

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم : الحقوق

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

الحماية الجزائية المقررة للمستهلك في إطار قانون 02/04 المعدل و المتمم

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: قانون خاص

الشعبة: حقوق

تحت إشراف الأستاذ :

من إعداد الطالب :

الدكتور فرقاق معمر

مفلاح فتحي

أعضاء لجنة المناقشة

الدكتور حيدرة محمد رئيسا

الدكتور فرقاق معمر مشرفا مقرر

الدكتور علي بن عوالي مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

نوقشت يوم: 2021/07/07

الإهداء

إلى كل من نطق بكلمة التوحيد لسانه وصدقها قلبه، إلى كل من صلى على خير البرية محمد عليه الصلاة والسلام .

إلى أعظم امرأة بين نساء الكون أُمي الغالية التي حملتني وهنا على وهن جنينا علمتني صغيرا ورافقتني بدعائها كبيرا، اطال الله في عمرك يا اماه .

إلى أبي الفاضل الذي كان صبورا على رعايتنا و تربيتنا ، اطال الله عمرك يا ابتاه

الى زوجتي التي ساندتني طوال مدة إعداد المذكرة و إلى قرة عيني ابني محمد

إلى دفيء البيت وسعادته إخوتي :محمد ،بلقاسم ، طارق،و علي وفقكم الله وحفظكم.

إلى كل العائلة خاصة ابن خالتي بلقاسم

إلى كل اصدقائي فوضيل و هشام و عبد النور و حبيب و حمزة وكل من جمعني معهم المشوار الدراسي من بدايته إلى اليوم

إلى من أحببناهم بإخلاص وبادلونا نفس الشعور.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي منحنا القدرة والعزيمة لإتمام هذه المذكرة

فألف حمد وشكر للمولى عز وجل.

نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف الذي منحنا الثقة الكافية

لإتمام هذا العمل و كان لنا شرف عظيم أن تكون المشرف

على مذكرتنا .

و شكر وامنتان إلى كل الأساتذة الذين نهلنا من علمهم طيلة مشوارنا

الدراسي وضحوا بوقتهم وجهودهم حرصين على تكويننا كما لا ننسى في

آخر المطاف بأن نتقدم بأسمى عبارات الاحترام والتقدير لكل من علمنا حرفا

و إلى كل من ساعدنا من بعيد أو من قريب أساتذة وطلبة.

مقدمة

شهدت المنظومة القانونية المتعلقة بالسوق في الجزائر تطورا ملحوظا بررته التحولات الاقتصادية التي شهدتها البلاد لاسيما التوجه نحو اقتصاد السوق القائم على حرية التجارة و الصناعة و الانفتاح الاقتصادي، الذي استدعى سن نصوص قانونية تضمن فاعلية هذا النظام و تساهم في تكييف منظومتنا القانونية مع الاتفاقيات و الالتزامات الدولية للجزائر و التي تسعى لضمان اقتصاد قوي و تعزيز اندماجها في الاقتصاد العالمي، يعد قانون 02/04¹ المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم و الأمر 03/03² المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم أهم النصوص المنظمة للسوق في التشريع الجزائري اللذان يهدفان إلى ضمان مبادئ المنافسة الحرة لاسيما مبدأ الشفافية و النزاهة الواجب احترامهما من جميع الأعوان الاقتصاديين و إلى حماية المستهلك، غير انه و نظرا لاهتمام قانون المنافسة بالدرجة الأولى إلى ضمان السير التنافسي الحر للسوق و منعه الممارسات المقيدة للمنافسة كان على المشرع أن يستكمل هذه القواعد بأخرى من اجل تنظيم و ضبط العلاقة التجارية فيما بين الأعوان الاقتصاديين و فيما بينهما و بين المستهلك و حماية المصالح الخاصة لأعوان الاقتصاديين و المستهلكين من خلال منع الممارسات التي تخل بالشفافية و النزاهة أثناء المعاملات التجارية و هو ما فعله قانون 02/04 المعدل و المتمم، و هو موضوع دراستنا حيث تنص المادة الأولى منه " يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد و مبادئ شفافية الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء و المستهلكين و كذا حماية المستهلك و إعلامه"

نظرا لأهمية البالغة التي يكتسبها موضوع الجانب الجزائري الذي أقره المشرع الجزائري حماية للمستهلك في إطار قانون 02/04 من خلال حرصه على تكريس المبدئين مبدأ شفافية الممارسات التجارية و مبدأ النزاهة، و لكون المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ما

¹ - قانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج.ر 41 مؤرخة في 27-06-2004 معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010 ج.ر 46 مؤرخة في 18-08-2010.

² - أمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 19 يوليو 2003 جريدة رسمية عدد 43 سنة 2003 المعدل و المتمم

بالقانون 05-10 المؤرخ في 15 أغسطس 2010 جريدة رسمية عدد 46 سنة 2010

يجعله ضحية للعديد من صور و مظاهر التحايل من خلال الممارسات التي يقوم بها المحترفون سواء كانوا تجار أو منتجين بطرق غير قانونية، لدى تميز هذا القانون بطابع الجزائي.

كان لنا دوافع لاختيار هذا الموضوع:

تكمُن في كونه قد نجده في حياتنا الاجتماعية التجارية، و لرغبة في دراسة مواضيع و دعم أولاً دوافع ذاتية الدراسات القانونية في مجال الممارسات التجارية.

أما عن الدوافع الموضوعية فهو من مواضيع الساعة نظراً لما يعرفه السوق حالياً من تغير في الأسعار، و أثرها على القدرة الشرائية محاولين في ذلك توعية مستهلك من عدة جوانب.

تتمثل أهم صعوبات التي واجهتنا في انجاز هذا البحث النقص الكبير في الكتب المتخصصة، و تداخل و تشعب الموضوع و اتساع نطاقه.

إن الأهداف المرجوة من هذه الدراسة تتمثل في تسليط الضوء على جانب مهم من الحياة التجارية و هي الممارسات التجارية الغير الشرعية التي لا يلفت النظر إليها لعدم دراية المستهلك بحقوقه، لدى حتمية توعيته بكيفية تحصيلها بات لازماً.

فالانفتاح الاقتصادي على السوق الحرة، ولد مبدأ المنافسة الحرة الشديدة الذي يسمح للأعوان الاقتصاديين بالتنافس، من أجل توفير أكبر قدر ممكن من المنتجات، إلا أن هذا التنافس سرعان ما ولد سلوكيات لا أخلاقية و جشعة لدى الأعوان، انقلبت آثارها مباشرة على المستهلك الذي يجد نفسه في كل مرة مرغماً على قبول التعاقد، هذا الأمر جعل المشرع الجزائري يسعى إلى توفير الحماية اللازمة للمستهلك، و ذلك من خلال الأحكام الواردة في قانون الممارسات التجارية، و بناء على ذلك نطرح الإشكالية التالية:

ما هي الحماية الجزائرية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في ظل

قانون 02/04؟

ما هي آليات التي تضمنها قانون 02/04 المؤطرة للعلاقة بين الأعوان

الاقتصاديين بينهم و بين المستهلك؟

و قد اعتمدنا لإجابة على هذه الإشكالية على المنهج التحليلي الذي يقوم على جمع المعلومات و القواعد و استخلاص أهم الأحكام لمتعلقة بموضوع البحث، و كذا تحليل المواد و هو منهج يتلاءم و طبيعة الإشكالية المطروحة التي تحتاج إلى التحليل بالدرجة الأولى خلال استعراض النصوص القانونية و المراسيم التنظيمية.

تمحورت الإجابة في خطة تتكون من فصلين، تضمن الفصل الأول حماية المستهلك من الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية حيث رتب فيها المشرع ثلاثة التزامات تصب كلها في التزام بالقيام بعمل، و تتمثل الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات (المبحث الأول)، الإعلام بشروط البيع (المبحث الثاني)، الفوترة (المبحث الثالث) مع التطرق إلى جزاءات في حال المخالفة .

أما في الفصل الثاني سنتناول حماية المستهلك من الجرائم الماسة بنزاهة الممارسات التجارية رتب المشرع خمسة التزامات، سنتناول دراستها في هذا الفصل في ثلاثة مباحث، متبعين خطوات المشرع في تناول الباب الثالث من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والذي جاء بالممارسات التجارية و أسعار غير شرعية (المبحث الأول)، الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة (المبحث الثاني)، الممارسات التعاقدية التعسفية (المبحث الثالث).

الفصل الأول

حماية المستهلك من الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية

لشفافية الممارسات التجارية أهمية في المعاملات الاقتصادي سواء تعلق الأمر بالعلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك أو في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، ففي الحالة الأولى فإن الشفافية تتيح للمستهلك حرية الاختيار إضافة إلى الثقة في المعاملات التي يقبل عليها، أما في الحالة الثانية فهي تمكن العون الاقتصادي من معرفة حصوله على نفس المعاملة التي حظي بها عون اقتصادي آخر وبالتالي فهي تتعكس إيجابا على المنافسة في السوق.

كرس المشرع القواعد التي تجسد شفافية الممارسات التجارية و نظمها في الباب الثاني من القانون 02/04 المؤرخ في 30 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم بالقانون 06-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، يتضح من خلال استقراء أحكام هذا القانون أن المشرع رتب ثلاثة التزامات تصب كلها في التزام بالقيام بعمل و تتمثل الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات (المبحث الأول)، الإعلام بشروط البيع (المبحث الثاني)، الفوترة (المبحث الثالث).

المبحث الأول : الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وجزاء مخالفته.

يعتبر الإعلام بالأسعار شرطا ضروريا لشفافية السوق، حيث تنص المادة الرابعة من قانون رقم 04-02 السابق الذكر على مايلي "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع "

يفهم من نص هذه المادة المنطوية على قاعدة قانونية آمرة، أن هذا الإعلام لا يقتصر فقط على المستهلك الذي تبني بشأنه المشرع الجزائري المفهوم الضيق ، بل يمتد إلى العون الاقتصادي .

أورد المشرع كنص تطبيقي للقانون رقم 04-02 في مجال الإعلام بالأسعار والتعريفات، مرسوم تنفيذي رقم 09-65¹ المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة.

أضاف المشرع إلى جانب ذلك، نص تطبيقي آخر لقانون رقم 04-02 يتحدث عن الإعلام بالأسعار و هو مرسوم تنفيذي رقم 06-306² المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم.

نفرق بين السعر والتعريف في البداية، حيث أن كلاهما يعبر عن ثمن يدفع، ويعرف الثمن أنه مبلغ من النقود يتفق عليه المتعاقدان في العقد أو وفقا لأسس أخرى، والثمن يجب أن يكون مبلغا من النقود، وأن يكون محددًا أو قابلا للتحديد، وأن يكون جديا لا صوريا ولا تافها.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، جريدة رسمية عدد 10، الصادر في 11 فيفري 2009.

² - مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006.

لكن الفرق بين المصطلحين هو أن التعريف تشير إلى ثمن الوحدة الواحدة، المعبر عنها بأي وحدة حساب، وهي تختلف من قطاع نشاط إلى آخر مثل النظام المتري الدولي، حيث أنه بالنسبة للمواد الغذائية تنص المادة 20 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378¹ على ما يلي:

"يعبر عن بيان الكمية الصافية للمواد الغذائية حسب النظام الدولي المتري بما يأتي:

1- قياسات الحجم بالنسبة للمواد الغذائية السائلة،

2- قياسات الوزن بالنسبة للمواد الغذائية الصلبة،

3- الوزن أو الحجم بالنسبة للمواد الغذائية العجينية أو اللزجة.

4- عدد الوحدات بالنسبة للمواد الغذائية التي تباع بالقطعة...."

يعبر السعر من جهة أخرى، عن ثمن الوحدات التي اشتراها الزبون، فإذا كانت التعريف في محل للأنترنات محددة بثمان ما فوحدة قياس هي الساعة، فيكون السعر هو ما يشتريه الزبون من وحدات (ساعات) من هذا المحل.

يعرف الإيجاب أنه تعبير بات عن الإرادة موجه إلى شخص أو أشخاص آخرين يعرض عليهم الدخول في رابطة عقدية وفقا للشروط التي يحددها هذا الإيجاب.

يعرف الأستاذ السنهوري الإيجاب أيضا ب: "الإيجاب هو العرض الذي يعبر به الشخص على وجه جازم عن إرادته في إبرام عقد معين بحيث إذا ما اقترن به قبول مطابق له انعقد...."²

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013..

² - د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د ت ن، ص 183.

تحدد المواد 4، 5، 6، 7 من قانون رقم 04-02 الأساس القانوني للإعلام بالأسعار والتعريفات، ومن خلال استقراء أحكامها يتبين لنا أن الطبيعة القانونية للإعلام بالأسعار والتعريفات هو التزام، ومصدره القانون وهو أيضا إيجاب، حيث فرض المشرع على البائع التزاما بإعلام الزبائن بالأسعار والتعريفات، أي البقاء في حالة إيجاب غير محدد الأجل لأسباب، فإذا اقترن به قبول، انعقد العقد.

تطرقنا من خلال هذا المبحث إلى الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون مستهلك (المطلب الأول) أو عون اقتصادي (المطلب الثاني)، كما يترتب على عدم الالتزام به جزاءات (المطلب الثالث).

المطلب الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات لزبون بصفته مستهلك

تنص المادة الخامسة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على "أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة.

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

يعتبر إعلام المستهلك بسعر السلعة أو الخدمة في هذه الحالة وجوبي حتى في حالة عدم طلبه، حيث يسمح له هذا بالمفاضلة بين المنتجات والخدمات التي تستجيب لحاجته ورغبته، والاطلاع على الخصائص الأساسية للمنتجات، والأسعار، وشروط البيع، وبفضل

إعلام البائع للمستهلك، يتخذ هذا الأخير قراراته عن علم ودراية ويرشد استهلاكه، مما يعود بالمنفعة عليه، وعلى السوق، وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة¹.

تبين التعرّيفة القانونية في هذا الصدد، بصفة مرئية ومقروءة، وذلك حتى يتسنى للمستهلك معرفة القيمة الإجمالية للعملية التي قام بها والحصيلة النهائية الناتجة عن الحصول على السلعة أو الخدمة².

يمكننا أن نستنتج من هنا، أن حق الإعلام حق جوهرى لزبون المستهلك قبل التعاقد (الفرع الأول) و موافقة الأسعار و التعريفات المعلنة للمبلغ المدفوع مقابل السلعة او الخدمة (الفرع الثاني) كما أن الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك يحتاج إلى وسائل لتنفيذه (الفرع الثالث).

الفرع الأول : حق الإعلام حق جوهرى لزبون المستهلك قبل التعاقد

أوجد المشرع عدة حقوق للمستهلك في مختلف القوانين والتنظيمات، حيث اعتبر أن الإعلام المسبق بالأسعار والتعريفات من الحقوق الجوهرية للزبون المستهلك .

يعتبر إعلام المستهلك المسبق بالأسعار والتعريفات من العناصر الأساسية التي يجب إدراجها في العقود والمرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك، حيث تنص المادة الثامنة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المعدل والمتمم على: "تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك، العناصر المرتبطة بالحقوق

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

² - 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، تاريخ المناقشة: 14 أبريل 2011، ص 58.

الجوهريّة للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية وأمن ومطابقة السلع و/أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع."

تنص المادة الثالثة من نفس المرسوم التنفيذي على: "تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 2 أعلاه، أساساً بما يأتي: - خصوصية السلع و/أو الخدمات وطبيعتها، - الأسعار والتعريفات"

يجب أيضاً أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري، وفق الفقرة الأخيرة من المادة 5 من قانون رقم 04-02.

الفرع الثاني: موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع مقابل السلعة أو الخدمة

نصت المادة 06 من القانون رقم 04-02 على أنه: « يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة» .

فقد يتفاجأ المستهلك بمطالبته بمبالغ إضافية على السعر المعلن للسلع أو الخدمات أو يفاجأ بمبالغ إضافية على نظير بعض الملحقات أو مقابل أشياء أو أدوات ترتبط بتسليم السلعة أو تنفيذ العقد مما يوقع المستهلك في إحراج، مثال ذلك حساب قيمة الأكياس أو الأغلفة التي يوضع فيها المبيع، أو أن يطلب الجراح قيمة الأدوية المستعملة في العملية الجراحية فوق الثمن المعلن لتأدية هذه العملية، ففي هذه الأمثلة يجد المستهلك نفسه في إحراج حيث يصعب عليه التراجع عن العقد إما لاعتبارات أدبية أو واقعية .

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

عنها، فضلا عن مونه أسلوبا للتحايل على أحكام التسعير، حيث يظهر السعر المعلن للجمهور وهيئات الرقابة موافقا لما يحدده السعر المعلن عنه¹

وتفاديا لذلك أوجب المشرع من خلال المادة 06 أعلاه، أن تكون الأسعار والتعريفات المعلن عنها تشمل قيمة كل ما يتطلبه اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة من طرف الزبون، أي أن السعر المعلن عنه أو التعريفات تشمل قيمة السلعة وملحقاتها وما يلزم لاقتنائها وكذلك قيمة الخدمة وما يرتبط بها، وما يتطلبه أداؤها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها.

وبالرجوع إلى القواعد العامة في القانون فإن إعلان العون الاقتصادي بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة هو بمثابة إيجاب و متي صادفه قبول من طرف المستهلك انعقد العقد، وحينئذ يجب على العون الاقتصادي طبقا للمادة 107 من التقنين المدني تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن النية وهذا هو جوهر الحماية التي تضمنتها المادة 06 من القانون 02-04 والتي وفرتها للمستهلك وطبقا للمادتين 364 و 367 من ق.م.ج، فإن العون الاقتصادي باعتباره بائعا ملزم بتسليم السلعة للمستهلك بأن يضعها تحت تصرفه على نحو يمكنه من حيازتها والانتفاع بها دون عائق، والتسليم يشمل أصل المبيع وملحقاته هذه الخيرة تشمل كل ما يعتبر من المستلزمات الضرورية لاستعمال الشيء المبيع بحيث لا يكتمل انتفاع المشتري بالمبيع من دونها .

الفرع الثالث: وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك

تختلف وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك باختلاف قطاعات النشاط والسلع والخدمات المقمتان من الزبون، لذلك سنقسم دراستنا لهذا الفرع إلى جزأين كما يلي:

¹ - عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، ص61.

أولاً : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في قطاعات النشاط والسلع والخدمات

العادية

يتبين لنا من خلال نص الفقرة الأولى من المادة الخامسة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، أن إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات يكون أساساً بواسطة وضع علامات (أ) أو وسم (ب) أو معلقات (ت)¹:

أ- العلامات يخص وضع العلامات، للسلع المعروضة على نظر الجمهور في البضائع الغير مغلفة الجاهزة للتعبئة والتي تباع بالوحدة أو الوزن أو الكيل، ويكون إعلام المستهلك بأسعارها عن طريق وضع لوح صغير، أو لافتة، يكتب عليها السعر على جميع المنتجات والسلع الموجهة للبيع بالتفصيل، ويخص السلع المعروضة لنظر الجمهور مهما كان مكان وجودها، في واجهة المحل أو منضدة البضائع أو داخل المؤسسة، ويجب وضع العلامة الحاملة للسعر، على السلعة نفسها أو بالقرب منها. كما يجب أن تكون سهلة القراءة، باللغة والعملية الوطنية.

ب - الوسم :

يخص السلع غير المعروضة على نظر الجمهور، والموجودة في داخل المحل، أو في الأماكن التابعة له، والموجهة لبيعها بالتفصيل، وإعلام المستهلك بسعرها يجب أن يكون بواسطة الوسم (Etiquetage)، حيث يكتب الوسم بصفة واضحة، يتضمن جميع البيانات الضرورية ويجب تعليق الوسم إما على السلعة نفسها، أو على العلبة المحتوية لها، حيث يكون الوسم عادة على البضائع المغلفة، ويذكر سعر بيع السلعة، الوحدة، والمرجع، والوزن والبيانات، حيث يزال كل لبس أو غموض عن السلعة، وهذا ما جاءت به الفقرة الأخيرة من المادة الخامسة من قانون رقم 04-02: «...وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب

¹ - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 81، 82. هذه الوسائل هي نفسها التي استعملها المشرع في نص المادة 4 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.“

ت - المعلقات (Affichage des prix)

تعتبر من طرق إعلام المستهلك بأسعار الخدمات المختلفة، ويكون هذا الإعلام عن طريق وضع وثيقة وحيدة مكتوبة بخط واضح، تحتوي على قائمة الخدمات المقدمة والأسعار المقابلة لها. ويجب أن توضع المعلقة في الأماكن التي تقدم فيها تلك الخدمات، بحيث يسهل الاطلاع عليها من طرف الجمهور.

نضيف أيضا، واستنادا للفقرة الأولى من المادة الخامسة من قانون رقم 04-02، أنه ليس لتنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون مستهلك وسيلة خاصة يتم بها حيث أن هذه الوسائل جاءت على سبيل المثال وليس الحصر، وأن هذا الإعلام بالأسعار والتعريفات يمكن أن يكون بأي وسيلة أخرى مناسبة كما جاء في نص المادة 5 من قانون رقم 04-02 سالف الذكر، وذلك حسب طبيعة النشاط أو السلعة أو الخدمة، نورد بعضها في ما يلي:

ثانيا : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة

نلاحظ أيضا من تحليلنا للفقرة الأولى من المادة الخامسة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، صدور مرسوم تنفيذي تطبقا لمحتواها، و هو مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، حيث أن هذا المرسوم التنفيذي ينص على الإشهار المتعلق بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة، لاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال، وكذلك قطاعات النشاط

والسلع والخدمات التي تتطلب أسعارها وتعريفاتها كصفات خاصة بالإعلام، وذلك حسب نص المادة الأولى والثانية منه.

يختلف إشهار الأسعار والتعريفات في هذه الحالة عن الطرق التقليدية، فلا يمكن تصور إمكانية إصاق التعريفات المنتج يسوق عبر الإنترنت. ومن أهم ما جاء في هذا المرسوم التنفيذي، وجوب تسليم كشف للمستهلك (المادة 6)، تحرير المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات باللغة العربية، ويمكن استعمال لغة أجنبية على سبيل الإضافة (المادة 7).

نضيف إلى ذلك، أنه تحدد فئات النشاطات والسلع والخدمات المعينة الخاضعة لهذا المرسوم، وكذا كصفات الإعلام والإشهار عن الأسعار والتعريفات وعناصرها المفصلة، بموجب قرار من الوزير المكلف بالتجارة و / أو الوزراء المعنيين (المادة 4)، لإشارة لا قرار صدر تطبيقاً لهذا لحد الآن.

المطلب الثاني : الإعلام بالأسعار والتعريفات للزبون بصفته بعون اقتصادي

تنص المادة السابعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها. ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة"

نلاحظ من خلال هذه المادة بروز عنصرين هما: مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات وتوقف الإعلام بهذه الأسعار والتعريفات على إرادة الزبون (الفرع الأول)، ووسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون عون اقتصادي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات و أثر إرادة الزبون على ذلك

يلزم البائع بالإعلام بالأسعار والتعريفات عند التعامل مع المستهلك، وكذلك يكون بين الأعوان الاقتصاديين تحت شرط طلبها من الزبون¹.

يثير هذا الأمر عدة تساؤلات تتمثل في هل يلزم القانون العون الاقتصادي بإعداد الأسعار والتعريفات وتحضير دعائها مسبقا لتقديمها إلى الزبون العون الاقتصادي بمعنى مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات (أولا)، وبعبارة أخرى، هل الإعلام بالأسعار والتعريفات لا يكون التزاما إلا على الأعوان الاقتصاديين الذين أعدوها مسبقا؟

أولا : مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات

تنص المادة الرابعة من قانون رقم 04-02 على وجوب إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات، لكن لم تنص صراحة على إعداد دعامات للأسعار والتعريفات، لذا فهي تلزم البائع أو مقدم الخدمة بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بها، دون ضرورة إعدادها مسبقا، ويمكننا القياس على الفقه الفرنسي الذي اختلف بخصوص هذه المسألة².

فهناك من يرى أن الإعلام بالأسعار والتعريفات الذي هو التزام ناتج عن نص جزائي، يجب أن لا يتوسع في تفسيره، بمعنى أن الالتزام لا يمكن أن يفرض إلا بالنسبة للعون الاقتصادي الذي أعد هذه الدعامات لهذه الأسعار والتعريفات.

يرد على هذا الرأي، أنه إذا كان الإعلام بالأسعار والتعريفات لا يكون التزاما إلا بالنسبة للعون الاقتصادي الذي أعد دعامات له مسبقا، فإن النص يفرغ من محتواه ولا يبقى له أي معنى. وفي الواقع أنه إذا طلب عون اقتصادي إعلامه بالأسعار والتعريفات، فإن البائع لا

¹ - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 59.

² - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 83.

يمكنه القول بعدم امتلاكه للوثيقة أو الدعامة التي تتضمنها أو عدم إعدادها وتحضيره لها. لهذا فإن الأسعار والتعريفات يجب أن تحضر وبمجرد طلبها تقدم إلى العون الاقتصادي.

ثانيا : توقف الإعلام بالأسعار والتعريفات على إرادة الزبون

يلاحظ أن المشرع ربط تنفيذ هذا الالتزام بطلب المشتري لهذه الأسعار والتعريفات، خلافا للالتزام بالإعلام بشروط البيع كما سنرى لاحقا، حيث يلزم البائع بإعلام الزبون المهني بهذه الأسعار والتعريفات عند طلبها، وفق ما جاء في نص الفقرة الأولى من المادة السابعة من قانون رقم 02-04 سألقة الذكر.

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون عون اقتصادي

تنص المادة 7 فقرة 2 من قانون 02-04 على وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون عون اقتصادي، وينفذ هذا الالتزام بواسطة ثلاثة عناصر هي: جداول الأسعار (تعلق في المحلات التجارية)، النشرات البيانية، دليل الأسعار (يوضع تحت تصرف المشتري)

أولا : جداول الأسعار

تعرف جداول الأسعار أنها عبارة عن قوائم تحتوي مجموعة من السلع مرفقة بأسعارها، تعلق في المحلات التجارية في أماكن حيث يمكن رؤيتها وقراءتها بسهولة من طرف الزبون.

ثانيا : النشرات البيانية

تعرف أنها مطبوعات إخبارية، تعطينا معلومات وافية عن كل سلعة والسعر المقابل لها.

ثالثا : دليل الأسعار

يعرف أنه كتيب إشهاري يقترحه عون اقتصادي أو متجر كبير لزبائنه، والذي يضم قائمة من السلع مرفقة بأسعارها.

نضيف أيضا، واستنادا للفقرة الأخيرة من نفس المادة، أنه ليس لتنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وسيلة خاصة يتم بها، حيث أن هذه الوسائل جاءت على سبيل المثال وليس الحصر¹، وأن هذا الإعلام بالأسعار والتعريفات، يمكن أن يكون بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة، أي وفق الأعراف التجارية.

المطلب الثالث: الجزاءات المقررة في حال إخلال بعدم الإعلام بالأسعار و التعريفات

يترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات عقوبات أصلية (الفرع الأول)، و عقوبات تكميلية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: العقوبات الأصلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات

أوردها المشرع في نص المادة 31 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث تنص على: "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)".

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات

أورد المشرع بالإضافة إلى العقوبات الأصلية، عقوبات تكميلية تتمثل في الحجز، المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية و المنصوص عليها في المواد 39

¹ - د.محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 80.

وما بعدها من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، ونشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون.

تكيف هذه الجرائم جنح، تشدد العقوبة من طرف القاضي إلى ضعف الحد الأقصى لها في حال العود -وفق نص المادة 47 من نفس القانون في حال قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

فإذا تعددت الجرائم المتعلقة بالممارسات التجارية، يعاقب مرتكبها بجمع غراماتها وفق نص المادة 64 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، كل هذا بالإضافة للتعويضات المدنية في حال وقوع ضرر لطرف آخر.

نستنتج في ختام هذا المبحث، أن السبب الذي جعل المشرع يفرض الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات بالنسبة لكل متدخل، هو حماية الزبون بصفة عامة من التلاعبات المحتملة للبائع في التسعيرة من زبون لآخر، حيث يندرج هذا في إطار حماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك الذي جاءت به المادة 19 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي تنص على: «يجب أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا تسبب له ضررا معنويا، كما أنه أيضا وسيلة لتحقيق الرقابة الإدارية على الأسعار¹.

نشير في نفس السياق، إلى أن الإعلام بالأسعار والتعريفات يشمل كل أنواع السلع، الخاضعة لنظام حرية الأسعار أو النظام التسعير الجبري أي المقننة (المحدد سعر بيعها

¹ - Muriel Fabre (MAGNAN), De l'obligation d'information dans les contrats, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1992, p 107.

للاستهلاك مسبقاً)، حيث تنص المادة العاشرة من مرسوم تنفيذي رقم 11-108¹ المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض: "يجب أن تعلن وتشهر أسعار البيع عند الخروج من المصنع، عند الاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، مهما كانت طريقة العرض التجاري، وفق التشريع والتنظيم المعمول بهما".

تنص المادة الحادية عشر من نفس المرسوم التنفيذي أيضاً أنه: "تعاين المخالفات الأحكام هذا المرسوم ويعاقب عليها طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، لا سيما أحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، المعدل والمتمم والمذكور أعلاه.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، جريدة رسمية عدد 15، الصادر في 9 مارس 2011.

المبحث الثاني : الإعلام بشروط البيع وجزاء عدم الالتزام به

نظرا للتطور الصناعي والتقني وبروز تقنيات متعددة المظاهر وغير يسيرة الفهم لدى عامة الناس، نشأ التزام يقع على العون الاقتصادي لصالح الزبون بإخباره عن دقائق السلعة أو الخدمة المقدمة مما يسمح له باتخاذ قراره في اقتناء السلع أو الإقبال على الخدمات المقدمة بكل حرية وثقة، لم تعرف التشريعات الحديثة هذا الالتزام بل أشارت فقط إلى وجود التزام ملقى على عاتق البائع هو إعلام المستهلك، لكن هناك من الفقهاء من وضع تعريف لهذا الالتزام فقد عرفه البعض بأنه التزام يفرض على المهني الإدلاء بالبيانات الجوهرية عبر تزويد المستهلك بمعلومات صحيحة وواضحة وكاملة تتناول المعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة وطرق استخدامها وكل معلومة أو بيان يجهله هذا المستهلك وذلك في الوقت المناسب.

تعرضت معظم التشريعات لهذا الالتزام منها المشرع الجزائري من خلال القانون 02/04 حيث تطرق إلى الالتزام بالإخبار في مواجهة المستهلكين بالإضافة إلى الالتزام بالإخبار في مواجهة الأعوان الاقتصاديين، رغم أن البعض يرى بأن هذا الالتزام مقصور فقط على المستهلك إلى أننا نوافق الرأي الذي يرى بأن هذا الالتزام لا يقتصر على المستهلك وإنما يمتد لغيره من الزبائن، كل ما في الأمر أن نطاق هذا الالتزام يتسع ويضيق بحسب صفة الزبون، فيتسع لأقصى حد ممكن إذا تعلق الأمر بالمستهلك ويضيق إذا تعلق الأمر بالمستهلك المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه أما إذا كان الزبون محترف. يتعاقد في مجال تخصصه فإن هذا الالتزام يزول باعتبار علم هذا الأخير بمختلف جوانب العقد الذي يقدم على إبرامه. كما أن التخصص يجب أن يثير لديه حب الاستطلاع بحيث يدفعه إلى الاستفسار عن ما يجهله من بيانات¹.

¹ - د. عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة مقارنة في القانون المدني)، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، د س ن، ص 121.

سوف نتطرق في هذا المبحث إلي الإعلام شروط البيع لصالح كل من المستهلك وعون الاقتصادي بصفته زبون و إلى الجزاء مقرر في حال مخالفة هذا الالتزام .

المطلب الأول : الإعلام بشروط البيع وأداء الخدمة وحدود متوقعة لمسؤولية التعاقدية

سوف نتعرض في هذا المطلب إلى الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة المستهلكين وكذا في مواجهة العون الاقتصادي بصفته زبونا و إلى إعلام المستهلك في حدود متوقعة للمسؤولية التعاقدية.

الفرع الأول : إعلام بشروط البيع في مواجهة مستهلك و العون الاقتصادي

أولا الالتزام بالإخبار في مواجهة المستهلكين

تجسد هذا الالتزام بموجب نص المادة 08 من القانون 02/04 وجاءت كما يلي " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"

من خلال هذه المادة يتضح بأن تنفيذ الالتزام بالإخبار يتجسد في الإخبار بميزات المنتج أو الخدمة، إضافة إلى شروط البيع الممارس والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، وقد كرس قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إخبار المستهلك وهذا من خلال نص المادة 17 التي تنص على ما يلي: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

1 - الإخبار بميزات المنتج أو الخدمة : أوجب المشرع على العون الاقتصادي إخبار المستهلك وذلك قبل اختتام عملية البيع بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات المنتج أو الخدمة ، وتكون هذه المعلومات بحسب طبيعة المنتج وبأية وسيلة كانت.

يعد الوسم الوسيلة المناسبة للإعلام المستهلك حيث عرف في المادة 3 بند 4 من القانون 03/09 الوسم بما يلي: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة ملصقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طبيعة وضعها".

إن الوسم من شأنه اطلاع المستهلك على طبيعة المادة الغذائية ونوعها ومكوناتها والشروط الأخرى المرتبطة بها كصلاحيتها وشروط الحفظ الخاصة وطريقة الاستعمال أو التداول وخلافه مما يمكن المستهلك من تجنب المخاطر التي تضر بصحته¹.

لم يذكر في المادة 8 من القانون 02/04 معلومات محددة بخصوص هذا الالتزام لكن بالرجوع إلى نصوص القوانين المتعلقة بحماية المستهلك فإن المعلومات الخاصة بتنفيذ هذا الالتزام تتمثل فيما يلي:

أ- **مصدر المنتج:** يلزم العون الاقتصادي بإخبار المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة عن مصدر المنتج، فيذكر هل هو من مصدر طبيعي أو اصطناعي أي المادة التي استخرج منها هذا المنتج مثلاً، عصير البرتقال فعلى العون أن يزود المستهلك هل هو عصير طبيعي أم أنه أضيفت له مواد كيميائية أخرى، ويجب أن تحدد المواد المضافة للمنتج بدقة، كما يجب على البائع أن يحدد العناصر المكونة للمنتج ونسبها سواء كانت طبيعية أو كيميائية.

ب - **تاريخ الصنع:** تاريخ الإنتاج هو التاريخ الذي تصبح فيه المادة الغذائية مطابقة للمواصفات التي تخصه ، فعلى العون الاقتصادي إخبار المستهلك بتاريخ صنع المنتج فهذا التاريخ يوضح قيمة المنتج وفاعليته وتطوره.

¹ - على فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،

ج - التاريخ الأقصى الاستهلاك: التاريخ الذي يحدد مدة صلاحية المنتج المحفوظ في ظروف التخزين الخاصة به يصبح المنتج بعد هذا التاريخ غير قابل للاستهلاك وبالتالي عدم قابليته للبيع، يجب أن يحدد هذا التاريخ بدقة باليوم والشهر والسنة.

د- تاريخ الصلاحية الدنيا أو من المستحسن استهلاكه قبل: تاريخ نهاية الأجل حسب شروط التخزين المبينة (إن وجدت) حيث تبقى المادة الغذائية أثناءها صالحة كليا للبيع ومحافظة على كل المميزات الخاصة المسندة لها صراحة أو ضمنا ويمكن أن تبقى المادة صالحة كليا بعد هذا التاريخ.

هـ - كيفية استعمال المنتج : تمثل طريقة الاستعمال و الحد الأدنى من المعلومات التي يتعين على العون الاقتصادي أن يرفقها بالسلعة وعلى البائع أن يخبر بها الزبون وبدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، كما يمكن أن يتعرض لمخاطر عدة من جراء الاستعمال الخاطئ لها، إن تقصير العون الاقتصادي في التزامه بالتصريح عن كيفية استعمال الشيء المبيع يقيم مسؤوليته عما يصيب المستهلك من أضرار، وهو ما استقر عليه الفقه وأكده القضاء من خلال أحكامه .

لقد كرس المشرع الجزائري هذا الالتزام من خلال فرضه تقديم "دليل الاستعمال" للمنتجات الخاضعة لإجبارية تسليم شهادة الضمان واشترط أن يحرر هذا الدليل بلغة العربية وعند الاقتضاء بلغة أخرى، وهو ما يكرس فاعلية الإخبار.

و - الاحتياطات الواجب اتخاذها: من صور الالتزام بالإخبار التي تقع على العون الاقتصادي هو إعلام المستهلك بالمخاطر التي تنتج عن استعمال السلع والخدمات وكذا بالاحتياطات الواجب عليه اتخاذها عند استخدامه لهذه المنتجات أو الخدمات وكذا توضيح عواقب إهمال هذه الاحتياطات، حتى يكون العون الاقتصادي قد أدى التزام فيما يخص أخذ الاحتياطات و التحذير كاملا و واضحا وظاهرا ولصيقا بالمنتجات.

- **التحذير الكامل:** هو أن يكون التحذير ملم بكل جوانب الخطر المحتمل وقوعه، فالإفشاء ببعض المخاطر وتجنب ذكر مخاطر أخرى لا يعفي العون الاقتصادي من المسؤولية التي تقع عليه ، فيجب أن يحرص على أن يكون التحذير كاملا خصوصا بالنسبة للمنتجات العالية الخطورة كالمنتجات السامة والقابلة للاشتعال والمنتجات الدوائية والمواد الغذائية المحفوظة أو المعبأة في عبوات مغلقة.

- **التحذير مفهوما:** بحيث تكون عبارته واضحة لا غموض فيها يفهمها المستهلك البسيط و لا تحتتمل التأويلات لأكثر من معنى، وحتى يكون التحذير واضحا يجب أن يصاغ بعبارات تستجمع صفات معينة، فمن جهة يجب أن تحدد المخاطر ووسائل الوقاية منها بعبارات بسيطة خالية من المصطلحات الفنية والمعقدة، ومن الأحسن أن يرفق برسم مبسط يرمز للخطر الذي يمكن حدوثه حتى يمكن إعلامه للمستخدمين الذين لا يعرفون القراءة، ومن جهة ثانية إذا كان المنتج معد للتصدير إلى دولة أجنبية فيجب أن تكتب عبارات التحذير بعدة لغات أساسية إلى جانب لغة البلد المنتج ولغة البلد الذي ستصدر إليه المنتجات، وتبدو أهمية وضوح الصيغة بالنسبة للعقود المبرمة عن بعد وتلك المعدة في صورة نماذج مطبوعة وليس للعميل هامش لمناقشتها¹

- **التحذير ظاهرا:** يمكن رؤيته بكل وضوح وسهولة من خلال الألوان المستخدمة وكذا العبارات الدقيقة، حيث تكتب بيانات التحذير بشكل مختلف أو بحجم أكبر أو أية طريقة يراها البائع مناسبة لظهور التحذير وتميزه عن غيره من البيانات .

أما فيما يخص الخدمات فعلى العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالخطورة التي تنتج عن عدم التزامه بالتوجيهات التي قدمها له، فمثلا عند استخدام المستهلك لشبكة الانترنت يقع على العون الاقتصادي إعلام المستهلك لخطورة تعرضه لهجوم إلكتروني على بريده الإلكتروني

¹ -د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،

الخاص أو لعمليات احتيال تقنية على أرصده البنكية في حالة إخلاله بالتوجيهات المقدمة له في هذا الشأن كأن يدخل مواقع إلكترونية مشبوهة أو لا يتخذ الاحتياطات اللازمة تقنيا كبرامج مكافحة الفيروسات.

و - عمليات الرقابة التي أجريت على المنتج: من واجب العون الاقتصادي إعلام المستهلك عن عمليات الرقابة التي خضع لها المنتج لما لهذا الالتزام من قيمة في منح المستهلك ثقة و الاطمئنان، والرقابة نوعان إما أن تكون رقابة إجبارية وهي تفرض على العون الاقتصادي إخضاع المنتج المراقبة قبل عرضه للبيع وهذا من أجل التأكد من مدى مطابقته للمواصفات المحددة قانوناً¹ ، ومن المنتجات التي فرض لها المشرع رقابة إجبارية اللحوم ومشتقاتها كذلك الحليب ومشتقاته، مواد التجميل... إلخ، أما الرقابة الاختيارية فهي الرقابة التي تتم بطلب من العون الاقتصادي إذ يترتب عليها وضع علامة أو ختم أو رمز تشهد بمقتضاه جهة الرقابة بجودة الإنتاج وذلك حتى يضمن ثقة إضافية لمنتجاته كأن يعرض المنتج لرقابة مخبر شهير أو هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة متميزة بالجودة²، وقد أنشأ المشرع الجزائري أجهزة مختلفة مهمتها عملية الرقابة منها مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش.

2- إخبار المستهلك بشروط البيع الممارس : قد يبرم المستهلك عقوداً مع العون الاقتصادي دون أن يطلع على بنود العقد أو قد يطلع على هذه البنود لكن بشكل سطحي، وقد ترد بنود العقد غير واضحة أو أن بنود مهمة فيها تدرج في أماكن هامشية من وثيقة العقد، مما دفع المشرع أن يفرض على العون الاقتصادي إخبار المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة وبشروط البيع الممارس، حيث يخبره بالشروط الواردة في العقد وآثارها والمخاطر المحتملة من مخالفته وهذا من أجل حماية رضى المستهلك وضمان الشفافية في مثل هذه الممارسات.

¹ - د. علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري دار الهدى الجزائر ص 68.

² - د. علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ، ص 69.

لقد نصت المادة 30 من القانون 02/04 على أن تحديد العناصر الأساسية للعقود في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التعسفية يتم عن طريق التنظيم، وتطبيق لهذه المادة صدر المرسوم التنفيذي رقم 306/06¹ الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، من خلال نص المادة 2 من هذا المرسوم يتضح بأن المشرع قد فرض على المتعاقدين في عقد الاستهلاك إدراج عناصر أساسية مرتبطة بحقوق المستهلك في العقد المبرم بينهما وتتعلق هذه الحقوق بالإعلام المسبق للمستهلك، أي إعلام المستهلك بالمعلومات النزاهة والصادق عن مميزات المنتج أو الخدمة المقدمة وهذا من أجل ضمان شفافية ونزاهة المعاملات التجارية ومطابقة السلع والخدمات لما هو محدد قانونا إضافة إلى ضمان خدمة ما بعد البيع.

كما حددت المادة 3 المرسوم التنفيذي 306/06 العناصر التي اعتبرها المشرع أساسية المذكورة في المادة 2 من ذات المرسوم وتتمثل فيما يلي: خصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها، الأسعار و/أو الخدمات شروط تعديل البنود التعاقدية، شروط تسوية النزاعات، إجراءات فسخ العقد.

وقد نصت المادة 4 من هذا المرسوم على أنه يقع على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل المناسب بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو أداء الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرام، وحددت المادة 5 من ذات المرسوم البنود التي تعتبر تعسفية.

ثانيا - الالتزام بالأخبار في مواجهة العون الاقتصادي نصت المادة 9 من القانون رقم 02/04 على ما يلي "يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين و كفاءات الدفع، وعند الاقتضاء الحسوم والتخفيضات والمسترجعات".

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 306/06 مؤرخ في 10 سبتمبر يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، (الجريدة الرسمية عدد 2006/56).

من خلال هذا النص يتضح بأنه على العون الاقتصادي البائع أن يعلم العون الاقتصادي الزبون بشروط البيع والتي يجب أن تتضمن كفاءات الدفع وعند الاقتضاء الحسوم والمسترجعات.

1- إعداد وثيقة شروط البيع:

نص المشرع الجزائري بموجب المادة 9 من القانون 02/04 على أن تتضمن وثيقة شروط البيع كفاءات الدفع، وعند الاقتضاء الحسوم والتخفيضات والمسترجعات ولم يشر إلى تنفيذ هذا الالتزام هل هو متوقف على طلب المشتري أم على البائع إعلام الزبون بشروط البيع حتى دون طلبها.

2- مضمون شروط البيع: يقع على عاتق العون الاقتصادي البائع إعلام الزبون بشروط البيع حيث تتضمن هذه الشروط ما يلي:

أ- كفاءات الدفع : يجب على العون الاقتصادي البائع أن يبين مدة الدفع إذا اتفق مع المشتري على منحه مهلة لذلك إضافة إلى توضيح القيمة الواجب دفعها في كل مهلة.

ب - شروط البيع العامة المميزة: يمكن للمورد وضع عدد من نماذج من وثائق شروط البيع العامة في حالة ما إذا كانت معدة لفئات مختلفة من الزبائن المحتملين، فمثلا وثائق معدة إلى البائعين بالجملة وأخرى لموزعين صغار.

ج - الحسوم والتخفيضات والمسترجعات: التي يكون المنتج مستعدا للموافقة عليها للزبائن كمدخلات اقتصادية يحققها كالتخفيضات التدريجية لرقم المبيعات.

3- شروط الشراء العامة: لم يتطرق إليها المشرع الجزائري لكن هناك بعض الدول تعمل بها مثل فرنسا، حيث تطور التوزيع وأصبح بإمكان المشتري أن يضع شروطه العامة مثل البائع

ومن الشروط العامة التي يضعها المشتري نذكر كصفات التسليم استبعاد بند الاحتفاظ بالملكية الوارد في الشروط العامة للبائع... إلخ.

مع الإشارة إلى أن هذه الشروط يمكن أن لا تتوافق مع الشروط العامة التي يضعها البائع و بالتالي يحل هذا الخلاف عن طريق قانون العقود

الفرع الثاني : إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة

فرض المشرع على العون الاقتصادي إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة إن الهدف من هذا الالتزام هو تحديد نطاق التعويض في المسؤولية العقدية الذي يقتصر على الضرر المتوقع فقط.

تجدد الإشارة إلى أن الغالب في هذا الالتزام أنه واجب على المهني اتجاه المستهلك إلا أن هذا لا يمنع من فرض التزام الإعلام في حالات معينة من المستهلك ذاته، وهذا في حالة امتلاك المستهلك معلومات وبيانات يجعلها العون الاقتصادي ولها تأثير في قرار هذا الأخير فعلى المستهلك أن يعلم العون الاقتصادي عن المواصفات التي يتطلبها في السلعة أو الخدمة محل العقد، كما يترتب على المهني الاستعلام من المستهلك عن غاياته من استخدام السلعة أو الخدمة .

المطلب الثاني: جزاء عدم الالتزام ل بالإعلام بشروط البيع

يترتب عن إخلال العون الاقتصادي بالتزامه جزاءات جنائية ، كما يمكن للطرف المتضرر رفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه. وتتمثل هذه جزاءات في عقوبات الأصلية ، إضافة إلى عقوبات تكميلية.

الفرع الأول : عقوبات أصلية

أشارت المادة 32 من القانون 02/04 إلى جزاء الإخلال بالالتزام بشروط البيع فنصت على ما يلي: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادة 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000 د ج) إلى مائة ألف دينار (100000 د ج)".

فمن خلال هذه المادة يتضح بأن المشرع قرر لمخالفة الالتزام بالإعلام بشروط البيع عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح ما بين عشرة آلاف دينار إلى مائة ألف دينار ، رغم أن المادة 8 لم تنص على الالتزام بالإعلام بشروط البيع فقط كما هو وارد في المادة 9 بل أضافت إلى ذلك الالتزام بالإخبار بميزات المنتج أو الخدمة إضافة إلى الحدود المتوقعة للمسؤولية العقدية لعملية البيع أو الخدمة وهذا بكل صدق ونزاهة، لأن المادة 8 تتعلق بالالتزام بالإخبار في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك فهي أوسع نطاقاً منها في علاقة الأعوان فيما بينهم على نحو ما سبق بيانه.

وعليه فإن عدم الإخبار عن هذه العناصر (مميزات المنتج أو الخدمة، الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية) من شأنه أن يوقع العقوبة المقررة للمدين بهذا الالتزام.

الفرع الثاني: عقوبات تكميلية

إضافة إلى العقوبة الجنائية يمكن توقيع عقوبات أخرى اختيارية لمخالف الالتزام بالإخبار هي حجز البضائع، مصادرة السلع المحجوزة، غلق المحلات، المنع المؤقت من ممارسة النشاط، الحبس في حالة العود، نشر قرار الإدانة.

المبحث الثالث: الالتزام بتحرير الفاتورة

تبنى المشرع عدة قوانين واليات في سبيل توفير حماية فعالة للممارسات التجارية ومكافحة كل مخافة من شأنها الحيلولة دون الوقوف على قواعد متينة تجسد الشفافية بعد التعاقد في العلاقة القائمة بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين.

تتجسد هذه الشفافية من خلال الفاتورة التي بفضلها ساهمت و وضعت الممارسات التجارية تحت عنصر الوضوح، فهي تمكن المهني من معرفة مدى وقوعه ضحية المعاملات التمييزية التي قد يلجأ إليها مهني آخر، كما تفيد المستهلك في معرفة ما إذا تم التدليس به في هذه المعاملة.

الفاتورة وثيقة مهمة وفعالة لتكريس شفافية الممارسات التجارية، فهي تعتبر المرحلة التالية بعد تنفيذ الالتزام الذي يسبقها المتمثل في الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع الذي ينتج عنه تنفيذ التعاقد مما يتطلب إلزامية الفاتورة بعد التعاقد فما هو تعريف الالتزام بالفاتورة و هو ما سنتناوله في (مطلب الأول) تم سنتطرق إلى كيفية تنفيذ هذا الالتزام في (المطلب الثاني) و الجزء المترتب في حال المخالفة في المطلب الثالث .

المطلب الأول : تعريف الفاتورة وكيفيات و شروط تحريرها

تميزت الفاتورة بجعل الممارسات التجارية ذات كفاءة في الأداء وتحقيق فعالية في التعامل، فهي تبسط وتوضح العلاقة التجارية في وثيقة، وتستجيب كذلك للسرعة المطلوبة في السوق لذلك تطلب الأمر تبيان تعريفها و كيفيات تحريرها، تعتبر الفاتورة الأداة الرئيسية لشفافية الممارسات التجارية، فهي وثيقة نهائية تكون الشاهد على المعاملة التي قد تم إنشائها فيجب أن يكون كل بيع سلعة أو تأدية خدمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك مصحوبا بالفاتورة إذ يلتزم البائع بتسليمها و المشتري بطلبها منه، فيحدث تبادل للمعلومات وكذلك توثيق لها.

تتسم الفاتورة بمميزات بين الأطراف في مجالات التجارة وتسهل عملية إيصال مضمون المعاملة.

الفرع الأول: المقصود بالفاتورة وأهمتها

أولاً: المقصود بالفاتورة:

رغم أن موضوع الفاتورة تناوله كل من قانون الجمارك والقانون التجاري والتشريع الجبائي فضلا عن القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم والمرسوم التنفيذي رقم 05-468¹.

إلا أننا لم نجد أي تعريف قانوني خاص في حين أن الفقه الفرنسي عرفها بأنها: " وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة إبرام عملية أو خدمة، حيث تجسد هذه العملية التجارية، محددة الشروط الخاصة بها " فالفاتورة وثيقة تجارية تبرم بين الأعوان الاقتصاديين وبين المستهلك وتسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة كشرط إلزامي مفروض من طرف المشرع الجزائري².

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري استخدم في القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم مصطلحين هما: "الفوترة والفاتورة" واستخدم في القانون التجاري مصطلح "عقد تحويل الفاتورة" وبالتالي نوضح الفروق الجوهرية بينهم:

الفاتورة هي وثيقة تجارية سبق لنا وشرحناها تسلم بمجرد إبرام العقد أو تأدية الخدمة أما الفوترة فهي العملية التي تتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعملية البيع وتأدية الخدمات .

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل

التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفاءات ذلك ج ر 80 مؤرخة في 2005/12/11

²-والي نادية، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية، مداخلة في إطار يوم دراسي يوم 05 جوان 2016، غرفة التجارة و الصناعة ولاية البويرة، ص02.

حيث يلتزم البائع بتسليمها و المشتري بطلبها منه¹ كونها سهلة الأداء باعتبارها ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات تتمثل أساسا في سعر المنتج².

أما عقد تحويل الفوترة، فاستنادا للقانون التجاري الجزائري³ هو عقد ثلاثي الأطراف الشركة (الوسيط)، الزبون (المنتمى)، دائن الزبون المرتبط معه بعقد، يتم من خلال هذا العقد قيام الشركة بتسديد ديونها إلى دائنه بدلا عنه، بحيث تنتقل كل التبعات من الزبون إلى الشركة الوسيط فتتحمل هذه الأخيرة تبعة عدم التسديد مقابل أجر يتم الاتفاق عليه في العقد؛ لذلك فإن الفاتورة تحل محل الالتزام في عقد تحويل الفاتورة، ولا تعد في هذه الحالة ورقة تجارية، إنما هي جزء من عقد تحويل الفاتورة⁴.

ثانيا - أهمية الفاتورة

تعد الفاتورة وسيلة فعالة لشفافية الممارسات التجارية وذات حجة قانونية في الإثبات ووسيلة محاسبة وقرض وعنصر فعال للرقابة .

1- الفاتورة وسيلة لشفافية الممارسات التجارية:

تعد الفاتورة وسيلة لتكريس الشفافية كونها تعمل على حماية حقوق الأعوان الإقتصاديين وذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات وكذا الرسوم والمبالغ التي دفعها أو التي سيتم دفعها إذا كان البيع عن طريق قرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع مقسما أو مؤجلا أو مجزئا .

¹ - كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2011، ص50.

² - لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص172.

³ - الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن التقنين التجاري، ج.ر العدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

⁴ - لعور بدر، المرجع السابق، ص172.

2- الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية

بالرجوع لنص المادة 30 من التقنين التجاري الجزائري فإنها تقضي بأنه: « يثبت كل عقد تجاري بسندات رسمية سندات عرفية بفاتورة مقبولة بالرسائل بدفاتر الطرفين بالإثبات بالبينة أو بأي وسيلة أخرى إذا رأت المحكمة وجوب قبولها».

أما القانون رقم 04-02 نص في المادة 02/09 على أنه: « يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول ووصل التسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو مرجع المطابقة لشروط البيع المقررة سلف»

إذن نستنتج من نص المادة أنه يمكن إثبات العقد بالفاتورة، بحيث يقدمها مالكاها ويحتج بها في مواجهة أي شخص متى كان السبب في ذلك ما لم يطعن بالتزوير فتكون بمثابة دليل كامل ينشأ الحق ويحميه دون الحاجة للرجوع إلى طرق الإثبات الأخرى التي أقرها القانون¹.

كذلك بالرجوع إلى نص المادة 226 من قانون الجمارك²، فإنه يشترط تقديم فواتير الشراء أو السندات تسليم أو أية وثيقة أخرى لإثبات حيازة البضائع بصفة مشروعة، حيث يشترط قانون الجمارك تبريرا بمستندات عبر كامل الإقليم الجمركي، ونفس الموقف اتخذته المحكمة العليا في قرار عنها في سنة 2004، إذ تعتبر عدم الفوترة جريمة تندرج ضمن جرائم التهريب في حالة حيازة بضائع³.

¹ - خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق كلية الحقوق و علوم السياسية جامعة الحاد لخضر، باتنة، 2016 ص 63.

² - قانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 جويلية 1979 المعدل والمتمم بالقانون رقم 98-10، المؤرخ 22 جويلية 1998 والمتضمن قانون الجمارك، ج.ر العدد 61، الصادر في 1998.

³ - قرار رقم 287833 مؤرخ في 06 أبريل 2004، المجلة القضائية، العدد الثاني، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2006 ص 481.

3- الفاتورة وسيلة محاسبة:

فقد فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في الدفتر اليومي، وهو ما نصت عليه المادة 09 من التقنين التجاري¹ التي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي يمكن معها مراجعة العمليات اليومية، ومن بين هذه الوثائق الفاتورة، كما تفرض المادة 27 من القانون نفسه على التاجر أن يقيد رقم السجل التجاري، ومقر المحكمة التي سجل فيها كل الوثائق في عنوان فواتيره أو طلباته.

كما تساعد الفاتورة المستهلك على حساب المصاريف التي قدمها مقابل الحصول على السلع والخدمات وهكذا يكون على معرفة ودراية بالمصاريف التي صرفها أسبوعيا أو شهريا².

4- الفاتورة وسيلة قرض:

تستعمل الفاتورة من الناحية العملية كثيرا كورقة دين أو قرض فهي من بين التقنيات المستعملة للحصول على قرض من البنك عن طريق الفاتورة المسماة (facture proforma) وهي فاتورة يقتصر دورها على طلب الحصول على دين وليس لها أي قيمة قانونية، ويمكن كذلك إن يستخدمها المستفيد لاسترجاع قيمة الدين التي تتضمنها قبل حلول الأجل³.

¹ - التي تقضي بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك الدفاتر اليومية يقيد فيه يوما بيوم عمليات المقابلة أو أن يراجع على الأقل نتائج هذه العمليات شهريا بشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا».

² - والي نادية، المرجع السابق، ص 04.

³ - علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص 11.

5- الفاتورة وسيلة رقابية

تعتبر الفاتورة وسيلة لمحاربة المخالفات الجبائية، وخاصة بعد تقويم الرسم على القيمة المضافة وتمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من ضمان حق الخزينة من الضرائب المفروضة على الأعوان الاقتصاديين¹.

بالإضافة إلى الرقابة على الحرية التي يمارسها الأعوان الاقتصاديين داخل السوق ، ففي حالة البيع بالخسارة مثلا المحظورة طبقا للمادة 23 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم يمكن للأعوان المكلفون بالرقابة اكتشاف أن عملية البيع تتم بأقل من ثمن التكلفة الحقيقي، الأمر الذي يؤدي إلى الإضرار بالأعوان الاقتصاديين وإزاحتهم من السوق.

الفرع الثاني: كفيات و شروط تحرير الفاتورة

تشكل الفاتورة النتيجة النهائية للتعاقد بحيث لكي تكون لها حجية قانونية لابد من توفرها على مجموعة من البيانات (أولا)، وأن تستوفي شروط صلاحياتها (ثانيا).

أولا: البيانات الواجب توافرها في الفاتورة

يجب أن تحرر الفاتورة وفق الشروط والكفيات التي تحدد عن طريق التنظيم²، بحيث نظمها المرسوم التنفيذي الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفيات ذلك وهي نفسها البيانات التي تتعلق بالبائع والمشتري وغيرها من الشروط³.

¹ - أرزقي الزبير، المرجع السابق، ص 68.

² - المادة 12 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المرجع السابق .

³ - ميلاط عبد الحفيظ، النظام القانوني لتحويل الفاتورة، أطروحة دكتوراه، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص 125.

وهو المرسوم التنفيذي رقم 05-468 حيث لكي تكون الفاتورة مقبولة قانونيا، لابد أن تتوفر فيها جملة من البيانات تتعلق بالعون الاقتصادي وأخرى بالمستهلك نستنتجها من نص المادة 03 و 09 من المرسوم التنفيذي أعلاه:

1_البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي :

- اسمه ولقبه إذا كان الشخص طبيعي.
- تسميته أو عنوانه التجاري إذا كان شخصا معنويا.
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.
- الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة نشاطه¹.
- رأس مال الشركة عند الاقتضاء.
- رقم السجل التجاري بالنسبة للأشخاص الملزمين بالقيود في السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.
- طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة.
- تسمية السلع المباعة وكميتها و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات ونسبيتها المستحقة حسب طبيعة السلم المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، دون ذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفي منه.

¹ - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق .

- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محرزاً بالأرقام والأحرف وهو يشمل عند الاقتضاء جميع التخفيضات أو الاقنطاعات والإنتقاصات¹ الممنوحة للمستهلك والتي تحدد مبالغها عند البيع و/ أو تأدية الخدمة مهما يكن تاريخ دفعها.
- الختم وتوقيع البائع، إلا إذا حررت الفاتورة عن طريق التنقل الإلكتروني².

2_ البيانات المتعلقة بالمشتري:

نصت الفقرة الأخيرة من المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف ذكره، على أنه: «يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكاً».

ضمنياً تشير المادة أعلاه إلى الشخص الطبيعي، في حين أن المشرع في القانون رقم 02-04 أورد أنه يمكن أن يكون المستهلك شخصاً معنوياً، وإذا كان كذلك فيجب أن تحتوي الفاتورة على تسمية أو عنوانه التجاري تسميته أو عنوانه التجاري . الشكل القانوني وطبيعة النشاط. العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الإقتضاء. رقم التسجيل التجاري. رقم التعريف الإحصائية.

3- بيانات أخرى : نحسب نص المادة 03 و 04 من المرسوم رقم 05-468 السالف ذكره هناك مجموعة من البيانات الإضافية .

- تكاليف النقل، وتذكر على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة لوحدها أو لا تشكل عنصر من عناصر سعر الوحدة.

¹ - يقصد بالتخفيض كل تنزيل في السعر يمنحه البائع مهما كان سببه، لاسيما إذا كان بسبب أهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة و / أو النوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدى الخدمات، أما الإقنطاع فهو كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخير في التسليم أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية الخدمات، أنظر خديجي أحمد، المرجع السابق، ص67.

² - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق .

- يجب أن نذكر صراحة في القانون الزيادات في السعر، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال، والتكاليف التي تشكل عبئ استغلال البائع كأجور الوسطاء، والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين، عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على المشتري¹.
- يجب أن تسجل على الفاتورة المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرمز القابلة للإسترجاع وكذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير عندما تكون غير مفوترة في فاتورة منفصلة².
- تحديد تاريخ تحرير الفاتورة، حيث يجب أن تحتوي الفاتورة المحررة قانونا على تاريخ التحرير والرقم التسلسلي، والملاحظ أن المشرع لم يشترط وضع تاريخ البيع أو أداء الخدمة على الفاتورة³.
- تحديد تاريخ الدفع، يجب أن تسجل أيضا على هامش الفاتورة كيفيات الدفع وكذلك جميع المراجع الي تسمح بتحديد لها لاسيما تحديد مصدرها ورقمها وتاريخها⁴.
- إن الكثير من أصحاب السلع والخدمات لم يلتفتوا بعد إلى أهمية هذه البيانات في إعلام المستهلك، فهي التي تتحدد على أساسها مشتريات المستهلك ويمكن أن يقارن من خلالها بين المنتجات المماثلة⁵.

¹ - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05، المرجع السابق

² - المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05 المرجع السابق

³ - بوعزة ديدن، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، الملتقى الوطني للاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، يوم 14-15 أفريل 2001، تحت إشراف هجيرة دنوني، مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان ص 34.

⁴ - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05 ، المرجع السابق .

⁵ - المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05 ، المرجع السابق

ثانيا: شروط صلاحية الفاتورة

لا يكفي توفر البيانات المذكورة لإعتبار الفاتورة صالحة من الناحية القانونية، بل يجب أن تتوفر فيها بعض الشروط طبقا لنص المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-486 السالف ذكره وهي:

- أن تكون الفاتورة واضحة لا تحتوي أي لطخة أو شطب أو حشو، لأن هذه العيوب تمس بأمانة ومصداقية البيانات الواردة فيها.

- يجب أن تحرر الفاتورة استنادا إلى دفتر سمي دفتر الفواتير، مهما يكن شكله أو في شكل غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي. ويقصد بدفتر الفواتير دفتر يضم سلسلة متواصلة وتسلسلية من الفواتير التي يجب أن تحتوي على البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري طبقا لنص المادتين 03 و 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 أثناء انجاز الصفقة ولا يمكن الشروع في استعمال دفتر الفواتير جديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كلية¹.

بالنسبة للفاتورة الملغاة يجب أن تتضمن قانونا عبارة "فاتورة ملغاة"، تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة².

وبالتالي نستنتج من نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 أن هذه الشروط الصلاحية تخص الناحية الشكلية للفاتورة.

المطلب الثاني : تنفيذ الالتزام بالفاتورة

إن تنفيذ الالتزام بالفاتورة يعد بمثابة إجراء يسمح بتوفير الثقة للمعاملات التجارية، كونها تتم وتنفذ وتسلم مباشرة عند البيع أو تأدية الخدمة وذلك وفق أنشطة محددة. ومن طرف

¹ - خديجي احمد، المرجع السابق، ص 70.

² - المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المرجع السابق .

أشخاص الملزمون بتحريرها ، حيث تحرر هذه الوثيقة بالاعتماد على نماذج أو عناصر مقررة من طرف التنظيم والتشريعات المعمول به

الفرع الأول: الأنشطة الملزمة بتحرير الفاتورة

إذا ما رجعنا إلى القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم نجده قد حدد الأنشطة التي تخضع للفاتورة حيث ورد في المادة 10 المعدلة بموجب المادة 1/3 من القانون رقم 10-06 الذي يعدل يتم القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على انه :«يجب أن يكون كل بيع السلعة أو تأدية الخدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للأنشطة المذكورة في المادة 02 أعلاه مصحوبا بالفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها» .

وقد جاءت المادة 02 كقاعدة بدون استثناء وهي المادة التي جاءت على خلفية تعديل المادة 02 من القانون رقم 04_02 بموجب القانون رقم 10-06 التي تضمنت توسيع نطاق الممارسات التجارية، فكل ماتم إدراجه ضمن المادة 02 من نشاطات تجارية تخضع للفاتورة سواء كان العقد بيعا أو تأدية خدمات .

1- نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي.

2-نشاطات التوزيع وتلك التي يقوم بها المستورد والسلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة.

3-نشاطات الخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري، هذا بالإضافة إلى ما كان مذكورا في المادة 10 قبل التعديل من الأنشطة ألا وهي:

- بيع السلع ويقصد بالسلع أي منتج سواء كان موجه للبيع على حالته أو يعد تحويلها وتأدية الخدمات وهو كل عمل مقدم غير تسليم السلع حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة.

- كل سلعة تسلم على سبيل التخزين إلى حين بيعها، البائع ليس ملزم بتحريم الفاتورة بشرط أن يثبت أنه أبرم العقد و أن السلعة سلمت له على سبيل التخزين إلى حين بيعها ولم تبع له فعلا.

الإستيراد والتصدير في معاملات تكون ذو طابع دولي ويكون أحد الأطراف عنصرا أجنبيا وهذا الأخير يجب أن يحرم الفاتورة رغم ذلك فالطرف الخاضع للقانون الدولي الداخلي يمكن أن يطلب من البائع تسليم الفاتورة له إن كان مستورد ويلتزم بتحريمها إن كان مصدرا¹.

الفرع الثاني : الأشخاص الملزمون بتحريم الفاتورة و بدائلها

أولاً: الأشخاص الملزمون بتحريم الفاتورة

1- بالنسبة للعون الاقتصادي

يقع التزام تحرير الفاتورة على عاتق الأعوان الاقتصاديين حيث يلتزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، ويلتزم بطلب أي منها حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة²، إذا يتضح لنا أن المشرع فرض أن تكون المعاملات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبة بالفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها، فيجب على البائع أو مقدم الخدمة تسليمها للمشتري المهني كما يجب على هذا الأخير طلبها من البائع، فالمشتري مسؤول على طلب الفاتورة وعن ما ورد فيها ومراقبتها³.

كما ألزم المشرع من خلال المادة 02/02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي جاء تطبيقا للمادة 12 من القانون رقم 04-02، على أن يكون التسليم بمجرد البيع أو أداء الخدمة.

¹- لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر، مذكرة ماجيستر، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004 ص 47.

²- المادة 10 من القانون رقم 04-02، المرجع السابق .

³- د.كتو محمد الشريف، المرجع السابق ، ص36.

2- بالنسبة للمستهلك

تتص المادة 03/10 من القانون رقم 02-04 على أنه: « يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون»..

يتبين لنا من خلال هذا النص أن المشرع قد فصل في مسألة تقديم الفاتورة للمستهلك حيث جعله اختياريا، إلا في حالة طلبها من طرف هذا الأخير حيث يصبح تقديمه إلزاميا وهو ما أكدته المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 في نصها " : « يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة عند طلبها منه».

وهذا يعني أن البائع يقوم بتحرير الفاتورة و اعدادها ويكون مجبرا من جهة فله تسليمها أو عدم تسليمها في حالة عدم طلبها من طرف المستهلك، ومجبرا من جهة أخرى في حالة طلبها من طرف هذا الأخير .

ثانيا : بدائل الفاتورة

يمكن أن تحل بعض الوثائق التجارية محل الفاتورة وذلك في حالة توفر بعض الشروط المحددة قانونا (المادة 11 من القانون 02/04)، تتمثل هذه الوثائق في وصل التسليم و الفاقوة الإجمالية وسند التحويل

1 - وصل التسليم : حسب المادة 11 الفقرة 1 من القانون 02/04 فإن وصل التسليم يقبل في المعاملات التجاري المتكررة والمنظمة عند بيع المنتجات لنفس الزبون، حتى يقبل وصل التسليم يجب توفر بعض الشروط نصت عليها المواد 14،15،16،17 من المرسوم 468/05 هي:

- يجب أن يكون وصل التسليم للمعاملات المتكررة والمنظمة عند بيع السلع إلى نفس الزبون.

- على العون الاقتصادي الحصول على ترخيص من الإدارة المكلفة بالتجارة.
- يجب أن يحتوي وصل التسليم زيادة على رقم وتاريخ المقرر الذي يسمح باستعمال وصل التسليم المذكور في المادة 16 من المرسوم 468/05 ، الاسم واللقب ورقم بطاقة التعريف المسلم أو الناقل وكذا البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري الواجب توافرها في الفاتورة.
- يجب أن يخضع وصل التسليم إلى نفس شروط الصلاحية المنصوص عليها في أحكام المادة 10 من المرسوم التنفيذي 468/05 .
- 2- الفاتورة الإجمالية:** هي فاتورة تلخص كل العمليات التجارية التي تمت خلال شهر معين، حيث تكون مراجعها مستمدة من وصلات التسليم المعنية (المادة 17 من المرسوم التنفيذي 468/05).
- 3- سند التحويل :** حسب المادة 12 من المرسوم التنفيذي 468/05 فإنه عندما ينقل عون اقتصادي سلعة باتجاه وحدات للتخزين والتحويل والتعبئة و/أو التسويق بدون أن تتم عملية تحاري، فيجب أن تبرر حركة هذه السلع والمنتجات بواسطة سند التحويل.
- لقد أوجب المشرع أن يرفق سند التحويل المؤرخ والرقم بالسلع وهذا أثناء تحويلها، ويقدم عند أول طلب له من ضباط الشرطة القضائية وأعوان الرقابة المؤهلين، كما أوجب أن يتضمن بيانات إلزامية متصلة بالعون الاقتصادي حددتها الفقرة الثانية من المادة 13 من المرسوم التنفيذي 468/05 .

المطلب الثالث : الجزاءات المقررة في حال الإخلال بالالتزام بالفاتورة

يترتب عن الإخلال بالفوترة مسؤولية المتدخل، ويضعه تحت طائلة عقوبات أصلية الفرع الأول)، وعقوبات تكميلية (الفرع الثاني).

الفرع الأول : العقوبات الأصلية للإخلال بالفوترة

يلزم المشرع العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا بتقديم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو بدائل الفاتورة لكل الموظفين المؤهلين قانونا، أو في أجل تحدده له الإدارة المعنية بالمراقبة البعدية حسب نص المادة 13 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وأن أي إخلال بالالتزام بتسليم الفاتورة (من طرف البائع العون الاقتصادي) أو تسلمها (من طرف المشتري العون الاقتصادي)، يقيم مسؤوليتهما ويضعهما تحت طائلة العقوبات الأصلية الواردة في المواد 33 و 34 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

تنص المادة 33 منه على: «دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته». كما تنص المادة 34 منه على: "تعتبر فاتورة غير مطابقة، كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)، بشرط ألا تمس عدم المطابقة الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترته ويعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 33 أعلاه.

الفرع الثاني : العقوبات التكميلية للإخلال بالفوترة

يمكن للقاضي بالإضافة إلى العقوبات الأصلية، الحكم بعقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية له، تتمثل في الحجز، المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية، المنصوص عليها في المواد 39 وما بعدها من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، ونشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون

نشير أيضا، أن العقوبات المذكورة آنفا، تطبق فقط في حال ثبوت عدم فوترة أو فوترة غير مطابقة، بينما إذا ثبت التزوير في الفاتورة، فيعتبره المشرع الجزائري تزويرا في محررات تجارة، ويعاقب عليه بما جاء في نص المادة 219 من أمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم : "كل من ارتكب تزويرا بإحدى الطرق المنصوص عليها في المادة 216 في المحررات التجارية أو المصرفية أو شرع في ذلك يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 500 إلى 20.000 دينار.

ويجوز علاوة على ذلك أن يحكم على الجاني بالحرمان من حق أو أكثر من الحقوق الواردة في المادة 4 وبالمنع من الإقامة من سنة إلى خمس سنوات على الأكثر.

ويجوز أن يضاعف الحد الأقصى للعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى إذا كان مرتكب الجريمة أحد رجال المصارف أو مدير شركة وعلى العموم أحد الأشخاص الذين يلجؤون إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أدونات أو حصص أو أية سندات كانت سواء لشركة أو مشروع تجاري أو صناعي»، كما تنص المادة 216 من نفس القانون على: «يعاقب بالسجن المؤقت من عشر (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج، كل شخص، عدا من عينتهم المادة 215، ارتكب تزويرا في محررات رسمية أو عمومية.

(1) إما بتقليد أو بتزييف الكتابة أو التوقيع.

(2) وإما باصطناع اتفاقات أو نصوص أو التزامات أو مخالصات أو بإدراجها في هذه المحررات فيما بعد.

(3) وإما بإضافة أو بإسقاط أو بتزييف الشروط أو الإقرارات أو الوقائع التي أعدت هذه المحررات لتلقيها أو الإثباتها.

(4) وإما بانتحال شخصية الغير أو الحلول محلها..

تضاف إلى هذه العقوبات، العقوبات الجبائية¹. ولأن هذه الجرائم جنح، تشدد هذه العقوبات إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

¹ - فرض غرامات على المتدخل من خلال تقويم جبائي (Redressement Fiscal)، حيث تنص المادة 402 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة المعدل والمتمم على: "يترتب قانونا عن التأخير في دفع الضرائب والرسوم التي تحصل عن طريق الجداول، عملا بالأحكام المنصوص عليها في مختلف القوانين الجبائية، تطبيق عقوبة قدرها 10 % عندما يتم الدفع بعد أجل خمسة عشرة (15) يوما ابتداء من تاريخ الاستحقاق. في حالة عدم التسديد في أجل ثلاثين (30) يوما الموالية للأجل المحدد في الفترة السابقة، تطبق غرامة تهديدية قدرها 3 % عن كل شهر تأخير أو جزء منه، دون أن تتجاوز هذه الغرامة زائد العقوبة الجبائية بنسبة 10 % المذكورة أعلاه نسبة 25%".

الفصل الثاني :

حماية المستهلك من الجرائم الماسة بنزاهة الممارسات التجارية

خصص المشرع الجزائري الباب الثالث (المواد من 14 إلى 30) من قانون رقم 02-04 لقاعدة نزاهة الممارسات التجارية باعتبارها الحلقة الثانية من القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

سنتناول بالتفصيل القواعد المترتبة على نزاهة الممارسات التجارية، التي لا غنى عنها لضمان مبدأ المساواة في المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، بحيث يجب ألا يتعرض البائع أو المشتري لإجحاف في المنافسة، بالنسبة إلى بائع أو مشتري آخر يوجد في وضع مماثل، وفي نفس السياق، و يقتضي الأمر أن تكون العلاقات التجارية مشروعة ومتوازنة، وقائمة على مبدأ حسن النية، والمساواة، ومنع التمييز ومنع الإجحاف بالعون الاقتصادي وفرض بنود تعسفية على المستهلكين، وبالتالي رتب المشرع خمسة التزامات سنتناول دراستها في هذا الفصل في ثلاثة مباحث، متبعين خطوات المشرع في تناول الباب الثالث من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والذي جاء بالممارسات التجارية و أسعار غير شرعية (المبحث الأول)، الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة (المبحث الثاني)، الممارسات التعاقدية التعسفية (المبحث الثالث).

المبحث الأول: الحماية القانونية من الممارسات التجارية و أسعار غير شرعية

يقوم اقتصاد السوق أساسا على المنافسة الحرة بين المؤسسات، مما يفسح المجال أمام هذه الأخيرة للتزاحم فيما بينها معتمدة على ممارسات تجارية مختلفة تساعدها على تقوية مركزها وجلب الزبائن إليها.

يشترط القانون أن يتم هذا التزاحم في إطار الشرعية. ومنعا للفوضى التي ستظهر في الأسواق، حرص المشرع على إيجاد الإطار القانوني الذي يضبط الممارسات التجارية، والتي تأتي على رأسها عمليتي البيع والشراء، وكذا تقديم الخدمات باعتبارهما المحرك الأساسي العجلة للاقتصاد، وذلك بتجريمه للعديد من الممارسات التي من شأنها أن تؤدي إلى اختلال توازن السوق، وبذلك يكون المشرع قد حظر على كل متدخل الممارسات التجارية غير الشرعية (المطلب الأول المنصوص عليها في المواد من 14 إلى 21 من قانون رقم 04-02).

يشترط القانون أيضا، في بعض المنتجات والخدمات أسعارا وهوامش للريح مقننة، نظرا للطابع الخاص الاستراتيجي للسلعة أو الخدمة، لذلك نص على حظر ممارسة أسعار غير شرعية (المطلب الثاني) في المواد 22 و 23 من قانون رقم 04-02، حماية للمستهلك والاقتصاد الوطني ككل.

المطلب الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية

الممارسات التجارية الغير الشرعية بمفهومها الواسع هي كل فعل أو عمل يتعدى ويتجاوز القانون، وهي كل تحايل، أو خداع يمارسه التجار والأعوان الاقتصاديين بقصد الريح والتدليس على الغير، ضف إلى ذلك استعمال مواصفات غير قانونية في الأماكن المعدة للتجارة.

لذلك عمد المشرع الجزائري لتجريم مثل هذه الممارسات المنافية للتجارة ونزاهتها، والتي تسمى بالممارسات التجارية الغير الشرعية¹ والتي يمكن تقسيمها إلى ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة القانونية (الفرع الأول) البيوع المحظورة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية (الفرع الثاني)، الممارسات التجارية المشروطة (الفرع الثالث).

الفرع الأول: ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة القانونية

حرية ممارسة التجارة من أهم الحريات الاقتصادية التي ضمنها الدستور وعليه فإن هذه الحرية يجب أن تمارس في إطار الضوابط التي حددها القانون، ومنها ضرورة اكتساب الصفة اللازمة لممارسة الأعمال التجارية وهي صفة التاجر² والتي يستلزم اكتسابها استيفاء جملة من الشروط.¹

وطبقا للمادة 14 من قانون 04-02 التي تنص في مضمونها على منع ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة المحددة في القانون المعمول به.

أولاً: شروط ممارسة الأعمال التجارية

لممارسة الأعمال التجارية لابد من التقيد بالالتزامات التالية:

1- الالتزام بالقيد في السجل التجاري:

طبقا للمادة 04 من القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية³ فإنه يتوجب على كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيد في السجل التجاري، ويسري هذا الالتزام على الأشخاص المعنوية التي يكون مقرها بالخارج وتمارس

¹ريمة عباسي ، فتيحة عثمانى، النظام القانوني لقمع الممارسات التجارية الغير الشرعية، مذكرة ماستر الحقوق، جامعة بجاية ص 22.

²تنص المادة الأولى من القانون التجاري " يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له"

³ قانون 04-08، المؤرخ في 14 أغسطس 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية رقم 52

نشاطها بالجزائر، ويكون هذا التسجيل لدى المركز الوطني للسجل التجاري، بالإضافة إلى هذا الشرط هناك أنشطة تجارية خصها المشرع بشروط إضافية في إطار نظام الأنشطة أو المهن المقننة والتي تخضع لقواعد خاصة، وتتطلب رخصة أو اعتماد مؤقت تمنحه الإدارات أو الهيئات المؤهلة لذلك وهو ما تعتبره التزاما ثانيا¹.

2- الالتزام بإصدار رخصة أو الحصول على الاعتماد النهائي:

يجب الحصول على ترخيص من الجهات الإدارية المعنية لممارسة الأنشطة التجارية، ففي مهنة الصيدلية يشترط القانون الحصول على شهادة الصيدلية والحصول على رخصة يسلمها الوزير المكلف بالصحة. أما نشاط التأمين يقدم الاعتماد بمزاولة النشاط من وزير المالية بعد إبداء الرأي من طرف المجلس الوطني للتأمينات، وكذلك فتح بنك في الجزائر وفتح مكاتب تمثيل البنوك الأجنبية، توجب الحصول على اعتماد وترخيص من طرف مجلس النقد والقرض.

ثانيا- الجزاء مقرر قانونا في حال المخالفة

ان ممارسة هذه الأنشطة دون قيد أو دون رخصة أو اعتماد يشكل جنحة ممارسة أعمال تجارية بدون صفة²، وهذا طبقا للمادة 31 من قانون 04-08 المتضمنة ممارسة نشاط تجاري قارا دون التسجيل في السجل التجاري، ويعاقب على هذه الجنحة بغلق المحل وغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج ، والمادة 32 من نفس القانون المتعلقة بجنحة ممارسة أنشطة تجارية غير قارة دون التسجيل في السجل التجاري بغرامة من 5.000 دج إلى 50.000 دج، وزيادة على هذه الغرامة يجوز لأعوان المراقبة القيام بحجز سلع مرتكب الجريمة، وعند الاقتضاء حجز وسيلة أو وسائل النقل المستعملة.

¹ - أحمد خديجي، مرجع سابق، ص 77.

² - ريمة عباسي، فتيحة عثمانى، مرجع سابق، ص 26.

الفرع الثاني : البيوع المحظورة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية

حظر المشرع بموجب قانون 04-02 جملة من البيوع واعتبرها ممارسات غير شرعية نظرا للآثار السلبية المترتبة وهي رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي (أولا) وإعادة البيع بالخسارة (ثانيا) ،إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية (ثالثا).

أولا: رفض بيع السلعة أو تأدية الخدمة بدون مبرر شرعي

منع المشرع رفض البيع أو تأدية الخدمة بدون مبرر شرعي، واعتبره إخلالا بالالتزام بالنزاهة، حيث نصت المادة 15 من قانون 04-02 على أنه "تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع. يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة. لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات و المنتجات المعروضة بمناسبة المعارض و التظاهرات".

فإذا كان الأصل والقاعدة العامة هي حرية المعاملات أي لكل عون اقتصادي الحق في التعامل مع من يريد والحق في رفض التعامل مع من لا يريد شرط أن لا يكون هذا الرفض خلق احتكار أو المحافظة على إحتكار قائم و لا بد أن يكون لهذا الرفض في التعامل مبررات منطقية¹.

- ولا يتحقق هذا المنع إلا بتوافر الشروط الآتية:

- أن يكون هناك رفض للتعامل سواء كان هذا الرفض صريحا أو ضمنيا، كإهمال طلبات أحد الزبائن و عدم الرد عليه.

- أن تكون السلعة محل الرفض معروضة للبيع لأن هذا الموقف يشكل من الناحية القانونية إيجابا، و إذا تعلق الأمر بخدمة لا يتحقق المنع إلا إذا كانت تلك الخدمة متوفرة.

¹ - أمل محمد شلبي، "التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الإحتكار، دراسة مقارنة"، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 137-138.

قد يعتمد العون الاقتصادي عدم عرض السلعة و بيعها خفية لأشخاص معينين لا سيما في حالة ندرة السلعة، فإذا ثبت هذا التصرف يجب اعتباره رفضا للبيع و هو يشكل تمييزا يمس بمبدأ النزاهة، و من أجل هذا يجب التعامل مع الأوضاع حسب فحوى النص و ليس بحرفيته سواء بالنسبة للأعوان المؤهلين بمتابعة مخالفة قانون الممارسات التجارية أو القضاء¹.

- أن يكون رفض التعامل دون مبرر شرعي لأن الرفض الغير مبرر من شأنه التأثير على حرية المنافسة و يعد إخلالا بمبدأ النزاهة، كما يشكل رفض التعامل إذا تعلق بشخص دون غيره معاملة تمييزية تمنعها المبادئ العامة في القانون إلا إذا كان مبررا. و يخضع تقدير أن المبرر شرعي أو غير شرعي لقاضي الموضوع مراعيًا في تقديره تحقيق الهدف العام من المنع و هو المحافظة على حرية المنافسة و نزاهتها.

- أن لا تكون السلعة محل الرفض هي أدوات تزيين المحلات أو منتجات معروضة بمناسبة المعارض و التظاهرات وهنا يجب أن يكون رفض بيعها عاما أما إذا تم بيعها بالتمييز بين الأشخاص فهذا مرفوض و يشكل مخالفة و إخلال بالالتزام بالنزاهة.

تناول قانون المنافسة في المادة 11 منه²، منع رفض التعامل فقط إذا كانت هناك علاقة تبعية بين العون الاقتصادي الراض والشخص المقابل بالرفض وعلاقة التبعية وفقا لهذه المادة تتحقق بأن يكون المقابل بالرفض زبونا أو ممونا من العون الاقتصادي الراض أي وجود علاقة سابقة بينهما.

²- علال طحطاح، "التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية" أطروحة دكتوراه في القانون الخاص جامعة الجزائر 1، ص 156.

²- تنص المادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: "يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعيتها التبعية المؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة و يتمثل هذا التعسف على الخصوص في: رفض البيع بدون مبرر شرعي..."

ثانيا: إعادة البيع بالخسارة

يشكل البيع بالخسارة إحدى الممارسات التجارية الغير شرعية نظرا لما يحدثه من إخلال بالمنافسة في السوق أو ما يمكن أن يحدثه من حد لها و لهذه الممارسة ضرر مزدوج يلحق بالعون الاقتصادي والمستهلك. ومنع قانون 04-02 إعادة بيع السلع بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي¹، وذلك لأسباب كثيرة منها تحويل الزبائن وهذا ما يلحق ضرر بمنافسي العون الاقتصادي وجذب الزبائن التجار المنافسين بطريقة غير شرعية وكذلك الحماية صغار التجار من أقوى السوق أي الموزعين الكبار والمحافظه على المستهلكين ضد عروض غالبا ما تكون خادعة لأن تخفيض قيمة السلع الأخرى لتعويض الخسارة من جيب المستهلك.

و لقيام البيع بالخسارة لا بد من وجود علاقة تعاقدية تامة وبتعلق بالسلع والمنتجات المباعة بعد الشراء أي المعروضة للبيع على حالتها الأصلية دون تحويلها، وبالتالي يخرج من مجال حظر السلع والمنتجات المحولة والمصنعة من طرف المنتجين الصناعيين، أو الحرفيين و كذا تقديم الخدمات ونشاطات الإنتاج.

كما أن منع إعادة البيع بالخسارة يطبق على كل التعاملات التي يقوم بها الأعوان الاقتصاديين لا سيما المستوردون و البائعون بالجملة و البائعون بالتجزئة، دون إعطاء أهمية لصفة الطرف المتعاقد أي المستعمل النهائي للسلعة فالأمر يستوي إذا كان مستهلك أو عون اقتصادي.

ولا نكون أمام إعادة البيع بالخسارة إلا إذا كان سعر السلع المعاد بيعها أقل من سعر التكلفة الحقيقي، و الذي عرفته المادة 19 من قانون 04-02 على أنه هو سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق و الرسوم و عند الاقتضاء أعباء النقل.

¹ سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء قانون 02/04، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بجاية، ص

وفي حالة ما إذا استفاد العون الاقتصادي من تخفيضات في سعر التكلفة فإنها تقتطع من سعر التكلفة الحقيقي، وذلك إذا ورد في الفاتورة إشارة إلى قيمة التخفيضات ، و كانت هذه التخفيضات مرتبطة بعملية البيع دون غيرها، و إذا لم تتضمن الفاتورة قيمة التخفيضات قامت قرينة قانونية على إعادة البيع بالخسارة و هي قرينة بسيطة يمكن للعون الاقتصادي إثبات عكسها كأن يثبت أن سعر الشراء أقل من السعر المتضمن في الفاتورة كون التخفيضات تمت بعد تحرير الفاتورة¹.

وإذا كانت التخفيضات غير مرتبطة بالبيع محل التعاقد أو كانت مرتبطة بتحقيق شروط معينة كمنح تخفيضات بشرط أخذ كميات معينة من المنتج في وقت معين فإنها لا تخصم من سعر التكلفة الحقيقي. و هذا الحكم يسري أيضا على الفوائد و المكاسب الممنوحة بمناسبة عقد التعاون الاقتصادي.

ولقد أورد المشرع مجموعة من الاستثناءات في مجال تطبيق منع إعادة البيع بالخسارة و

هي:

* السلع السهلة التلف و المهتدة بالفساد السريع.

* السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ

قضائي

* السلع الموسمية و السلع المتقدمة أو البالية تقنيا.

* السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل.

¹ - أحمد خديجي، مرجع سابق ، ص 97-98.

* المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين¹.

ثالثا: إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية

نصت على هذا المنع المادة 20 من قانون الممارسات التجارية، ولتطبيق هذا المنع لابد من توفر الشروط التالية:

- أن يتم اقتناء مواد أولية و ليس مواد مصنعة، و يقصد بالمواد الأولية تلك المواد التي لم تجري عليها عمليات صناعية من قبل إلا ما يلزم لحفظها أثناء النقل والتخزين، أي هي تلك المواد التي لم تهيأ صناعيا.

- أن يكون الهدف من الإقتناء هو التحويل و ليس إعادة البيع.

- أن لا يكون هناك أي مبرر لإعادة بيع المواد الأولية على حالها. وقد نظمت المادة 20 من قانون الممارسات التجارية على سبيل المثال مبررين هما:

أ- حالة توقيف النشاط أو تغييره و هذا مبرر شرعي فإذا أوقف العون الاقتصادي نشاطه أو غيره و كانت بحوزته مواد أولية اشتراها لغرض تحويلها بالنظر إلى موضوع نشاطه فله أن يبيعها على حالها و لا يشكل ذلك إخلالا بالالتزام بالنزاهة.

ب- حالة القوة القاهرة، فإذا حدثت قوة القاهرة كحالة الزلازل التي تؤدي إلى وقف مؤقت للنشاط، و كانت هذه المواد الأولية مرتبطة بتاريخ صلاحية يخاف فواته فللعون الاقتصادي بيعها على حالها و لا يشكل هذا أي انتهاك للالتزام بالنزاهة.

¹ - الحسين بن الشيخ آث ملويا، "الملتقى في عقد البيع-دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة، أعمال

تطبيقية-" ، الطبعة الثانية ، دار هومة ، الجزائر، 2006، ص 123

وهذان المبرران على سبيل المثال لا الحصر لكن على القاضي أن يراعي عند تقديره للمبررات المحافظة على المنافسة و هذا يقتضي عدم التوسع في المبررات.

ولعل الهدف من هذا المنع هو غلق باب المضاربة في المواد الأولية لا سيما الإستراتيجية منها، لأن ترك الحرية للأعوان الاقتصاديين في بيعها على حالها رغم شرائهم لها بغرض تحويلها سيؤدي حتما إلى ارتفاع فاحش في سعرها و هذا من شأنه المساس بقواعد المنافسة و كذلك المساس بالمصالح المشروعة للمستهلك¹.

الفرع الثالث: الممارسات التجارية المشروطة

يعتبر الاشتراط أحد أساليب التسويق التي يستعملها الأعوان الاقتصاديين للترويج لمنتجاتهم، والذي يؤدي إلى عدم واقعية الائتمان والتأثير على القدرة في الاختيار، لهذا حظر المشرع مجموعة من البيوع حظرا لم يكن مطلقا بالنظر إلى الإستثناءات الواردة عليها وهي البيع بالمكافأة (أولا) والبيع المشروط (ثانيا) والبيع التمييزي (ثالثا).

أولا: البيع بالمكافأة

نظم المشرع البيع بالمكافأة في المادة 16 من قانون 04-02، و هو أسلوب من شأنه أن يجعل الزبائن يتهافتون على شراء منتجات عون اقتصادي دون غيره²، وهو عرض السلع أو الخدمات للبيع على المستهلك لإعطائه الحق بالمجان آجلا أو عاجلا في مكافأة تتمثل في سلع أو خدمات ما عدا إذا كانت هذه السلع مماثلة لتلك التي هي محل البيع أو الخدمة، والمكافأة قد تكون مادية أو غير مادية طبيعية أو مصنعة، أو أداء خدمة.

¹ - علال طحطاح ، مرجع سابق ، ص 163-164

² - ريمة عباسي، فتحة عثمانى ، مرجع سابق، ص 27

وحظر هذا البيع حماية لمصلحة المستهلك من خطر حمله على الزيادة في حجم مشترياته أملا في الحصول على مكافأة مقابل استرجاع البائع لقيمة المكافأة عن طريق الزيادة في ثمن السلع المباعة ، أو الانتقاص من جودتها.¹

وحسب نص المادة 16 من قانون 04-02 فلاعتبار البيع بالمكافأة محظور لابد من توفر جملة من الشروط و بتخلف أحد هذه الشروط تكون ممارسة البيع مشروعة و هي:

- أن يوجه البيع أو تقديم الخدمة للمستهلك.
- أن تكون المكافأة مجانية أي بدون أي مقابل.
- أن تكون المكافأة مختلفة عن محل البيع الرئيسي، حيث أنها إذا كانت من نفس السلعة أو من الخدمة فإنها ليست ممارسة تجارية غير شرعية.

تستنى من نص المادة 16 من قانون 04-02 المكافأة المجانية من دائرة المخالفة متى كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع ، أو تأدية الخدمة شريطة أن لا تتجاوز قيمتها 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

ثانيا: البيع المشروط

البيع المشروط هو ذلك الأسلوب التجاري الذي تلجأ إليه المؤسسة الممونة و التي تكون في مركز قوة من أجل إلزام الغير على قبول شروطها التعسفية و المتمثلة في بيع أحد المنتجات مرافقا لمنتوج آخر ، و الذي يكون من نوع مخالف بحيث يكون الغير في غالب الأحيان ليس بحاجة إليه.²

¹- أحمد خديجي ، مرجع سابق ، ص 86

²- سفيان بن قري ، مرجع سابق، ص 71

نظم المشرع الجزائري أحكام البيع المشروط في المادة 17 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، و إن كان الأصل في هذا البيع هو الحظر لعدم مشروعيته لأنه يمس بإرادة المستهلك طبقا للمادة 1/17 من القانون 04-02 التي تنص: يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلعة أخرى أو خدمات، و كذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة"، إذن يعد محظورا كل شرط يلزم المستهلك بشراء كمية مفروضة من طرف البائع.

إلا أنه قد يصبح البيع المشروط صحيحا كاستثناء إذا توافرت فيه الشروط المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 17 من نفس القانون و هي:

- أن تكون السلع من نفس النوع أو من نفس الطبيعة.
- أن تباع السلع في شكل حصة مكونة من عدد معين و محدد من السلع.
- أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة أي في شكل أكياس حتى يتضح للمستهلك أنها تباع مجتمعة أو في شكل حصص.
- أن يتم الإعلام بأسعار مكونات الحصة وذلك لأن إعلام المستهلك بالسعر أمر ضروري¹.

ثالثا: البيع التمييزي

يقصد بالبيع التمييزي كممارسة تجارية غير شرعية ذلك البيع الذي يمنح بموجبه العون الاقتصادي لأحد زبائنه جملة من الامتيازات دون غيره، بمعنى أن بعض الزبائن وليس كلهم سوف تطبق عليهم شروط خاصة أو سعر خاص لا يبرره مقابل حقيقي مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة ، و الشريفة و جاء قانون 04-02 ببعض صور البيوع التمييزية على سبيل المثال في المادة 18 منه و هي:

¹ - أحمد خديجي ، المرجع السابق، ص 92.

أ- الثمن أو عناصره حيث جعل القانون من أي تخفيض للسعر دون مبرر ممارسة تجارية تمييزية، و التمييز في السعر هو بيع سلعتين متماثلتين من حيث الجودة أو الدرجة أو النوع بأسعار مختلفة بصرف النظر عن تماثل أو اختلاف النفقات.

ب شروط البيع و كفياته أي خضوع الزبائن لنفس شروط و كفيات البيع .

ج- آجال الدفع: و هي المهلة التي يمنحها العون الاقتصادي إلى أحد زبائنه لكي يدفع بقية الثمن الذي لم يستطع دفعه عند تسليم المنتج محل عقد البيع ، و آجال البيع قد تعطى من قبل العون الممون و ذلك مراعاة لظروف زبونه بالنظر إلى كمية المنتج أو الظروف المالية لهذا الأخير.

ولا يعتبر البيع التمييزي محظورا على إطلاقه ، و إنما يجوز ذلك في إطار مبررات حقيقية تتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة و الشريفة طبقا للمادة 18 من قانون 02-04 و المبرر الحقيقي هو ذلك العامل أو السبب الذي من شأنه أن يؤدي إلى زوال مسؤولية العون الاقتصادي المخالف لأنه في هذه الحالة يعد ضرورة تقتضيها المعاملات التجارية، و حتى يكون المقابل الحقيقي معنيا من المسؤولية يجب توافر شرطين أساسيين هما:

- يجب أن يكون المقابل الحقيقي متعلق بنفس العملية التجارية التي استفادت من الامتيازات وبالتالي إذا كان المقابل يخص عملية تجارية سابقة أو لاحقة لتلك التي منحت لها امتيازات خاصة فإن القانون لا يعتد بها.

- يجب أن يتناسب المقابل الحقيقي طردا مع المنفعة التي قد تتحصل عليها المؤسسة الزبونة بحيث لا تكون الامتيازات الممنوحة أكبر من المقابل الحقيقي و العكس صحيح.

ومن أجل تقدير المطابقة أو التناسب فإنه من الضروري الرجوع إلى الشروط العامة للبيع والشراء المدونة بالفاتورة وكذا الاتفاقات الخاصة¹.

منع المشرع البيع التمييزي في المادة 18 من قانون 02-04 تكريسا لمبدأ عدم التمييز والمساواة في الحظوظ في العمليات الاقتصادية ، ذلك حتى تكون المنافسة حرة، إلا أن فرض المساواة الثابتة في جميع المعاملات بين جميع المؤسسات الزبونة التابعة لنفس المؤسسة الممونة من شأنه أن يؤدي إلى إحباط التنافس والحد من الإبداع والتجديد. هذا ما جعل المشرع يجيز البيع التمييزي في إطار مبررات حقيقية تتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة كاستثناء في نهاية المادة 18 من قانون 02-04.

الفرع الرابع : العقوبات الردعية لممارسات التجارة المشروطة والبيع المحظورة الماسة

بنزاهة الممارسات التجارية

جرم المشرع الجزائري الممارسات التجارية الغير الشرعية السابقة الذكر المنصوص عليها في كل من المواد 15 و 16، 17، 18، 19، 20 من القانون 02/04 و عاقب عليها بموجب المادة 35 من نفس القانون بغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)

إضافة إلى هذا يمكن حجر البضائع في حال ارتكاب مخالفة بيع مواد أولية في حالتها الأصلية اذا تم اقتنائها قصد التحويل و يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها 60 يوما

¹ - أمل محمد شلبي، "الحد من آليات الإحتكار ومنع الإغراق والإحتكار من الوجهة القانونية"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2006، ص 145.

المطلب الثاني: ممارسة الأسعار غير الشرعية

تطور نظام الأسعار في الجزائر بتطور النظام الاقتصادي المتبع، ففي ظل النظام الاقتصادي الموجه سيطرت الدولة على جل وسائل الإنتاج بحيث أصبحت تتعامل مع جمهور المستهلكين وهي بذلك المحدد الوحيد لأسعار السلع، إلا أنه و منذ التحول الاقتصادي المعبر عنه بدستور 1989 وما تلاه من قوانين تبني المشرع مبدأ حرية الأسعار كأصل عام و الذي يدخل ضمن مبدأ حرية التجارة و الصناعة الذي أقره المؤسس الدستوري في المادة 37 من دستور 1996 المعدلة بالمادة 43 من دستور 2016¹ و للمحافظة على نزاهة الأعوان الاقتصاديين و الممارسات التجارية ضبط المشرع السعر باعتباره أحد العناصر التي يتنافس عليها الأعوان الاقتصاديين في مختلف الأنشطة الاقتصادية بمجموعة من الأحكام و المبادئ و المتمثلة في احترام مبدأ حرية الأسعار² سنتاوله في (الفرع الأول) و احترام الاستثناءات الواردة عليه "الأسعار المقننة و المصقفة " (الفرع الثاني) مرتبا عند مخالفة ممارسة أسعار غير شرعية (الفرع الثالث)

الفرع الأول: احترام مبدأ حرية الأسعار

أقر المشرع مبدأ حرية الأسعار من خلال قانون المنافسة الصادر بالأمر 06/95 الملغي³ و أقره أيضا في قانون المنافسة الصادر بالأمر 03-03 في مادته الرابعة و التي عدلت بمقتضى قانون 05/10 و التي نصت صراحة على مبدأ حرية الأسعار مع ضرورة احترام مبدأي نزاهة وشفافية الممارسات التجارية⁴.

¹ - الجريدة الرسمية رقم 14،الصادرة في 7 مارس 2016

² - علال طحطاح ، مرجع سابق، ص 109.

³ - الأمر رقم 95-06، المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة جريدة رسمية العدد 9 الصادرة في 1995/02/22 المعدل و المتمم بالأمر 03-03.

⁴ - علال طحطاح، مرجع سابق، ص 111.

أولاً: المقصود بمبدأ حرية الأسعار

يدخل مبدأ حرية الأسعار ضمن مبدأ حرية التجارة الذي يعد من دعائم النظام الرأسمالي الحر الذي يتفرع عنه حرية المنافسة و الاحتكار المشروع.

كما يندرج ضمن هذا مبدأ أن العقد شريعة المتعاقدين و هو يجسد مبدأ سلطان الإرادة أي أن الأشخاص لهم الحرية في التعاقد ، و إدراج ما يروونه مناسباً من شروط لتحقيق وحماية مصالحهم، وهذه الفلسفة تجد جذورها و تبريرها في نظام الاقتصاد الحر الذي يقوم على مبدأ رئيسي و أساسي و هو حرية تحديد السعر وفق قانون العرض و الطلب.

ويعني مبدأ حرية الأسعار أن العون الاقتصادي له الحرية في تحديد أسعار السلع والخدمات التي يعرضها للبيع¹.

والسعر هو المقابل النقدي المحدد لسلعة معروضة للبيع للمستهلك النهائي بناء على قوى العرض و الطلب² ، و عادة ما يتم تحديد السعر المعلن للجمهور على ضوء جملة من العناصر أهمها:

- قيمة الشيء التي تحدد طبقاً لقانون العرض و الطلب.

- هامش الربح الذي يعود على العون الاقتصادي، وهو المحرك الرئيسي للنشاط الاقتصادي و يتوقف نطاقه على عوامل كثيرة منها ظروف السوق و مهارة البائع و مركزه الاقتصادي.

- المصاريف المختلفة مثل الرسوم، و نفقات التعبئة، التخزين ، النقل ، الدعاية.³

¹ - علال طحطاح مرجع سابق ، ص 112.

² - أحمد محمد محمود خلف، "الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة-دراسة مقارنة"، المكتبة العصرية، مصر، 2008، ص 124.

³ - أحمد خديجي، مرجع سابق ، ص 13.

وتمثل هذه العناصر مشتقات الثمن من الناحية الاقتصادية، أما الثمن من الناحية القانونية فيشمل كل العناصر التي تعود بالفائدة على البائع، أو يكون في شكل دفع دين للغير على البائع¹.

هذا ويعتبر السعر بالإضافة إلى عنصر جودة المنتج أحد العناصر الأساسية المحددة للصراع التنافسي في السوق بحيث يمكن القول أن المنافسة بالأسعار تعتبر أحد أهم عناصر اللعبة التنافسية من حيث كونها تلزم الأعوان الاقتصاديين بالاستغلال والاستعمال الاقتصادي الأمثل للموارد المسخرة (أي بأقل تكلفة ممكنة) و هو ما ينتج عنه كأصل عام انخفاض نسبي في مستوى الأسعار².

وإذا كان السعر يحدد في الغالب على أساس حجم الطلب (قانون العرض و الطلب) فهناك طرق أخرى لتحديد السعر منها:

- تحديد السعر على أساس التكلفة حيث يتم تحديد السعر وفقا لهذه الطريقة عن طريق حساب تكلفة المنتج يضاف إليها هامش ربح محدد.

- التسعير على أساس المتنافسين حيث يتم تحديد السعر في هذه الحالة عن طريق المقارنة بين المنتج و منتج مماثل للمنافسين من حيث الجودة و النوعية و المواصفات، ومن ثم يتم تحديد السعر.

ثانيا: ضوابط مبدأ حرية الأسعار

إذا كان اقتصاد السوق يقوم على مبدأ حرية الأسعار فإن ذلك لا يمنع من فرض المشرع لضوابط لممارسة هذه الحرية بهدف حماية نظام السوق ، و هذا ما أكدته المادة 04 من الأمر

¹- نبيل إبراهيم سعد ، "العقود المسماة - عقد البيع"، الطبعة الثانية ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، 2004، ص 149.

²- أحمد خديجي، المرجع السابق ، ص 13.

03-03 التي عدلت بمقتضى قانون 05-10 بعد أن أقرت مبدأ حرية الأسعار أوردت جملة من الضوابط يجب مراعاتها في إطار مبدأ حرية الأسعار تتمثل في مراعاة

أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما فيما يتعلق بالأسعار و كذا قواعد الإنصاف والشفافية لا سيما المتعلقة بما يأتي:

- تركيبة الأسعار النشاطات 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.

فالنزاهة تقتضي احترام العون الاقتصادي لمبدأ حرية الأسعار و لمقتضياته، و لهذا منع كل من قانون المنافسة و قانون الممارسات التجارية كل ممارسة من شأنها المساس بمبدأ حرية الأسعار سواء تعلق الأمر ببعض الممارسات الفردية التي من شأنها التأثير على مبدأ حرية الأسعار، أو بالاتفاقات المنافية للمنافسة المتعلقة بالسعر¹.

أ- منع بعض التصرفات الفردية المنافية لمبدأ حرية الأسعار:

إن تحديد المنتج أو البائع لسعر السلعة أو الخدمة و بسلوك منفرد منه و دون أن يتخذ هذا السلوك صفة الفعل المدبر أو المتفق عليه بينه و بين منافسيه أو أن يكون شرطا في عقد توزيع لا يشكل مخالفة لقواعد المنافسة ، بل قد يؤدي تحديد السعر بهذا الشكل إلى بث المنافسة و تنميتها بين سلع وخدمات هذا المنتج و السلع و الخدمات المشابهة لها و هذا هو جوهر المنافسة.

¹ - أحمد خديجي ، المرجع السابق ، ص 13.

ومع هذا منع قانون الممارسات التجارية بعض الممارسات الفردية التي تهدف إلى التأثير على الأسعار فالمادة 25 منه تمنع التجار من حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع الغير مبرر للأسعار كما حظر القانون المنافسة في المادة 06 منه كل ممارسة أو أعمال مدبرة من شأنها عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها¹.

الفرع الثاني: احترام نظام تقنين الأسعار (التسعير)

طبقا لنص 4/2 من الأمر 03-03 والتي تنص : "غير أنه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 05"، و عليه فالمشرع منح الدولة إمكانية تقييد حرية الأسعار وفق ضوابط حددتها المادة 05 من الأمر 03-03².

أولاً: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات و شروطه

تدخل المشرع الجزائري في تحديد الأسعار سواء بالنسبة للسلع أثناء الإنتاج أو التوزيع و كذلك الخدمات، و تضمنت المادة 05 من الأمر 03-03 وجهين لتدخل الدولة في تقنين الأسعار الأول يتمثل في إمكانية الدولة تقنين بعض السلع و الخدمات ذات الطابع الإستراتيجي و الثاني في إمكانية اتخاذ الدولة لتدابير استثنائية في بعض الظروف.

أ- تقنين السلع و الخدمات ذات الطابع الإستراتيجي: حسب المادة 1/5 من الأمر 03-03 يمكن تقنين أسعار السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة".

¹ - علال طحطاح، المرجع السابق، ص 118-119.

² - لياس بروت، "تحديد الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر"، مجلة الدراسات الحقوقية ، مخبر حماية حقوق الإنسان بين النصوص الدولية و النصوص الوطنية وواقعها في الجزائر ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة ، المجلد 3، العدد 2، ص 206.

وعليه فإن دور الدولة لا يقف عند مجرد تنظيم قواعد المنافسة في ظل نظام حرية الأسعار بل يتعدى ذلك إلى تدخلها مباشرة وفق الشروط التالية:

- أن يتعلق الأمر بسلع و خدمات ذات طابع استراتيجي وهي السلع والخدمات الأساسية التي تقوم عليها المعيشة والحياة اليومية ويخضع لتقدير الدولة حسب الظروف الاجتماعية والاقتصادية.

- أن يتم التقنين بموجب مراسيم .

- استشارة مجلس المنافسة وهو سلطة أنشأت لدى الوزير الأول يتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي مقره بالجزائر العاصمة ، يتمتع بسلطة اتخاذ القرار و الاقتراح و إبداء الرأي بمبادرة منه و كلما طلب منه ذلك من أجل ضمان السير الحسن للمنافسة و تشجيعها مستعينا في ذلك برأي خبير، كما يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تدرج ضمن اختصاصه و تكون قراراته قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر¹ .

ب- اتخاذ تدابير استثنائية:

حسب الفقرتين الأخيرتين من المادة 05 من الأمر 03-03 فعلى خلاف الحالة السابقة حيث تتدخل الدولة في تحديد الأسعار في الظروف العادية و بصفة دائمة فإن تدخل الدولة في هذه الحالة مرده ظروف عارضة تقتضي تدابير استثنائية مؤقتة لمواجهة لها ، تتمثل في الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها لذا فإن تدخل الدولة في هذه الحالة مرهون بالشروط التالية:

• حدوث اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو منطقة جغرافية معينة أو حدوث احتكارات طبيعية.

¹- لياس بروك ، المرجع السابق، ص207.

- إرتفاع مفرط في الأسعار بسبب تلك الظروف .
- يجب أن تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم.
- أخذ رأي مجلس المنافسة.
- يجب أن تتخذ هذه التدابير الاستثنائية لمدة أقصاها 06 أشهر.

وتهدف الدولة في ضبطها للأسعار إلى خلق إستقرار في أسعار المواد الضرورية في حالة الاضطراب المحسوس في السوق والمحافظة على المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك والنظام العام الاقتصادي¹.

ثانيا: آليات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تقنين أسعار السلع و الخدمات يتم وفق ثلاث آليات هي: التحديد و التسقيف والتصديق كما هناك تدابير أخرى أتى بها المرسوم التنفيذي رقم 06-215² الذي ينظم نوع معين من المبيعات و هذه الآليات تركز مهام وصلاحيات الدولة في مجال الأسعار التي تعمل على ضبط السوق واستقراره والقضاء على كل أشكال المضاربة و الاحتكار لحماية الاقتصاد الوطني وحماية المتنافسين والمستهلك بالدرجة الأولى.

أ- آلية التحديد: التحديد هو أن تحدد الدولة سعرا معينا و تجبر البائعين و المشترين على احترامه و تفرض جزاء على كل من يتجاوزه و يتم عن طريق التنظيم، و الهدف من اعتماد الدولة الآلية تحديد أسعار بعض المواد أو خدمات قطاعات يكون إنتاجها استجابة لحاجيات اجتماعية بحيث يصعب على المصالح الخاصة أن تسيروها بصورة مباشرة لأن هذه الأخيرة

¹ - محمد كريم طالب، "تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار"، مجلة القانون ، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي أحمد زبانة غليزان ، العدد 7، ديسمبر 2016، ص 268.

² - المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 يحدد شروط و كفيات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند المخازن، المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، جريدة رسمية رقم 46 الصادرة في 18 جوان 2006.

تميل إلى زيادة أرباحها عند أسعار إنتاجها في حين أن المستهلك يرفض ذلك نظرا للدور الذي تلعبه هذه السلع و الخدمات بالنسبة له.

ب-آلية التسقيف: و هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك ، و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعنية به، فالعون الاقتصادي هنا ملزم بعد تجاوز السقف المحدد، و تقوم الدولة بتعويضه في الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف في حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة وربما تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة و ذلك بموجب وثيقة تركيبة الأسعار التي يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعنية.

ج- آلية التصديق: التصديق هو الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو المتعاملين الاقتصاديين أو ذوي الخبرة ، كالدواوين المختصة بقطاع معين مثل الديوان الوطني الجزائري المهني للحليب و مشتقاته على الجهة المعنية أو الوزارة المعنية بالأمر.

إن تطبيق الآليات من طرف العون الاقتصادي مرهون بإيداع تركيبة الأسعار هذه السلع و الخدمات المعنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية و هذا ما نصت عليه المادة 22 مكرر من قانون 04-02.

د- التدابير الأخرى التي تحد من حرية الأسعار: طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 06-215 السابق الذكر، فإن المتعامل الاقتصادي في حالة البيع بالتخفيض¹ يخضع لشروط معينة منها المدة التي يمارس فيها هذا البيع و السلع التي تكون محل هذا البيع ، وكذلك يقوم بالتصريح لدى المدير الولائي للتجارة فتعتبر هذه الشروط والإجراءات من القيود الواردة على حرية تحديد الأسعار و بمخالفة العون الاقتصادي لهذه الشروط فإنه سيتعرض إلى عقوبة تتمثل في توقيف

¹ - نص المادة 1/02 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 "يشكل بيعا بالتخفيض البيع بالتجزئة المسبوق أو المرفق بالإشهار و الذي يهدف عن طريق تخفيض في السعر إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة"

هذا البيع و كل إشهار لها يعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة و يعاقب عليها طبقا لقانون 02-04.

الفرع الثالث : الجزاء المترتب عن ممارسة أشغال غير شرعية

منع القانون بعض الممارسات غير الأخلاقية، التي يلجأ إليها بعض الأعوان الاقتصاديون، والمتمثلة في تزييف تكاليف إنتاج السلع أو الخدمات لتظهر بصورة مرتفعة، ليتم بذلك تبرير البيع بأسعار مرتفعة لبعض المنتجات الاستهلاكية الضرورية غير الخاضعة الحرية الأسعار مثل سعر الحليب والخبز وغيرهما¹.

و تجدر الإشارة أنه لا يمكن الاحتجاج برضا المشتري للإفلات من العقوبة المقررة عن و المحددة في نص المادة 36 من قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، حيث تنص على ما يلي: "تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج).«، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية للقاضي، تتمثل في الحجز، المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية، المنصوص عليها في المواد 39 وما بعدها من قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، ونشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

¹د.محمد شرف كتو، مرجع سابق، ص 110.

المبحث الثاني حماية المستهلك الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة

تناول المشرع الجزائري دراسة الممارسات التجارية التدليسية غير النزيهة في الفصل الثالث و الرابع من الباب الثالث من قانون رقم 04-02 في المواد من 24 إلى 28.

حظر المشرع مجموعة من الممارسات التجارية أسماها الممارسات التجارية التدليسية (المطلب الأول)، وذلك لمساس هذه الممارسات بقواعد ضبط السوق وانتشار الغش والتدليس فيه من جهة، وتظليل المستهلكين من جهة أخرى، لذلك أوجد مجموعة من القواعد، بتطبيقها، سيتم تأطير هذه الممارسات التجارية، خدمة للعون الاقتصادي المنافس والمستهلك و الاقتصاد ككل.

كما حظر المشرع أيضا مجموعة أخرى من الممارسات التجارية، أسماها الممارسات التجارية غير النزيهة (المطلب الثاني)، حيث أن هذه الممارسات تعتبر ضارة بمصالح الأعوان الاقتصاديين، باعتبارها تسبب اختلالا في توازن قوى السوق، وهذا ما يؤثر بطريقة غير مباشرة على مصالح المستهلكين، والتي من خلالها يعتدي عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين، خلافا للأعراف التجارية النظيفه، فسعى المشرع الجزائري إلى تأطير هذه الممارسات، بإيجاد مجموعة من القواعد سعيا منه إلى منافسة مشروعة بين الأعوان الاقتصاديين.

المطلب الأول الممارسات التجارية التدليسية

أدرج المشرع الممارسات التجارية التدليسية في المواد 24 و 25 من قانون رقم 04-02 ، حيث حظر المشرع هذه الممارسات، وألقي على المتدخل التزاما قانونيا بالامتناع عن ممارستها. جاءت على سبيل الحصر،¹

¹ - د. أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 239.

الفرع الأول : المعاملات التجارية التدليسية

تنص المادة 24 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على يلي: "تمنع الممارسات التجارية التي ترمي إلى: - دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة، - تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة، - إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية.

أولا : دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة

يقصد بفوارق القيمة "Soultes Occultes" مجموع المبالغ المدفوعة أو المستلمة، غير المصرح بها في وثائق إثبات التعاملات التجارية، مثل البائع الذي يلزم المشتري بدفع مبلغ أكبر مما هو مدون في فاتورة بيع السلع، وذلك تهربا من دفع الضرائب. فالمبالغ الزائد عن مبلغ الفاتورة تسمى بالفوارق المخفية للقيمة.

ثانيا : تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة

تعتبر فواتير وهمية، الفواتير التي ليس لها وجود حقيقي، وإنما يتم إعدادها لإيهام أعوان المراقبة، بسلامة المعاملات التجارية وشرعيتها، والواقع أنها غير ذلك تماما.¹

تعتبر كذلك فواتير مزيفة، عكس الفواتير الوهمية، فواتير حقيقية، ولكن تم تزويرها وتزييفها، لكي لا تعكس المعاملات الحقيقية بين المتعاقدين، كعدم تسجيل المعلومات الواجبة في الفواتير وإغفالها عمدا.

¹ - محمد شرف كتو، مرجع سابق، ص 111.

ثالثا : إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية

تتمثل في لجوء المتدخل إلى وسائل من شأنها إعدام هذه الوثائق بصورة كلية أو جزئية، كما لو قام بحرق الدفاتر التجارية أو تمزيقها بصورة نهائية قبل انقضاء المدة المحددة قانونا.¹ وتقدر المدة القانونية للاحتفاظ بالوثائق المحاسبية والتجارية لاسيما الفاتورة 10 سنوات.²

تقوم هذه المخالفة أيضا، بإخفاء الوثائق أو تزويرها ماديا بحيث يقوم المتدخل بتغيير حقيقتها بطريقة يترك فيها أثرا يدركه الحس بالزيادة أو الحذف أو التعديل أو تزويرها معنويا وهو تغيير حقيقة ومضمون الوثيقة وظروفها تغييرا لا يدرك البصر أثره.³

الفرع الثاني: المضاربة

وردت في نص المادة 25 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والتي يمنع القيام بما جاء فيها، حيث تنص على: يمنع على التجار حيازة:

- منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية،
- مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار
- مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.

¹ - زويبر أرزقي، مرجع سابق، ص 82.

² - المادة 12 من أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، والمادة 104 من قانون رقم 01-21 المتضمن قانون المالية لسنة 2002، والمادة 20 من قانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي.

³ - أحسن بوسقيعة، مرجع سابق، ص 346.

أولاً : حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية

تعتبر منتوجات مصنعة بصفة غير شرعية، منتوجات مقلدة ومزورة من حيث العلامة التجارية.¹ ويمكن المساس بالعلامة التجارية بواسطة التقليد (La contrefaçon)، أو المحاكاة التديليسية (L'imitation frauduleuse)، كما أن هدف المشرع من خلال حظر حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، هو الخوف من وصولها إلى يدي المستهلك، إذ ما الفائدة المرجوة من اقتناء أو تصنيع هذه المنتوجات لولا بيعها، وفي هذه الحالة، تتكون من هذا الفعل جريمتين مستقلتين، الأولى حيازة منتوجات مغشوشة، والثانية طرح هذه المنتوجات لتداول في السوق.²

نضيف أن القانون قد حظر حيازة منتوجات مستوردة بصفة غير شرعية، كما حظر حيازة منتوجات مصنعة بصفة غير شرعية سواء كانت محلية أو مستوردة، وأنه يفهم من اللاشريعة مخالفة القانون، وهناك عدة تنظيمات تدرج في هذا المفهوم.

ثانياً : حيازة مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار

يلجأ بعض التجار قصد المضاربة إلى حيازة واحتكار واحتباس وتخزين منتوجات، بهدف خلق اختلال بين العرض والطلب، يؤدي إلى إحداث ندرة وارتفاع غير مبرر للأسعار. فإذا تم طرح وتداول هذه المنتوجات في السوق، تتوفر لنا أركان جريمتين كما ذكرنا في الجزء السابق.

ثالثاً : حيازة مخزون من منتوجات خارج موضوع التجارة الشرعية قصد بيعه |

ألزم المشرع كل تاجر باحترام ما جاء في سجله التجاري من نشاطات يمكنه القيام بها، وحظر بذلك عليه، أي حيازة بغرض البيع لأي منتج خارج موضوع تجارته.

¹ - قرار رقم 286391 مؤرخ في 25/06/2002، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، 2003، ص 269.

² - زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص ص 83، 84.

الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الممارسة التجارية التدايسية .

أي إخلال بالالتزام القانوني سيؤدي إلى قيام المسؤولية الجزائية للمتدخل ويعرضه للعقوبات الأصلية الواردة في المادة 37 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، أي غرامة من 300.000 د.ج. إلى 10.000.000 د.ج. يضاف إلى ذلك، عقوبات تكميلية تتمثل في الحجز، المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية، المنصوص عليها في المواد 39 وما بعدها من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، ونشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجبارياً من طرف القاضي في حال العود.

يضاف إلى ذلك أيضاً، عقوبات جزائية ثقيلة فيما يخص تزيف المعاملات التجارية، واردة في المادة 219 من أمر رقم 66-156 المتضمن لقانون العقوبات المعدل والمتمم، فيما يخص التزوير أو الشروع فيه في محررات تجارية، وعقوبات أخرى واردة في نص المادة 172 من نفس الأمر فيما يخص جريمة المضاربة غير المشروعة .

المطلب الثاني الممارسات التجارية غير النزيهة

أدرج لها المشرع الجزائري فصلاً كاملاً تحت عنوان الممارسات التجارية غير النزيهة، ويسميتها العديد من الفقهاء بالمنافسة غير المشروعة، حيث نجد الممارسات التجارية غير النزيهة أصلاً وبحكم القانون (أولاً)، و استعمال إشهار غير شرعي (ثانياً) يكون الهدف منه تظليل المستهلك.

الفرع الأول الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا وبحكم القانون

حظرت المادة 26 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا (أولا)، كما حددت المادة 27 من نفس القانون وحظرت الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون (ثانيا).

أولا : الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا

حظرت المادة 26 سالفه الذكر أي اعتداء على المصالح الاقتصادية للاعوان الاقتصاديين بأي ممارسة تجارية غير نزيهة، مخالفة للأعراف التجارية النزيهة، والأعراف التجارية هي جميع القواعد التي استقرت عليها المعاملات التجارية وساد الاعتقاد بالزاميتها، وضرورة الخضوع لأحكامها، ويجب أن تكون هذه الأعراف نزيهة وغير منافية للقانون طبقا لتدرجه.

و لا نكون أمام هذه الجريمة لمجرد مخالفة هذه الأعراف التجارية، إنما ينبغي المساس بمصالح الأعوان الاقتصاديين (ركن الخطأ) بغض النظر عن وقوع أضرار ماسة بهذه المصالح.

ثانيا : الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون

لم تورد المادة 26 سالفه الذكر تعريفا للاعتداء على المصالح الاقتصادية للأعوان الاقتصاديين في حين أوردت المادة 27 من نفس القانون، بعض صور هذا الاعتداء .

أ- تعريف الاعتداء على المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي

يملك التاجر في الأصل، حرية منافسة غيره من التجار، لكن التعسف في هذه الحرية يعتبر ممنوعا. وما يلاحظ في الصور الواردة في المادة 27 من قانون رقم 04-02، أنها تعتبر ممارسات منافية للمنافسة المشروعة، والتي يعتدي فيها عون اقتصادي على عناصر المحل

التجاري لعون اقتصادي آخر، فيحاول الاستفادة من مهاراته وتقنياته، والتي لم يكن له أي دور في خلقها وإبداعها وذيوع صيتها¹.

ب- صور الممارسات التجارية غير النزيهة

أورد المشرع صور الممارسات التجارية غير النزيهة في المادة 27 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، نذكرها فيما يلي:

- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته.

- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.

- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.

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

- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة، كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية، واختلاس الملفات، أو الطلبيات، والسمسرة.

- الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطراب فيه، بمخالفة القوانين و المحظورات الشرعية، وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.

¹ - الحجار حلمي محمود والحجار حلمي هالة، الطفيلية الاقتصادية، المزاحمة غير المشروعة في وجه حديث لها، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2004، ص 85.

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

نشير في ختام هذا الفرع أن هناك من بين هذه الصور ما هو مجرم بقوانين أخرى، مثل تقليد العلامات التجارية،¹ كما يلاحظ أن هذه الصور جاءت من العموم بحيث تسمح بالإحاطة بجميع الأساليب والصور التي يمكن أن تدرج تحت وصف المنافسة غير المشروعة، ويلاحظ أيضا، أن الحماية التي قررها القانون، ليست لحماية العون الاقتصادي المنافس فحسب، بل لحماية المستهلك والنظام الاقتصادي بشكل عام.²

الفرع الثاني : حظر الإشهار التضليلي

أصبح الإشهار التجاري أحد سمات العصر، وقد ظهر هذا الأسلوب بشكل واضح بظهور المجتمع الصناعي واقتصاد السوق الذي صاحبه انفتاح إعلامي هائل، فإذا كانت السوق في المفهوم الاقتصادي لقاء العرض والطلب، فإن الإعلانات التجارية هي التي تخلق السوق ومن باب أولى توسع دائرة السوق نفسها، فلا سوق بلا إشهار تجاري، لذلك وجب تعريفه، يمكن للإشهار التجاري غير الشرعي أن يتخذ عدة صور، وبالابتعاد عن هذه الصور يعتبر الإشهار التجاري عامل من عوامل تسويق السلع ومظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، فهو في قيامه بوظيفة التسويق والترويج للسلع يشكل أداة للاتصال بين التاجر و الزبائن ويساهم في تخفيض الأسعار، وتحسين نوعية المنتج، وهو أثر من آثار حرية الإعلام.³

¹ - مجرم بالمادة 32 من أمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003. وعقوبته هي الحبس من 6 إلى 24 شهرا و/أو غرامة من 2.500.000 إلى 10.000.000 د.ج.، بالإضافة إلى الغلق المؤقت أو النهائي، ومصادرة وسائل الجريمة، وإتلاف الأشياء محل المخالفة.

² - محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص114.

³ - FERRIER Didier, La protection des consommateurs, Dalloz, Paris, 1996, P 40.

أولاً : تعريف الإشهار التجاري

يعرف الإشهار التجاري على أنه إخبار يتولاه شخص محترف بقصد التعريف بمنتج أو خدمة معينة، وذلك بإبراز مزاياه ومدح محاسنه، بغرض ترك انطباع مقبول عنه لدى جمهور المخاطبين به، مما يؤدي إلى إقباله على المنتجات والخدمات محل الإعلان،¹ كما يعرف على أنه كل نشاط يعمل على عرض منتج أو خدمة ما للعامة بأي وسيلة من وسائل الإعلان، بطريقة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب انتباههم إليه، تحفيزاً على التعاقد من أجل تحقيق ربح مادي.² يعرفه المشرع الجزائري في المادة 3/3 من قانون رقم 04-02: "...كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة.

يعرف أيضاً مرسوم تنفيذي رقم 06-215 يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، الترويج بـ: "تشكل بيعاً ترويجياً كل تقنية بيع سلع مهما يكن شكلها، والتي يرمي العون الاقتصادي عن طريقها إلى جلب الزبائن وكسب وفائهم".

ثانياً : صور الإشهار التجاري غير الشرعي

أورد المشرع صور الإشهار التجاري غير الشرعي في المادة 28 من قانون رقم 02-04

المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، نذكرها فيما يلي:

¹ -CALAIS-AULOY (J) et STEINMMETZ (F), Droit de la consommation, Dalloz, Paris, 2000, P 123

² - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004،

أ- الإشهار التجاري التضليلي

يعرف الإشهار التجاري التضليلي أو كما يسميه بعض الفقه بالدعاية الكاذبة، من خلال تعريف التضليل، وهو كل ما يخالف الحقيقة ويمس بمبادئ وشرف التعامل والنزاهة والأمانة في إطار المنافسة بقصد تضليل العملاء أو الاستحواذ عليهم.

تتفرع أساليب الإشهار التضليلي إلى فرعين، يسمي الأول بالإشهار التضليلي في ذات المنتج أو الخدمة، وهو ما جاء في الفقرتين الأولى والثالثة من المادة 28 من قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، وهو تضليل يمس المكونات والأنواع والخصائص والنتائج المتوقعة والكمية وتاريخ الصنع والمصدر، وقد ينصب على منتجات غير موجودة أصلاً،¹ فوجود السلعة أو الخدمة ضروري للعملية الإشهارية.

ويتعلق الثاني بالإشهار التضليلي خارج ذات المنتج أو الخدمة، وهو الذي ينصب على الدافع إلى التعاقد، كإيهام المستهلكين بتلقي شروط استثنائية عند شراء المنتج، أو التزامات المعلن في ما يخص مثلاً التسليم والضمان، أو البيانات المتعلقة بالمعلن، كزعمه بالحصول على شهادة تأهيل أو خبرة خاصة.

ب- الإشهار المفضي إلى اللبس

أشارت الفقرة الثانية من المادة 28 سالف الذكر إلى هذه الحالة، وهي تعبر عن صورة من صور التطفل التجاري على نشاط المنافس، فهي قد تفضي إلى اللبس بالنسبة للمستهلكين

¹ - تنص الفقرة الثالثة من المادة 28 من قانون رقم 02-04 على: «...يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

بشأن سلعة أو خدمة، فالتاجر المتطفل يستولي على العناصر التي ساهمت في إنجاح منافسه دون بذل جهود مادية أو فكرية.¹

نشير أيضا أن المادة 28 سالفه الذكر حددت لنا الركن المادي لهذه الجريمة ولم تحدد الركن المعنوي (سوء النية)، وفي غياب أي اجتهاد قضائي جزائري نعرج على القضاء الفرنسي الذي استقر على اعتبار هذه الجريمة غير عمدية (مادية تقوم على مجرد إهمال وعدم تبصر المعلن بحسن أو بسوء نية،² كما نشير أن تقدير الطابع التضليلي للإشهار من طرق القاضي تتم بالمعيار الموضوعي

الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الممارسات الغير النزيهة

في إخلال بالالتزام القانوني بالامتناع عن الممارسات التجارية غير النزيهة، سيؤدي إلى قيام المسؤولية المدنية والجزائية للمتدخل ويعرضه للعقوبات الأصلية الواردة في المادة 38 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، غرامة من 50.000 إلى 5.000.000 د.ج.

يضاف إلى ذلك، عقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية للقاضي، تتمثل في الحجز المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية المنصوص عليها في المواد 39 وما بعدها من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، ونشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

يضاف إلى هذه العقوبات أيضا، عقوبات جنحية ثقيلة (غرامة من 2.000 إلى 500.000 د.ج. و/أو الحبس من شهرين إلى خمسة سنوات) فيما يخص الإشهار غير الشرعي، واردة في المادة 69 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،

¹ - محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص116.

² - VOGEL Louis, RIPERT.G., ROBLOT.R., Traité de droit commercial, commerçants, tribunaux de commerce, fonds de commerce, propriété industrielle, concurrence, Tome 01, Volume 01, 18ème édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Delta, 2003, P 664.

فيما يخص الخداع أو محاولة ارتكابه بواسطة إشارات أو ادعاءات تدليسية وكذلك كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى، والمعاقبة بقوانين أخرى بالنسبة لصور الممارسات التجارية غير النزيهة كما رأينا، ولأن هذه الجرائم جنح، تشدد هذه العقوبات إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

المبحث الثالث الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية

تناول المشرع الجزائري الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية في الفصل الخامس من الباب الثالث من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم (المواد 29 و 30).

المطلب الأول : مفهوم وصور الشرط التعاقدية التعسفي

تتميز الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية في التشريع الجزائري بأنها ممارسات مفروضة من عون اقتصادي (الطرف القوي في العلاقة التعاقدية) على مستهلك حسب ما جاء في نص المادة 29 من نفس القانون (تعتبر بنود وشروط تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع)، حظر المشرع لهذه الممارسات لأن غرضها أو أثرها سيخلق عدم توازن معتبر بين حقوق و التزامات طرفا العقد إضرارا بالمستهلك.

الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي

عرف المشرع الجزائري الشرط التعسفي في الفقرة الخامسة من المادة الثالثة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم كما يلي: "كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

الفرع الثاني: صور الشروط التعاقدية التعسفية

نظرا للعمومية التي ورد بها تعريف الشرط التعسفي حدد المشرع في المادة 29 بعض الحالات التي تمثل شروطا تعسفية تماشيا مع التشريعات الحديثة التي اهتمت بحماية المستهلك والجدير بالذكر أن عبارة ".... لا سيما البنود و الشروط". السالفة الذكر حددت صور الشروط التعسفية على سبيل المثال لا الحصر وضحت بذلك السلطة التقديرية للقاضي في اعتبار بندا ما شرطا تعسفيا ، والشروط التعسفية المذكورة في المادة 29 من القانون 02 /04 هي:

أولا: الشروط التي تمنح البائع أخذ حقوق أو امتيازات لا تقابلها حقوق أو إمتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

لقد أوردت هذه الصورة قاعدة عامة تشمل أي حق أو امتياز يمنحه الشرط للبائع دون أن يتمتع المستهلك بحقوق وامتيازات مماثلة كأن يتفرد البائع بحق فسخ العقد بإرادته المنفردة و دون أن يمنح المستهلك هذا الحق.

ثانيا : شروط التي تمنح البائع فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقد في حين يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.

ثالثا: الشروط التي تمنح البائع امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.

المقصود بالعناصر الأساسية للعقد هي العناصر التي لا يتوقف عليها انعقاد العقد لكنها ذات اعتبار فيه مثال ذلك تسليم المنتج أو أداء خدمة أو الطريقة التي يتم بها تنفيذ العقد¹.

¹ - عياض عماد الدين، مرجع سابق، ص: 147.

رابعاً: الشروط التي تمنح البائع التفرد بحق تفسير شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية .

المشرع أدرك عدم مقدرة الطرف المذعن على صياغة أي شرط من شروط التعاقد بما في ذلك الشروط التي يبدو مستفيداً منها بوصفه دائناً على أساس أن التفسير يجب أن لا يكون ضاراً بمصلحة الطرف الذي لم يتدخل في صياغة الشرط بغض النظر عن كونه دائناً أو مديناً.

خامساً: الشروط التي تمنح البائع إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها .

هذه الصورة تتجلى في الشروط المتعلقة بتحديد وقت دفع الثمن فعلى الرغم من اهتمام التشريعات المدنية بتنظيم الأحكام العامة المتعلقة بالثمن من حيث تحديد زمان ومكان الوفاء به وتوفيرها لضمانات تكفل حق البائع في الحصول على ثمن السلع أو الخدمة¹.

سادساً: الشروط التي تمنح البائع رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل البائع بالتزاماته أو عدة التزامات في ذمته.

يحاول البائع بشتى الطرق أن يتفادى النتائج المحتملة لإخلاله بتنفيذ التزاماته لذا يسعى إلى تضمين العقد من الشروط ما يحد من تسلطات المستهلك في استخدام حقه في الفسخ².

والجدير بالذكر أن المشرع استوجب لقيام التعسف وفق هذه الصورة أن يكون مضمون الشرط هو رفض حق المستهلك في طلب الفسخ.

¹ - المادة 390 ق-م-ج التي تعطي البائع لاحق حبس المبيع إذا كان كل أو بعض الثمن مستحق الدفع وكذا المادة 997 المتعلقة بامتياز بائع المنقول فيها لا يستحقه من الثمن وملحقاته كما يمكن للبائع التمسك بفسخ العقد إذا أخل المستهلك بالتزامه بدفع الثمن طبقاً للقواعد العامة وكلها ضمانات ممنوحة للبائع لا تغنيه عن التعسف اتجاه المستهلك.

² - تنص المادة 119 فقرة 1 ق-م-ج في العقود الملزمة لجانبين إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد إعداره المدين أن يطلب بتنفيذ العقد أو نسخه مع التعويض في الحالتين إذا اقتض الحال ذلك.

سابعاً: الشروط التي تمنع البائع التفرد بتغيير آجال تسليم المنتج أو آجال تنفيذ الخدمة.

ويشترط لقيام هذه الصورة تفرد البائع بتغيير الآجال وعليه إذا كان مضمون الشرط لا يقصي بهذا التفرد كأن يربط التغيير باستشارة المستهلك فلا يعد شرط تعسفياً

ثامناً: الشروط التي تمنح البائع تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

المشرع استوجب أن يكون مضمون التهديد هو قطع العلاقة التعاقدية أي أنه إذا كان مضمون الشرط تعسفياً بهذه الحالة كما يجب أن يتعلق الأمر برفض المستهلك لشروط جديدة وغير متكافئة وهو من أخطر شروط التعاقدية التعسفية في صورها الثمانية.

الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة عن الممارسات التعاقدية التعسفية

اعتبرت المادة 38 من قانون 04-02 مخالفة أحكام المادة 29 منه بمثابة ممارسات تعاقدية تعسفية ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار

(5000.000 دج) فضلا عن حق المستهلك في أن يتأسس كطرف مديني في الدعوى بالتعويض عن ما لحقه من أضرار جراء هذه الممارسات.

خاتمة

نستنتج من خلال دراستنا، أنه وبغرض ضبط وتنظيم العلاقات التجارية فيما بين الأعوان الاقتصاديين، وفيما بينهم وبين المستهلكين، أوجد المشرع في قانون رقم 04-02 مجموعة من القواعد تطبق على هذه الممارسات التجارية بغرض تطهيرها، عبارة عن مجموعة من الالتزامات القانونية، الإيجابية، والسلبية من خلال تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه" وبذلك فقد أسس هذا القانون تنظيمه للممارسات التجارية على مبادئ الشفافية والنزاهة، وهما ركيزتان من ركائز اقتصاد السوق، بالنظر لما لهما من دور في إضفاء الوضوح على الممارسات التجارية وحماية مصالح أطرافها، سواء كانوا أعوانا اقتصاديين أم مستهلكين.

فمبدأ الشفافية ترجمه القانون رقم 04-02 في التزامين رئيسيين، هما الالتزام بالإعلام و الالتزام بالفوترة مستهدفا من خلالهما جعل الممارسات التجارية أكثر وضوحا، بما يخدم مصلحة الأعوان الاقتصاديين وكذا المستهلكين على السواء، و يرفع من كفاءة السوق وقابليتها للرقابة. فمن جهة كفل المشرع للمستهلك وللعون الاقتصادي الحق في الإعلام بأهم الجوانب التي تنير اختياره ورضاه. فالمشرع حينما ألزم العون الاقتصادي بالإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، و كذا إخبار المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول مميزات المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، فضلا عن إلزامه بالفوترة يكون بذلك قد ألقى على عاتق العون الاقتصادي واجب تدارك التفاوت في الخبرة الفنية بينه وبين المستهلك وكذا بينه وبين باقي الأعوان الاقتصاديين، ومن جهة أخرى كفل للمستهلك الحق في الفوترة، مما أتاح له وسيلة هامة لإثبات الجوانب المختلفة لعلاقته بالعون الاقتصادي على نحو يضمن للمستهلك حقوقه ويحميها ناهيك عما للشفافية من دور في تفعيل الرقابة حول مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للقانون.

في حين ترجم القانون رقم 04-02 مبدأ النزاهة من خلال حظره لجملة من الممارسات مستهدفا منها مواجهة صور التأثير غير المشروع على نظام السوق، و التصدي للممارسات التنافسية غير النزيهة. ، وكذا الحد من الاستغلال السيئ لفارق القدرات الاقتصادية، لاسيما في علاقة الأعوان الاقتصاديين بالمستهلكين فقد جسد المشرع هذا المبدأ من خلال حظره لمختلف الممارسات التي تعكس استغلال العون الاقتصادي لقوته الاقتصادية فالمشرع حينما منع رفض التعاقد والبيع المشروط والشروط التعسفية بمختلف صورها هو في الحقيقة إنما يحظر كل ما من شأنه إعلاء إرادة الطرف القوي على الطرف الضعيف في التعاقد، وفي ذلك حد من استغلال تفاوت القدرات الاقتصادية لإذعان الطرف الضعيف أو ابتزازه كما أن مبدأ النزاهة اقتضى حظر الإشهار التضليلي بصوره المختلفة، تجاوبا مع الواقع الذي يثبت أن الدعاية الإشهارية صارت العمود الفقري لنظام التسويق المعاصر.

إن خصوصية القانون 04-02 لم تتوقف عند حد وضع قواعد موضوعية لتنظيم الالتزامات التي تقع على عاتق الأعوان الاقتصاديين والتي تستمد أساسها من مبادئ الشفافية والنزاهة ، بل تعدت ذلك بوضع آليات لحماية هذه القواعد من أي تجاوز أو خرق لأحكامها . فالمشرع ومن خلال هذا القانون. أبدى رغبة واضحة في التوسع في الجزاء وذلك بإتباعه سياسة التجريم من خلال سنه لعقوبات جزائية لمواجهة المساس بالقواعد التي وضعها لضمان شفافيته ونزاهة الممارسات التجارية وقد توصلنا إلى أن التجريم في ميدان الممارسات التجارية هو أمر مبرر بالنظر إلى عدم كفاية قواعد القانون المدني في توفير الحماية المطلوبة في هذا الميدان فالزجر عبر العقوبة الجزائية يعكس الثقة المتزايدة في فعالية الجزاء الجزائي في حماية التوجهات الاقتصادية والاجتماعية للدولة ، فالقاعدة الجنائية لديها وقع نفساني أعمق لدى من يتجه نحو مخالفتها، كما أنها توحى بالطمأنينة لدى المواطن الذي يشعر بأنه محمي من التجاوزات بنصوص قانونية أكثر ردها. وقد لاحظنا أن المشرع و في تحديده للعقوبات المقررة للمخالفات قد اعتمد على الغرامة كعقوبة أساسية ، ولم يلجأ إلى الحبس إلا في حالة العود

ونرى أن المشرع قد وفق في ذلك بالنظر إلى أن الغرامة هي من أنسب الجزاءات تطبيقاً على الأعوان الاقتصاديين، كونها تصيبهم في ذمهم المالية التي هي ركيزة النشاط الاقتصادي الذي يمارسونه.

هذا و إذا كانت حاجة الممارسات التجارية للتنظيم أمر مطلوب، فإن السياسة التشريعية في هذا المجال يجب أن تراعي بعض الاعتبارات، نجلها في التوصيات التالية :

- تأهيل الأعوان المكلفين بالمعاينة و التحقيق في المخالفات على شعور يمكنهم من استعاب مختلف الجوانب القانونية و الفنية للقيام بمهامهم على أكمل وجه.

- فتح مراكز تكوينية متخصصة في الممارسات التجارية و التحقيقات الاقتصادية

- إشراك جامعات التعليم العالي في دعم البحث العلمي المرتبط برصد ة تتبع قضايا المستهلك

- تقرير عقوبة الحبس كعقوبة أصلية نظرا لاعتبارها أداة ردعية تساهم في تقليل نسبة المخالفات الماسة بالممارسات التجارية النزاهة فقط في حالة العود.

- يجب أن يراعي المشرع حال تنظيمه للممارسات التجارية ما يتطلبه اقتصاد السوق من تشجيع لحرية التجارة والصناعة والاستثمار ودعم للمبادرة والابتكار، وهو ما يستدعي الحذر من أن يتحول التدخل التشريعي في مجال الممارسات التجارية بما يفرضه من قيود على نشاط الأعوان الاقتصاديين إلى عائق أمام متطلبات اقتصاد السوق، ما قد يفضي إلى نتائج عكسية.

- يجب أن يراعي المشرع في مسعاه لحماية الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين من خلال قواعد الممارسات التجارية ضرورة أن تتسم هذه الحماية بالعدالة، وذلك بأن يوازن بين مختلف المصالح المعنية بتنظيم الممارسات التجارية ، مخافة أن تتحول الحماية المتوخاة إلى حماية جائرة تتجاهل المصالح المشروعة لأعوان اقتصاديين فاعلين في العملية الاقتصادية.

وفي ختام هذا البحث، فإنه ورغم ما بذلناه من جهد في سبيل شرح وتحليل القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المحددة بموجب القانون 04-02، فإن ثراء هذا القانون وأبعاده المختلفة يجعل منه مجالاً خصباً لمزيد من البحث.

قائمة المراجع

أولا/ باللغة العربية:

1 - الكتب:

أ-المتخصصة

- 1-ذ.محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02/04 ، دار بغدادي، الجزائر، 2010.
- 2-ذ.عامر قاسم القيسي، الحماية القانونية للمستهلك(دراسة مقارنة في القانون المدني) الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، د س ن
- 3-علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014
- 4-د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006
- 5-ذ.علي بولحية بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري،دار الهدى الجزائر 2002
- 6-أمل محمد شلبي، "التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الإحتكار، دراسة مقارنة"، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، مصر، 2008
- 7- أمل محمد شلبي، "الحد من آليات الإحتكار ومنع الإغراق والإحتكار من الوجهة القانونية" دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2006
- 8-أحمد محمد محمود خلف، "الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة-دراسة مقارنة" المكتبة العصرية، مصر، 2008،

9- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004

ب- العامة

1- ذ. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د ت ن.

2- ذ. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومة، الجزائر، 2006.

3- نبيل إبراهيم سعد ، "العقود المسماة - عقد البيع"، الطبعة الثانية ، دار الجامعة الجديدة الاسكندرية ، 2004.

4- الحجار حلمي محمود والحجار حلمي هالة، الطفيلية الاقتصادية، المزاحمة غير المشروعة في وجه حديث لها، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2004

2- المذكرات الجامعية:

أ- أطروحة دكتوراه

1- لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014

2- خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق كلية الحقوق و علوم السياسية جامعة الحاد لخضر، باتنة، 2016

3- مبلاط عبد الحفيظ، النظام القانوني لتحويل الفاتورة، أطروحة دكتوراه، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012

4-علال طحطاح ،"التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية" أطروحة دكتوراه في القانون الخاص جامعة الجزائر 1

ب-مذكرات ماجستير

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، تاريخ المناقشة: 14 أبريل 2011.

2-عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة ورقلة

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

4-علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013

5- لطاش نجية، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر، مذكرة ماجستير، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004

6-سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء قانون 02/04، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بجاية

ج-مذكرات ماستر

1-ريمة عباسي ، فتيحة عثمانى، النظام القانوني لقمع الممارسات التجارية الغير الشرعية، مذكرة ماستر الحقوق، جامعة بجاية

3- المقالات:

1- بوعزة ديدن، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، الملتقى الوطني للاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، يوم 14-15 أبريل 2001، تحت إشراف هجيرة دنوني، مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.

4-المدخلات و الملتقيات:

1- والي نادية، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية مداخلة في إطار يوم دراسي يوم 05 جوان 2016 غرفة التجارة و الصناعة ولاية البويرة.

2- الحسين بن الشيخ آث ملويا، "الملتقى في عقد البيع-دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة، أعمال تطبيقية-"، الطبعة الثانية، دار هومة، الجزائر، 2006

5-المجلات

1- لياس بروك، "تحديد الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر"، مجلة الدراسات الحقوقية، مخبر حماية حقوق الإنسان بين النصوص الدولية و النصوص الوطنية وواقعها في الجزائر، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، المجلد 3، العدد 2

2- محمد كريم طالب، "تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار"، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، العدد 7، ديسمبر 2016

6- النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1-الأوامر:

1- أمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003

- 2- أمر رقم 74-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، جريدة رسمية عدد 38، الصادر في 13 ماي 1975.
- 3- أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتعلق بالقانون المدني المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975.
- 4- أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 101، الصادر في 19 ديسمبر 1975.
- 5- أمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995.
- 6- أمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 11 جوان 1966.
- 7- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003. موافق عليه بمقتضى قانون رقم 03-12 المؤرخ في 25 أكتوبر 2003، جريدة رسمية عدد 64، الصادر في 26 أكتوبر 2003. معدل ومتمم بمقتضى قانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 36، الصادر في 02 جويلية 2008. وبمقتضى قانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

2- القوانين:

- 1- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004. معدل ومتمم بقانون رقم 06-

10 مؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

2- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009.

3- قانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 30، الصادر في 24 جويلية 1979.

4- قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 29، الصادر في 19 جويلية 1989.

5- قانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 52، الصادر في 18 أوت 2004. 8- قانون رقم 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي، جريدة رسمية عدد 74، الصادر في 25 نوفمبر 2007.

ب - النصوص التنظيمية:

1- مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، جريدة رسمية عدد 10، الصادر في 11 فيفري 2009.

2- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006.

3- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

4-مرسوم تنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، جريدة رسمية عدد 15، الصادر في 9 مارس 2011

5-المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفاءات ذلك ج ر 80 مؤرخة في 2005/12/11

ثانيا/ باللغة الفرنسية:

1 -Ouvrages :

- 1 -MAGNAN Muriel Fabre, De l'obligation d'information dans les contrats, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1992.
- 2- FERRIER Didier, La protection des consommateurs, Dalloz, Paris, 1996.
- 3-CALAIS-AULOY (J) et STEINMMETZ (F), Droit de la consommation, Dalloz, Paris, 2000
- 4- VOGEL Louis, RIPERT.G., ROBLOT.R., Traité de droit commercial, Commerçants, Tribunaux de commerce, Fonds de commerce, Propriété industrielle, Concurrence, Tome 01, Volume 01, 18ème édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Delta, 2003

الفهرس

الصفحة	العناوين
	الإهداء
	الشكر و التقدير
01	المقدمة
05	الفصل الأول: حماية المستهلك من الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية
07	المبحث الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وجزاء مخالفته.
09	المطلب الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات لزبون بصفته مستهلك
10	الفرع الأول : حق الإعلام حق جوهرى لزبون المستهلك قبل التعاقد
11	الفرع الثاني: موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع مقابل السلعة أو الخدمة
12	الفرع الثالث: وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك
13	أولا : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في قطاعات النشاط والسلع والخدمات العادية
14	ثانيا: وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة
15	المطلب الثاني : الإعلام بالأسعار والتعريفات للزبون بصفته بعون اقتصادي
16	الفرع الأول: مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات و اتر إرادة الزبون على ذلك
16	أولا : مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات
17	ثانيا : توقف الإعلام بالأسعار والتعريفات على إرادة الزبون
17	الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون عون اقتصادي
18	المطلب الثالث: الجزاءات المقررة في حال إخلال بعدم الإعلام بالأسعار و التعريفات

18	الفرع الأول: العقوبات الأصلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات
18	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات
21	المبحث الثاني : الإعلام بشروط البيع وجزاء عدم الالتزام به
22	المطلب الأول:الإعلام بشروط البيع وأداء الخدمة وحدود متوقعة لمسؤولية التعاقدية
22	الفرع الأول: إعلام بشروط البيع في مواجهة مستهلك و العون الاقتصادي
22	أولاً: الالتزام بالإخبار في مواجهة المستهلكين
27	ثانيا - الالتزام بالأخبار في مواجهة العون الاقتصادي
29	الفرع الثاني : إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة
29	المطلب الثاني: جزاء عدم الالتزام ل بالإعلام بشروط البيع
30	الفرع الأول: عقوبات أصلية
30	الفرع الثاني: عقوبات تكميلية
31	المبحث الثالث : الالتزام بتحرير الفاتورة
31	لمطلب الأول : تعريف الفاتورة وكيفيات و شروط تحريرها
32	الفرع الأول: المقصود بالفاتورة وأهمتها
32	أولاً: المقصود بالفاتورة:
33	ثانيا - أهمية الفاتورة
36	الفرع الثاني: كيفيات وشروط تحرير الفاتورة
36	أولاً: البيانات الواجب توافرها في الفاتورة
40	ثانيا: شروط صلاحية الفاتورة
40	المطلب الثاني : تنفيذ الإلتزام بالفاتورة
41	الفرع الأول: الأنشطة الملزمة بتحرير الفاتورة
42	الفرع الثاني : الأشخاص الملزمون بتحرير الفاتورة و بدائلها
42	أولاً: الأشخاص الملزمون بتحرير الفاتورة
43	ثانيا : بدائل الفاتورة

45	المطلب الثالث : الجزاءات المقررة في حال الإخلال بالالتزام بالفاتورة
45	الفرع الأول : العقوبات الأصلية للإخلال بالفاتورة
45	الفرع الثاني : العقوبات التكميلية للإخلال بالفاتورة
48	الفصل الثاني : حماية المستهلك من الجرائم الماسة بنزاهة الممارسات التجارية
50	المبحث الأول: الحماية القانونية من الممارسات التجارية و أسعار غير شرعية
50	المطلب الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية
51	الفرع الأول: ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة القانونية
51	أولاً: شروط ممارسة الأعمال التجارية
52	ثانياً- الجزاء مقرر قانوناً في حال المخالفة
53	الفرع الثاني : البيوع المحظورة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية
53	أولاً: رفض بيع السلعة أو تأدية الخدمة بدون مبرر شرعي
54	ثانياً: إعادة البيع بالخسارة
57	ثالثاً: إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية
58	الفرع الثالث: الممارسات التجارية المشروطة
58	أولاً: البيع بالمكافأة
59	ثانياً: البيع المشروط
60	ثالثاً: البيع التمييزي
62	الفرع الرابع : العقوبات الردعية لممارسات التجارية المشروطة والبيوع المحظورة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية
63	المطلب الثاني: ممارسة الأسعار غير الشرعية
63	الفرع الأول: احترام مبدأ حرية الأسعار
64	أولاً: المقصود بمبدأ حرية الأسعار
65	ثانياً: ضوابط مبدأ حرية الأسعار
67	الفرع الثاني: احترام نظام تقنين الأسعار (التسعير)

67	أولاً: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات و شروطه
69	ثانياً: آليات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
71	الفرع الثالث : الجزاء المترتب عن ممارسة أشغال غير شرعية
72	المبحث الثاني: حماية المستهلك الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة
72	المطلب الأول الممارسات التجارية التدليسية
73	الفرع الأول : المعاملات التجارية التدليسية
73	أولاً : دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة
73	ثانياً : تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة
74	ثالثاً : إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية
75	الفرع الثاني: المضاربة
75	أولاً : حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية
75	ثانياً : حيازة مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار
75	ثالثاً : حيازة مخزون من منتوجات خارج موضوع التجارة الشرعية قصد بيعه
76	الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الممارسة التجارية التدليسية .
77	المطلب الثاني: الممارسات التجارية غير النزيهة
77	الفرع الأول: الممارسات التجارية غير النزيهة أصلاً وبحكم القانون
77	أولاً : الممارسات التجارية غير النزيهة أصلاً
78	ثانياً : الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون
79	الفرع الثاني : حظر الإشهار التضليلي
80	أولاً : تعريف الإشهار التجاري
80	ثانياً : صور الإشهار التجاري غير الشرعي
82	الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الممارسات الغير النزيهة
83	المبحث الثالث : الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية
83	المطلب الأول : مفهوم وصور الشرط التعاقدية التعسفي

83	الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي
84	الفرع الثاني: صور الشروط التعاقدية التعسفية
86	الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة عن الممارسات التعاقدية التعسفية
87	خاتمة
92	قائمة المراجع
99	الفهرس
	ملخص

ملخص مذكرة الماستر

يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي يجب الاهتمام بها و خاصة في الوقت الحاضر باعتبار أن لاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية كما أن له تأثير على الحياة اليومية للمواطن، تفرض العملية الاستهلاكية وجود نوع من الخلل في العلاقة بين المستهلك و التاجر حيث أن هذا الأخير بما له من قوة اقتصادية و بما لديه من وسائل يهيمن على هذه العلاقة مما قد يجعل هناك أحيانا تحالف بين الأعوان الاقتصاديين ضد مصالح المستهلك ما لم يوجد قوانين ردعية.

لدى قامت الجزائر بسن مجموعة من القوانين تحمي بها المستهلك من خلال فرض الرقابة و يعتبر القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بمثابة حماية لحقوق المستهلك عند قيامه بالممارسات التجارية خاصة فيما يتعلق بالشفافية و النزاهة .

الكلمات المفتاحية:

المستهلك/1	القانون 02/04	الممارسات التجارية/3
4 /الرقابة	5/المخالفات	6/الحماية

Abstract of The master thesis

In the issue of consumer protection of the topics to be addressed particularly in the présent time considering that the consumption essential role in economic life it also has an impact on the daily life of the citizen imposes consumer process there is a kind of imbalance in the relationship between consumer where the latter including its economic power and the means to dominate this relationship which may make there is a coalition between the economic agents against the interests of the consumer unless there is a deterrent laws .

Therefore Algeria has enacted a series of laws to protect the consumer the law 04-02 on the rules applicable to commercial practices as the protection of consumer rights when he trade practices especially with regard to transparency and integrity.

keywords:

1/the consumer	2/ law 04/02	3 /business practices
4/control	5/irregularities	6/protection