج. والتي أشارت إلى السعر المتداول في التجارة أو سعر التعامل (2).

1- تقدير الثمن على أساس سعر السوق: إذا اتفق الطرفان على حساب الثمن وفقاً لسعر السوق في تاريخ معين، كان ذلك كافياً لجعل الثمن قابلاً للتعيين و لانعقاد العقد. وهنا الثمن غير مقدر، ولكنه قابل للتقدير⁽²⁾. فقد يتفق المتعاقدان على تسمية السوق. وإذا اتفقا على تحديد الثمن بسعر السوق دون تحديد للسوق، فإن الثمن الواجب تطبيقه هو سعر السوق في الزمان و المكان الذي يتم فيهما تسليم المبيع. وفي حالة عدم وجود سوق في مكان التسليم، وجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف والعادة أن أسعاره هي

¹ سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 83.

² مرجع نفسه، ص 84.

المطبقة، والمقصود بالسوق هنا هو كل مكان يجتمع فيه العرض والطلب على نطاق ضيق⁽¹⁾.

2- السعر المتداول في التجارة أو السعر الذي جرى عليه التعامل بينهما: ورد النص على هذا الأساس في المادة 357 من ق م ج التي لا تبطل العقد بسبب عدم تحديد المتعاقدين للثمن متى نوي الاعتماد على السعر المتداول في التجارة أو السعر الذي جرى عليه التعامل بينهما، فإذا سكت المتعاقدان عن تحديد الثمن لكن اتجهت نيتهما إلى اعتبار الثمن يترك تحديده حسب ما هو متداول في التجارة أو اتجهت نيتهما إلى اعتبار الثمن هو السعر الذي جرى التعامل عليه بينهما في السابق فيحدد الثمن حينئذ بناء على ذلك.

ثانياً: تحديد ثمن البيع بواسطة أجنبي عن العقد: لم ينص المشرع الجزائري على هذا الأساس، بنما نص عليه المشرع الفرنسي في المادة 1592 من ق م ف كما يلي: «على أنه يجوز أن يتفق العاقدان أن يوكلوا تحديد الثمن إلى أجنبي يعيناه لذلك». ويمكن أن يتم تعيين الشخص الأجنبي واحداً أو أكثر، إما في عقد البيع أو في إتفاق لاحق. كما يجوز تفويض المحكمة في تعيين الشخص الذي يتولى تحديد الثمن⁽²⁾.

يسمى الشخص الأجنبي أيضاً "بالمفوض"، فمتى قدر ثمننا للمبيع التزم به كل من البائع و المشتري. وانعقاد البيع يتم منذ اتفاق المتعاقدين على المفوض لا من تقدير المفوض للثمن. ويعتبر تقدير المفوض للثمن شرطاً واقفاً لانعقاد البيع هو قيامه بتحديد الثمن. فإن تخلف المفوض عن تحديد الثمن تخلف الشرط و زال البيع بأثر رجعي. أما إذا اقتصر الإتفاق على أن يتم تقدير الثمن بواسطة مفوض يعيناه في المستقبل فالبيع لا ينعقد هنا لأن الثمن ليس مقدراً طالما أن المفوض لم يعين بعد.

¹ لحسين بن الشيخ آث ملويا، مرجع سابق، ص 81.

² سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 86.

تجدر الإشارة إلى أن هناك أساساً آخر يتمثل في الثمن الذي اشترى به البائع المبيع، ويكون ذلك في بيوع الأمانة كالمراوحة، والتولية، والوضيعة.

فالمراوحة: هي البيع بمثل الثمن الأول مع زيادة ربح، كأن يبيع شخص لآخر سلعة بنفس الثمن الذي اشتراها به، مع ربح مقدار معين.

التولية: هي بيع بمثل الثمن الأول دون زيادة ولا نقصان، كأن يبيع شخص لآخر شيئاً بنفس الثمن الذي اشتراه به بدون ربح أو خسارة.

الوضيعة: هي بيع بمثل الثمن الأول مع نقصان شيء منه، كأن يشتري شخص شيئاً بعشرين ألف دج، ويتفق مع آخر على أن يبيعه إياه بطريق الوضيعة أو بخسارة جزافية أو بخسارة بنسبة مئوية من رأس المال⁽¹⁾.

الفرع الثالث: يجب أن يكون الثمن حقيقياً و جدياً

من شروط صحة البيع أن يكون الثمن حقيقياً وجدياً، ومثل ما هو عليه الحال بالنسبة لعدم تقدير الثمن، تكون العقوبة هي البطلان المطلق، ويبرر هذا البطلان بإلحاق الثمن غير الحقيقي وغير الجدي بالثمن المعدوم، والثمن الحقيقي والجدي هو الذي تكون إرادة الطرفين قد اتجهت إلى إلزام المشتري بأن يدفعه فعلاً باعتباره مقابلاً حقيقياً لا رمزياً للمبيع⁽²⁾.

يكون الثمن غير حقيقي إذا كان سورياً (أولاً)، كما أن الثمن يمكن أن يكون بخساً (ثانياً).

¹ سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 85.

² لحسين بن الشيخ آث ملويا، مرجع سابق، ص 86.

أولاً: الثمن الصوري: لا يكون الثمن جدياً إذا كان صورياً لا يقصد البائع أن يتقاضاه من المشتري⁽¹⁾. لا يمكن القول بأن العقد يكون هنا بالضرورة باطلاً، لأن هذا التظاهر بوجود الثمن، الهدف منه هو التستر على هبة يريد الأطراف إخفاءها على أقاربهما أو على مصلحة الضرائب، والعقد الذي لا تكون له قيمة كبيع من الممكن أن يعتبر هبة، بشرط أن توجد نية التبرع، وتبعاً لذلك تنص المادة 105 من ق م ج على أنه: «إذا كان العقد باطلاً أو قابلاً للإبطال، و توفرت فيه أركان عقد آخر، فإن العقد يكون صحيحاً باعتباره العقد الذي توفرت أركانه، إذا تبين أن نية المتعاقدين كانت تنصرف إلى إبرام هذا العقد».

ثانياً: الثمن التافه: يلحق بالثمن الصوري الثمن التافه، وكما لا يتم البيع بثمن صوري كذلك لا يتم البيع بثمن تافه، والثمن التافه هو مبلغ من النقود يصل من التقاهة في عدم تناسبه مع قيمة المبيع إلى حد يبعث على الاعتقاد بأن البائع لم يتعاقد للحصول على مثل هذا المقدار التافه، وإن كان قد حصل عليه فعلاً⁽²⁾.

إنّ الثمن يكون جدياً إذا كان غير تافه، والثمن يكون تافهاً إذا كان منخفضاً للغاية بحيث لا يتناسب إطلاقاً مع قيمة المبيع، كأن يبيع سيارة قيمتها مليون دج بمائة ألف دج فقط، وهذا معيار موضوعي لأنه مرتبط بالوجود المادي للثمن. فإذا تم البيع بثمن تافه فإنه لا يعتبر بيعاً وإنما يعتبر هبة مكشوفة يجب أن تتوافر فيها الشروط الشكائية والموضوعية.

¹ عبد الرزاق السنهوري، مرجع سابق، ص 331.

² عبد الرزاق السنهوري، مرجع سابق، ص 333.

خلاصة الفصل الأول:

مما سبق نخلص إلى أنّ تحديد الثمن في عقد البيع يخضع لمجموعة من القواعد منها تلك الواردة في القانون المدني باعتباره الشريعة العامة المنظمة لمختلف العقود، ومنها تلك الموجودة في قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية ومختلف القوانين والتشريعات المنظمة للثمن في عقد البيع، مع العلم أنّ القواعد العامة المتضمنة في القانون المدني لم تعد كافية لمسايرة التطورات الحاصلة في المجتمع، والتي لا يمكن الإعتماد عليها بمفردها لتمكين المتعاقدين من إبرام عقد متوازن يكفل حقوق الأطراف المتعاقدة، لذلك قام المشرع بسن تلك القوانين الجديدة لمواكبة متطلبات حماية المستهلك الذي قد يبدو عاجزا أمام حرفة و تقنية الوسائل التي يستعملها الأعوان الإقتصاديون في مواجهة المستهلك.

من بين هذه القوانين الخاصة المهمة بالقواعد المحددة للثمن نجد قانون المنافسة وقانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي يكرّس حرية الأسعار مع ضبط هذه الحرية كي لا تصبح عذرا يستغله الأعوان الإقتصاديين للتضييق على المستهلك وتحقيق أرباح غير مشروعة على حسابه. وفي إطار الوظيفة الأساسية للدولة المتمثلة في حماية النظام العام الإقتصادي وتحقيق الحماية الإجتماعية لذوي الدخل الضعيف، تقوم الدولة بالتدخل عن طريق التسعير بوضع ثمن معين يجب احترامه من طرف الجميع، كما أنها تتدخل أحيانا بطريق غير مباشر للتأثير على قانون العرض والطلب بمختلف الوسائل

الممكنة كالضرائب، ويجب دائما مراعاة شروط الثمن في عقد البيع بأن يكون نقودا ومقدرا أو قابلا للتقدير وممكنا وجديا حتى يكون هذا العقد خاليا من كل العيوب.

إنّ هذا العقد المبرم الخالي من العيوب لا بد أن ينتج آثارا على أطراف العلاقة التعاقدية وهو ما سنتناوله في الفصل الثاني.

الفصل الثاني: آثار تحديد الثمن على أطراف العقد

إنَّ إحكام الرقابة على السلع المستوردة والمحلية من حيث تحديد ثمنها أو جودتها أو كميتها وصلاحيتها للإستهلاك أو الإستعمال، أمر في غاية الأهمية وضروري جدا لحماية المستهلك من الغش في السلع والمواد والخدمات الإستهلاكية لاسيما في مجال ثمنها. حيث أنه من الضروري توفير مختلف المنتجات الإستهلاكية لفائدة المستهلك مع الحرص على خلوها من كل مظاهر الغش والتشويه التي تقع عليها وعلى هذا الأساس يتدخل المشرع بشتى الطرق لضبط السوق الذي تعرض فيه هذه المنتجات مما ينتج عنه بالضرورة التأثير على كل أطراف العلاقة الإقتصادية من أجل ضمان حركة عادية للعملية الإقتصادية المتمثلة في البيع والشراء (المبحث الأول). وفي هذا الإطار لا بد من تفعيل عملية الرقابة، ولا يكون ذلك إلا بتوقيع عقوبات صارمة على المخالفين من أجل الحصول على نتائج مرضية فيما يخص حقوق كل الأطراف المتدخلين في عملية الإستهلاك والتنمية (المبحث الثاني).

المبحث الأول: تأثير الأطراف بأحكام تحديد الثمن

يقوم المستهلك عند شرائه لمنتج ما باستهلاكه إما بشكل فوري ومباشر أو باستخدامه واستعماله حتى يتم استهلاكه تماما. وبناء عليه، لا يعتبر مستهلكا من يتعاقد على منتج ما بغرض إعادة بيعه، لأن عملية الإستهلاك لا تتم في هذه الحالة، بل الهدف من ذلك هو إدخاله في عملية أخرى تتعلق بالنشاط الإقتصادي، وهو ما يقوم به المهني. و تكمن أهمية هذه التفرقة في إبراز الحماية المقررة لكل من طرفي العلاقة التعاقدية المتمثلين في المستهلك والمهني وبالتالي ملاحظة مدى الأثر الذي يقع عليهما عند إبرامهما للعقود الإقتصادية، إذ يختلف هذا الأثر المترتب عن تحديد الثمن باختلاف المركز القانوني لكل من المهني (المطلب الأول) والمستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تأثير المهني بتحديد الثمن

إنّ المهني، على خلاف المستهلك، يتصرف لتلبية حاجة حرفته أو مهنته، إذ يستأجر المحال لأغراض تجارية أو يشتري البضائع في سبيل إعادة بيعها أو يشتري أدوات لممارسة مهنته أو يقترض النقود لتطوير مشروع عمله، فالهدف من تصرفه هو الذي يضعه إما في فئة المهنيين وإما في فئة المستهلكين⁽¹⁾.

تتفق النصوص القانونية المنظمة لهذه الفئات كالأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04 والقانون رقم 03-09 حول عدم إمكانية الفصل بين النشاط التجاري والمنافسة وحماية المستهلك. ويتجلى ذلك من خلال العبارات المستعملة خاصة بالنسبة لشخص المتعامل الاقتصادي. بالنسبة لقانون المستهلك فالمصطلح هو "المتدخل" بمعنى كلّ شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك. بالنسبة لقانون الممارسات التجارية، المصطلح هو العون الاقتصادي وهو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي⁽²⁾. أما فيما يخص قانون المنافسة فالعبارة هي "المؤسسة" بمعنى كلّ شخص طبيعي، أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات⁽³⁾. وقبل ذلك كله كان المشرع قد وضع له تسمية "المحترف"، حيث تنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 الملغى والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات بأن المحترف هو: « كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد، وعلى العموم، كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك »⁽⁴⁾.

¹ عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 11.

² أنظر المادة 3 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

³ إرزيل الكاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، العدد 02، تيزي وزو، 2011، ص ص 123-149.

⁴ مرسوم تنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات و الخدمات، ج ر عدد 4، صادر في 19 سبتمبر 1990، (ملغى)

يقع على عاتق العون الاقتصادي في جميع الحالات التي يقوم فيها بأداء نشاطه في التنافس أو التجارة مراعاة وضعية المستهلك، والذي عرّف على أنه كلّ شخص طبيعي يقتني سلعا أو خدمات سواء بالمقابل أو بالمجان. ومع التأكيد في قانون الاستهلاك على أنّها يجب أن توجه للاستعمال الشخصي ولتلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به⁽¹⁾.

إن مصطلح المهنة الذي استخدم في نطاق قانون الإستهلاك يعبر عن كل نشاط بهدف الإنتاج أو التوزيع للسلع أو أداء الخدمات. فهو يشمل فكرة المشروع الإقتصادي والإستغلال الإقتصادي. وبذلك فإن من المهنيين من يشتري البضائع ليستخدمها لأغراض حرفية حتى وإن لم يقصد إعادة بيعها، فالشركة التي تشتري ماكينات للإنتاج تمارس في الواقع نشاطا مهنيا، وكل نشاط يدخل في نطاق الإنتاج والتوزيع يخرج عن نطاق الإستهلاك.

إنّ التمييز بين المستهلك والمهني هو الأساس في تطبيق القواعد الخاصة بحماية المستهلك وتحديد قواعد المسؤولية الناتجة عن ذلك. إذ يتجلى من خلال هذا التمييز أن المهني يتمتع بمركز أقوى في مواجهة المستهلك لما له من معرفة تقنية ومعلومات وقدرة مالية. في حين الهدف من حماية المستهلك هو إعادة التوازن في العلاقة بين المهني والمستهلك وليس القصد وضع قواعد تمكن المستهلك من إعاقة النشاط الإقتصادي. إذ يجب الإدراك ابتداءً أن المستهلك ليس قاصرا تجب حمايته بواسطة نظام عام للحماية يؤدي إلى إلحاق وصف العيب في جميع تصرفاته، فالمستهلك هو شخص بالغ و راشد⁽²⁾، كما أنه عليه أن يبذل من جانبه الجهود الحثيثة لدفع الضرر عن نفسه، لذلك يجدر عدم المبالغة في هذه الحماية وإنما يُفسّر الهدف منها بإعادة التوازن بين مركز المستهلك الضعيف ومركز المهني القوي.

¹ إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص ص 123-149.

² عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 12.

إلى جانب ذلك، يجب عدم التصور أن المستهلك والمهني من طبقتين مختلفتين في المجتمع. فكلنا مستهلكون، إذ أن كل شخص يكتسب وصف المستهلك عندما يستهلك في سبيل معيشته وقضاء مختلف حاجياته، وإن كان يكتسب وصف المهني من جانب آخر، فالتاجر الذي يشتري غذاءه اليومي يتصرف هنا كمستهلك، فالعبرة تبقى دائما بالوظيفة الإستهلاكية لا بطبقة فئوية⁽¹⁾.

في هذا الإطار تبنى المشرع الفرنسي بموجب قانون آمون « Loi Hamon » رقم 14-344 الصادر بتاريخ 17 مارس 2014 المعدل لقانون الإستهلاك الفرنسي مفهوما جديدا للمستهلك إذ طبقا للمادة 3 من هذا القانون « **يعتبر مستهلكا كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الحر** ».⁽²⁾

إن من بين أهم النتائج المستخلصة من التعريف الذي استحدثه المشرع الفرنسي بموجب قانون آمون « Loi Hamon » أنه لا يستفيد من نظام الحماية المقرر للمستهلكين:

- الشركات

- الجمعيات

- المنظمات المهنية

- كل شخص لا يستجيب للمعايير التي جاء بها التعريف الخاص بالمستهلك الواردة في قانون المستهلك الفرنسي.

¹ عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 12.

² Art 3 de loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation : « **Toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale** »

وقد صدر هذا التعريف تبعا للتوجيه الأوروبي التالي:

Directive n° 2011-83 du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs.
www.legifrance.fr

قبل ذلك، لم يتبن المشرع الفرنسي موقفاً موحداً بهذا الشأن، فتارةً يصرح بإقصاء الشخص المعنوي من بعض نصوص حماية المستهلك⁽¹⁾ وتارةً أخرى يسكت مفسحاً المجال أمام القضاء⁽²⁾. إلى أن تبنى أخيراً التوجيهات الأوروبية لحماية المستهلك التي تميل إلى إقصاء الشخص المعنوي من نطاق تطبيقها، وهو نفس التوجه الذي سلكته محكمة العدل الأوروبية⁽³⁾، والذي يدافع عنه أيضاً جانب من الفقه⁽⁴⁾.

أمّا بالنسبة للمشرع الجزائري، فإذا كان الأصل أن يكون المستهلك شخصاً طبيعياً لكون تلبية الحاجة الشخصية أو العائلية أمر يناسب الشخص الطبيعي، إلا أن القانون رقم 03-09 صرح بجواز إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي. وهو ذات الموقف الذي استقر عليه المشرع أيضاً عند تعريفه للمستهلك في القانون رقم 02-04، بينما لم يكن المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش⁽⁵⁾ يصرح بذلك⁽⁶⁾.

تبعاً للترقية القائمة بين المستهلك والمتعامل الإقتصادي، تلقى على هذا الأخير مجموعة من الإلتزامات الأمر الذي يجعله مسؤولاً اتجاه المستهلك من جهة (الفرع الأول)، ثم استفادته من بعض المزايا (الفرع الثاني).

¹ و ذلك على غرار المادة (L.121-1) من قانون الإستهلاك الفرنسي المتعلقة بالسعي التجاري (le démarchage)، وكذلك المادة (L.330) من نفس القانون المتعلقة بتراكم الديون (le surendettement).

² "Le consommateur et ses contrats", collectif, Juris-classeur, 2002, p. 362.

³ CJCE, 22 novembre 2001, RTD civ.2002, 291, obs. Mestre et Fages.

⁴ CALAIS-AULOY Jean, STEINMETZ Frank, Droit de la consommation, 7^{ème} éd, Dalloz, Paris, 2006.p.17.

⁵ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش، ج ر عدد 05 صادر في 31 يناير 1990، وقد عرّف هذا المرسوم المستهلك بموجب المادة 02 منه بأنه: « كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتجاً أو خدمة مُعدّين للإستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.»

⁶ محمد عماد الدين عياض، « نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك»، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد التاسع، جامعة ورقلة، جوان 2013، ص ص 61-76.

الفرع الأول: مسؤولية المتعامل الإقتصادي من تحديد الثمن

تتخصر دراسة مسؤولية المتعامل الإقتصادي هنا فيما له علاقة بمجال الأسعار، سواء تعلق الأمر بالممارسات التجارية المنصوص عليها في القانون رقم 02-04 أو بالممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة. تتعدّد مسؤولية المتعامل الإقتصادي المخل بالتزاماته سواء كان ذلك قبل التعاقد (أولاً) أو بعد التعاقد (ثانياً).

أولاً: مسؤولية المتعامل الإقتصادي قبل التعاقد: بالرغم من عدم النص صراحة على قيام مسؤولية المتعامل الإقتصادي جزاء الإخلال بالإلتزامات المتعلقة بالأسعار والمنصوص عليها في القانون رقم 02-04 و كذا الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في الأمر رقم 03-03، إلا أن الجزاء المدني يثبت في حقه استناداً لمضمون المادة 65 من القانون رقم 02-04، والتي بموجبها يمكن للمستهلك الذي أصابه ضرر نتيجة ارتكاب المتعامل الإقتصادي لمخالفة تتعلق بالممارسات التجارية أن يطلب التعويض طبقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية⁽¹⁾.

أما فيما يتعلق بمجال المنافسة، فقد نص المشرع بموجب المادة 48 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على مايلي: « يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرراً من ممارسة مقيدة للمنافسة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقاً للتشريع المعمول به ».

¹ تنص المادة 65 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي: « دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك، و الجمعيات المهنية التي أنشئت طبقاً للقانون، و كذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون. كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم ».

ترتبط مسؤولية المتعامل الإقتصادي قبل التعاقد بالإلتزامات قبل التعاقدية الواقعة على عاتقه لا سيما ما يتعلق بـ:

1- مساءلة المتعامل الإقتصادي عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام: لا يمكن للمتعامل الإقتصادي أن يتصل من التزامه بإعلام المستهلك و تنويره قبل الدخول في علاقة تعاقدية معه، لأن ذلك يعد من مقتضيات حماية المستهلك الأساسية. ويعتبر الإعلام حقا من حقوق المستهلك والالتزام من التزامات المتعامل الإقتصادي، وهو ما يجعله وسيلة لتكريس المساواة في العلم بين هؤلاء المتعاقدين، لأن المحترف يوجد في مركز مالي أقوى من المستهلك مما يسمح له بتحمل مصاريف الإعلام⁽¹⁾.

إن إعلام المستهلك يكفل له حقه في الإختيار والمفاضلة بين المنتوجات والخدمات بما يتناسب مع رغباته المشروعة وقدرته الشرائية. إلا أن التفاوت الشاسع في مستوى المعلومات والخبرة بين المستهلك والمتعامل الإقتصادي يجعل من الصعب تحقيق هذه الغاية المشروعة في ظل إمكانية تهرب المتعامل الإقتصادي من تنفيذ التزاماته. فقد يلجأ إلى استغلال هذا المجال عادة للسيطرة على عملية التعاقد لأنه يكون أدري وأعلم بمحل العقد المبرم، في حين يظهر المستهلك عاجزا عن إدراك كل ما يتعلق به، إلا ما تحصل عليه من معلومات من المتعامل الإقتصادي نفسه أو معلومات سابقة كانت لديه. وبالتالي حتى لا يتضرر المستهلك من تصرف المتعامل الإقتصادي، ألزمه المشرع ببذل العناية اللازمة في إيصال كل البيانات والمعلومات إلى المستهلك، وتنفيذها طبقا لما جاء في القانون،⁽²⁾ حتى يضمن للمستهلك حرية الإختيار.

¹ عبيدي محمد، حق المستهلك في الإعلام، يوم دراسي حول الوسم و إعلام المستهلك، فندق الشيراطون-الجزائر- يوم 07 جويلية 2007.

² موالك بختة، «الحماية الجنائية للمستهلك»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، الجزء 37، رقم 02، 1999، ص ص 23-64.

في هذا الإطار، لابد على المتعامل الإقتصادي أن يبذل كل مجهوده للإعلام بالأسعار والتعريفات والإعلام بشروط البيع⁽¹⁾. وذلك من أجل تعزيز شفافية الممارسات التجارية، وذلك بالنظر لأهمية الإعلام بالسعر، ما دام المستهلك لا يمكنه الإقدام على شراء منتج ما أو الإستفادة من خدمة معينة، ما لم يكن لديه المبلغ الكافي الذي سيدفعه، لأن معرفته بالسعر تجعله في مأمن عن أية مفاجئة تتعلق بالمبلغ الإجمالي الواجب دفعه.

إلى جانب ذلك، يلزم قانون حماية المستهلك⁽²⁾. المتعامل الإقتصادي بأن يُعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه⁽³⁾ للإستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة⁽⁴⁾. وقد أحال المشرع إلى التنظيم مسألة بيان شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة، حيث صدر في هذا الشأن المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك. إذ يطبق هذا المرسوم على كل السلع والخدمات الموجهة للإستهلاك، بغض النظر عن منشئها أو مصدرها، ويحدد مختلف الأحكام التي تضمن حق المستهلك في الإعلام⁽⁵⁾.

كما يفرض هذا القانون على المتعامل الإقتصادي أن يحرر بيانات الوسم و طريقة الإستخدم ودليل الإستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية بشكل أساسي. وعلى سبيل الإضافة، يمكنه استعمال لغة أجنبية أو عدة لغات أجنبية أخرى تكون سهلة الفهم من المستهلكين، على أن تظهر بصورة مرئية ومقروءة بحيث يتعذر محوها⁽⁶⁾.

¹ أنظر المادتين 4 و 5 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

² قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 صادر في 08 مارس سنة 2009.

³ مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58 صادر في 18 نوفمبر سنة 2013.

⁴ أنظر المادة 17 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

⁵ أنظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مرجع سابق.

⁶ أنظر المادة 18 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

2- عدم اللجوء إلى أساليب الإشهار التضليلي: سعى المشرع إلى محاربة الممارسات التجارية غير النزيهة التي يلجأ إليها بعض المتعاملين الإقتصاديين من أجل خداع المستهلك وتضليله ومن ثم دفعه إلى التعاقد. من خلال تقديم تصريحات أو بيانات أو تشكيلات مضللة حول وفرة السلعة أو الخدمة وكذا مميزاتها أو إظهار عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه، مما يجعل المستهلك يبني قراره بالشراء بناء على معلومات خاطئة و مزيفة⁽¹⁾.

إلى جانب ذلك، يذهب معظم الفقه إلى أن المسؤولية الناشئة عن إخلال المهني بالإلتزامات قبل التعاقد هي مسؤولية تقصيرية، لأنها مسؤولية قائمة بحكم القانون، انعقدت كنتيجة الإخلال بالواجب القانوني الذي يخضع له كل شخص وهو عدم الإضرار بالغير. وهذه المسؤولية تستوجب التعويض. وبناء عليه يجب إثبات جميع أركان المسؤولية التقصيرية.

ثانياً: مسؤولية المتعامل الإقتصادي بعد التعاقد: إن الإلتزام بالإعلام - وهو ما يمكن تسميته بواجب التعاون - تقتضيه متطلبات حسن النية وحماية الثقة المشروعة في العقد.⁽²⁾ يخضع المتعامل الإقتصادي للإلتزام التعاقدية بالإعلام الذي ينشأ عن العقد ويتعلق بمرحلة تنفيذه، وهذا من أجل توفير حماية كافية للمصالح الإقتصادية والصحية للمستهلك، وذلك عن طريق إعلامه بشكل واضح وكامل بخصائص السلع والخدمات المعروضة عليه حتى يتسنى له اقتناء حاجياته بما يتناسب مع قدرته الشرائية.

فهذا الإلتزام أوجبته القانون، كما أنه يجد أساسه في نصوصه ومبادئه العامة كمبدأ

¹ أنظر المادة 28 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.
² أشرف محمد مصطفى أبو حسن، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة في ظل أحكام القانون المدني و الفقه الإسلامي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2009، ص 102.

حسن النية، حيث أوجبت المادة 107 من القانون المدني على المدين تنفيذ العقد بحسن نية بأن نصت على أنه: «يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه و بحسن نية».

و لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يلزمه أيضا بكل ما هو من ضرورياته طبقاً للقانون و العرف و العدالة تبعاً لطبيعة الإلتزام». فهنا يفترض في المتعاقد الذي يحوز المعلومات بخصوص العقد أن يعلم المتعاقد الآخر طالما يتعذر عليه العلم والإستعلام من تلقاء نفسه⁽¹⁾.

تبعاً لذلك يقع على البائع واجب النزاهة في تنفيذ العقد، وعلى البائع أيضا إن كان بحوزته معلومات حول قيمة المبيع أو تكوينه أو كيفية استعماله أن يعلم بها المشتري⁽²⁾، حتى يتسنى له إدراك مدى حاجته إليه ومدى استعداده المادي لدفع قيمة الشيء المبيع. ويتمثل الإلتزام التعاقدى الواقع على عاتق المتعامل الإقتصادي في تقديم البيانات الفنية ومختلف الإرشادات والمعلومات اللازمة وذلك بعد اقتناء المنتج أو الحصول على الخدمة.

إضافة إلى ذلك، يلتزم المتعامل الإقتصادي دائما بضرورة الحد من الشروط التعسفية، كتعديله لبنود العقد من تلقاء نفسه، سواء تعلق ذلك بتغيير الأسعار أو تعديل الكميات والمقادير والأحجام الخاصة بالمنتجات والتي تم الإتفاق عليها مسبقا. أو عدم التقيد بالأحكام المتعلقة بواجب الضمان والتي تجيز أحيانا للمستهلك باسترداد الثمن إذا كانت البضاعة المباعة معيبة أو غير صالحة للإستعمال وذلك ضمن الآجال المقررة قانونا.

يؤدي الإخلال بالإلتزام بالإعلام بعد التعاقد إلى قيام المسؤولية المدنية للمتعامل الإقتصادي. وبالتالي يكون للمستهلك الحق في المطالبة بفسخ العقد والرجوع على المتعامل

¹ عليان عدة، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 42.

² لحسن بن الشيخ آث ملويا، مرجع سابق، ص 311.

الإقتصادي بمقتضى المسؤولية العقدية للمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر جراء عدم تنفيذ ذلك المتعامل الإقتصادي لإلتزاماته العقدية.

يتمتع المستهلك أيضا بالحق في العدول عن العقد، إذ يعتبر أحد الآليات القانونية الحديثة لحماية فعالة للمستهلك الذي يعد الطرف الضعيف خاصة في ظل طغيان وتأثير الإعلان وما يحمله من إثارة تدفع المستهلك للتعاقد. وهو ما يثيره التعاقد عن بعد كالتعاقد عن طريق الوسائط الإلكترونية⁽¹⁾. فالمستهلك لا يملك القدرة على معاينة السلع قبل إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، لذلك تتجه مختلف التشريعات إلى منحه حق العدول باعتبار ذلك حماية قانونية ضد كل محاولة للتضليل والغش قد يلجأ إليها المتعامل الإقتصادي. وبالرغم من أهمية هذه الحماية إلا أن المشرع الجزائري لم يتبناها، مما قد يعرض المستهلكين لإنتهاكات لا حصر لها، مع العلم أن التجارة الإلكترونية بدأ يتسع نطاقها بشكل ملفت في الجزائر، وهو ما يجب أن يتنبه المشرع الجزائري.

كما يتحمل المتعامل الإقتصادي أيضا المسؤولية الجزائية وفق ما يتناسب مع جسامه الضرر الذي سببه للمستهلك وما نصت عليه قواعد حماية المستهلك.

¹ عبيدي محمد، مرجع سابق، ص 6.

الفرع الثاني: الحقوق المقررة لصالح المتعامل الإقتصادي

تسعى الدولة إلى إقامة التوازن بين مختلف المصالح المتناقضة داخلها. ولعل أبرزها مصلحة المستهلك في مواجهة مصلحة المتعامل الإقتصادي. وإذ يظهر جليا اهتمام المشرع في القانون الجزائري ومختلف التشريعات المقارنة بضرورة حماية المستهلك وإعداد ترسانة قانونية لتعزيز هذه الحماية وضمان حقوق المستهلك. نجد في المقابل أن المشرع لم يغفل الحقوق المشروعة للمتعاملين الإقتصاديين، طبقا لمبادئ الحق والعدالة والإنصاف.

إن مقتضيات إقتصاد السوق. جعلت المشرع يحمي حقوق الملكية الصناعية والتجارية بموجب الدستور الذي يعد أسمى القوانين. ومن أجل تكريس قيام منافسة شفافة وشريفة وعادلة في السوق، أصدر المشرع الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، فبقدر ما يحمي المستهلك، يحمل أحكام و مبادئ مهمة غايتها حماية المتعاملين الإقتصاديين المتنافسين من بعضهم البعض، لاسيما أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، من الممارسات المنافية للمنافسة كالإحتكار والتعسف في وضعية الهيمنة.

كما أن الأمر المتعلق بالمنافسة المعدل بموجب القانون رقم 12/08⁽¹⁾، نص بموجب المادة 24 منه على تشكيلة مجلس المنافسة، الذي يتكون من 12 عضوا وجعل من بينهم 4 أعضاء يُختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين على شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة 5 سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف والخدمات والمهن الحرة.

يهدف المشرع من خلال إشراك المهنيين في مجلس المنافسة إلى تمكينهم من حماية مصالحهم. والمشاركة في إعداد السياسة الوطنية المتعلقة بالمنافسة وتسيير النشاطات الإقتصادية في الدولة، خاصة إذا علمنا أن الدور الإستشاري الذي يلعبه مجلس المنافسة.

¹ قانون رقم 12-08، مرجع سابق.

إضافة إلى ذلك، يستفيد المتعامل الإقتصادي من الحقوق المقررة للمتقاضين لاسيما، حق الطعن في مختلف الأحكام الصادرة من المحاكم أو القرارات الصادرة من المجالس القضائية أو تلك التي يصدرها مجلس المنافسة عند عدم اقتناعه بها طبقا للقواعد المقررة في هذا الشأن.

كما يستفيد المتعامل الإقتصادي من غرامة الصلح، كامتياز تمنحه الإدارة له مقابل عدم تكرار المخالفة، وكضمان لإستقرار المعاملات التجارية، وبناء عوامل الثقة المتبادلة بين المستهلكين و المتعاملين الإقتصاديين.

إلى جانب ذلك، واستنادا إلى القواعد العامة، يستفيد المتعامل الإقتصادي من الأحكام المتعلقة بالتقادم، حيث لا يتابع في حالة مضي المدة المنصوص عليها للتقادم، عند تماطل الإدارة في معاقبة المتعامل الإقتصادي المخالف وتصبح المخالفة عديمة الأثر.

وفي هذا صدر قرار من المحكمة العليا ينص على أنه ينجر التقادم عن احتفاظ مديرية التجارة والأسعار بملف معاينة الجريمة (جنحة) عمدا فترة تزيد مدتها على 3 سنوات.⁽¹⁾ إضافة إلى ذلك، يمكن للمتعاملين الإقتصاديين إنشاء جمعيات أو منظمات مهنية تدافع عن حقوقهم و تسهر على فرض وجودهم وبسط هيمنتهم على السوق.

الملاحظ أن تلك الهيئات المدافعة عن مصالح المتعاملين الإقتصاديين تنشط أكثر من جمعيات حماية المستهلك، إذ تعتبر قوة اقتراح. وتشكل جماعة ضغط من أجل التأثير على مشاريع القوانين التي تقترحها الحكومة، وكمثال على ذلك الضغط المستمر من قبل تلك الهيئات من أجل رفع الدعم عن أسعار المنتجات المقننة كالحبز والزيت. وتقديم مختلف المقترحات من أجل رفع القيود التي يعتقدون أنها تعيق تجارتهم.

¹ قرار صادر من المحكمة العليا غ ج 14 ماي 1981، مجموعة قرارات الغرفة الجنائية، ص 99.

من بين تلك الهيئات نذكر فيدرالية أرباب العمل ومنظمة الإتحاد العام للتجار والحرفيين ومنظمة إتحاد الخبازين وجمعية وكلاء السيارات المعتمدين والفيدرالية الوطنية للوكلاء العقاريين.

يمارس الأعوان الإقتصاديون حق الرد المكفول لهم قانونا، معتمدين على وسائلهم الخاصة، أو يقوم بذلك نيابة عنهم المنظمات والهيئات التي تمثلهم، وذلك من أجل توضيح موقفهم أو الدفاع عن مصالحهم، التي قد يتعرض لها جمعيات حماية المستهلك التي تستعمل كل الوسائل لنشر الوعي بين المستهلكين كالدعوة إلى المقاطعة أو نشر البيانات حول حقيقة الأسعار ومقارنتها.

المطلب الثاني: تأثير المستهلك بتحديد الثمن

يعتبر المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية القائمة بينه وبين المنتجين أو الموزعين أو التجار، وهو ما يجعل من الصعب عليه الوقوف في وجههم، الأمر الذي يسبب له خسارة إقتصادية، يستحق التعويض عنها. ومن هذا المنطلق، أصدر المشرع الجزائري مجموعة من التشريعات غرضها الأساسي حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك، كما فعلت بعض التشريعات المقارنة مثل التشريع الفرنسي والتشريع الإنجليزي الصادر في سنة 1968⁽¹⁾. والذي عدلت معظم أحكامه سنة 2008⁽²⁾. وكذلك فعل المشرع الأمريكي من خلال قانون ضمان تحسين التجارة الإتحادية لعام 1975⁽³⁾، وهو ما يظهر الإهتمام العالمي بموضوع حماية المستهلك وضمان حقوقه حتى صارت تدخل ضمن نطاق حقوق الإنسان.

¹ Trade descriptions act 1968. www.legislation.gov.uk

² The consumer protection from unfair regulations 2008. www.legislation.gov.uk

³ The warranty federal trade improvement act 1975. www.ftc.gov

إذ تهدف هذه التشريعات جميعها إلى توفير الحماية الإقتصادية للمستهلك، بما تتضمنها من المواصفات التي يجب توفرها في المنتج من حيث الوزن والعدد والمقاسات والأحجام والمكونات وما يقابل ذلك من ثمن معقول خال من الغش⁽¹⁾. فلا بد من تمكين المستهلك من الحصول على المقابل الحقيقي لقيمة ما يدفعه مقابلاً للسلعة أو الخدمة، لذلك فإن للمستهلك مصلحة في تنظيم الأسعار وتحديد الأرباح (الفرع الأول)، كما أنه من خلال الإجراءات المقررة لصالحه فإنه يستفيد من الحماية في الحصول على السلع والخدمات تكون مطابقة للشروط والمواصفات القانونية والتقنية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مصلحة المستهلك في تنظيم الأسعار

لقد تنوعت الحماية الجزائية للمستهلك بحيث تناولت كل المراحل المتعلقة بالسلع والخدمات منذ لحظة تصنيعها أو إنتاجها إلى غاية لحظة طرحها للبيع أو التداول بغرض استهلاكها من قبل الأفراد. ولتنظيم تسعيرها الجبري والذي يجد مبرره في الظروف المؤقتة والعارضة التي يمر بها الإقتصاد الوطني، مثل ظروف الحرب وما يعقبها من آثار، وظروف الأزمات الإقتصادية التي تؤدي إلى نقص متوقع أو غير متوقع في المعروض من بعض السلع والمنتجات خاصة ما تعلق منها بالغذاء والدواء. وهو الأمر الذي يشجع على المغالاة في الأسعار بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح استغلالاً لهذه الظروف، لذا لجأ المشرع إلى فرض نظام للتسعير الجبري أو تحديد نسبة الأرباح المعقولة التي يسمح بها، ويفرض عقوبات جزائية على من يخالف الأحكام المقررة في هذا الشأن⁽²⁾.

بالتالي فإن المستهلك يستفيد من هذه الإجراءات الحمائية لاسيما عند الإعلان عن الأسعار الذي من خلاله يظهر ثمن السلع والخدمات (أولاً)، ويستفيد كذلك من عملية التسعير المقررة لمصلحته (ثانياً)

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 83.

² مرجع نفسه، ص 84.

أولاً: أثر عدم الإعلان عن الأسعار على المستهلك: من بين العناصر الأساسية التي يُركز عليها المستهلك عند رغبته في شراء سلعة أو خدمة يأتي الثمن الذي سوف يدفعه مقابل الحصول عليها وكيفية أدائه. لذلك فإن الثمن يُعد عنصراً أساسياً في عقد الإستهلاك الذي سيُبرمه المستهلك مع المنتج أو البائع أو مقدم الخدمة.

بما أن الهدف الأساسي للإعلان عن أسعار السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين هو حمايتهم من تعسف البائع أو الصانع أو الموزع أو مقدم الخدمة فإن مثل هذه الحماية تجعل المستهلك يستفيد من الأهداف التالية:

1- حماية المستهلك حتى لا يندفع بالوسائل التي يستخدمها البائع في تسويق السلع والخدمات.

2- حماية المستهلك حتى لا يُقدم البائع أو الصانع على رفع الأسعار أو احتكار السوق الإستهلاكي⁽¹⁾،

3- إلزام المعلن المتمثل في المنتج أو البائع أو مقدم الخدمة بتسليم السلعة المعلن عنها بالسعر المعلن عنه.

4- منع البائع أو المنتج أو مقدم الخدمة من استغلال احتياج المستهلك بالتخفيضات الوهمية لأسعار السلع والمنتجات المعلن عنها. كما هو الحال مع المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود⁽²⁾،

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 85.

² أنظر المرسوم التنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 18 يونيو سنة 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات و البيع عند مخازن المعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج ر عدد 41 صادر في 21 يونيو سنة 2006.

يتبين من خلال النصوص القانونية أن المشرع ألقى عبء الإعلان عن أسعار السلع والخدمات⁽¹⁾ على عاتق كل من المنتج والبائع. وتجدر الإشارة إلى أن الإعلان عن السعر يجب أن يتضمن الثمن الأساسي إضافة إلى جميع الرسوم المستحقة على الثمن، وضرية الإستهلاك التي تعتبر ضريرة غير مباشرة.

في حقيقة الأمر، لا يمكن تصور عقد بيع لا يتم فيه تحديد الثمن حتى مراحلته الأخيرة، إنما الإشكاليات التي يمكن أن تثور في هذا الصدد تنحصر في فرضيات عدم تحديده وقت إبرام العقد، وهو الوقت الكافي الذي يتم فيه تقدير الأداءات المتقابلة لإتخاذ قرار التعاقد.

تتسع أبعاد مشكلة عدم تحديد الثمن في مرحلة إبرام العقد لتشمل العديد من الظواهر، أهمها ذلك الأثر النفسي السيئ الذي يقع على المستهلك حال عدم تحديد الثمن أو عدم تحديده بدقة أثناء التعاقد، حيث يجد المستهلك نفسه حينئذ محاصراً بحالة من القلق وعدم الثقة، خاصة عندما يكتشف فيما بعد عدم استطاعته العدول عن التعاقد حتى في الحالات التي يرتفع فيها الثمن بمقدار يزيد عن توقعاته.

من جانب آخر فإن عدم تحديد الثمن وقت إبرام العقد يتيح للبائع أو مقدم الخدمة أن يتحكما في مقدار ثمنها فيتركبان المستهلك فريسة لمفاجآت ارتفاع الأثمان بشكل يفوق قدراته المالية⁽²⁾.

تزداد المشكلة تعقيدا إذا كان المنتج أو المهني أو البائع ذو مركز إقتصادي متميز. فبالإضافة لما سبق ذكره فإن المستهلك في هذه الحالة يفقد القدرة على مناقشة

¹ يشمل الإلتزام بالإعلان عن الأسعار جميع السلع و الخدمات في فرنسا بينما في الأردن يقتصر الإعلان عن السلع دون الخدمات، نقلا عن نائل عبد الرحمان صالح، الحماية الجزائية للمستهلك، مجلة الحقوق، الكويت، ع 4، ديسمبر 1999، ص 128.

² حسن عبد الباسط جميعي، مرجع سابق، ص 36.

السعر حين تحديده، كما أنه غالبا ما يستصحب هذا المركز الإقتصادي ارتفاع مبالغ فيه في الأسعار.

من الناحية الواقعية أيضا، فإن ما تشهده معاملات الوقت الحاضر من تضمين العقد شروطا بشكل يهدر توقعات المستهلكين، خاصة بالنسبة لحجم الإلتزامات الناشئة عن العقد، ما يؤدي بصورة مباشرة على تحديد الثمن على غير إعتبار لهذه التوقعات⁽¹⁾، ولا شك أن مثل هذه الظواهر تمثل مصدر من مصادر الإضرار بمصالح المستهلكين، فضلا أنها ذات أثر سلبي على إستقرار المعاملات بشكل عام⁽²⁾.

كمثال على ذلك، تلك الأحكام الواردة في المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة⁽³⁾، الذي يعرف نشاطا متزايدا. كما يعرف أيضا كثرة الشكاوى لدى هيئات الرقابة فيما يتعلق بتعسف وكلاء تسويق السيارات الجديدة وعدم التزامهم بالبنود المتفق عليها ومراجعتهم المتكررة للأسعار المقررة للبيع واستثارتهم بتعديلها دون أن يقابل ذلك خدمة جديدة ممنوحة للزبون.

بناء على ذلك، يُلزم المشرع وكيل تسويق المركبات الجديدة بالحصول على اعتماد يمنحه له الوزير المكلف بالصناعة إذا استجاب للشروط المقررة لممارسة هذا النشاط.

لقد حدد المشرع شروط البيع المطبقة على الوكيل، إذ يجب أن يكون عقد البيع الذي يربط الوكيل بالزبون مطبقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 15-58، ولدفتر الشروط وكذا للقواعد والشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

¹ حسن عبد الباسط جميعي، مرجع سابق، ص 39.

² عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 373.

³ مرسوم تنفيذي رقم 15-58 مؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج ر عدد 05 صادر في 8 فبراير سنة 2015.

كما أنه يجب أن يكون سعر البيع المبين في سند الطلبية الخاص بالمركبة⁽¹⁾ الجديدة⁽²⁾ ثابتاً وغير قابل للمراجعة ولا للتحيين عند الزيادة. ويجب أن يحزر مع احتساب كل الرسوم، على أن يحتوي عند الإقتضاء، على التخفيضات والإقتطاعات والمزايا الممنوحة وكذا الإمتيازات الجبائية المنصوص عليها في التشريع المعمول به⁽³⁾.

غير أنه في حالة طلب دفع تسبيق عند تحرير الطلبية، لا يمكن أن تتجاوز قيمة المبلغ عشرة في المائة (10%) من سعر بيع السيارة والقاطرة ونصف القاطرة، وعشرين في المائة (20%) من سعر الآلة المتحركة مع احتساب كل الرسوم⁽⁴⁾. إضافة إلى ذلك حدد المشرع آجال التسليم، إذ تقدر بـ 45 يوماً بالنسبة للسيارة والقاطرة ونصف القاطرة، و 90 يوماً بالنسبة للآلة المتحركة، غير أن هذه الآجال يمكن أن تمتد باتفاق مشترك بين الطرفين على أساس وثيقة مكتوبة. أما في حالة الدفع الكلي لسعر المركبة، فإنه يتوجب على الوكيل أن يسلمها في غضون السبعة (7) أيام الموالية للدفع⁽⁵⁾.

في حالة عدم احترام شروط الطلبية، منح المشرع للمستهلك فرصة اللجوء إلى حل بالتراضي من أجل ضمان حقه في الحصول على المركبة التي يريدها، أما في حالة رفضه

¹ أورد المشرع تعريفاً للمركبة بموجب الفقرة 7 من المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة التي تنص: "مركبة، كل وسيلة نقل بري مزودة بمحرك للدفع أو غير مزودة لذلك، تسير على الطريق بوسائلها الخاصة أو تدفع أو تجر: سيارة ومقطورة ونصف مقطورة وآلة متحركة".

² كما عرف المشرع المركبة الجديدة بموجب الفقرة الأولى من نفس المادة والتي تنص: "يقصد في مفهوم أحكام هذا المرسوم بما يأتي:
المركبة الجديدة، هي المركبة:

- التي لم تكن موضوع إجراء ترقيم على الإطلاق في أي بلد كان
- التي يجب ألا يتجاوز الفارق بين تاريخ صنعها وتاريخ دخولها التراب الوطني اثني عشر (12) شهراً،
- حيث يجب ألا تتجاوز المسافة المقطوعة بها، بأي حال:
* مائة (100) كلم، للسيارات الخاصة والشاحنات الصغيرة.
* ألف و خمسمائة (1500) كلم، للشاحنات وحافلات النقل في المدينة وحافلات النقل خارج المدينة".

³ أنظر المادة 29 من المرسوم رقم 15-58، مرجع سابق.

⁴ أنظر المادة 30 من المرسوم نفسه

⁵ أنظر المادة 31 من المرسوم رقم 15-58، مرجع سابق.

للحل المقترح، يُلزم الوكيل بإرجاع مبلغ التسبيق أو المبلغ الإجمالي المدفوع للزبون في ظرف 8 أيام مع غرامة قدرها 10 % من سعر المركبة⁽¹⁾.

ثانياً: حماية المستهلك من خلال اعتماد نظام التسعير: تقتضي ضرورة حماية المستهلك، اعتماد نظام تسعير بعض السلع و الخدمات الواسعة الإستهلاك، لأن المستهلك في ضوء حاجته للسلعة أو الخدمة محل المعاملة يقبل التعاقد بالشروط التي يفرضها عليه المنتج أو المهني حتى و لو كان مبالغاً فيها.

كما أنّ نقص خبراته ومعلوماته فيما يتعلق بظروف التعاقد، فإنه لا يستطيع أن يقف على وجه التحديد على حقيقة مصالحه، وما يمكن أن يتهدها كأثر لوجود شروط أو بنود قد يضعها المنتج أو المهني في صلب العقد أو ملحقاته خاصة في ظل انتشار العقود النموذجية⁽²⁾. وبالتالي فإن عدم ضبط أسعار السلع والخدمات الضرورية يشكل عبئاً ثقيلاً على المستهلك.

غير أنّ تدخل الدولة في التسعير يجب أن يكون مناسباً، لأن التخفيض الكثير لثمن سلعة معينة يترتب عليه زيادة في الطلب فتصبح الكمية المطلوبة أكثر من المعروض مما قد يؤدي إلى ظهور السوق السوداء حيث يرتفع ثمن السلعة إلى أزيد مما كانت عليه قبل التسعير. وفي هذه الحالة يكون التسعير ضاراً بالمستهلكين بدلاً من أن يكون نافعا، لذلك يجب أن يقترن التسعير بتدخل الدولة في ظروف العرض و الطلب حتى تصبح الكمية المطلوبة مساوية للكمية المعروضة عند الثمن الذي تحدده لتقادي السوق السوداء⁽³⁾.

¹ أنظر المادة 32 من المرسوم رقم 15-58، مرجع سابق.

² عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 479.

³ أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع الإحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 29.

الفرع الثاني: مصلحة المستهلك في الحصول على السلع و الخدمات المطابقة للمواصفات كثيرا ما يعاني المستهلك في ظروف معينة واستثنائية كفترات الحروب والأزمات الإقتصادية والمالية والجفاف، فتحدث حالة عدم التوازن بين العرض والطلب المتعلقين ببعض السلع الأساسية والمنتجات الغذائية. الأمر الذي يدفع بالمشرع إلى فرض بعض القيود على حرية العمل التجاري والتعاقد من أجل مواجهة هذه الحالة والتي من بينها تنظيم الأسعار.

يستهدف المشرع من خلال إقرار هذه القيود إما إلى تحقيق وفرة السلع والمنتجات والخدمات في الأسواق (أولا) وإلى إقامة التوازن في توزيعها بين المستهلكين (ثانيا)

أولا: تحقيق وفرة المنتجات في الأسواق: إن حماية المستهلك في الأسواق لا تتوقف على حماية مصالحه المادية والاقتصادية بمختلف أشكالها، وإنما ترتبط أساسا بعدم المساس بالسلامة الجسدية للمستهلك وذلك عن طريق مراقبة السلع والبضائع والخدمات المقدمة له والحرص على جودتها وسلامتها.

إضافة إلى ذلك، يسعى المشرع إلى تحقيق وفرة السلع والخدمات ومختلف المنتجات الإستهلاكية عن طريق تجريم بعض الأفعال التي من شأنها الإخلال بالكمية المعروضة منها⁽¹⁾.

إن سلوك المستهلك يختلف باختلاف ثقافته وقدرته الشرائية. لذلك يكون عرضة للإستغلال من قبل البائعين عن طريق الغش والخداع في مدى جودة المنتج وصلاحيته للإستعمال. فذووا الدخل الضعيف يلجؤون لإقتناء السلع التي تناسب قدرتهم الشرائية بالرغم من كون تلك السلع غير مطابقة أو عديمة الفائدة. لذلك لابد من تدخل المشرع لحماية هذا المستهلك حتى لا يقع عرضة للمساس بسلامته الجسدية وحتى يتسنى له أيضا الحصول على مختلف السلع والخدمات ذات جودة وثمان مناسبين.

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 110.

ونظرا لارتباط الأسعار بوفرة السلع و الخدمات ومدى جودتها، حرص المشرع على أن يحظر على كل منتج أو تاجر أو بائع مايلي:

1- أن يرفض تلبية طلبات زبائنه التي يمكنه تلبيةها. حيث تنص المادة 15 من القانون رقم 02-04 على مايلي: «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»⁽¹⁾.

2- أن يفرض على كل من يطلب شراء سلعة أو خدمة أن يشتري معها سلعا أو خدمات أخرى، أو أن يلزمه بشراء كمية معينة منها، حيث تنص المادة 17 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: «يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات و كذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة»⁽²⁾.

كما يلزم المشرع المتعامل الإقتصادي بالحرص على توفير سلع و خدمات ملائمة للمستهلك قبل وضعها بحيازته. حيث تنص المادة 33 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 على إلزامية قيام الوكيل بالفحوص المطلوبة قبل تسليم المركبة الجديدة للزبون وذلك بغرض التأكد من مطابقة المركبة المسلمة للطلبية المقدمة.

أما عند تسليم المركبة، على الوكيل أن يراعي بدقة المواصفات التقنية والإختيارات الخاصة بالمركبة موضوع الطلبية والتي يجب أن تكون مزودة بكمية من الوقود تسمح لها بالسير لمسافة 50 كلم على الأقل، ويجب أن تكون عملية تسليم المركبة وهي في حالة جيدة ونظيفة، وتتم هذه العملية على حساب الوكيل⁽³⁾.

إنّ العلاقة القائمة بين المستهلك والمهني لا ينبغي لها أن تقتضي بمجرد تسليم المبيع وقبض المشتري للثمن، بل لا بد من مسايرة احتياجات المستهلك والرد على انشغاله لذلك تنص مختلف التشريعات المقارنة على ضمان تأدية خدمة ما بعد البيع، وذلك بتوفير مختلف السلع والخدمات التي يحتاجها المستهلك.

¹ أنظر المادة 15 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

² أنظر المادة 17 من القانون نفسه.

³ أنظر المادة 34 من المرسوم رقم 15-58، مرجع سابق.

ينص المشرع الجزائري على إلزام وكيل بيع المركبات الجديدة بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المباعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة.

إذ يجب أن تتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص الخدمات التالية:

أ- المراجعات الدورية التي يغطيها الضمان،

ب- العناية والصيانة والتصليح،

ج- بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية أو المصادق عليها من طرف الصانع⁽¹⁾.

بهذا يكون المشرع قد ضمن للمستهلك وفرة السلع والخدمات المتعلقة بهذا النشاط. بل أكثر من ذلك، إذ تعتبر الأحكام الواردة في حماية المستهلك في مجال تسويق المركبات الجديدة متميزة ورائدة في هذا المجال بالنظر للحقوق المقررة لصالحه. وكمثال على ذلك ما ورد في المادة 39 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، إذ أنه في حالة توقف السيارة الخاصة أو الدراجة المتحركة بغرض التصليح في إطار الضمان، لفترة تفوق 7 أيام، يلزم الوكيل بوضع سيارة أو دراجة استبدال تحت تصرف الزبون، إلا في حالة أحكام تعاقدية بين الطرفين تنص على مدة أقل. وبالنسبة للمركبات من نوع الشاحنات وحافلات النقل بالمدينة وحافلات النقل خارج المدينة وجرار الطريق والقاطرة ونصف القاطرة والآلات المتحركة، يلزم الوكيل بتعويض الزبون فقدان الربح الناجم عن التوقف، ويكون مثبتا بوثائق⁽²⁾.

إنّ عدم الإلتزام بالأحكام الواردة في هذا المرسوم يؤدي إلى سحب الوزارة المكلفة بالصناعة الإعتماد من الوكيل الذي يتمادى في إخلاله بالتزاماته بعد القيام بإعداره من طرف هيئات الرقابة، كما تطلب من الوزارة المكلفة بالتجارة سحب السجل التجاري. تهدف هذه العقوبات الصارمة إلى ضمان احترام حقوق المستهلكين في الحصول على السلع والخدمات بمواصفات الجودة والنوعية وبأسعار ملائمة.

¹ أنظر المادة 38 من المرسوم نفسه.

² أنظر المادة 39 من المرسوم رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط و كيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، تعتبر من بين المواد الجديدة التي جاء بها هذا المرسوم بعد إلغاء المرسوم التنفيذي رقم 07-390 مؤرخ في 12 ديسمبر سنة 2007، يحدد شروط و كيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، ج ر عدد 78 صادر في 12 ديسمبر سنة 2007.

ثانياً: إقامة التوازن في توزيع السلع و الخدمات بين المستهلكين: يبرم المستهلك عقوداً مختلفة من شراء و إيجار وغيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع و مواد و خدمات و أغذية و أدوية لإشباع حاجاته الضرورية الآنية و المستقبلية. فهو يسعى للحصول عليها من أجل الإنتفاع بها، دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة بيعها أو تصنيعها. فالفرد يحصل على الملابس ليلبسها هو و أفراد عائلته و الأغذية ليأكلها و السيارات ليقودها و المنزل ليسكنه. و كل فرد يمكن أن يعتبر مستهلكاً على هذا الأساس، حتى ولو كان منتجاً لسلعة ما، فإنه يعد مستهلكاً لغيرها من السلع، فصانع السيارات مثلاً إنما هو منتج لها، بينما هو مستهلك للسلع الغذائية و الأدوات الكهربائية الأخرى، و عليه فإنه يستحق الحماية حين يسعى للحصول على هذه السلع لاستهلاكه الشخصي⁽¹⁾.

تسعى الدولة من أجل ضمان إقامة التوازن في توزيع السلع و الخدمات بين المستهلكين إلى محاربة كل أشكال البيع التمييزي و المضاربة و الإحتكار. و من أجل ضمان وصول السلع ذات الإستهلاك الواسع و ذات الأسعار المقننة إلى كافة المستهلكين و بأثمانها المحددة قانوناً، تقوم الخزينة العمومية بتعويض تكاليف نقل هذه البضائع إلى التجار و البائعين لاسيما في المناطق الصحراوية نتيجة بعدها عن مراكز التوزيع الرئيسية، و غلاء تكاليف عملية النقل، حيث تقوم بتغطية هذه التكاليف.

¹ جمال النكاس، مرجع سابق، ص ص 45-118.

المبحث الثاني: فرض الرقابة على تحديد الأثمان

إن تحرير نشاطات الاستيراد والتجارة والتوزيع وكذا إنتاج السلع الاستهلاكية والخدمات المختلفة، لا يعني بتاتا بأن الدولة تتخلى عن مسؤولياتها في ضبط مختلف أشكال التزوير والمساس بمصالح المستهلكين الإقتصادية والصحية والقيام بعمليات المراقبة والقمع عند الاقتضاء. وبالتالي برز دور الدولة في مراقبة السوق وضبطه،⁽¹⁾ وتدخّلها للتصدي لظاهرة الغش التجاري وضمان حماية للمستهلك بشكل أكبر، استجابة للتحديات التي فرضتها هذه الوضعية. ففي ظل اتساع مجال المبادلات التجارية، وتغير أساليب الإنتاج والتوزيع والتسويق من خلال اعتماد وسائل محترفة في الإشهار والإغراء، انتشرت ظاهرة الإستهلاك بصورة كبيرة، وزاد معها الخوف من انتهاك حقوق المستهلك، خاصة إذا علمنا ضعف مركز المستهلك في مواجهة العون الإقتصادي. هذا الأخير الذي يسعى بمختلف الطرق لتحقيق أكبر ربح ممكن وبأقل التكاليف. وأمام هذا الوضع غير المتوازن، لا بد من التدخل بصورة ناجعة للوقوف في وجه كل التجاوزات التي قد تلحق ضررا بالمستهلك يكون سببها الممارسات التجارية غير الشرعية وغير الشفافة وغير النزيهة أو طرح سلع للإستهلاك خالية من معايير الجودة والنوعية.

إنّ الوضع الجديد الذي فرضه منطق حرية السوق ومتطلبات الإنفتاح الإقتصادي، جعل من الضروري اتخاذ إجراءات صارمة من قبل الهيئات الرسمية⁽²⁾ أو المستقلة⁽³⁾ من

¹ كرّس المشرع الجزائري الحماية الدستورية لحقوق المستهلك و جعل مهمة ضبط السوق و مراقبته وظيفة من وظائف الدولة، أنظر المقدمة.

² تتمثل هذه الهيئات خاصة في الوزارة المكلفة بالتجارة، وزارة الداخلية، وزارة الدفاع الوطني، الوزارة المكلفة بالصحة، الوزارة المكلفة بالفلاحة و الصيد البحري، والوزارة المكلفة بالسياحة.

³ من بين الهيئات المستقلة نذكر وسائل الإعلام المختلفة وكذا جمعيات حماية المستهلك، هذه الأخيرة اعترفت لها المشرع بتمثيل المستهلكين والدفاع عنهم و ذلك بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. أما ما يتعلق بتنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها و تنظيمها و سيرها فإنه يجد أساسه في القانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 صادر في 15 يناير سنة 2012، إذ تم بموجبه الإعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها.

أجل الحد من هذه التجاوزات. إذ لابد من تنظيم رقابة فعالة ومتناسبة مع التطور التقني الذي بلغه العون الإقتصادي والذي يستعمله للتحايل على المستهلك في مجال الأسعار (المطلب الأول)، إضافة إلى ذلك لابد من انتهاج أسلوب القمع والردع للوقوف ضد منتهكي حقوق المستهلك عن طريق توقيع جزاءات ضد الأعوان الإقتصاديين المخالفين (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الهيئات المختصة بالرقابة على الأسعار

من أجل تكريس حماية المستهلك، تدخلت الدولة من خلال ترسانة من التشريعات في سبيل تعزيز هذه الحماية وتفعيلها في أرض الواقع. وفيما يتعلق بحماية المستهلك في مجال الأسعار، منح المشرع لمجموعة متكاملة من الهيئات صلاحية رقابة نشاطات المتعاملين الإقتصاديين وسلطة المعاينة والتحري والنظر في المخالفات المنتهكة للقوانين السارية المفعول والخاصة بحماية المستهلك في مجال الأسعار.

تتمثل هذه الهيئات في: الهيئات الإدارية والتي لها دور مباشر في مجال مراقبة الأسعار (الفرع الأول)، والجمعيات التي لها دور غير مباشر يقوم على أساس تكميل دور السلطات العمومية في مجال المراقبة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الهيئات الإدارية

من أهم الهيئات الإدارية التي تتدخل بصورة مباشرة في مراقبة مدى احترام المنظومة التشريعية المقررة لصالح المستهلك في مجال الأسعار نجد وزارة التجارة (أولاً)، ومجلس المنافسة (ثانياً).

أولاً: وزارة التجارة: تعتبر رقابة النشاطات الإقتصادية من بين الصلاحيات المخولة لمصالح وزارة التجارة سواء المركزية أو الخارجية تحت إشراف وزير التجارة الذي يستمد صلاحياته بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-453⁽¹⁾.

من بين الصلاحيات الممنوحة لوزير التجارة بموجب هذا المرسوم، اقترح عناصر السياسة الوطنية في ميدان التجارة وضمان وضعها حيز التنفيذ طبقاً للقوانين والتنظيمات السارية المفعول، وتعتبر أسعار السلع والخدمات من أهم هذه العناصر. كما يكلف بالمساهمة في تطوير المنافسة وإرساء قانون الإستهلاك وتطويره، وينظم الملاحظة الدائمة للسوق ويقوم بتحليل هيكله ويحدد الممارسات غير الشرعية الهادفة إلى إفساد المنافسة الحرة ويضع حداً لها بالتنسيق مع الهيئات المعنية. كما أنه يشارك في إعداد سياسات التسعير، وتنظيم انسجام الأسعار وكذا هوامش الربح والسهر على تطبيقها.

في مجال الرقابة الإقتصادية وقمع الغش، يقوم وزير التجارة بالتنظيم والتوجيه و وضع حيز التنفيذ مخطط المراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد، ويقوم بإنجاز كل تحقيق إقتصادي معمق مع إخطار الهيئات القضائية عند الضرورة⁽²⁾.

من أجل تجسيد هذه الأهداف والبرامج المتعلقة بالرقابة على الأسعار، يستعين وزير التجارة بمجموعة من المصالح أبرزها المصالح المركزية لوزارة التجارة (1)، والمصالح الخارجية لها (2).

¹ مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.
² أنظر المادة 6 من المرسوم نفسه.

1- المصالح المركزية لوزارة التجارة: تتواجد هذه المصالح على مستوى وزارة التجارة وتعمل تحت سلطة الوزير، وقد تم تنظيمها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-454⁽¹⁾، إذ طبقا لهذا المرسوم تشتمل الإدارة المركزية على مجموعة من المصالح من بينها المفتشية العامة، والتي تركز على هياكل متعددة من بينها المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها (أ)، والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش (ب).

أ- المديرية العامة لضبط النشاطات الاقتصادية وتنظيمها: نظمت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية، مهام المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها. إذ أنها تكلف بالسهر على مراقبة الأسواق والسهر على السير التنافسي فيها، واقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لاسيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح، وطبقا لنفس المادة، تضم هذه المديرية العامة 4 مديريات على رأسها مديرية المنافسة التي تكلف بمايلي:

- اقتراح الأدوات القانونية المتعلقة بترقية المنافسة في سوق السلع و الخدمات،

- دراسة الملفات الواجب عرضها على مجلس المنافسة وتحضيرها وضمان تنفيذ قراراته، ومتابعتها،

- إعداد ترتيب لملاحظة الأسواق و وضعه⁽²⁾،

¹ مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002. معدل و متمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 21 يناير سنة 2014، ج ر عدد 04 صادر في 26 يناير سنة 2014.

² ورد في العدد 49 من الكشف الشهري للأسعار الذي تصدره وزارة التجارة المعنية بأنه خلال شهر نوفمبر 2015، كان ميول الأسعار في سوق التجزئة للمواد الغذائية ذات الإستهلاك الواسع (المواد الغذائية العامة، الخضار والفواكه واللحوم) إلى الإرتفاع مقارنة مع الشهر السابق، غير أنه سجل استقرار كمعدل أسعار القهوة، العجائن الغذائية و لحم البقر المجمد، بينما معدل أسعار الطماطم الطازجة، الكوسى، الجزر، التمور والموز قد سجلت انخفاضا خلال شهر نوفمبر 2015 .

وبالمقارنة مع شهر نوفمبر 2014 تم تسجيل ارتفاعات محسوسة بالنسبة لبعض المواد من طرف المصالح الخارجية لوزارة التجارة خاصة القهوة، الأرز، العجائن الغذائية، الطماطم المصبرة، العدس، الحمص، الطماطم الطازجة، الثوم المحلي، الموز، لحم البقر المجمد واللحوم البيضاء تتراوح ما بين (+1%) و (+58%).

- المبادرة بكل الدراسات والأعمال التحسيسية تجاه المتعاملين الإقتصاديين لتطوير وتكريس مبادئ المنافسة وقواعدها،

- متابعة المنازعات المتعلقة بالممارسات المنافسة للمنافسة.

تضم مديرية المنافسة 4 مديريات فرعية لكل منها صلاحيات معينة، لكنها تصب في مجملها في التصدي للإخلال بالسير الحسن للسوق الذي يؤثر على الأسعار. وتتمثل في:

- المديرية الفرعية لترقية قانون المنافسة

- المديرية الفرعية لملاحظة السوق

- المديرية الفرعية لأسواق المنافع العامة

- المديرية الفرعية للمنازعات والعلاقات مع مجلس المنافسة.

ب- المديرية العامة للرقابة الإقتصادية و قمع الغش:⁽¹⁾ تتمثل مهام المديرية العامة

للرقابة الإقتصادية و قمع الغش في تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة و قمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة اللامشروعة، والسهر على توجيه برامج المراقبة الإقتصادية و قمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وتكف أيضا بإنجاز كل الدراسات واقتراح التدابير بغية تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، وتوجيه نشاطات المراقبة الإقتصادية و قمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها والقيام بتطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الإقتصادية و قمع الغش وتطوير علاقات التعاون الدولي في هذا المجال المتعلق بالرقابة على الممارسات

¹ أنظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.

التجارية ومراقبة الجودة. وبالتالي فإن مهمة الرقابة على الأسعار تدخل ضمن صلاحيات هذه المديرية.

لتجسيد هذه المهام، تضم المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش 4 مديريات، من بينها مديرية مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة، التي تعد أبرز مصلحة للرقابة نظرا للمهام الموكلة إليها والمتمثلة في:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بشروط ممارسة النشاطات التجارية و باحترام قواعد المنافسة.

- تنظيم نشاطات مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة وبرمجتها وتقييمها،

- المشاركة في الأعمال المبادر بها في مجال محاربة النشاطات التجارية اللامشروعة.

تضم هذه المديرية بدورها مديريتين فرعيتين هما: المديرية الفرعية لمراقبة الممارسات التجارية والمديرية الفرعية لمراقبة الممارسات المضادة للمنافسة، إذ تُكفَّ كل واحدة من هاتين المديريتين كل في ميدانها بمايلي:

- تحديد برامج المراقبة وتوجيهها

- تقييم نتائج أعمال المراقبة المنجزة من طرف المصالح الخارجية،

- اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين نجاعة برامج وإجراءات المراقبة⁽¹⁾.

مما سبق يتبين دور المصالح المركزية في تنظيم وتنسيق وتوجيه الرقابة على الممارسات التجارية والمنافسة فيما يتعلق بالأسعار والمجالات الأخرى المرتبطة بتلك

¹ أنظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.

المصالح. غير أن تجسيد هذه الرقابة يحتاج إلى مصالح أخرى لدعمه تتمثل في المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

2- المصالح الخارجية لوزارة التجارة: تعتبر هذه المصالح الخارجية امتدادا للمصالح المركزية لوزارة التجارة، تم تنظيم هيكلها وطريقة عملها والمهام الموكلة إليها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09/11⁽¹⁾، وطبقا للمادة 2 منه تتشكل هذه المصالح من مديريات ولائية للتجارة (أ)، ومديريات جهوية للتجارة (ب).

أ- المديريات الولائية للتجارة: تتواجد هذه المديريات على مستوى كل ولايات الوطن، هدفها الأساسي هو تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش⁽²⁾، وطبقا للمادة 6 من نفس المرسوم فإنه يمكن إنشاء مفتشيات إقليمية للتجارة، إذا فرض ذلك حجم النشاط الإقتصادي والتجاري أو بُعد التجمعات الحضرية عن مركز الولاية وهذا بهدف تعزيز عملية الرقابة⁽³⁾، وتسير من طرف رؤساء المفتشيات ويساعدهم في ذلك رؤساء فرق التفتيش⁽⁴⁾. وبالتالي يكون لمديرية التجارة الحضور المباشر والتواجد الفعلي في الميدان من أجل تعزيز الرقابة الفعالة على الأسعار والتصدي للأعوان المخالفين للتشريعات المنظمة لها.

طبقا للمادة 3 من المرسوم المذكور أعلاه، تكلف المديرية الولائية للتجارة بمايلي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم الجاري وحماية المستهلك وقمع الغش.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 09-11 مؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر عدد 4 صادر في 23 يناير سنة 2011.

² أنظر المادة 3 من المرسوم نفسه.

³ أنظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21 أوت سنة 2011، يتضمن إنشاء المفتشيات الإقليمية للتجارة، ج ر عدد 26 صادر في 15 مايو سنة 2013. وبموجب المادة 2 منه تُنشأ 154 مفتشية إقليمية للتجارة. وقد تم إحداث 13 مفتشية إقليمية للتجارة على مستوى ولاية الجزائر، وفي ولاية وهران تم إنشاء 5 مفتشيات للتجارة الإقليمية.

⁴ أنظر المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11، مرجع سابق.

- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالإتصال مع النظام الوطني للإعلام، حيث يهدف هذا الإجراء إلى تفعيل عملية مراقبة الأسعار من خلال استعمال التقنيات الحديثة في التواصل.
- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة، ويهدف هذا الإجراء من أجل التفاعل الإيجابي مع مرونة السوق والقضاء على الإختلال الذي قد يطرأ عليه.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف وإنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية. ويهدف هذا الإجراء إلى تعزيز شفافية الممارسات التجارية من خلال القضاء على الأسواق الموازية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذات صلة بصلاحياتها. وذلك من أجل التنسيق مع مختلف المصالح التي من شأنها المساعدة في مراقبة الأسعار وحماية المستهلك.
- وضع حيز التنفيذ كل برنامج الرقابة الإقتصادية وقمع الغش واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة، حيث لا تنحصر وظيفة مديرية التجارة في مجال مراقبة الأسعار فقط، وإنما تشمل كل ما يمس مصالح المستهلك سواء كنت إقتصادية أو صحية، مادية أو معنوية.
- تعد المديرية الولائية للتجارة هياكل فعالة لمراقبة السوق ومعالجة اختلالاته، لاسيما في مجال الأسعار، وبالتالي تقديم حماية فعالة للمستهلك نظرا للصلاحيات المخولة لها، وعلاقتها المباشرة مع المتعاملين الإقتصاديين. إلا أنه لابد من تنسيق الجهود مع المديرية الأخرى عبر الولايات من خلال المديرية الجهوية للتجارة.

ب- المديریات الجهوية للتجارة: طبقا للمادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 04-11،⁽¹⁾ تُنظَّم المديریات الجهوية للتجارة المحدد عددها بتسع في ثلاث مصالح وهي:

- مصلحة تخطيط و متابعة المراقبة وتقييمها.

- مصلحة الإعلام الإقتصادي وتنظيم السوق.

- مصلحة الإدارة والوسائل.

بينما حددت المادة 10 من نفس المرسوم مهام المديریات الجهوية للتجارة، إذ أنها بالإتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة تتولى مهام تأطير وتقييم نشاطات المديریات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم وإنجاز كل التحقيقات الإقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات، حيث تقوم بدور وسيط بين المديریات الولائية للتجارة التي تتولى عملية مراقبة الأسعار، والسهر على حماية المصالح الإقتصادية والصحية للمستهلكين وبين المصالح المركزية على مستوى وزارة التجارة التي تتولى وضع السياسة العامة المتعلقة بعملية المراقبة.

كما أنّها تكلف أيضا طبقا لهذه المادة بمايلي:

- تنشيط وتأطير وتنسيق وتقييم نشاطات المديریات الولائية والمصالح الخارجية للهيئات التابعة لقطاع التجارة. وتهدف من وراء ذلك وضع تصور واضح ومناسب للقضاء على خرق التدابير الخاصة بتنظيم الأسعار.

- إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع الإدارة المركزية والمديریات الولائية والسهر على تنفيذها. والتي يدخل في نطاقها برامج مراقبة الأسعار وقمع المخالفات المرتبطة بها.

¹ أنظر المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11، مرجع سابق.

- برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات، وذلك من أجل تكريس نجاعة عملية مراقبة الأسعار.

- إجراء، عند الضرورة، وفي مجال اختصاصها الإقليمي، كل التحقيقات المتخصصة المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة و حماية المستهلك وسلامة المنتوجات.

- إنجاز كل دراسة وتحليل أو مذكرة ظرفية لها علاقة بميدان اختصاصها كوضعية الأسعار ومؤشراتها، وأسباب ارتفاعها أو انخفاضها. والسبل الكفيلة بجعلها تتوافق مع القدرة الشرائية للمستهلكين.

ثانيا: مجلس المنافسة: بانتهاج الدولة اقتصاد السوق، أصبح من الضروري تكليف أجهزة متخصصة في مراقبة السير الحسن للسوق وضبطه من خلال منع كل الممارسات المقيدة للمنافسة، التي قد تنتهجها بعض المؤسسات الاقتصادية باستعمال أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة، والتي من شأنها إحداث خلل في توازن السوق مما ينتج عنه حتما إرتفاع حاد في الأسعار، لا يعكس حقيقة قانون العرض والطلب. ولتقادي هذا الوضع، نظم المشرع كل ما يتعلق بمجلس المنافسة من خلال الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وذلك بتحديد تشكيلته وطريقة تسييره وكيفية سير التحقيق أمامه.

فاستنادا إلى المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادة 24 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽¹⁾، فإن مجلس المنافسة يتكون من اثني عشر عضوا يمارسون وظائفهم بصفة دائمة و ينتمون لفئة الشخصيات والخبراء في المجال القانوني و/أو الإقتصادي ولهم مؤهلات في مجالات المنافسة والتوزيع والإستهلاك وفي مجال الملكية الفكرية. وكذا ممثلين من فئة المهنيين الذين مارسوا نشاطات في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف والخدمات والمهن الحرة. وممثلان عن جمعيات حماية المستهلكين. إن تنوع هذه

¹ أنظر المادة 8 من القانون رقم 08-12، مرجع سابق.

التشكيكية يعكس رغبة المشرع في جعل القرارات التي تصدر عن مجلس المنافسة نابعة من ذوي الإختصاص، ونتاجة عن فهم كامل و وعي بالسوق لاسيما في مجال الأسعار

لقد ذكر المشرع صلاحيات مجلس المنافسة في الفصل الثاني من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، إذ يتمتع هذا المجلس بسلطة اتخاذ القرار والإقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف للتجارة أو من كل طرف آخر معني بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق بأية وسيلة ملائمة أو اتخاذ القرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية. ويمكن لمجلس المنافسة أن يستعين بأي خبير أو يستمع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات له، وعليه يستعمل مجلس المنافسة هذه الصلاحيات من أجل التدخل في تحديد ثمن السلع الإستهلاكية أو اتخاذ الإجراءات الملائمة التي تؤدي إلى تحديد أثمان عادلة للسلع والخدمات وفقا لقانون العرض والطلب.

من أجل ذلك، يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الإقتصادية لاسيما تلك التابعة للوزارة المكلفة بالتجارة إجراء كل تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه⁽¹⁾، منها تلك المتعلقة بثمن السلع والخدمات.

يمكن مجلس المنافسة القيام بكل الأعمال المفيدة التي تندرج ضمن اختصاصه لاسيما كل تحقيق أو دراسة أو خبرة، وعند الكشف عن ممارسات مقيدة للمنافسة يقوم المجلس بمباشرة كل الأعمال الضرورية لوضع حد لها بقوة القانون. أما إذا أثبتت التحقيقات المتعلقة بشروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة بالمنافسة بأن تطبيق هذه

¹ أنظر المادة 18 من القانون رقم 12-08، مرجع سابق.

النصوص يترتب عليه قيود على المنافسة فإن مجلس المنافسة يتخذ كل إجراء مناسب لوضع حد لهذه القيود⁽¹⁾.

وفقا لمقتضيات إقتصاد السوق، يعمل مجلس المنافسة كهيئة ضابطة لتكريس نشاط تجاري نزيه وشفاف خاصة في مجال الأسعار التي تعتبر محور اهتمام الأعوان الإقتصاديين الساعين إلى زيادة أرباحهم. ولمجلس المنافسة أيضا دور في عملية الرقابة من أجل ضمان منافسة عادلة تنعكس بالإيجاب على مصالح المستهلكين والمتعاملين الإقتصاديين على السواء، حيث يؤدي هذا الدور إلى فرض احترام الأسس التي تنتج عنها اعتماد الأثمان العادلة في السوق أو فرض أثمان تعكس الطابع الإجتماعي للدولة وسياساتها الإقتصادية في حماية القدرة الشرائية للمواطنين.

الفرع الثاني: جمعيات حماية المستهلك

من أجل تعزيز عملية الرقابة وتكثيفها في ظل تنامي ظاهرة الإستهلاك، اعترف المشرع بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب عدة قوانين وتشريعات، لاسيما قانون الجمعيات⁽²⁾ الذي يحدد كفاءات تأسيسها وتنظيمها وسيرها ومجال تطبيقها، في تقديم خدمات مجانية لصالح المنفعة العمومية لفئة المستهلكين. وتبعا لذلك، أعطاه المشرع الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالإستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها واتخاذ جميع الوسائل المناسبة لتحقيق أهدافها⁽³⁾، وبذلك تساهم في وضع سياسة عامة للمستهلك

¹ أنظر المادة 20 من القانون رقم 12-08، مرجع سابق.

² أنظر القانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 صادر في 15 يناير سنة 2012.

³ موالك بختة، مرجع سابق، ص 62.

عن طريق نقل صوته ورغباته وحقوقه إلى السلطات⁽¹⁾. وبذلك تؤثر على النمط الإستهلاكي للمواطنين وتوجيه رغباتهم وفق ما يخدم مصالحهم. مما ينعكس بالإيجاب على منظومة الأسعار المعتمدة وتحديدها بشكل عقلائي لصالح فئة المستهلكين. وتبعاً لذلك فإنها تقوم بدور تكميلي للسلطات العمومية في مجال حماية المستهلك. فجمعيات حماية المستهلك تُعد من قبيل الهيئات المستقلة التي تقوم بعملية المراقبة غير المباشرة لأسعار السلع والخدمات. ولأجل تحقيق الأهداف المتعلقة بحماية المستهلك في مجال أسعار السلع والخدمات تقوم الجمعيات إما بتقديم استشارات متعلقة بحماية المستهلك (أولاً)، وإما من خلال الرقابة والدفاع المباشر عن مصالح المستهلكين (ثانياً).

أولاً: دور الجمعيات في تقديم الاستشارات المتعلقة بحماية المستهلك في مجال الأسعار:
تتم استشارة جمعيات حماية المستهلك في مختلف المسائل التي تتعلق بحماية المستهلك، بما فيها تلك المتعلقة بأسعار السلع والخدمات أو تلك المتعلقة بالمنافسة. وفي هذا الإطار تنص الفقرة الثانية من المادة 35 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على إمكانية استشارة جمعيات حماية المستهلكين من طرف مجلس المنافسة في كل مسألة ترتبط بالمنافسة⁽²⁾. وباعتبار الرقابة على الأسعار وسبل ضبطها، تدخل في إطار صلاحيات مجلس المنافسة فإنه يمكن الإستعانة بجمعيات حماية المستهلك على سبيل الإستشارة لتكميل دور مجلس المنافسة في هذا الشأن.

¹ فهيمة نصري، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، بن عكنون، السنة الجامعية 2003/2004، ص 5.

² تنص المادة 35 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: «بيدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك وبيدي كل اقتراح في مجالات المنافسة. ويمكن أن تستشيرهُ أيضاً في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين».

إضافة إلى ذلك، سمح المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك على اقتراح سن القوانين التي تهم المستهلكين بما فيها تلك المتعلقة بالأسعار وكيفيات الرقابة الناجعة عليها، مما يؤكد الدور غير المباشر الذي تلعبه تلك الجمعيات في مجال الرقابة. كما أنها تقوم بالعمل مع مختلف الهيئات الإدارية، إذ تشارك كعضو استشاري عن طريق ممثليها، حيث أن تشكيلة مجلس المنافسة تتكون من عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين⁽¹⁾. بينما يدخل في تشكيلة أعضاء المجلس الوطني لحماية المستهلكين ممثل واحد عن كل جمعية حماية المستهلكين المؤسسة قانوناً، كما أن رئيس المجلس يُنتخب من بين ممثلي تلك الجمعيات الأعضاء في هذا المجلس⁽²⁾، وهو ما يسمح بتعدد الإقتراحات والتعبير بشكل مناسب عن أهداف وطموحات المستهلكين داخل هذه الهيئة الإستشارية لاسيما ما يتعلق بجمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلك واستغلالها وتوزيعها واتخاذ التدابير الوقائية لضبط السوق واقتراح الآليات المناسبة لحماية القدرة الشرائية للمستهلكين. إن تواجد ممثلي جمعيات حماية المستهلك كأعضاء في مختلف الهيئات الرسمية الخاصة بتجسيد السياسة العامة لحماية المستهلك، يمكنهم من الدفاع بشكل مباشر عن رغبات المستهلكين وطموحاتهم من أجل تكريس أسعار عادلة ومناسبة لقدرتهم الشرائية.

¹ أنظر المادة 5 من القانون رقم 10-05، مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 صادر في 18 غشت سنة 2010. حيث عدلت هذه المادة الفقرة الأخيرة من المادة 24 التي كانت تفرض على أعضاء مجلس المنافسة ممارسة وظائفهم بصفة دائمة، وصفة الديمومة تتعارض مع تشكيلة المجلس خاصة الفئة الثالثة التي تضم أعضاء جمعيات حماية المستهلك باعتبار أن هذه الجمعيات تقوم بتجديد هياكلها، وأصبحت تنص هذه المادة في فقرتها الأخيرة على أنه « يمكن أعضاء مجلس المنافسة ممارسة وظائفهم بصفة دائمة»، إذ نلاحظ أنها أضافت مصطلح «يمكن» و يعني هذا أن أعضاء المجلس لا يمارسون وظائفهم بصفة دائمة، أنظر بوقطوف بهجت، مرجع سابق، ص 86.

² أنظر المرسوم التنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 02 أكتوبر سنة 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 56 صادر في 11 أكتوبر سنة 2012.

ثانيا: دور جمعيات حماية المستهلك في الرقابة على الأسعار: تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا فعالا في ملاحظة تطور الأسعار في السوق ومراقبة مدى امتثال الأعوان الإقتصاديين للقوانين والتشريعات المنظمة للممارسات التجارية وكذا المنافسة الحقيقية التي تؤدي إلى شفافية الأسعار و واقعيتها.

تستمد جمعيات حماية المستهلك قوتها من القوانين المنظمة لها والتي تمنحها صلاحية التقاضي وكذا القيام بالدور المنوط بها من خلال نشر الوعي والتحسيس في أوساط المستهلكين بضرورة التمسك بحقوقهم.

في هذا الإطار، وتحت عنوان متابعة المخالفات الوارد في الفصل الثاني، تنص المادة 65 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: « دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية، 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.

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم». وعليه، تملك جمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى أمام القضاء⁽¹⁾

¹ تنص المادة 17 من القانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 صادر في 15 يناير سنة 2012 على أنه: «تكتسب الجمعية المعتمدة الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، و يمكنها حينئذ القيام بما يأتي:
- التصرف لدى الغير و لدى الإدارات العمومية،
- التقاضي و القيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها،
- إبرام العقود أو الإتفاقيات أو الإتفاقات التي لها علاقة مع هدفها،
القيام بكل نشاط شراكة مع السلطات العمومية له علاقة بهدفها،
- اقتناء الأملاك المنقولة أو العقارية مجانا أو بمقابل لممارسة أنشطتها كما ينص عليه قانونها الأساسي،
- الحصول على الهبات و الوصايا طبقا للتشريع المعمول به».

ضد كل عون إقتصادي خالف الأحكام القانونية المنظمة للأسعار. وهذا أمر طبيعي لأن الغرض القانوني من إنشاء جمعيات حماية المستهلكين هو الدفاع عن مصالحهم ونشر الوعي الإستهلاكي بينهم. كما يؤكد ذلك حرص المشرع على الإعتراف بالدور الذي تلعبه هذه الجمعيات في مراقبة وقمع مخالفات الأسعار التي يرتكبها الأعوان الإقتصاديون.

إلى جانب ذلك، لم يغفل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش منح حق الدفاع عن مصالح المستهلكين للجمعيات من خلال التأسيس كطرف مدني عند حصول الضرر الذي يتسبب فيه الأعوان الإقتصاديون، حيث نصت المادة 23 منه على أنه: «**عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني.**»

إضافة إلى استعمال وسيلة القضاء لإستيفاء حقوق المستهلك، تقوم جمعيات حماية المستهلك باتخاذ وسائل أخرى لا تقل أهمية، كالدعوة إلى المقاطعة وأسلوب الإشهار المضاد بغرض تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك.

تستعمل جمعيات حماية المستهلك وسائل الإعلام المختلفة، وكذا النشريات والمطويات والملصقات من أجل الدعوة إلى المقاطعة أو إصدار إشهار مضاد، هذا الأسلوب قد يتسبب في ضرر بالغ للعون الإقتصادي في حالة الإستجابة الواسعة لبيان المقاطعة⁽¹⁾ أو الإشهار المضاد. وفي هذه الحالة تكون تلك الجمعيات غير مسؤولة عن النتائج التي تلحق بهؤلاء الأعوان الإقتصاديين، إذ يعتبر كل مستهلك حر في الإستجابة أو عدم الإستجابة لنداء المقاطعة⁽²⁾.

¹ بتاريخ 15 أفريل 2015 دعت جمعية حماية المستهلك و إرشاده كافة المواطنين إلى الإمتناع عن شراء منتج السردين بسبب الإرتفاع الكبير لأسعاره.

² AYOUN Audrey, la protection du consommateur en matière de jeux et loteries, mémoire soutenu dans le cadre du D.E.A en droit privé, faculté de droit et science

مما سبق، يتأكد دور الهيئات الرقابية في التصدي لكل محاولات الإخلال بحقوق المستهلكين في مجال الأسعار. ويؤكد بروز الدولة كطرف في عقد البيع المبرم بين المستهلك والعمول الإقتصادي، فبالرغم من الحرية التي يتمتع بها طرفي العقد المتمثلين في المستهلك والعمول الإقتصادي، إلا أن الدولة تتدخل كطرف ثالث لحماية مصالح المستهلك خاصة في مجال الأسعار، وضمان إتمام عملية البيع بشكل خال من مظاهر الغش والتحايل والإستغلال. ويتم ذلك من خلال الهيئات السابقة الذكر سواء كانت إدارية أو مستقلة كالجمعيات. إلا أن ذلك لا يعد كافيا، إذ يتطلب الأمر بذل المزيد من الجهود والتنسيق بين مختلف الهيئات المتدخلة في مجال الرقابة. بالإضافة إلى ذلك، لابد من نشر الوعي الكافي بين المستهلكين من أجل استعمال الرقابة الذاتية وعدم السعي دائما وراء الأسعار المنخفضة التي تعرض عليهم في ظروف تسويق غير ملائمة.

إن الحفاظ على المصالح المادية للمستهلك وأمنه وصحته تُعد مسؤولية عدة أطراف مع بعضها البعض، إذ لا يوجد تعارض بين المهام المحددة للدوائر الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية حماية المستهلك و وجودهما بأن واحد يكمل بعضهما بعضا، وهي لمصلحة المستهلك⁽¹⁾.

politique, université de droit d'économie et des sciences d'Aix Marseille III, 2002/2003, p 104.

¹ عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك و ترشيد الإستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتنقى الوطني حول: حماية المستهلك في ظل الإفتتاح الإقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13-14 أفريل 2008، ص 239-250.

المطلب الثاني: إقرار جزاءات ضد المخالفين لأحكام تنظيم الأسعار

حدد المشرع مجموعة من الجزاءات ضد المخالفين لأحكام تنظيم الأسعار تتناسب مع خطورة الفعل المرتكب ضد مصلحة المستهلك الإقتصادية. ومن أجل تحقيق الفعالية في مكافحة الأضرار التي تلحق بالمستهلكين فيما يتعلق بموضوع الأسعار، نظم المشرع طريقة معاينة المخالفات (الفرع الأول)، وكذا العقوبات المقررة ضد المخالفين (الفرع الثاني).

الفرع الأول: معاينة المخالفات

حدّد الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04 الأعوان الذين يتمتعون بصلاحيات ضبط المخالفات ومعاينتها (أولاً)، كما حددا أيضاً الصلاحيات والسلطات التي يتمتع بها هؤلاء الأعوان من أجل ممارسة مهامهم بيسر وفعالية (ثانياً).

أولاً: الأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات: تنص المادة 49 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي: «في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات و معاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم:

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

يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية اليمين وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها.

يجب على الموظفين المذكورين أعلاه، خلال القيام بمهامهم، وتطبيقا لأحكام هذا القانون، أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل.

يمكن الموظفين المذكورين أعلاه، لإتمام مهامهم، طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية⁽¹⁾.

بينما حددت المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، زيادة على الأعوان المذكورين في المادة 49 من القانون رقم 04-02 أضافت المقرر العام والمقررون لدى مجلس المنافسة واشترطت عليهم أداء اليمين في نفس الشروط والكيفيات التي تؤدي بها من طرف المستخدمين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعين للإدارة المكلفة بالتجارة، كما يجب أن يفوضوا بالعمل طبقا للتشريع المعمول به، وأن يبينوا هذا التفويض و لوظيفة التي يشغلونها عند قيامهم بعملهم⁽²⁾.

ثانيا: سلطات أعوان الرقابة في مجال ضبط مخالفات الأسعار: من أجل تمكين أعوان الرقابة المؤهلين بموجب القانون من ممارسة مهامهم بفعالية، منح لهم المشرع العديد من السلطات أثناء قيامهم بالتحقيقات، إذ يمتلكون حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، أو أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي لا يتم دخولها إلا باتباع الأحكام المقررة في قانون الإجراءات الجزائية. كما أنهم يمارسون

¹ أنظر المادة 15 من الأمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل و المتمم، ج ر عدد 48 صادر في 10 يونيو سنة 1966.

² أنظر المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم بالقانون رقم 08-12 و القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة.

أعمالهم خلال عمليات نقل البضائع، إذ يمكنهم فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل⁽¹⁾.

يتمتعون أيضا بسلطة تفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، ولا يمكن منعهم من ذلك بحجة المحافظة على السر المهني، كما يمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، حيث تضاف إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق⁽²⁾.

بعد نهاية التحقيق⁽³⁾، يحرص أعوان الرقابة على تحرير المحاضر في ظرف ثمانية أيام، كلما ثبتت مخالفات للقواعد المنصوص عليها قانونا، وتبلغ هذه المحاضر إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة والذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا⁽⁴⁾ مع مراعاة الأحكام المتعلقة بغرامة المصالحة الواردة في المادة 60 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

تتضمن المحاضر التي يتم تحريرها هوية وصفة أعوان الرقابة الذين قاموا بالتحقيقات وكذا الهوية الكاملة لمرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم، ثم يتم تصنيف المخالفة حسب أحكام القانون وعند الإقتضاء يتم الإستناد إلى النصوص التنظيمية المعمول بها، وتبين أيضا العقوبات المقترحة من طرف الأعوان الذين حرروا المحاضر في الحالات التي يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة الصلح. أما في حالة الحجز، يبين ذلك في المحاضر وترفق وثائق جرد المنتجات المحجوزة.

¹ أنظر المادة 52 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

² أنظر المادة 50 من القانون نفسه.

³ تنص المادة 55 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم، إلا أن المشرع لم يبادر إلى إصدار شكل محدد لتلك التقارير بالرغم من أهميتها، علما بأن هذا القانون مضى على صدوره أكثر من 10 سنوات.

⁴ أنظر المادة 55 من القانون نفسه.

إنّ تحرير المحاضر يجب أن يكون دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش، كما يجب أن تبين تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعائنات المسجلة وتكون هذه المحاضر المحررة موقعة من طرف نفس الأعوان الذين عاينوا المخالفة وإلا كان هذا المحاضر باطلا. كما أنه يجب أن يبين في المحاضر بأنه قد تم إعلام مرتكب المخالفة بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه أيضا بضرورة الحضور أثناء تحرير تلك المحاضر من أجل توقيعها وبالتالي الاستفادة من إجراءات غرامة المصالحة، أما عند تحرير المحاضر في غياب المعني أو في حالة حضوره ورفضه التوقيع أو معارضته لغرامة المصالحة المقترحة، فإنه يقيد ذلك في المحاضر⁽¹⁾. إنّ المحاضر التي يحررها أعوان الرقابة المؤهلون والتقارير التي ينجزونها تكون لها حجية قانونية إلا في حالة الطعن فيها بالتزوير⁽²⁾.

أمّا فيما يتعلق بمجال المنافسة، نصت المادة 50 من الأمر رقم 03-03 المتممة بموجب المادة من القانون رقم 08-12 على أنه: «**يحقق المقرر العام و المقررون في القضايا التي يسندها إليهم رئيس مجلس المنافسة إذا ارتأوا عدم قبولها طبقا لأحكام المادة 44 من هذا الأمر فإنهم يعلموا بذلك رئيس مجلس المنافسة برأي مغل**»، تجدر الإشارة هنا إلى أنه قبل تعديل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بالقانون رقم 08-12 كانت تخول سلطة التحقيق بموجب المادة 50 منه للمقرر العام والمقررون فقط، علما بأن المادة 78 من الأمر رقم 95-06 الملغى⁽³⁾ كان يوسع من أصناف أعوان الرقابة.

تتم كيمييات مراقبة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم طبقا لنفس الشروط والأشكال التي تم تحديدها في القانون

¹ أنظر المادة 57 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.
² تنص المادة 58 من القانون نفسه على أنه: «**مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية و كذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون، تكون للمحاضر و تقارير التحقيق حجية قانونية حتى بطعن فيها بالتزوير**».

³ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 9 صادر في 22 فبراير سنة 1995.

رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وكذا نصوصه التطبيقية⁽¹⁾.

لقد منح المشرع صلاحية إخطار مجلس المنافسة لعدة هيئات من بينها المجلس نفسه فيما يعرف بالإخطار التلقائي على غرار المشرع الفرنسي. وكذا وزارة التجارة ممثلة في الوزير المكلف بالتجارة، وكذا لكل مؤسسة إقتصادية لحقها ضرر نتيجة ارتكاب مؤسسة أو مؤسسات أخرى جرائم مخلة بحرية المنافسة في حقها، كما تتوسع القائمة أيضا لتشمل الجماعات المحلية، الهيئات الإقتصادية والمالية والجمعيات المهنية والنقابية وجمعيات حماية المستهلكين، كل هذه الهيئات لديها صلاحية إخطار مجلس المنافسة باتباع شكل محدد قانونا.

طبقا لنص المادة 52 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، يقوم المقرر بتحرير تقرير أولي يتضمن عرضا للوقائع والماخذ المسجلة ضد المتهمين بارتكاب المخالفات ويبلغه إلى رئيس مجلس المنافسة، وإلى الأطراف المعنية، من أجل إبداء ملاحظات مكتوبة ضمن أجل لا يتجاوز ثلاثة أشهر، وبعد تلقي المقرر لتلك الملاحظات المكتوبة، يقوم عند انتهاء التحقيق بإيداع تقرير معلل لدى مجلس المنافسة، يتضمن المآخذ المسجلة و مرجع المخالفات المرتكبة واقتراح القرار طبقا للمادة 54 من نفس الأمر.

يقوم رئيس مجلس المنافسة بتبليغ التقرير مرة أخرى إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة من أجل إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين، كما يقوم أيضا بتحديد تاريخ الجلسة المتعلقة بالقضية، كما يمكنه أن يطلع الأطراف على الملاحظات المكتوبة، قبل 15 يوما من تاريخ الجلسة⁽²⁾.

¹ أنظر الفقرة الأخيرة من المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم.
² أنظر المادة 55 من الأمر رقم 03-03 نفسه.

يتمتع أعوان الرقابة المؤهلون بحماية قانونية من أجل تمكينهم من القيام بالمهام الموكلة إليهم بغير عناء، وأهم ما جاء به المشرع في موضع الحماية هو ما يتعلق بمعارضة الرقابة المنصوص عليها بموجب المادة 53 من القانون رقم 04-02، إذ تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف أعوان الرقابة المؤهلين، ويعاقب عليها بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين، وبغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين.

حدد المشرع ماهية معارضة الرقابة بموجب المادة 54 من القانون 04-02.

إذ تتمثل في:

- رفض تقديم الوثائق لأعوان الرقابة المؤهلين، والتي من شأنها السماح بتأدية مهامهم.
- معارضة أداء الوظيفة من طرف كل عون إقتصادي عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر لأي مكان غير محل السكن الذي يسمح بدخوله طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.
- رفض الإستجابة عمدا لاستدعاءات أعوان الرقابة المؤهلين.
- توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة.
- استعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل كان لإنجاز التحقيقات.
- إهانة أعوان الرقابة المؤهلين و تهديدهم أو شتمهم أو سبهم⁽¹⁾.
- العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم أو بسبب وظائفهم.

¹ أنظر المادة 54 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق

في هاتين الحالتين الأخيرتين، تباشر المتابعة القضائية ضد العون الإقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا، بغض النظر عن المتابعات التي باشرها الموظف ضحية الإعتداء شخصا⁽¹⁾.

الفرع الثاني: العقوبات ضد المخالفين

تتشرك عدة هيئات في توقيع الجزاء على المخالفين لأحكام تنظيم الأسعار سواء في مجال الممارسات التجارية أو المنافسة كالوالي المختص إقليميا و مجلس المنافسة والهيئات القضائية. وقد انعكس ذلك أيضا على تعدد أنواع العقوبات المقررة ضد المخالفين لتلك الأحكام كالعقوبات الإدارية و العقوبات الجزائية سواء تعلقت بالممارسات التجارية (أولا) أو بمجال المنافسة (ثانيا).

أولا: في مجال الممارسات التجارية: حدّد القانون رقم 04-02 العقوبات المقررة عند الإخلال بأحكام تنظيم الأسعار في مجال الممارسات التجارية، إذ يؤدي ذلك إلى تحرير محضر ضد الأعوان الإقتصاديين المخالفين، تعد أدنى مخالفة معاقب عليها بمثابة مخالفة مادام الحد الأدنى للغرامة الواجب دفعها محددًا بخمسة آلاف دينار (5.000 دج)⁽²⁾، وتتحول إلى جنحة إذا كان مبلغ الغرامة الواجب دفعه يتجاوز عشرون ألف دينار (20.000 دج)⁽³⁾، وما يلاحظ هنا أن المشرع عند إصداره للقانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد

¹ أنظر المادة 54 من القانون نفسه

² أنظر المادة 5 من الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، ج ر عدد 49 صادر في 11 يونيو سنة 1966.

³ تم تعديل معايير تصنيف العقوبات الواردة في المادة 05 من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات بموجب القانون رقم 14-01 المؤرخ في 04 فبراير سنة 2014، ج ر عدد 07 صادر بتاريخ فبراير سنة 2014، حيث تنص الفقرتين الثانية و الثالثة على ما يلي: «العقوبات الأصلية في مادة الجنح هي:

1- الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ما عدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدودا أخرى،

2- الغرامة التي تتجاوز 20.000 دج.

العقوبات الأصلية في مادة المخالفات هي:

1- الحبس من يوم واحد على الأقل إلى شهرين على الأكثر،

2- الغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج «.

المطبقة على الممارسات التجارية سنة 2004، قد قصد إلحاق كل الانتهاكات المتعلقة بالممارسات التجارية الواردة في هذا القانون لاسيما في مجال الأسعار، ضمن صنف الجنح، إلا أن التعديل الذي جاء به القانون رقم 01/14 المعدل لقانون العقوبات قد غير من طبيعة تلك الانتهاكات فأصبحت تتراوح ما بين المخالفات والجنح تبعا لمقدار الغرامة التي سيدفعها العون الإقتصادي المتابع والتي يُمكن أن تتراوح ما بين 5.000 دج و 20.000 دج.

لذلك نرى أن تصنيف تلك العقوبات ضمن فئة المخالفات لا يُعد تخفيفا للعقوبة من طرف المشرع ولكنها تحصيل حاصل تعديل قانون العقوبات، لذلك يحسن على المشرع تكييف هذا القانون مع التعديلات الجديدة في قانون العقوبات.

يعود اختصاص الفصل في تلك المخالفات للقضاء العادي. غير أن هناك إمكانية لتطبيق العقوبات الإدارية التي تعتبر غير إلزامية (1)، وتسبق توقيع العقوبات الجزائية من طرف القضاء (2). إلا إذا تم إضفاء محضر المصالحة الذي يؤدي إلى تسوية القضية على مستوى الإدارة دون اللجوء إلى القضاء (3).

1- العقوبات الإدارية: عند ثبوت قيام العون الإقتصادي بممارسات تجارية مخلة بأحكام تنظيم الأسعار يتعرض لعقوبات من بينها العقوبات الإدارية التي قد تتمثل في الحجز (أ) أو غلق المحل التجاري (ب)

أ- الحجز: ورد النص على عقوبة الحجز في الفصل الثاني من الباب الرابع تحت عنوان عقوبات أخرى من القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم والمتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إذ تنص المادة 39 منه على أن: « **يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 (2 و 7) و 28 من هذا القانون، أيا كان مكان**

وجودها، كما يمكن حجز العتاد و التجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية.

يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم⁽¹⁾.

طبقا لنص هذه المادة، يمكن لأعوان الرقابة المؤهلين القيام بحجز البضائع والعتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة التي تم تحرير محضر بشأنها، دون أن يكونوا ملزمين بذلك. لأن المادة السالفة الذكر لم تأت بصيغة الوجوب حيث ذكرت عبارة "يمكن".

يمكن أن يكون الحجز عينيا أو اعتباريا، إذ يعتبر الحجز العيني، كل حجز مادي للسلع، بينما يعتبر الحجز الإعتباري، كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما⁽²⁾.

في حالة الحجز العيني، يُكَلَّف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، بعد تشميع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين. أما إذا لا يمتلك مرتكب المخالفة لمحلات التخزين، تحول حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة، غير أن هذه المواد المحجوزة تكون تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة وتكون التكاليف المرتبطة بالحجز على عاتق مرتكب المخالفة⁽³⁾.

¹ تم تعديل هذه المادة بموجب المادة 8 من القانون رقم 10-06، السابق ذكره، و ذلك من أجل تشديد العقوبة ضد المخالفين وإضافة عقوبة الحجز لتشمل كل مخالفة للمواد: 4 و5 و6 و7 و8 و9 التي تتعلق بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والمادة 12 التي تتعلق بالفاتورة و وصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل، وكذلك المادة 22 مكرر التي جاء بها التعديل والتي تنص على إيداع تركيبة الأسعار.

² أنظر المادة 40 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

³ أنظر المادة 41 من القانون نفسه.

أما في حالة الحجز الإعتباري، تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الإعتباري إلى الخزينة العمومية، علما بأنه يطبق نفس الإجراء في حالة الحجز العيني، عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة تحت حراسته، ويدفع المبلغ الناتج عن البيع إلى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة⁽¹⁾.

يمكن للوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الإجتماعي والإنساني أو إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، وذلك عندما يتعلق الحجز بمواد سريعة التلف أو عندما تقتضي ذلك حالة السوق أو نتيجة لظروف خاصة، أما في حالة بيع تلك السلع المحجوزة، يودع المبلغ الناتج عن عملية البيع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة⁽²⁾.

عند صدور قرار العدالة الذي يقضي بثبوت المخالفة في حق العون الإقتصادي، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة⁽³⁾، أمّا في حالة صدور قرار القاضي برفع اليد على الحجز، تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، أمّا إذا كانت تلك السلع المحجوزة قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها، يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز، وتبعا لذلك له الحق في أن يطلب من الدولة التعويض عن الضرر الذي لحقه⁽⁴⁾.

¹ أنظر المادة 42 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

² أنظر المادة 43 من القانون نفسه.

³ أنظر المادة 44 من القانون نفسه.

⁴ أنظر المادة 45 من القانون نفسه.

ب- **الغلق الإداري:** بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، يمكن لوالي الولاية المختص إقليمياً إصدار قرار إداري يتخذ بموجبه إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون يوماً نتيجة للمخالفات المذكورة سابقاً، ويكون قرار الغلق قابلاً للطعن أمام القضاء، وفي حالة إلغاء قرار الغلق، يمكن للعون الإقتصادي المتضرر أن يطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة⁽¹⁾.

لقد تمّ تشديد العقوبة المتعلقة بالغلق الإداري للمحلات التجارية، وتوسعت لتشمل مخالفات أخرى لم تكن محل غلق إداري كالمخالفات المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والمادة 22 مكرر المتعلقة بإيداع تركيبة الأسعار.

إنّ استعمال المشرع لعبارة " **لمدة أقصاها ستون (60) يوماً**"، يُفهم منه إمكانية أن يبادر الوالي المختص إقليمياً وبناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى إصدار قرار الغلق الإداري للمحل التجاري للمخالف لمدة تقل عن 60 يوماً، علماً بأنه قبل تعديل هذه المادة كانت مدة الغلق لا تتجاوز 30 يوماً.

يرجع تشديد العقوبات المتعلقة بالغلق الإداري إلى ملاحظة سلوكيات الأعوان الإقتصاديين الذين يتمادون في انتهاك التشريعات المتعلقة بالأسعار لاسيما تلك المتعلقة بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، وهو ما دفع بالمشرع بأن يدخلها في نطاق المخالفات التي يشملها إجراءات الغلق الإداري من أجل وضع حد لتلك الانتهاكات.

في إطار تشديد العقوبات الإدارية في حق المخالفين والمتمثلة في الغلق الإداري، نص المشرع على حالة العود والتي جعل فيها قرار الغلق وجوبياً، حيث عرفها كما يلي:

¹ أنظر المادة 46 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق..

« يعد حالة عود، في مفهوم هذا القانون، قيام العون الإقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط »⁽¹⁾.

إضافة إلى ذلك، يمكن للوالي المختص إقليمياً، أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة بنشر قراره المتعلق بالغلق كاملاً أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الوالي⁽²⁾.

1-العقوبات الجزائية: كما رأينا سابقاً، تعد جنحة كل مخالفة للأحكام الواردة في القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية لاسيما تلك المتعلقة بمجال الأسعار، وقد وردت في الفصل الأول تحت عنوان تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات من الباب الرابع تحت عنوان المخالفات والعقوبات. وتبعاً لذلك، يعاقب عليها القانون بعقوبات أصلية تتمثل في الغرامة المالية(أ)، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية(ب).

أ- العقوبات الأصلية: تؤدي مخالفة الممارسات التجارية المتعلقة بمجال الأسعار إلى فرض غرامة مالية على الأعوان الإقتصاديين المخالفين وهي كالاتي:

(1) - عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات: تعاقب عليها المادة 31 من القانون رقم 02-04 بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار(100.000 دج)⁽³⁾. وعليه، فإنها تحمل تصنيفين، إذ تعتبر مخالفة إذا كان مبلغ الغرامة يتراوح ما بين

¹ أنظر المادة 47 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

² أنظر المادة 48 من القانون نفسه.

³ أنظر المادة 31 من القانون نفسه.

(5.000 دج) و(20.000 دج)، وتعتبر جنحة إذا كان مبلغ الغرامة يتجاوز (20.000 دج)⁽¹⁾.

(2) - **عدم الإعلام بشروط البيع:** يعتبر مخالفة لأحكام المادتين 8 و 9 من القانون رقم 02/04، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).

(3) - **عدم الفوترة:** تعتبر عدم الفوترة جنحة تعاقب عليها المادة 33 من القانون رقم 02-04 بغرامة مالية مقدرة بـ: 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته بغض النظر عن قيمته⁽²⁾، علماً أن هذه العقوبة تطبق دون المساس بالعقوبات الأخرى المنصوص عليها في التشريع الجبائي⁽³⁾ لاسيما المادة 117 وما يليها من القانون رقم 21/04 المتعلق بالرسم على رقم الأعمال المنصوص عليه في قانون المالية لسنة 2004⁽⁴⁾.

(3) - **تحرير فاتورة غير مطابقة:** يعاقب على تحرير فاتورة غير مطابقة بموجب المادة 34 من القانون رقم 02/04 بغرامة مالية من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)⁽⁵⁾.

(4) - **ممارسات تجارية غير شرعية:** يعاقب المشرع على الممارسات التجارية غير الشرعية بموجب المادة 35 من القانون رقم 02-04 بغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

¹ أنظر المادة 05 من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات التي تم تعديلها بموجب القانون رقم 14-01 مؤرخ في 04 فبراير سنة 2014، ج ر عدد 07 صادر بتاريخ فبراير سنة 2014.

² قد يقل مبلغ الغرامة عن عشرين ألف دينار (20.000 دج) فتصنف عندئذ كمخالفة.

³ أنظر المادة 33 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

⁴ أنظر المادة 33 التي تعدل المادة 117 من القانون المتعلق بالرسم على رقم الأعمال المنصوص عليه في القانون رقم 04-21، يتضمن قانون المالية لسنة 2005، ج ر عدد 85 صادر في 30 ديسمبر 2004.

⁵ تُصنّف كمخالفة إذا كان مبلغ الغرامة يتراوح ما بين عشرة آلاف دينار (10.000 دج) و عشرون ألف دينار (20.000 دج).

(5)- الممارسات لأسعار غير شرعية: يعاقب عليها المشرع بالمادة 36 من القانون رقم 02-04 المعدلة بموجب المادة 7 من القانون رقم 10-06. إذ تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية فيما يلي:

(أ) - عدم الإلتزام باحترام نظام الأسعار المقننة: و يدخل في نطاقها عدم الإلتزام بتطبيق هوامش الربح و الأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها.

(ب) - عدم إيداع تركيبة الأسعار: يجب على العون الإقتصادي إيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما تلك التي تكون محل تدابير تحديد أو تسقيف أو تصديق لهوامش الربح أو الأسعار لدى السلطات المعنية قبل بيع تلك السلع أو تأدية تلك الخدمات⁽¹⁾. و رغم أهمية إيداع تركيبة الأسعار إلا أن المشرع قد أحال إلى التنظيم مسألة تحديد شروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئات الأعوان الإقتصاديين المعنيين به، وكذا النموذج المتعلق ببطاقة تركيبة الأسعار والسلطات التي يجب أن تودع إليها⁽²⁾.

(ج) - القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح و أسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة: نصت عليها الفقرة الأولى من المادة 23 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم. إذ يتم تقديم تصريحات كاذبة واستعمال مناورات أثناء التصريح بأسعار التكلفة لدى السلطات المختصة من أجل التأثير في الأسعار. علما بأن حساب سعر التكلفة على أساس تكاليف الإنتاج والضرائب والرسوم والإتاوات المفروضة على السلعة أو الخدمة⁽³⁾.

¹ أنظر المادة 22 مكرر من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

² بالرغم من أهمية إيداع تركيبة الأسعار وأثرها على ضبط السوق إلا أن المشرع لم يصدر حتى الآن الطريقة التي يتم بها.

³ أحسن بوسقيعة، مخالفات تشريع الأسعار، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، 1991، ص 58.

(د) - إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار: قد يلجأ العون الإقتصادي إلى إخفاء الزيادات غير الشرعية للأسعار بعد أن يقوم بتجاوز الحد الأقصى المسموح به أو أن يتجاوز هامش الربح القانوني⁽¹⁾.

(هـ) - عدم تجسيد أثر الإنخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج و الإستيراد و التوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية: لا بد أن ينعكس الإنخفاض المسجل في التكاليف على أسعار البيع النهائية للمستهلكين.

(و) - تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق: تؤدي المضاربة إلى اضطراب السوق، واختلال ميزان العرض والطلب، مما يؤدي إلى الحصول على أرباح غير شرعية نتيجة إرتفاع الأسعار نتيجة ندرة مزيفة للسلع والخدمات المبنية على معطيات غير حقيقية عن السوق.

(ي) - إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع: تتمثل الدائرة الشرعية للتوزيع في المتدخلين في العملية التجارية المتمثلين ابتداء في المنتج أو المستورد اللذين يتعاملان مباشرة مع تاجر الجملة. والذي بدوره يتعامل مع غيره من تجار الجملة أو مع تاجر التجزئة مباشرة، وبالتالي يؤدي عدم احترام هذه السلسلة أثناء عملية التوزيع إلى تدخل الوسطاء والسماسة الذين يرفعون من ثمن السلع و الخدمات في السوق⁽²⁾.

تدخل كل هذه الممارسات السابقة الذكر في نطاق ممارسات أسعار غير شرعية ويؤدي ارتكابها إلى معاقبة العون الإقتصادي المخالف بغرامة من عشرين ألف دينار

¹ أحسن بوسقيعة، مرجع سابق، ص 22.

² أنظر تقرير لجنة التحقيق البرلمانية حول ندرة وارتفاع أسعار بعض المواد الغذائية ذات الإستهلاك الواسع في السوق الوطنية، الفترة التشريعية السادسة، أكتوبر 2011، ص30.

(20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج). ويلاحظ هنا أن المشرع قد رفع من قيمة الغرامة بعد أن كان أقصاها (200.000 دج)⁽¹⁾.

6- الممارسات التجارية التدليسية: ترتبط الممارسات التجارية التدليسية بالإخلال بالمادتين 24 و 25 من القانون 04-02. إذ تمنع المادة 24 منه الممارسات التجارية التي تهدف إلى دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة أو تحرير فواتير وهمية أو مزيفة أو إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها وتزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية، بينما تمنع المادة 25 على التجار حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الإرتفاع غير المبرر للأسعار. يعاقب على هذه الممارسات بغرامة مالية من ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)⁽²⁾.

7- الممارسات التعاقدية التعسفية: تعتبر الممارسات التعاقدية التعسفية جنحة يعاقب عليها المشرع بموجب المادة 38 من القانون رقم 04-02 بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

ب- العقوبات التكميلية: تتمثل العقوبات التكميلية في المصادرة و نشر حكم الإدانة

1- المصادرة: تعتبر المصادرة عقوبة تكميلية تتمثل في نزع ملكية المال جبرا عن صاحبه بغير مقابل و إضافته إلى ملك الدولة⁽³⁾، والمصادرة جزاء عيني يختلف عن الغرامة التي يتم تسديدها نقدا⁽⁴⁾.

وتتم المصادرة بموجب حكم قضائي⁽⁵⁾.

¹ أنظر المادة 36 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

² أنظر المادة 37 من القانون نفسه.

³ أحسن بوسقيعة، المنازعات الجمركية في ضوء الفقه و اجتهاد القضاء و الجديد في قانون الجمارك، دار الحكمة للنشر و التوزيع، سوق أهراس، 1997، ص 313.

⁴ مرجع نفسه، ص 314.

⁵ أنظر المادة 44 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

(2) - نشر الحكم: يمكن للقاضي أن يأمر بنشر قراراته كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها، على نفقة مرتكب المخالفة⁽¹⁾.

(3) - المنع من ممارسة النشاط: ويكون ذلك في حالة العود، إذ تضاعف العقوبة ويمكن للقاضي بموجب السلطة التقديرية الممنوحة له أن يمنع العون الإقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط تجاري، بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن 10 سنوات، وتضاف إلى هذه العقوبات، عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى 5 سنوات⁽²⁾.

2- غرامة الصلح: من أجل الحفاظ على استقرار المعاملات التجارية، وعدم إثقال كاهل القضاء. لجأ المشرع إلى إجراءات الصلح كاستثناء عن اللجوء إلى الجهات القضائية المختصة، تقوم به الإدارة ممثلة إما في المدير المكلف بالتجارة، الذي يمكنه أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بمصالحة إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج)، وذلك بالإستناد إلى المحضر المعد من طرف أعوان الرقابة المؤهلين⁽³⁾.

وإما عن طريق الوزير المكلف بالتجارة، إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج). وذلك بالإستناد إلى المحضر المرسل إليه من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة و المعد من طرف أعوان الرقابة المؤهلين.

غير أنه عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، فإن المحضر المعد من طرف أعوان الرقابة المؤهلين، يرسل

¹ أنظر المادة 48 من رقم 04-02، مرجع سابق.

² أنظر المادة 47 من القانون نفسه، يجدر التذكير أنه قبل تعديل هذه المادة كانت تنص على إمكانية لجوء القاضي إلى الشطب من السجل التجاري و بالتالي إنهاء الحياة التجارية للعون الإقتصادي المخالف.

³ أنظر المادة 60 من القانون نفسه.

مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعة القضائية⁽¹⁾.

في هذه الحالة يتم الرجوع إلى الأصل والمتمثل في المتابعة القضائية نظراً لخطورة المخالفة و التي تستتج من جسامه الغرامة المعاقب بها.

طبقاً للمادة 61 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن موافقة العون الإقتصادي المتابع على المصالحة، يجعله يستفيد من تخفيض يقدر بـ 20% من مبلغ الغرامة المحسوبة، وتبعاً لذلك تنتهي المتابعة القضائية ولو مؤقتاً في انتظار قيام العون الإقتصادي بدفع تلك الغرامة في أجل 45 يوماً ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة، وإلا سيحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعة القضائية.

يحق للأعوان الإقتصاديين معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة، ويحدد أجل تلك المعارضة بـ 8 أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة⁽²⁾. كما يمكن للوزير المكلف بالتجارة والمدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف أعوان الرقابة المؤهلين الذين حرروا المحضر، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في أحكام القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

لا تعتبر المصالحة حقاً بالنسبة للعون الإقتصادي الذي ارتكب المخالفة. ولا تتخذ الإدارة بصفة آلية وإنما يتعين على العون الإقتصادي طلبها. وفي هذه الحالة يكون للإدارة

¹ أنظر المادة 60 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.
² عند القيام بإجراءات المصالحة يجب تسليم نسخة من المحضر لصاحب المخالفة. أنظر المادة 61 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

الحرية الكاملة في قبولها أو رفضها⁽¹⁾. إضافة إلى ذلك، فإن الغرامة المقترحة تخضع للسلطة التقديرية للإدارة، والتي تأخذ بعين الاعتبار نوع النشاط التجاري الممارس وكذا القيمة الإجمالية للمخالفة المرتكبة.

تجدر الإشارة إلى أن رفض العون الإقتصادي المتابع بالإعتراف بالمخالفة المعايينة من قبل أعوان الرقابة المؤهلين، وعدم التوقيع على المحضر يمنعه من الإستفادة من إجراءات المصالحة ويحال ملفه إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً. كما أنه لا يستفيد أيضاً من تلك الإجراءات في حالة العود. بل يرسل المحضر مباشرة من المدير المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً من أجل المتابعة القضائية⁽²⁾.

إضافة لما سبق، تجدر الإشارة إلى أن مصالح المراقبة لوزارة التجارة تمكنت من الكشف عن مبادلات تجارية بدون فواتير بقيمة 47,52 مليار دج خلال التسع (9) أشهر الأولى من سنة 2015، حيث قامت مصالح المراقبة في الفترة الممتدة من جانفي إلى سبتمبر من سنة 2015 بأكثر من مليون عملية مراقبة أدت إلى الكشف عن 179614 مخالفة متعلقة خصوصاً بالشفافية في المبادلات التجارية وكذا قواعد احترام مطابقة وتأمين السلع والخدمات.

أدت عمليات المراقبة إلى تحرير 166403 محضر في حق المخالفين واقتراح غلق 12150 محل تجاري وحجز ما قيمته 5,13 مليار دينار من السلع. كما أن مصالح وزارة التجارة قامت في الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى 2014 بالكشف عن مبادلات

¹ يُستنتج ذلك من نص الفقرة الثانية من المادة 60 من القانون رقم 04-02 التي تنص: « غير أنه، يُمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بمصالحة»، وكذلك الفقرة الثالثة من نفس المادة التي تنص: «... يُمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بمصالحة».

² أنظر المادة 62 من القانون نفسه.

تجارية بدون فواتير بقيمة 206,5 مليار دج أي بمعدل سنوي قدره 51,6 مليار دج مست نشاطات عديدة خاصة الخدمات والصناعة التحويلية والزراعة والتجارة الخارجية والتوزيع⁽¹⁾.

ثانيا: في مجال المنافسة: يؤدي الإخلال بقواعد المنافسة، والتي تتعلق بالأسعار المنصوص عليها بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم إلى توقيع عقوبات من طرف مجلس المنافسة (1)، وجزء مدني يتمثل في التعويض عن الضرر تصدره الهيئات القضائية⁽²⁾.

1- **العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة:** لمجلس المنافسة صلاحيات تماثل تلك المتبعة في النظام القضائي كصلاحية التحقيق و التبليغ و الجلسات ثم توقيع العقاب كقاضي الحكم لذلك يعتبر مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة مزودة بوظيفة قضائية وتنظيمية⁽²⁾.

يختص مجلس المنافسة بتوقيع العقوبات ضد الأعوان الإقتصاديين عند ارتكابهم للممارسات المقيدة للمنافسة⁽³⁾. إذ يقوم بإصدار عقوبات مالية تتمثل في غرامة مالية لكل تلك المخالفات المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، حيث حددت المادة 56 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمعدلة بموجب المادة 26 من القانون رقم 08-12 مبلغ الغرامة الذي لا يفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة⁽⁴⁾ أو بغرامة مالية تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق

¹ أنظر تصريح وزارة التجارة لوكالة الأنباء الجزائرية بتاريخ 15 نوفمبر 2015، www.mincommerce.gov.dz تاريخ زيارة الموقع: 23 ديسمبر 2015 على الساعة العاشرة.

² BEN NADJI Cherif, le dispositif légal relatif à la concurrence les voies de recours contre les décisions du conseil de la concurrence, la lettre juridique n° 22 du 22/03/1996, p 10-11.

³ سبق الحديث عنها في الفصل الأول.

⁴ إذا كانت كل السنوات المالية المقفلة المذكورة في المواد 56 إلى 62 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم لا تغطي كل واحدة منها مدة سنة كاملة، فإنه يتم حساب العقوبات المالية المطبقة على مرتكبي المخالفة حسب قيمة رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال مدة النشاط المنجز، أنظر المادة 62 مكرر من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم.

بواسطة هذه الممارسات، على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح.⁽¹⁾ أما في حالة ما إذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فإن مبلغ الغرامة المحكوم به لا يجب أن يتجاوز ستة ملايين دينار (6.000.000 دج)⁽²⁾.

إن ما يلاحظ على هذه العقوبات أنها اتخذت طابع التشدد، حيث كانت قبل تعديل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بموجب القانون رقم 08-12 تنص على غرامة مالية لا تفوق 7% من رقم الأعمال المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة. وهو ما يشكل زيادة مقدرة بـ 5% من رقم الأعمال. كما أنه قبل التعديل أيضا لم ينص الأمر رقم 03-03 على الغرامة التي تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق، فأصبح مجلس المنافسة مخييرا بتوقيع إحدى العقوبات عندما يكون لمرتكب المخالفة رقم أعمال وذلك تبعا لمقدار الضرر الحاصل نتيجة الممارسات المقيدة للمنافسة. كما شدد المشرع أيضا الغرامة المالية ضد المخالف الذي لا يحوز على رقم أعمال وجعلها ستة ملايين دينار (6.000.000 دج) بعد أن كانت لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

يعاقب مجلس المنافسة أيضا، كل شخص طبيعي ساهم بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة وفي تنفيذها بغرامة مالية قدرها مليوني دينار (2.000.000 دج)⁽³⁾.

في هذا الإطار، تناول مجلس المنافسة قضية تحت رقم 47/2013 بتاريخ 18 فيفري 2013 طرفاها المتخاصمان يتمثلان في الشركة ذات المسؤولية المحدودة "هلال للورق" ضد الشركة ذات المسؤولية المحدودة "RAYANE et EAPI" حيث ادّعت

¹ ما يلاحظ على هذه المادة هو اختلاف الترجمة عن النسخة الفرنسية، حيث تنص هذه الأخيرة على :
" *Sans que celle-ci ne soit supérieure a quatre fois ce profit illicite* "، بينما في النسخة العربية يتحدث المشرع عن أربعة أضعاف بدلا عن أربع مرات، وهنا نرى أنه يحسن على المشرع تصحيح هذا الخلل.

² أنظر المادة 56 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

³ أنظر المادة 57 من الأمر نفسه.

الشركة الأولى - ممثلة بمحاميتها- بوقوعها ضحية تطبيق أسعار منخفضة بطريقة تعسفية طبقاً لنص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وطلبت من مجلس المنافسة تفعيل المادة 46 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽¹⁾ لمصلحتها. وذلك باتخاذ التدابير المؤقتة للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة، في انتظار دراسة القضية في العمق.

بعد المناقشة، قرر مجمع المجلس، بأغلبية أعضائه، رفض طلب تطبيق التدابير المؤقتة التي تعتبر في قضية الحال غير مبررة طبقاً للمادة 46 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والتي تحدد الظروف التي تبرر اتخاذ الإجراءات المؤقتة، و خاصة الصفة المستعجلة لتفادي وضع لا يمكن التراجع عنه.⁽²⁾

يجدر الذكر بأن مجلس المنافسة بعد إعادة تفعيله بصفة رسمية بتاريخ 29 جانفي 2013 قد ورث 18 قضية عن سلفه. ومن أجل مواجهة إشكالية مبدأ التقادم التي تم النص عليها بموجب الفقرة 4 من المادة 44 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة: « لا ترفع إلى مجلس المنافسة القضايا التي تجاوز مدتها 03 سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معارضة أو عقوبة». استشار مجلس المنافسة قضاة في المحكمة العليا ومجلس الدولة. إذ اعتبروا أن تجميد نشاطات المجلس السابق من 2003 إلى 2013 لم يؤدي إلى حلّه. وبالتالي هناك تواصل في سير المؤسسة إلى غاية إعادة النشاط إليه. ومنها القرار الذي اتخذته مجلس المنافسة بإعادة مخاطبة المشتكين الـ 18 على العناوين المحددة في شكاويهم قصد الإطلاع على نياتهم في الحفاظ أو استرجاع تلك الحالات⁽³⁾، غير أنه بعد مراسلتهم من طرف المجلس لم ترد 10 شركات على تلك الإرساليات، في حين قرّرت واحدة التراجع عن الإحالة

¹ تنص المادة 46 من الأمر نفسه على مايلي: « يمكن مجلس المنافسة، بطلب من المدعي أو من الوزير المكلف بالتجارة، اتخاذ تدابير مؤقتة للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة موضوع التحقيق، إذا اقتضت ذلك الظروف المستعجلة لتفادي وقوع ضرر محقق غير ممكن إصلاحه، لفائدة المؤسسات التي تأثرت مصالحها من جراء هذه الممارسات أو عند الإضرار بالمصلحة الاقتصادية العامة».

² أنظر التقرير السنوي لمجلس المنافسة لسنة 2014، ص 40.

³ أنظر التقرير نفسه، ص 35.

و واحدة أخرى عبّرت عن وقف شكواها، وقد فصل فيها مجلس المنافسة (12 ملف) من خلال جلسته المنعقدة بتاريخ 18 جوان 2014.

سعيًا منه لتصفية الملفات الموروثة عن مجلس المنافسة السابق، تناول المجلس الجديد الملفات الخمسة التي لم تقع تحت طائلة التقادم، لأن أصحابها حافظوا على الشكاوى بعد إعادة مراسلتهم من طرف مجلس المنافسة بشأنها، وذلك في جلسته المنعقدتين بتاريخ 12-13 مارس 2014.

من بين تلك الملفات التي تناولها مجلس المنافسة، القضية رقم 25/2003 بتاريخ 21 أبريل 2003. طرفاها هما الموزع "سليمانى مجيد" ضد شركة "إيفري" بشأن مخالفة خاصة بالممارسات التمييزية في الأسعار والتي تكون شركة "إيفري" قد ارتكبتها ضد الموزع المذكور. حيث أن المدعي في هذه الجلسة كان مرفقا بمحاميه. وأكد شكواه والخسائر المالية التي تكبدها. بينما لم يرد ممثل شركة "إيفري" على الإستدعاء الذي أرسله له مجلس المنافسة. وقد أكد مقرر المجلس الذي عين للتحقيق في هذه القضية أن مقرر المجلس السابق قد أقرّ بالمخالفات التي ارتكبتها شركة "إيفري"، ثم قرر مجمع المجلس تأجيل الحكم في القضية إلى جلسة 29 أبريل 2014.

بتاريخ 13 نوفمبر 2014 انعقدت الجلسة من أجل الحكم في القضية، حيث بعد المناقشة والتصويت بأغلبية الأعضاء. أصدر مجلس المنافسة قرارًا يتمثل في عقوبة ضد شركة "إيفري" وتتمثل في غرامة مالية في الحد الأدنى المحدد في المادة 14 من الأمر رقم 06-95 المتعلق بالمنافسة الملغى⁽¹⁾. وفي هذا الإطار، طلب مجلس المنافسة من مدير الإجراءات الإتصال بالإدارات المعنية المتمثلة في الضرائب و المديرية الجهوية للتجارة، من

¹ أمر رقم 06-95، مرجع سابق.

أجل منحها الحصيلة الضريبية برسم سنة 2003 لشركة "إيفري". خاصة رقم أعمال الشركة في تلك السنة من أجل التحديد الدقيق لمقدار الغرامة.

حسب ما ورد في التقرير السنوي الخاص بمجلس المنافسة لسنة 2014، فإنه يهدف من خلال هذا الحجم المتدني للغرامة إلى تحقيق هدف بيداغوجي أكثر منه قمعي بما أن الوقائع الخاصة بالقضية تعود إلى 10 سنوات خلت، وعليه تقرر الإعتماد في حساب مقدار الغرامة على رقم الأعمال المحقق برسم سنة 2013 قبل شركة "إيفري" وهو الرقم المستخرج من الأوضاع المالية التي تم إبلاغ المجلس بها من طرف المديرية العامة للضرائب و المديرية الجهوية للتجارة ليطبق عليها معامل 10000/1.

لقد اعتمد مجلس المنافسة في إصدار قراره الأول فيما يخص العقوبة المالية المتمثل في الغرامة المالية، على المقارنة مع الممارسات الدولية في هذا المجال، وعلى توصية مدير الشبكة الدولية للمنافسة (ICN) الذي يعتبر أن "تقييم سلطة المنافسة لا يركز على رقم العمال المعالج أو باعتبار الغرامات الموقعة بل من خلال الأثر الذي تتركه قرارات سلطة المنافسة في السوق التنافسي"⁽¹⁾.

إضافة إلى ما سبق، يعاقب مجلس المنافسة بناء على تقرير المقرر، المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تنهون في تقديمها إلى المقرر من أجل التحقيق، حيث يفرض عليها القانون ذلك دون الإحتجاج بالسر المهني⁽²⁾، كما تعاقب أيضا تلك المؤسسات التي لا تقدم المعلومات المطلوبة ضمن الآجال المحددة من قبل المقرر بغرامة لا تتجاوز ثمانمائة ألف دينار (800.000 دج)⁽³⁾.

¹ أنظر الصفحة 46 و 47 من النشرة الرسمية للمنافسة التي تتضمن التقرير السنوي لسنة 2014 الخاص بمجلس المنافسة، مرجع سابق.

² أنظر المادة 51 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

³ أنظر الفقرة الأولى من المادة 59 من الأمر نفسه.

إضافة إلى تلك الغرامات المالية، يعاقب مجلس المنافسة عن طريق الغرامات التهديدية الأعوان الإقتصاديين المخالفين من أجل الضغط عليهم، وإجبارهم على تنفيذ الحكم الصادر في حقهم فوراً. إذ تتمثل الحالات التي يحكم بها مجلس المنافسة بالغرامة التهديدية فيما يلي:

- عند عدم تنفيذ الأوامر والإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، في الآجال المحددة، يحكم مجلس المنافسة بغرامة تهديدية لا تقل عن مبلغ مائة وخمسين ألف دينار (150.000 دج) عن كل يوم تأخير⁽¹⁾.

- عند تقديم المقرر لتقرير يثبت فيه عدم تقديم المؤسسات المعلومات التي طلبها منها أو تعمدتها تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة أو تتهاون في تقديمها أو لم تقدمها ضمن الآجال المحددة لها من طرفه. حيث تعاقب تلك المؤسسة -علاوة على الغرامة المفروضة عليها كعقوبة- بغرامة تهديدية لا تقل عن مائة ألف دينار (100.000 دج) عن كل يوم تأخير⁽²⁾.

في مقابل الغرامة التهديدية، ومن أجل تشجيع التعاون بين مجلس المنافسة والأعوان الإقتصاديين، يمكن لمجلس المنافسة أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة أو الحكم بها على المؤسسات التي تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بالمنافسة.

من أجل الإستفادة من هذه الإجراءات والأحكام التشجيعية، يتعين على تلك المؤسسات ألا تكون في حالة العود مهما تكن طبيعة المخالفات المرتكبة⁽³⁾.

¹ أنظر من المادة 58 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

² أنظر من المادة 59 من الأمر نفسه.

³ أنظر من المادة 60 من الأمر نفسه.

كعقوبة تكميلية، يختص مجلس المنافسة بنشر القرارات الصادرة عنه وعن مجلس قضاء الجزائر وعن المحكمة العليا وعن مجلس الدولة والمتعلقة بالمنافسة في النشرة الرسمية للمنافسة، وله أيضا أن ينشر مستخرجات من قراراته وكل المعلومات الأخرى بواسطة أي وسيلة إعلامية⁽¹⁾، حيث أنه تم إنشاء موقع إنترنت لهذا الغرض⁽²⁾.

يعتبر نشر القرارات المتعلقة بالمنافسة من طرف مجلس المنافسة، عملية ردع لا يُستهان بها. لأنها تؤدي إلى الإضرار بالسمعة التجارية لتلك المؤسسات الاقتصادية محل المتابعة. مما قد يصيبها بأضرار مادية، ويجعلها عبرة للمؤسسات الأخرى.

علاوة على ذلك، ألزم المشرع مجلس المنافسة باتباع معايير معينة عند إصداره لأحكامه في حق الأعوان الإقتصاديين أو الأشخاص الطبيعيين المخالفين للأحكام المتعلقة بالسير الحسن للمنافسة. إذ لا بد على مجلس المنافسة أن يراعي خطورة الممارسة المرتكبة، والضرر الذي لحق بالإقتصاد والفوائد المجمعة من طرف مرتكبي المخالفة. إضافة إلى مدى تعاون المؤسسات المتهمه مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية وأهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق⁽³⁾.

لقد أحسن المشرع فيما ذهب إليه لعدة اعتبارات أهمها، حث مجلس المنافسة على تحري مبدأ العدالة عند توقيع الجزاء، وتشجيع المتعاملين الإقتصاديين على اعتماد مبدأ التعاون، إذ يتم كل ذلك مع مراعاة مصلحة المستهلك والمتعاملين الإقتصاديين الآخرين وكذا مصلحة الإقتصاد الوطني.

2- الجزاءات المدنية: تنص المادة 13 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: «**دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و 9 من الأمر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط**

¹ أنظر من المادة 49 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

² أنظر موقع الإنترنت الخاص بمجلس المنافسة www.conseille.concurrence.com

³ أنظر المادة 62 مكرر 1 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12 أعلاه»⁽¹⁾ وبالتالي فإن كل التصرفات المتخذة والمتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، لاسيما في مجال الأسعار، تكون باطلة بطلانا مطلقا لأن قواعد المنافسة من النظام العام للتوجيه الإقتصادي،⁽²⁾ ويعود الإختصاص في إبطال تلك الإتفاقيات والشروط التعاقدية للجهات القضائية المختصة سواء المدنية أو التجارية.

كما يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من الممارسات المقيدة للمنافسة المطالبة بالتعويض أمام الجهة القضائية المختصة⁽³⁾.

¹ أنظر المادة 13 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

² BOUTARD- LABARDE Marie Chantal, CANIVET Guy, op cit, p 245.

³ أنظر المادة 48 من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

خلاصة الفصل الثاني:

مما سبق، يظهر أن لتحديد الثمن في عقد البيع تأثير بالغ على المستهلكين والأعوان الإقتصاديين، إذ تتحدّد الحقوق و تظهر الإلتزامات الملقاة على عاتق كل طرف. وفي هذه الحالة لا يمكن الإخلال بتلك الحقوق طالما كانت هنالك رقابة فعالة تكون بالمرصاد لأي تجاوز يمس بالتشريعات المتعلقة بتنظيم الأسعار.

يساعد تحديد الأسعار في بيان توضيح المركز القانوني للمستهلك، فهو الطرف الضعيف المشمول بالحماية القانونية، تجعله في مأمن من التعدي على قدرته الشرائية ومصالحه الإقتصادية الخاصة. ومن جانب آخر، يُمكن تحديد الأسعار من إبراز حدود المسؤولية الواقعة على العون الإقتصادي، وكيفيات ممارسة نشاطه الإقتصادي ضمن إطار تحكمه الشفافية و النزاهة.

على الرغم من تعدد الهيئات المنوطة بحماية المستهلك والتي أوجدها القانون لفرض احترام التشريعات المتعلقة بالأسعار. وكذا السلطات الممنوحة لها بموجب القانون من أجل القيام بالرقابة وتطبيق العقوبات، يتعين على أفراد المجتمع -الذين يعتبرون مستهلكين بدون استثناء- التحلي بالوعي الكامل وبروح عالية من المسؤولية والتصرف بعقلانية عند الإستهلاك والتصدي لكل خرق للحقوق المشروعة لهم، من أجل القضاء على مختلف أشكال الإنتهاكات الواقعة ضدهم في مجال الأسعار من خلال توقيع جزاءات وعقوبات ردية ضدهم.

الخاتمة:

لم تعد القواعد العامة التي يتضمنها القانون المدني كافية لتحكم العلاقة التعاقدية القائمة بين الأفراد المتعاقدين لاسيما فيما يتعلق بتحديد ثمن السلع والخدمات، ويعود السبب في ذلك إلى تغير المراكز القانونية لأطراف هذه العلاقة التعاقدية.

فبعد أن كان شائعا تناول عقد البيع، وطرفيه المتمثلين في البائع و المشتري اللذين يحتكمان إلى المادة 106 من ق م ج والتي تعتبر العقد شريعة المتعاقدين لا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين. وأن المشتري لا بد أن يكون عالما بما هو مقدم عليه ما دام يتوفر على أهلية كاملة وإرادة حرة و مستقلة وخالية من كل نقص أو عيب، دون إكراه أو غلط أو تدليس. وبعد ذلك فهو مسؤول كل المسؤولية عن تصرفه سواء تضرر به أو انتفع. أصبح التوجه الآن في الغالب نحو استعمال عبارات تتعلق بالمستهلك والمصطلحات القانونية المتصلة به لاسيما عقد الإستهلاك وطرفيه المتمثلين في المستهلك والمهني. وبالنظر إلى مركزيهما القانونيين غير المتوازنين، كان من الضروري أن يتدخل المشرع من أجل ضمان حقوق الطرف الضعيف المتمثل في المستهلك. وكان من نتيجة هذا التدخل، أن أصبح هذا العقد متميزا عن غيره باحتوائه على مزيج من القواعد المتضمنة في القانون المدني والقانون التجاري وقانون العقوبات و بعض فروع القانون المختلفة.

كل ذلك جاء نتيجة تبني الدولة نظام اقتصاد السوق المحتكم إلى مبدأ العرض والطلب إلى صياغة قواعد جديدة تتماشى مع متطلبات هذا النظام الذي يتميز بهيمنة المتعامل الإقتصادي بوصفه المهني وسيطرته على العلاقة التعاقدية بما يمتلكه من معلومات وقدرة تقنية وفنية حول محل العقد الذي يجري التعاقد حوله. وبقدر ما تنسجم هذه القواعد مع دور الدولة الجديد المتمثل في الدولة الضابطة L'Etat-Régulateur بقدر ما

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك الخاتمة

تسعى إلى الحفاظ على حقوق الطرف الضعيف وصون مصالحه الإقتصادية وضمان صحته وسلامته من خلال لعب دور الدولة المتدخلة L'Etat-Providence.

إن تدخل الدولة في العلاقة التعاقدية القائمة بين المستهلك والمهني بإجبار هذا الأخير بالتقيد بمجموعة من الإلتزامات كالإلتزام بالإعلام. و وجوب البيع بالثمن المحدد من طرف الدولة، يدفع إلى الإعتقاد أن قواعد حماية المستهلك من النظام العام، إذ لا يجوز مخالفتها أو الإتفاق على مخالفتها إلا إذا نص المشرع على خلاف ذلك علما أن مخالفة هذه القواعد يؤدي إلى توقيع الجزاء ضد المخالفين.

لقد قطع المشرع الجزائري شوطا مهما في سبيل حماية المصالح الإقتصادية للمستهلكين والحفاظ على قدرتهم الشرائية دون المساس بالسياسة العامة للدولة في مجال تشجيع استثمار الخواص وضمان ربحهم المادي. فلا تلجأ الدولة للتسعير إلا في حالات ضيقة و محدودة تملئها ظروف الحفاظ على النظام العام والإستقرار الإجتماعي، في حين يمكن بيع مختلف السلع والخدمات الأخرى بسعر السوق المستند إلى قانون العرض والطلب بشرط احترام الإعلام بالأسعار وشروط البيع وعدم اللجوء إلى الغش والتحايل.

بالرغم من ذلك، لا تزال قوانين حماية المستهلك تشوبها بعض النقائص، فالحركة التشريعية المتسارعة والمتعلقة بحماية المستهلك منذ سنة 2000 أملت لها ضرورة المرحلة، التي كانت تتسم بتسريع إعداد ترسانة قانونية من أجل انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية.

وتبعاً لذلك صدرت مجموعة من التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك، منها ما يتضمن أحكاماً مباشرة بتحديد الثمن في عقد البيع وكيفيات ذلك، على غرار الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وكذا القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على

الممارسات التجارية، وأيضا مختلف المراسيم التنظيمية، ومنها ما يتضمن أحكاما غير مباشرة كالقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

من بين النتائج التي خلصنا إليها في هذا البحث نذكر مايلي:

- كثرة التعديلات الواردة على التشريعات: والذي يمكن إرجاعه إلى عدم الخبرة في الصياغة وفهم حركة الأسواق أو نتيجة لسرعة الإستجابة للمتغيرات الحاصلة في المجتمع، أو ضغط جمعيات حماية المستهلك وكذا الضغوط التي يمارسها أحيانا ممثلوا المهنيين.

- كثرة الإحالة على التنظيم: إذ يشتمل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والقانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على عدة إحالات. بل ذهب المشرع أبعد من ذلك عندما أكد بموجب المادة 73 مكرر من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أن توضح أحكام هذا الأمر، عند الإقتضاء، عن طريق التنظيم. كما أكد -و بنفس الصياغة- بموجب المادة 66 مكرر من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على هذا الأمر.

- إن الخلل لا يكمن في الإحالة على التنظيم: بل يكمن في عدم سرعة المشرع في الإستجابة إلى هذه الإحالة، وسن النصوص التنظيمية الخاصة بها. بالرغم من أهميتها وتأثيرها على المستهلك، ما دام لا يمكن فهم نية المشرع إلا من خلال توضيح طريقة تطبيق تلك المواد وكمثال على ذلك عدم صدور النص التنظيمي المتعلق بتحديد تركيبة الأسعار بالرغم من أهميته في إظهار شفافية الأسعار. وعند قراءتنا لنص المادة 23 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نلاحظ أن المشرع يعاقب على عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع.

- وتبعاً لذلك، نلاحظ غياب التناسق بين مختلف القوانين والتشريعات المنظمة لقواعد حماية المستهلك، خاصة عند لجوء المشرع إلى التعريفات في كل قانون، بالرغم من كونها من اختصاص الفقه. مما ينجر عنه إمكانية التناقض وتصادم النصوص القانونية.

- إن توسيع مجال أو نطاق تطبيق قانون الممارسات التجارية ليشمل فئات أخرى من الأعران الإقتصاديين لاسيما الذين ينشطون في قطاعات الإنتاج والتوزيع التي تدخل في مجال الفلاحة بما فيهم الفلاحون ومربوا المواشي والوكلاء و وسطاء بيع المواشي وبائعوا الذبائح بالجملة، وكذا في قطاع الصيد البحري وفي مجال استيراد السلع لإعادة بيعها على حالها، يضمن حماية موسعة للمستهلك لأن هذه النشاطات لها علاقة بسلع وخدمات استراتيجية وذات أهمية بالغة بالنسبة لتموين السوق والحفاظ على استقراره وحماية القدرة الشرائية للمستهلك.

- وعلى الرغم من ذلك، تبقى هذه النصوص الخاصة بهذه القطاعات الجديدة جافة وجامدة وبدون روح، ما دام المشرع لم يحدد الطريقة التي يتم بها إخضاعها لقانون الممارسات التجارية، علماً أن للفاتورة أهمية بالغة في تكريس شفافية ونزاهة الممارسات التجارية وهو ما يفترض أن يكون الدور الذي ستلعبه الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة والتي سماها المشرع بسند المعاملة التجارية، مع التذكير فقط أن المشرع منح مدة 03 أشهر للتعريف بهذه الوثيقة ابتداء من تاريخ نشرها في الجريدة الرسمية. في حين لم تتحرك المصالح المعنية لاستغلال هذه المدة من أجل التقرب من المخاطبين بها، باعتبار أن أغلبهم لا ينتمون إلى فئة التجار، مما يثير عدة مشاكل عند البدء بتطبيق قانون الممارسات التجارية بكل ما يتضمنه من صرامة على هؤلاء.

- مما لا شك فيه أن تعدد الهيئات المكلفة بالرقابة يؤدي إلى تعزيز حماية المستهلك. إلا أن عدم التنسيق بين مختلف الهيئات المكونة للهيكل الرقابي الموجه لهذه الحماية يقلل حتماً من

فعاليتها، ويؤدي إلى نفس كل المجهودات المبذولة، سواء على مستوى النصوص القانونية المتخذة أو الموارد البشرية المسخرة. إذ لا بد من سهولة الوصول إلى المعلومات الخاصة بالمتعاملين الإقتصاديين دون عوائق بيروقراطية، من طرف كل الهيئات المتدخلة في عملية الرقابة أو تلك التي بطبيعتها تتعامل مع هؤلاء المتعاملين الإقتصاديين، كالمركز الوطني للسجل التجاري و مفتشيات الضرائب، الجمارك والبنوك.

من أجل استقرار المعاملات التجارية وضمان رعاية مصالح الأطراف المتعاقدة، نرى أنه لا بد من تدخل الدولة لما لها من امتيازات السلطة العامة. إلا أن هذا التدخل لا يجب أن يكون مطلقا ولا عفويا، بل يجب أن يخضع لأسس اقتصادية وقانونية بحتة، إذ لا يجب الإضرار بمصالح المتعاملين الإقتصاديين، وإنما يجب ترك السوق خاضعة لمبدأ العرض والطلب، وعدم التدخل للتأثير على هذه القاعدة إلا إذا شكل ذلك خطرا على المصالح الإقتصادية للمستهلكين، وتضررت قدرتهم الشرائية بصورة كبيرة، وفي نفس الوقت لا بد من الوقوف بصرامة في وجه كل المحاولات الرامية إلى الإخلال بقواعد المنافسة وخرق السير العادي لنظام السوق، ومن أجل ذلك كله لا بد من الأخذ بعين الإعتبار مجموعة من العوامل المباشرة وغير المباشرة التي تؤثر في بروز حماية فعالة للمستهلك. وعلى هذا الأساس نقترح مايلي:

➤ الإسراع في سن كل النصوص التنظيمية التي أحالت إليها التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك لاسيما تلك المتعلقة بتركيبة الأسعار، شكل تقارير التحقيق وشكل المحاضر والبيانات التي تتضمنها.

➤ الحرص على تدعيم شفافية الممارسات التجارية وتكريسها من خلال فرض التعامل بالفاتورة و ردع بصرامة كل المبيعات التي تتم من دونها لاسيما عند أهم المتدخلين في تداول السلع كالمستوردين والمنتجين وتجار الجملة.

- تحديد أسعار ملائمة عند التسعير تستجيب للظروف السائدة في السوق وظروف القدرة الشرائية للمستهلك. مع الحرص على عدم تعارضها الكبير مع قواعد العرض والطلب وحتى لا يكون ذلك سببا في ازدهار السوق الموازية، إذ يبدو من الملائم وضع آلية محدّدة للحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك عوضا عن التدخل المباشر في تحديد السعر ودعمه، حتى يذهب ذلك الدعم إلى مستحقيه الفعليين.
- عند التسعير لا بد من الأخذ بعين الإعتبار عدم سريان التعامل بالوحدات النقدية البسيطة الأقل من دينار واحد، لأن التعامل بها قد يجعل المستهلك يدفع أكثر مما يتوجب عليه ولو بفارق بسيط. غير أن ذلك قد يؤدي إلى اغتناء المؤسسات والمهنيين نظرا لكثرة تعاملهم بذلك الفارق البسيط في السعر الذي يدفعه المستهلك.
- إنشاء الأسواق النظامية ومحاربة السوق الموازية.
- تفعيل عملية الرقابة وتنسيقها مع كل الأطراف المعنية كالمركز الوطني للسجل التجاري ومفتشيات الضرائب وإدارة الجمارك والبنوك والسعي إلى إنشاء فرق رقابة مشتركة مع هذه الهيئات.
- الإهتمام بدعم منشآت التخزين ونشاطات التوزيع من أجل القضاء على تعدد الوسطاء الذين يتسببون عادة في رفع الأسعار.
- العمل على عصرنه نشاط الرقابة. و وضع قاعدة بيانات وتطوير بنك معلومات الكترونية، يكون مشتركا بين مختلف المصالح والهيئات الإدارية التي تتعامل مع الأشخاص الطبيعيين و المعنويين المتدخلين في النشاط الإقتصادي.
- تفعيل دور مجلس المنافسة.
- لا بد من الأخذ بعين الإعتبار تقارير مجلس المنافسة، خاصة ما ورد في التقرير السنوي لسنة 2014، الذي ينتقد ظروف العمل في مجلس المنافسة سواء ما يتعلق بقلة مساحة المقر. وعدد أعضائه ومقرريه ومسيرييه. وعدم جاذبية نظام سير المهنة،

إذ شهد هذا المجلس استقالة 4 أعضائه، ولم يبق إلا 8 أعضاء. مما يعني أن استقالة واحدة أخرى ستؤدي إلى انعدام النصاب القانوني لانعقاده، وبالتالي سيؤدي ذلك إلى شل مجلس المنافسة من جديد.

➤ من الضروري إنشاء محاكم تجارية للنظر في مختلف القضايا المتعلقة بالنشاطات التجارية والإقتصادية وتخفيف الضغط عن المحاكم الأخرى، خاصة إذا علمنا أن المحاكم تعتبر صاحبة الإختصاص في النظر في القضايا المتعلقة بالممارسات التجارية.

➤ إشراك الجمعيات الخاصة بحماية المستهلك والمنظمات المهنية وأرباب العمل في إعداد القوانين المنظمة للنشاط الإقتصادي من أجل توحيد الجهود والرؤى المستقبلية في ضبط النشاط الإقتصادي.

➤ إعداد دورات تكوينية بصفة مستمرة وتحسين مستوى الأداء والفعالية لفائدة أعوان الرقابة، وصياغة دليل خاص بالرقابة.

➤ تحسين الظروف الإجتماعية والمهنية الخاصة بأعوان الرقابة، كإنشاء المفتشيات وتدعيمها بوسائل النقل من أجل التحرك في الوقت الملائم، إضافة إلى الحرص على حماية هؤلاء الأعوان عند قيامهم بمهامهم.

➤ تفعيل دور الجمعيات الخاصة بحماية المستهلك واعتبارها شريكا مهما في تعزيز عملية الرقابة وتنوير المستهلك وتوعيته بحقوقه.

➤ لا بدّ من إشراك وسائل الإعلام المختلفة في تنفيذ السياسة الإقتصادية للدولة. لاسيما فيما يتعلق بحقوق المستهلك في شقها المتعلق بضمان تطبيق الأسعار والتسعيرات المقننة وكذا معايير الجودة. والعمل على بعث نقاش حيوي حول سبل خلق تنمية مستدامة من أجل تحريك عجلة التنمية وخلق الثروة التي تنعكس إيجابا على المصالح الإقتصادية للمستهلكين.

الملحق رقم 1:

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية

الرقم..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب المربي:
- عنوان مكان التربية:
- مكان/ المنطقة الجغرافية المخصصة للتربية:
- رقم بطاقة الفلاح/ المربي/ الإ اعتماد:
- رقم التعريف الجبائي (رت.ج):

الرقم التسلسلي	تسمية المنتج المباع	عدد الوحدات (1)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم (دج)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
				المبلغ الإجمالي

(1) - الوحدات: بيض الدواجن (الدجاج، الديك الرومي،.....) الأرانب والخراف (النعاج والخراف والكباش)، الماشية (الأبقار والعجول، الثيران،....) الخ

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الاسم واللقب (شخص طبيعي):
- الشكل القانوني (شخص معنوي):
- العنوان المهني أو محل الإقامة:
- بطاقة الفلاح/ المربي رقم..... بتاريخ..... المسلمة من طرف الغرفة الفلاحية لولاية.....

توقيع المشتري

الملحق رقم 2:

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الفواكه والخضر من طرف الفلاحين

الرقم..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب الفلاح:

- العنوان:

- مكان/ المنطقة الجغرافية للمستثمرة الفلاحية:

- رقم بطاقة الفلاح/ الإتماد:

- رقم التعريف الجبائي (ر.ت.ج):

الرقم التسلسلي	تسمية المنتج المباع	وحدة الحمولة (كغ أو قنطار)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم (دج)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
				المبلغ الإجمالي

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الإسم واللقب (شخص طبيعي):

- الشكل القانوني (شخص معنوي):

- العنوان المهني أو محل الإقامة:

- بطاقة الفلاح رقم..... بتاريخ..... المسلمة من طرف الغرفة الفلاحية لولاية.....

توقيع المشتري

الملحق رقم 3:

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق المنتجات السمكية وتربية المائيات

الرقم..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب البائع:
- العنوان المهني أو محل الإقامة:
- مصدر المنتج:
- (صيد بحري، صيد قاري، تربية المائيات)
- اسم وترقيم المركبات/ الزوارق:
- رقم الإمتياز:
- تسمية مؤسسة تربية المائيات:
- رقم التعريف الجبائي(ر.ت.ج):.....

الرقم التسلسلي	تسمية نوع المنتج المباع	الكمية(كغ)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم (دج)	مبلغ الرسم على القيمة المضافة (دج)	المبلغ الخاضع للرسوم(دج)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
المبلغ الإجمالي						

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الإسم واللقب (شخص طبيعي):
- الشكل القانوني(شخص معنوي):
- العنوان المهني أو محل الإقامة:
- السجل التجاري رقم.....بتاريخ.....المسلمة من طرف غرفة الصيد البحري وتربية المائيات لولاية.....

توقيع المشتري

الملحق رقم 4:

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنظمة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية

الرقم..... التاريخ..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب البائع:

- العنوان المهني:

- طبيعة الوثيقة:

- بطاقة الحرفي رقم..... بتاريخ.....

- السجل التجاري رقم..... بتاريخ.....

- رقم التعريف الجبائي(ر.ت.ج):.....

الرقم التسلسلي	- تسمية المادة أو طبيعة الخدمة	- عدد المواد - مدة الخدمة	- سعر الوحدة/ المادة - السعر/ساعة خدمة(دج)	المبلغ خارج الرسم (دج)	مبلغ الرسم على القيمة المضافة (دج)	المبلغ الخاضع للرسم(دج)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
						المبلغ الإجمالي

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الإسم واللقب(شخص طبيعي):

- الشكل القانوني(شخص معنوي):

- العنوان المهني:

- طبيعة الوثيقة الموجودة:

- السجل التجاري رقم..... بتاريخ.....

- أو بطاقة الحرفي رقم..... بتاريخ.....

توقيع المشتري

قائمة المراجع

أولاً- باللغة العربية

I- الكتب

- 1- ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، 16 مجلد، ط 1، دار صادر، بيروت، 1990.
- 2- آث ملويا لحسين بن الشيخ، المنتقى في عقد البيع، دراسة فقهية وقانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة، أعمال تطبيقية، الطبعة الرابعة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 3- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الإحتكار، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2008.
- 4- أشرف محمد مصطفى أبو حسن، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة في ظل أحكام القانون المدني والفقہ الإسلامي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2009.
- 5- السنهوري عبدالرزاق، الوسيط، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2006.
- 6- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 7- بوسقيعة أحسن، المنازعات الجمركية في ضوء الفقه و اجتهاد القضاء و الجديد في قانون الجمارك، دار الحكمة للنشر والتوزيع، سوق أهراس، 1997.
- 8- _____، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، منشورات بيرتي، 2008.
- 9- بوزيدة حميد، جباية المؤسسات، دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، طبعة 2005، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 10- حسن عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 11- حسنين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- 12- سي يوسف حورية زاهية، عقد البيع، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2000.
- 13- شرواط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03/03 المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المعدل والمتمم بالقانون 05/10، ووفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، 2012.
- 14- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 15- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- 16- عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، الإحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
- 17- عمر محمد عبد الباقي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

18- عمران محمد السيد، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، د س ن.

19- فيلاي علي، الإلتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، الجزائر، 2001.

20- محمد عبد الله أبو هزيم، أحكام الثمن في عقد البيع وفق أحكام التشريع، (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

II- الرسائل و المذكرات الجامعية

أ- رسائل الدكتوراه:

1- جلال مسعد، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012

2- حداد العيد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل إقتصاد السوق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.

3- خبابة عبد الله، سياسة الأسعار في إطار العولمة الإقتصادية، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دالي إبراهيم، 2006.

4- زعبي عمار، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن الأضرار المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

5- مهدي منير، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة البحث والتكوين قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإقتصادية والإجتماعية، جامعة محمد الأول، وجدة، 2005.

ب- رسائل و مذكرات الماجستير

1- بوخاري لطيفة، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.

2- بوسقيعة أحسن، مخالفات تشريع الأسعار، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد الحقوق، جامعة قسنطينة، 1991.

3- بوقطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، الجزائر، 2013.

4- جدايني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في قانون العمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001/2000.

5- حسن محمد حسن شحادة، أحكام الثمن في الفقه الإسلامي، دراسة فقهية مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2006.

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

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 7- عليان عدة، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009 .
- 8- عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، دراسة على ضوء القانون 02/04، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2005/2006.
- 9- زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- 10- ناصري فهيمة، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2004.

III- المقالات

- 1- إرزيل الكاهنة، «الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد 02، تيزي وزو، 2011، ص ص 123-149.
- 2- إقلولي ولد رابح صافية، «مبدأ حرية الصناعة والتجارة في القانون الجزائري»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد 02، تيزي وزو، 2011، ص ص 59-74.
- 3- النكاس جمال، «حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي»، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، السنة 13، ع 2، 1989، ص ص 45-118.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

4- علي أحمد صالح المهداوي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد 42، 2010، ص ص 175-232.

5- عياض محمد عماد الدين، «نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك»، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد التاسع، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جوان 2013، ص ص 61-76.

6- فرحي محمد، «سياسة الإعفاءات الضريبية في الإقتصاد الجزائري وآثارها الإقتصادية والإجتماعية»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، الجزء 39، رقم 01، 2001، ص ص 68-78.

7- لعور بدرة، «حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائر»، مجلة الفكر القانوني، العدد العاشر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، د س ن، ص ص 357-373.

8- مغربي قويدر، «أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية»، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 08، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012، ص ص 89-94.

9- موالك بختة، «الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، الجزء 37، رقم 02، 1999، ص ص 23-64.

10- نائل عبد الرحمان صالح، «الحماية الجزائية للمستهلك»، مجلة الحقوق، الكويت، ع 4، ديسمبر 1999، ص ص 95-116.

- 1- بن عائشة نبيلة، مدى فعالية النصوص القانونية في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الخامس، الحماية القانونية للمستهلك، كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس، يومي 16-17 ماي 2012.
- 2- عبيدي محمد، حق المستهلك في الإعلام، يوم دراسي حول الوسم وإعلام المستهلك، فندق الشيراتون- الجزائر- يوم 07 جويلية 2007.
- 3- عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك وترشيد الإستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتقى الوطني حول: حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13-14 أفريل 2008.
- 4- كتو محمد الشريف، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، (غير منشور).
- 5- لعويجي عبدالله، بوخروبة حمزة، اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري، الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، يومي 03 و04 أفريل 2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة، (غير منشور).
- 6- ميمون خيرة، المنافسة وآلية حمايتها من الأعمال المنافسة لها، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ب س ن.

أ- الدساتير

- 1- دستور 08 سبتمبر سنة 1963، ج ر عدد 64 صادر في 10 سبتمبر سنة 1963.
- 2- دستور 23 فبراير سنة 1989 الصادر بموجب مرسوم رئاسي رقم 89-18 مؤرخ في 28 فبراير سنة 1989، ج ر عدد 9 صادر في أول مارس سنة 1989.
- 3- دستور 28 نوفمبر 1996 الصادر بموجب مرسوم رئاسي رقم 96-348 مؤرخ في 7 ديسمبر سنة 1996، معدل ومتم بموجب القانون رقم 16-01 مؤرخ في 6 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 14 صادر بتاريخ 7 مارس 2016، أنظر الموقع الإلكتروني للأمانة العامة للحكومة: www.joradp.dz

ب- النصوص التشريعية

- 1- أمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل و متمم، الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz
- 2- أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم، الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz
- 3- أمر رقم 73-29 مؤرخ في 5 يوليو سنة 1973، يتضمن إلغاء القانون رقم 62-157 المؤرخ في 31 ديسمبر سنة 1962 و الرامي إلى التمديد، حتى إشعار آخر، لمفعول التشريع النافذ إلى غاية 31 ديسمبر سنة 1962، ج ر عدد 62 الصادر في 3 غشت سنة 1973، (ملغى)
- 4- أمر رقم 74-37 مؤرخ في 29 أبريل سنة 1975، يتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، ج ر عدد 38 صادر في 13 مايو سنة 1975، (ملغى)
- 5- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني معدل ومتمم، الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 6- أمر رقم 59-75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري معدل و متمم، الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz
- 7- أمر رقم 06-95 مؤرخ في 25 يناير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09 صادر في 22 فبراير سنة 1995، (ملغى).
- 8- قانون رقم 12-89 مؤرخ في 5 يوليو سنة 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29 صادر في 19 يوليو سنة 1989، (ملغى).
- 9- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 صادر في 20 يوليو سنة 2003.
- 10- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 صادر في 27 يونيو سنة 2004.
- 11- قانون رقم 21-04، يتضمن قانون المالية لسنة 2005، ج ر عدد 85 صادر في 30 ديسمبر 2004.
- 12- قانون رقم 09-08 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر العدد 21 الصادر في 23 أبريل سنة 2008.
- 13- قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 صادر في 2 يوليو سنة 2008.
- 14- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 صادر في 08 مارس 2009.
- 15- قانون رقم 05-10 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 صادر في 18 غشت سنة 2010.
- 16- قانون رقم 06-10 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 46 صادر في 18 غشت سنة 2010.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 17- قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 صادر في 15 يناير سنة 2012.
- 18- قانون رقم 07-12 مؤرخ في 21 فبراير سنة 2012، يتعلق بالولاية، ج ر عدد 12 صادر في 29 فبراير سنة 2012.
- 19- قانون رقم 15-18 مؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2015، يتضمن قانون المالية لسنة 2016، ج ر عدد 72 صادر في 31 ديسمبر سنة 2015.

ج- النصوص التنظيمية

- 1- مرسوم رقم 66-112 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966، يتضمن الشروط العامة لتحديد أسعار المنتجات من الصنع المحلي، ج ر عدد 39 صادر في 17 مايو سنة 1966، (ملغى).
- 2- مرسوم رقم 66-113 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966، يتعلق بتحديد أسعار المنتجات المستوردة والمعاد بيعها على حالها، ج ر عدد 42 صادر في 27 مايو 1966، (ملغى).
- 3- مرسوم رقم 66-114 مؤرخ في 12 مايو سنة 1966 بالمنتجات والخدمات الموضوعة تحت نظام التصديق على الأسعار، ج ر عدد 42 صادر في 27 مايو 1966، (ملغى).
- 4- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش، ج ر عدد 05 صادر في 31 يناير 1990، (ملغى).
- 5- مرسوم تنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر عدد 4 صادر في 19 سبتمبر 1990.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 94-320، مؤرخ في 17 أكتوبر سنة 1994، يتعلق بالمناطق الحرة، ج ر عدد 67 صادر في 19 أكتوبر سنة 1994، (ملغى).

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 7- مرسوم تنفيذي رقم 96-132 مؤرخ في 13 أبريل سنة 1996، يتضمن تحديد أسعار الدقيق و الخبز في مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 23 صادر في 14 أبريل سنة 1996.
- 8- مرسوم تنفيذي رقم 97-106، مؤرخ في 05 أبريل سنة 1997، يتضمن إنشاء المنطقة الحرة لبلارة (جيجل)، ج ر عدد 20 صادر في 06 أبريل سنة 1997، (ملغى).
- 9- مرسوم تنفيذي رقم 98-44 مؤرخ في أول فبراير سنة 1998، يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتوظيف التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، ج ر عدد 05 صادر في 04 فبراير سنة 1998.
- 10- مرسوم تنفيذي رقم 98-237 مؤرخ في 28 يوليو سنة 1998، يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والتي تملكها الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، ج ر عدد 55 صادر في 28 يوليو سنة 1998.
- 11- مرسوم تنفيذي رقم 98-269 مؤرخ في 29 غشت سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج ر عدد 65 صادر في 02 سبتمبر سنة 1998.
- 12- مرسوم تنفيذي رقم 98-269 مؤرخ في 29 غشت سنة 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل البضائع الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج ر عدد 77 صادر في 14 أكتوبر 1998.
- 13- مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فبراير سنة 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 11 صادر في 12 فبراير سنة 2001.

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 14- مرسوم تنفيذي رقم 02-448 مؤرخ في 17 ديسمبر سنة 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.
- 15- مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.
- 16- مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85 صادر في 22 ديسمبر سنة 2002.
- 17- مرسوم التنفيذي رقم 03-409 مؤرخ في 05 نوفمبر سنة 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر عدد 68 صادر في 09 نوفمبر سنة 2003.
- 18- مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 9 يناير سنة 2005، يحدد كفاءات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به، ج ر عدد 05 صادر في 12 يناير سنة 2005.
- 19- مرسوم تنفيذي رقم 05-458 مؤرخ في 30 نوفمبر سنة 2005، يحدد كفاءات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية و المنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالها، ج ر عدد 78 صادر في 04 ديسمبر سنة 2005.
- 20- مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية وكفاءات ذلك، ج ر عدد 80 صادر في 11 ديسمبر سنة 2005.
- 21- مرسوم تنفيذي رقم 07-60 مؤرخ في 11 فبراير 2007، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، و أسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية، ج ر عدد 11 صادر في 15 فبراير سنة 2007 .

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

22- مرسوم تنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 18 يونيو سنة 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 عدد 41 صادر في 21 يونيو سنة 2006.

23- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر سنة 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 56 صادر في سبتمبر سنة 2006.

24- مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 25 ديسمبر سنة 2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه، ج ر عدد 80 الصادر في 26 ديسمبر سنة 2007.

25- مرسوم تنفيذي رقم 08-44 مؤرخ في 3 فبراير سنة 2008، يعدل المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر سنة 2006م الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 07 صادر في 10 فبراير سنة 2008.

26- مرسوم تنفيذي رقم 09-243 مؤرخ في 22 يوليو سنة 2009، يحدد هوامش الربح القصوى بالجملة والتجزئة المطبقة على الإسمنت البورتلاندي المركب والموضب، ج ر عدد 44 صادر في 26 يوليو سنة 2009.

27- مرسوم تنفيذي رقم 11-09 مؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحياتها وعملها، ج ر عدد 4 صادر في 23 يناير سنة 2011.

28- مرسوم تنفيذي رقم 11-108 مؤرخ في 6 مارس سنة 2011، يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، ج ر عدد 15 صادر في 9 مارس سنة 2011 .

29- مرسوم تنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 02 أكتوبر سنة 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 56 صادر في 11 أكتوبر سنة 2012 .

30- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58 صادر في 18 نوفمبر سنة 2013.

31- مرسوم تنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 21 يناير سنة 2014، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 04 صادر في 26 يناير سنة 2014.

32- مرسوم تنفيذي رقم 15-58 مؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج ر عدد 05 صادر في 8 فبراير سنة 2015.

33- مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فبراير سنة 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الإقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10 الصادر في 22 فبراير سنة 2016.

30- قرار وزاري مشترك المؤرخ في 21 أوت سنة 2011، يتضمن إنشاء المفتشيات الإقليمية للتجارة، ج ر عدد 26 الصادر في 15 مايو سنة 2013.

VII- الوثائق:

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 1- المشروع التمهيدي لمراجعة الدستور، الثلاثاء 05 جانفي 2016، الموقع الإلكتروني لرئاسة الجمهورية: www.elmouradia.dz
- 2- مشروع مرسوم تنفيذي يحدد هوامش الربح القصوى المطبقة على إنتاج وتوزيع وتوزيع الأدوية المستعملة في الطب البشري ويضبط كفاءات إيداع أسعارها، أفريل 2008 www.mincommerce.gov.dz
- 3- تقرير لجنة التحقيق البرلمانية حول ندرة وارتفاع أسعار بعض المواد الغذائية ذات الإستهلاك الواسع في السوق الوطنية، الفترة التشريعية السادسة، أكتوبر 2011.

ثانيا: باللغة الفرنسية

I- Ouvrages :

- 1- BALI Hamid, Inflation et mal Développement en Algérie, OPU, Alger, 1993.
- 2- BOUTARD- LABARDE Marie-Chantal, CANIVET Guy, Droit français de la concurrence, édition L.G.D.J, Paris, 1994.
- 3- BUSSY Jack, Droit des affaires, Presses de la fondation nationale des sciences politique et Dalloz, Paris, 2004.
- 4- CALAIS-AULOY Jean, STEINMETZ Frank, Droit de la consommation, 6^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2003.
- 5- JAUFFRET Alffred, Manuel de droit commercial, 22^{ème} édition, L.G.D.J, Paris, 1995.

- 6-JOURDAIN Patrice: Le devoir de se renseigner, Recueil Dalloz 1983, chron., I,
- 7- Michael Watt, L'Economie De Marché, Editions Grand-Alger-Livres (G.A.L), Alger, 2007.
- 8- MILOUDI Boubaker, La Distribution en Algérie, OPU, Alger, 1994.

II- Thèse et Mémoire:

- 1-MAUGER Roger Paul Jean, Le contrôle des prix en Algérie aux points de vue administratif et pénal, Thèse de doctorat Université d'Alger, 1944.
- 2-AYOUN Audrey, la protection du consommateur en matière de jeux et loteries, Mémoire soutenu dans le cadre du D.E.A en droit privé, faculté de droit et science politique, Université de droit d'économie et des sciences d'Aix Marseille III, 2002/2003.

III-Article :

- BEN NADJI Cherif, Le dispositif légal relatif à la concurrence les voies de recours contre les décisions du conseil de la concurrence, la lettre juridique n° 22 du 22/03/1996.

IV- Textes juridiques:

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

- 1- Ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix, www.legifrance.fr
- 2- Ordonnance n° 45-1484 du 30 juin 1945 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique, www.Legifrance.fr.
- 3- Loi 1804-03-06 promulguée le 16 mars. www.legifrance.fr
- 4- Loi n° 2001- 420 du 15 mai 2001, relative aux nouvelles régulations économiques-art.52 JORF 16mai 2001
- 5- Loi n°:62-157 du 31 décembre 1962 tendant à la reconduction jusqu'à nouvelle ordre de la législation en vigueur au 31 décembre 1962, JORADP, n°02 du 11 janvier 1963.
- 6- Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation
- 7- Directive n° 2011-83 du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs. www.legifrance.fr
- 8- CJCE, 22 novembre 2001, RTD civ.2002, 291, obs. Mestre et Fages.

ثالثا: باللغة الإنجليزية

- SMITH Adam, The Wealth of Nations, Modern library edition, New York city, 1937.

رابعا: الملاحق

تحديد الثمن في عقد البيع: بين الحرية التعاقدية وحماية المستهلك قائمة المراجع

الملحق رقم 1: نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية

الملحق رقم 2: نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الفواكه والخضر من طرف الفلاحين

الملحق رقم 3: نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق المنتجات السمكية وتربية المائيات

الملحق رقم 4: نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنظمة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية

الفهرس

الموضوع:	رقم الصفحة:
الإهداء	
شكر وتقدير	
قائمة المختصرات	1.....
مقدمة	2.....
الفصل الأول: النظام القانوني لتحديد الثمن في عقد البيع	8.....
المبحث الأول: القواعد المحددة للثمن في عقد البيع	9.....
المطلب الأول: عن إستجابة القواعد العامة لمعطيات تحديد الثمن في السوق	9.....
الفرع الأول: مبدأ القوة الملزمة للعقد و خيارات المستهلك	10.....
أولاً: التدخل لحماية المستهلك	13.....
ثانياً: الثمن محل العقد	15.....
الفرع الثاني: حماية المستهلك في ظل تعارض مبدأ سلطان الإرادة مع مقتضيات التعامل الحديثة	17.....
أولاً: مبدأ سلطان الإرادة و حماية المستهلك في مجال الثمن	17.....
ثانياً: مدى مساهمة نظرية عيوب الإرادة في حماية رضا المستهلك في مجال الثمن	20.....
المطلب الثاني: إخضاع الثمن لقواعد خاصة	22.....
الفرع الأول: مراحل تكريس الثمن بموجب قواعد خاصة	23.....
أولاً: التحديد الإداري للثمن	23.....
ثانياً: إخضاع الثمن لقواعد السوق	27.....
الفرع الثاني: مضمون القواعد الخاصة المحددة للثمن	30.....
أولاً: ضرورة التقيد بقواعد المنافسة	30.....
ثانياً: احترام النصوص الخاصة بالممارسات التجارية	39.....
المبحث الثاني: آليات تحديد الثمن	53.....
المطلب الأول: معايير تحديد الثمن	53.....
الفرع الأول: معايير تحديد الثمن وفق مبدأ حرية الأسعار	54.....
أولاً: حرية تحديد الثمن	54.....

- 57.....ثانيا: ضوابط حرية الأسعار.....
- 65.....الفرع الثاني: آليات تحديد الثمن وفقا للأسعار المقننة.....
- 66.....أولا: التسعير كآلية لتحديد الثمن.....
- 80.....ثانيا: تدخل الدولة بطريق غير مباشر للتأثير على الأسعار.....
- 81.....المطلب الثاني: شروط تحديد الثمن.....
- 82.....الفرع الأول: يجب أن يكون الثمن نقودا.....
- 84.....الفرع الثاني: يجب أن يكون الثمن مقدرا أو قابلا للتقدير.....
- 85.....أولا: أسس تقدير الثمن.....
- 86.....ثانيا: تحديد الثمن بواسطة أجنبي عن العقد.....
- 87.....الفرع الثالث: يجب أن يكون الثمن حقيقيا و جديا.....
- 87.....أولا: الثمن الصوري.....
- 88.....ثانيا: الثمن التافه.....
- 89.....خلاصة الفصل الأول.....
- 90.....**الفصل الثاني: آثار تحديد الثمن على أطراف العقد**.....
- 91.....المبحث الأول: تأثير الأطراف بأحكام تحديد الثمن.....
- 92.....المطلب الأول: تأثير المهني بتحديد الثمن.....
- 96.....الفرع الأول: مسؤولية المتعامل الإقتصادي من تحديد الثمن.....
- 96.....أولا: مسؤولية المتعامل الإقتصادي قبل التعاقد.....
- 99.....ثانيا: مسؤولية المتعامل الإقتصادي بعد التعاقد.....
- 102.....الفرع الثاني: الحقوق المقررة لصالح المتعامل الإقتصادي.....
- 104.....المطلب الثاني: تأثير المستهلك بتحديد الثمن.....
- 105.....الفرع الأول: مصلحة المستهلك في تنظيم الأسعار.....
- 106.....أولا: أثر عدم الإعلان عن الأسعار على المستهلك.....
- 110.....ثانيا: حماية المستهلك من خلال اعتماد نظام التسعير.....
- 111.....الفرع الثاني: مصلحة المستهلك في الحصول على السلع و الخدمات المطابقة للمواصفات.....
- 111.....أولا: تحقيق وفرة المنتجات في الأسواق.....

114.....	ثانيا: إقامة التوازن في توزيع السلع و الخدمات بين المستهلكين.....
115.....	المبحث الثاني: فرض الرقابة على تحديد الأثمان.....
116.....	المطلب الأول: الهيئات المختصة بالرقابة على الأسعار.....
116.....	الفرع الأول: الهيئات الإدارية.....
117.....	أولا: وزارة التجارة.....
124.....	ثانيا: مجلس المنافسة.....
126.....	الفرع الثاني: جمعيات حماية المستهلك.....
127.....	أولا: دور الجمعيات في تقديم الإستشارات المتعلقة بالأسعار.....
129.....	ثانيا: دور جمعيات حماية المستهلك في الرقابة على الأسعار.....
132.....	المطلب الثاني: إقرار جزاءات ضد المخالفين لأحكام تنظيم الأسعار.....
132.....	الفرع الأول: معاينة المخالفات.....
133.....	أولا: الأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات.....
133.....	ثانيا: سلطات أعوان الرقابة في مجال ضبط مخالفات الأسعار.....
138.....	الفرع الثاني: العقوبات ضد المخالفين.....
138.....	أولا: في مجال الممارسات التجارية.....
151.....	ثانيا: في مجال المنافسة.....
159.....	خلاصة الفصل الثاني.....
160.....	الخاتمة.....
167.....	الملاحق.....
171.....	قائمة المراجع.....
189.....	الفهرس.....

ملخص:

يخضع تحديد الثمن في عقد البيع للقواعد العامة المنظمة له، لاسيما ما يتعلق بتكريس الإرادة الحرة في التعبير عن قيمته. لكن التطور الحاصل في المجال الإقتصادي جعل هذا المبدأ يتقلص لفائدة المستهلك الذي يعد طرفا ضعيفا في مواجهة المتعامل الإقتصادي، حيث صار المشرع يتدخل تارة لتحديد الثمن من خلال التسعير وتارة أخرى يتدخل من خلال وضع ضوابط معينة يلتزم بها البائع أثناء قيامه بتحديد الثمن.

الكلمات المفتاحية:

الثمن، الحرية التعاقدية، حماية المستهلك، عقد البيع.

Résumé:

La détermination du prix de la vente soumis aux règles générales qui le régit, notamment le principe de la libre volonté lors de la désignation de sa valeur. Cependant, l'évolution économique éminente a réduit ce principe en faveur du consommateur qui se trouve en position faible devant l'opérateur économique. En cette situation, le législateur s'intervient d'une part pour la fixation des prix et d'autre part pour mettre des normes visant à régler la détermination des prix, et qui devront être respectés par les vendeurs.

Les mots-clés :

Prix, liberté contractuelle, protection du consommateur, contrat de vente.

Summary:

The pricing in the contract of sale is subject to the general rule that governs it, including the principle of free will displayed by the contracting parties. However, the eminent economic developments have reduced these principles in favor of the consumer, which is in a weak position before the economic operator. In this situation the legislature intervenes firstly, for price fixing and also to set standards to regulate pricing, which must be respected by sellers.

Key words:

Price, contractual freedom, consumer protection, contract of sale.

