



جامعة ألكلي محند أولحاج - البويرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

قواعد الممارسات التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون

تخصص: عقود ومسؤولية

إشراف الأستاذة:

عينوش عائشة

إعداد الطالب:

بلقاسم طارق فتح الدين

لجنة المناقشة

الأستاذة: خلوفي خدوجة، أستاذة مساعدة "أ"، جامعة ألكلي محند أولحاج-البويرة..... رئيساً

الأستاذة: عينوش عائشة، أستاذة مساعدة "أ"، جامعة ألكلي محند أولحاج-البويرة..... مُشرفاً ومقرراً

الأستاذة: والي نادية، أستاذة مساعدة "أ"، جامعة ألكلي محند أولحاج-البويرة..... عضواً

السنة الجامعية

2013/2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

اعترافاً بالفضل والجميل، أتوجّه بخالص الشكر وعميق
التقدير والامتنان، إلى الأستاذة:

عينوش عائشة

التي أشرفت على هذا العمل، وتعمّدت بالتصويب.
فجزاها الله عني كلّ خير.

بلقاسم طارق فتح الدين

إهداء

إلى أمي التي رعتني، أطال الله في عمرها؛
إلى والدي شفاه الله وعافاه؛
إلى أخواتي حفظهم الله ورعاهم؛
إلى زوجتي التي صبرت معي وشجعتني لإنجاز هذا العمل؛
إلى فلانة كحدي وقرّة عيني، ابني "أنس"، حفظه الله وشفاه؛
إلى أساتذتي من دون استثناء، مع خالص الشكر والتقدير.

إلى هؤلاء جميعا، أهدي هذا العمل.
بلقاسم طارق فتح الدين

قائمة المختصرات

أولاً: باللغة العربية

- د.:الدكتور.
- د ب ن: دون بلد نشر.
- د ت ن: دون تاريخ نشر.
- د ت م: دون تاريخ مناقشة.
- ص: صفحة.
- ص ص: من الصفحة...إلى الصفحة...

ثانياً: باللغة الفرنسية

- P : Page.
- P P : de page...à la page...
- N° : Numéro.
- Op.cit : Œuvre précitée.
- J O : Journal Officiel.

مقدمة

أسست حماية المحل التجاري من المنافسة غير المشروعة في السابق، على المسؤولية التقصيرية المنصوص عليها في المادة 124 من القانون المدني⁽¹⁾ باعتباره الشريعة العامة. نظم المشرع الجزائري في الوقت الحالي حماية المحل التجاري من المنافسة غير المشروعة بصفة مباشرة، بموجب أمر رقم 03-03⁽²⁾ المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وبصفة غير مباشرة بموجب قانون رقم 02-04⁽³⁾ الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

تتشرط دعوى المسؤولية التقصيرية وقوع الضرر فعلا وهو شيء يصعب إثباته غالبا، بينما دعوى المنافسة غير المشروعة لا تتشرط وقوع الضرر فعلا -يمكن أن تكون وقائية-، ويكفي أن يكون الضرر محققا، أي أنه إذا لم توقف هذه الممارسات غير المشروعة، فإنه سيؤدي لا محالة إلى ضرر، إذ يكفي وجود الخطأ.

يهدف قانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم (موضوع دراستنا) إلى ضبط وتنظيم العلاقات التجارية فيما بين الأعوان الاقتصاديين، وفيما بينهم وبين المستهلكين، وذلك بتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية، التي يجب أن تسودها الشفافية والنزاهة، حيث أن هذه العلاقات لم ينظمها قانون المنافسة، الذي يهدف بالدرجة الأولى إلى ضمان السير التنافسي الحر للسوق (ضمان توازن السوق)، ومنع الممارسات المقيدة للمنافسة.

(1) - أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتعلق بالقانون المدني المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975.

(2) - 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 03-03 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.

(3) - قانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004. معدل ومتمم بقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

لذا كان على المشرع أن يستكمل هذه القواعد بأخرى بقصد حماية المصالح الخاصة للأعوان الاقتصاديين والمستهلكين بالدرجة الأولى، وتهدف إلى تنظيم المنافسة بطريقة غير مباشرة، وذلك عن طريق منع الممارسات التي تخل بالشفافية والنزاهة أثناء المعاملات التجارية، وهو ما فعله في قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم موضوع دراستنا.

حيث تنص المادة الأولى منه على: «يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه».

استمد قانون رقم 02-04 أحكامه من أمر رقم 74-37⁽¹⁾ المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، ثم ألغي هذا الأمر بقانون رقم 89-12⁽²⁾ المتعلق بالأسعار، الذي ألغى بدوره بأمر رقم 95-06⁽³⁾ المتعلق بالمنافسة، حيث أدرجت فيه القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، رغم أنها لا تتطابق مع موضوعه كما جاء في ديباجة نص مشروع القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

استحدث إطارين قانونيين مختلفين بعد إعادة النظر في النظام التشريعي المتعلق بالمنافسة، الإطار الأول يتضمن الممارسات المقيدة للمنافسة المدرج في قانون المنافسة الصادر بأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، والذي ألغى جزء من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، والإطار القانوني الثاني هو القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المدرج في قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم الذي ألغى الجزء المتبقي من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، أي أنه تم وضع القانونين ضمن إطارين تشريعيين منفصلين، لأن القانونين مختلفين من حيث قواعدهما الموضوعية والإجرائية، نظرا لاختلاف طبيعة الممارسات والأفعال التي ينظمونها.

(1) - 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.

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

(3) - أمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995.

يعتبر الأصل في المعاملات الإباحة، فالممارسات التجارية بين التجار مباحة، إلا أن من بين هذه الممارسات ما ثبت إضراره بالأعوان الاقتصاديين و/أو بالمستهلكين، فتدخل المشرع بموجب قانون رقم 04-02 ليؤطر العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، وبينهم وبين المستهلكين، لذلك يستوجب الأمر طرح الإشكالية الآتية: ما هي القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في التشريع الجزائري؟

تعتبر قاعدتا الشفافية والنزاهة جوهر قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، تعمل هذه القواعد على تنظيم علاقات مهنيين يتدخلون في مراحل مختلفة من المسار الاقتصادي، وعلى تأمين الشفافية بين الأعوان الاقتصاديين وبينهم وبين المستهلكين، حيث تُدخِلُ شكليات معينة في العلاقة التجارية، كالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والفوترة، التي تدرج ضمن قاعدة شفافية الممارسات التجارية (الفصل الأول) من جهة.

ومن جهة أخرى، تعمل على تأمين النزاهة، بتجنب أن يحصل المهنيون في المنافسة على نفع باستخدام ممارسات تجارية وأسعار غير شرعية وممارسات تجارية تدليسية وغير نزيهة وتعاقدية تعسفية، التي تدرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية (الفصل الثاني). يعتبر موضوع دراستنا موضوعا جديدا، لم ينل القدر الكافي من الدراسة لحد الآن، وكان هذا السبب في تناوله، كما ننوه إلى قلة المراجع باللغة العربية، الأمر الذي استلزم منا البحث في مراجع باللغة الأجنبية، ومذكرات للماجستير، والبحث الشخصي في العديد من القوانين والتنظيمات، بأسلوب وصفي تحليلي كما سنرى في صلب البحث. ورغم قصر الوقت الممنوح، حاولنا وبذلنا مجهودا كبيرا لإخراج هذا العمل المتواضع الذي نرجو أن يثري موضوع الممارسات التجارية.

الفصل الأول

قاعدة شفافية الممارسات التجارية

تضمن الباب الثاني من قانون رقم 04-02 قاعدة شفافية الممارسات التجارية، باعتبارها الحلقة الأولى من القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وذلك في المواد من 4 إلى 13. يتطلب الأمر دراسة القواعد المترتبة على قاعدة شفافية الممارسات التجارية، حيث تعمل هذه القواعد على تنظيم العلاقات بين متدخلين -حسب التعبير الجديد للمشرع الجزائري-، أو بين متدخلين ومستهلكين، يتدخلون في مراحل مختلفة من المسار الاقتصادي، حيث تنشأ قواعد شكلية في العلاقة التجارية بين عدة أطراف أهمها المستهلك من جهة، والعون الاقتصادي من جهة أخرى. جاء تعريف المستهلك في الفقرة الثانية من المادة الثالثة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم: **«يقصد في مفهوم هذا القانون بما يلي:...مستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني،...»**⁽¹⁾.

نلاحظ باستقراءنا للتعريف السابقة، تناقضا في تعريف المستهلك بين مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ساري المفعول، الذي يتبنى فيه المشرع المفهوم الواسع للمستهلك، وقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الذين يأخذان بالمفهوم الضيق.⁽²⁾ يُفهم من هذا، أن المستهلك المشمول بالحماية هو المستهلك العادي غير المهني، ويستدل على ذلك، من العبارات الواردة في الفقرة الأولى من المادة الثالثة من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽³⁾

(1) - كان أول قانون تعرض لتعريف المستهلك قبل قانون رقم 04-02، هو مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 5، الصادر في 31 جانفي 1990. (ألغى المشرع قانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 6، الصادر في 8 فيفري 1989، بموجب المادة 94 من قانون رقم 09-03، كما تنص نفس المادة على بقاء النصوص التطبيقية له -ومنها مرسوم تنفيذي الذي لدينا (90-39)- إلى حين صدور النصوص التطبيقية للقانون الجديد التي لم تصدر بعد).: **«...-المستهلك: كل شخص يقتني بثمن أو مجاتا، منتوجا أو خدمة، معدين للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به»**. ولقد أضاف المشرع تعريف آخر للمستهلك بعد قانون رقم 04-02، وذلك بموجب الفقرة الأولى من المادة الثالثة من قانون رقم 09-03 (المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009) والتي تنص على: **«يقصد في مفهوم أحكام هذا القانون ما يأتي: المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاتا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به،...»**.

(2) - يظهر هذا التناقض في الأحكام بين هذه النصوص القانونية، في أنه إذا تضرر شخص ما من منتج معين نتيجة عدم التزام المنتج بضمن السلامة، وكان قد اقتناه ليس بهدف إشباع احتياجاته الخاصة، وإنما من أجل الاستعمال الوسيط، في هذه الحالة يعتبر مستهلكا وفقا لمرسوم تنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، إلا أنه لا يعتبر كذلك في ضوء قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبالتالي تقع في إشكال لدى تطبيق القانون من أجل بسط الحماية المقررة للمستهلك (راجع في ذلك شعباني (حنين) نوال، التزام المنتج بضمن سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه "القانون الأساسي والعلوم السياسية"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 08 مارس 2012، ص 32). أفصِيَ إذن المستعمل الوسيط في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الذي نأخذ به لجدته وتدرج التشريع (القانون ثم المرسوم التنفيذي)، بالنص على أن المستهلك هو فقط الذي يقتني المنتج من أجل الاستعمال النهائي. كما يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يتأثر بما توصل إليه الفقه والقضاء والتشريع المقارن الذين يصنفون المهني المقتني لسلعة أو خدمة في غير مجال تخصصه ومؤهلاته المهنية، مستهلك عادي وجب حمايته (راجع في ذلك لحراري (شالح) ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المناقشة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه "القانون الأساسي والعلوم السياسية"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 29 فيفري 2011، ص 15، 16).

(3) - **الاستعمال النهائي**: يعني الاقتناء من أجل الاستهلاك الفوري أو خلال مدة من الزمن، على أن يكون استهلاك السلعة أو الخدمة على شكلها النهائي الموجود عليه دون إخضاعها إلى تغييرات وتحولات، وبذلك يخرج من دائرة مفهوم المستهلك، من يقتني السلع ويغير منها، لأنه بذلك يكون قد أنتج منتوجا مغايرا للأول.

تلبية حاجة شخصية: توجد فقط عند الشخص الطبيعي، إلا أن هذه العبارة تتناقض مع ما ورد في بداية المادة، أين يأخذ المشرع بـ"المستهلك الشخص المعنوي"، الذي يقتني السلع والخدمات لتلبية حاجة الشخص المعنوي، والذي لا يتصور أن تكون له حاجة شخصية، بل أن حتى الشخص المعنوي وجد أصلا لأغراض مهنية.

بينما قدم المشرع الجزائري مفهوما قانونيا شاملا لموضوع العون الاقتصادي، ويتجلى ذلك خاصة في أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم وكذا قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم. بحيث أطلق عليه اسم المؤسسة بمعناه الواسع، والتي قد تعني كل عون اقتصادي يمارس نشاطا اقتصاديا، بغض النظر عن صفته وطبيعته، أي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، عاما أو خاصا، تاجرا أو غير تاجر، المهم هو أن الشخص يمارس نشاطا اقتصاديا بصورة دائمة، سواء تمثل هذا النشاط في الإنتاج، التوزيع أو تقديم الخدمات.⁽¹⁾

ظهر هناك نوعين من الأعوان والمؤسسات الاقتصادية نتيجة لاعتماد نظام اقتصاد السوق ومسايرة النصوص القانونية لهذا النظام، منها ما ينتمي للقطاع العام، مع التمتع بنوع من الاستقلالية والشخصية المعنوية الممنوحة لها بموجب القانون، إلى جانب هذا القطاع العام، ظهر القطاع الخاص الذي يقوم على المبادرة الخاصة وحرية استثمار الأموال، نتيجة تكريس مبادئ حرية المنافسة والاستثمار والمبادرة الخاصة وحرية التجارة والصناعة المقررة في دستور الجزائر لاسيما لسنة 1996⁽²⁾ ومختلف القوانين الاقتصادية ذات الصلة.⁽³⁾

يقصد بمصطلح العون الاقتصادي في الفقرة الأولى من المادة الثالثة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم: «...كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها...»⁽⁴⁾.

يمتد مجال تطبيق قانون رقم 04-02 إلى عدة نشاطات لأعوان اقتصاديين، حددها نص المادة الثانية منه، والتي تنص على: «بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية.»

يتضح من خلال استقراء أحكام قانون رقم 04-02، بأن المشرع الجزائري قد رتب ثلاثة التزامات كلها تصب في التزام القيام بعمل، وتتمثل في الإعلام بالأسعار والتعريفات (المبحث الأول)، الإعلام بشروط البيع (المبحث الثاني)، الفوترة (المبحث الثالث).

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

فرع: قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو، تاريخ المناقشة 12 جويلية 2012، ص 6.

(2) - تنص المادة 37 من دستور 1996 (مرسوم رئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 ديسمبر 1996 المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور،

المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 76، الصادر في 8

ديسمبر 1996) على: «حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون.»

(3) - بوجميل عادل، مرجع سابق، ص 5.

(4) - إذ تغيرت تسمية هذا المصطلح، حيث أن لفظ "المحترف" هو الذي اعتمده المشرع الجزائري سابقا في مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ

في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات (جريدة رسمية عدد 40، الصادر في 19 سبتمبر 1990، الملغى بمرسوم تنفيذي

رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، جريدة رسمية عدد 49،

الصادر في 2 أكتوبر 2013)، بموجب المادة الثانية منه: «... "المحترف" هو كل منتج، أو صانع، أو وسيط، أو حرفي، أو تاجر، أو

مستورد، أو موزع، وعلى العموم، كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك...». ثم تغيرت تسمية هذا

المصطلح تماما فأصبحت "المتدخل" في قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأصبح تعريفه أكثر بساطة، حيث تنص

الفقرة السابعة من المادة الثالثة من نفس القانون على: «...المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات

للاستهلاك...».

المبحث الأول الإعلام بالأسعار والتعريفات

يعتبر الإعلام بالأسعار شرطاً ضرورياً لشفاافية السوق،⁽¹⁾ حيث تنص المادة الرابعة من قانون رقم 02-04 على: «يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع.»

يفهم من نص هذه المادة المنطوية على قاعدة قانونية أمرية، أن هذا الإعلام لا يقتصر فقط على المستهلك الذي تبنى بشأنه المشرع الجزائي المفهوم الضيق -كما ذكرنا سابقاً-، بل يمتد إلى العون الاقتصادي وفق شرط سيتطرق إليه لاحقاً.⁽²⁾

أورد المشرع كنص تطبيقي للقانون رقم 02-04 في مجال الإعلام بالأسعار والتعريفات، مرسوم تنفيذي رقم 09-65⁽³⁾ 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 02-04 يتحدث عن الإعلام بالأسعار، هو مرسوم تنفيذي رقم 06-306⁽⁴⁾ 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 وفقاً لأسس أخرى، والثمن يجب أن يكون مبلغاً من النقود، وأن يكون محدداً أو قابلاً للتحديد، وأن يكون جدياً لا صورياً ولا

(1) – GUYON Yves, Droit des affaires, Tome 1, 8^{ème} édition, Economica, Paris, 1994, p 949.

(2) – بدأ التفكير في الإعلام بالأسعار والتعريفات بالقرار المؤرخ في 21 أبريل 1976 يتعلق بإشهار الأسعار (جريدة رسمية عدد 57، الصادر في 16 جويلية 1976) تنفيذاً لأمر رقم 37-74 المتعلق بالأسعار، بإلغاء هذا الأمر بقانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار، ظهر مرسوم تنفيذي رقم 90-87 المؤرخ في 13 مارس 1990 المتعلق بطريقة تحديد قواعد إشهار الأسعار (جريدة رسمية عدد 11، الصادر في 14 مارس 1990)، جاء تطبيقاً له القرار المؤرخ في 20 مارس 1990 المتعلق بالأسعار (جريدة رسمية عدد 21، الصادر في 23 ماي 1990). ألغي بعد ذلك قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار بأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، الذي تناول خلافاً لطبيعته موضوع الإعلام بالأسعار في الباب الرابع: القواعد المتعلقة بشفاافية الممارسات التجارية ونزاهتها/ الفصل الأول: شفاافية الممارسات التجارية، حيث أُلغيت الفصول المرتبطة بالقواعد المتعلقة بشفاافية الممارسات التجارية ونزاهتها بقانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، الذي تضمن الإعلام بالأسعار في الباب الثاني: شفاافية الممارسات التجارية/ الفصل الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.

(3) – 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.

(4) – 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.

تافها.⁽¹⁾ لكن الفرق بين المصطلحين هو أن التعريفية 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⁽²⁾ تنص المادة 20 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378⁽³⁾ أن: «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 التعريفية في محل للأنترنات محددة بثمان ما في وحدة 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 وفقاً للشروط التي يحددها هذا الإيجاب.

يعرف الأستاذ السنهوري الإيجاب أيضاً بـ: «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....»⁽⁴⁾.

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 أيضاً إيجاب، حيث فرض المشرع على البائع التزاماً بإعلام الزبائن بالأسعار والتعريفات، أي البقاء في حالة إيجاب غير محدد الأجل لأسباب، سنراها في نهاية هذا المبحث، فإذا اقترن به قبول، انعقد العقد. ويكون الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون مستهلك (المطلب الأول) أو عون اقتصادي (المطلب الثاني)، كما يترتب على الإخلال به جزاءات (المطلب الثالث) بسبب قيام المسؤولية المدنية والجزائية للمتدخل.

(1) - د. خليل أحمد حسن قعادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 186.

(2) - في غير المواد الغذائية، لا يوجد اختلاف كبير (المادة 43 من نفس المرسوم التنفيذي المبين لاحقاً).

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

المطلب الأول

الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون مستهلك

تنص المادة الخامسة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو مغلقات 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 مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، 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 ويُرشّد استهلاكه، مما يعود بالمنفعة عليه، وعلى السوق، وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة.⁽¹⁾ تُبيّن التعريفات 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 الخدمة.⁽²⁾

يمكننا أن نستنتج من هنا، ضرورة النص على الإعلام بالأسعار والتعريفات في عقود الاستهلاك (الفرع الأول)، كما أن الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون

(1) - د. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، 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

مستهلك يحتاج إلى وسائل لتنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول

ضرورة النص على الإعلام بالأسعار والتعريفات في عقود الاستهلاك

أوجد المشرع عدة حقوق للمستهلك في مختلف القوانين والتشريعات، حيث اعتبر أن الإعلام المسبق بالأسعار والتعريفات من الحقوق الجوهرية للزبون المستهلك (أولاً)، بشرط ضرورة تطابق السعر أو التعريفية للمبلغ المدفوع (ثانياً).

أولاً : 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 الجوهرية 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.

ثانياً : ضرورة تطابق السعر أو التعريفية للمبلغ المدفوع

تنص المادة 6 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم من جهة أخرى على: «يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة».

نلاحظ بموجب هذه المادة، أنه يعتبر غير قانوني، عدم إدراج السعر الحقيقي للسلعة من طرف بعض التجار أو مساحات البيع الكبرى التي توهم زبائنهم من خلال نشر التعريفات

أنها منخفضة، ليفاجأ الزبون عند دفع الحساب، أن التعريفية المعلن عنها هي مثلاً خارج الضريبة، كما يعتبر غير قانوني ما يلجأ إليه بعض التجار من خلال بعض الإعلانات التجارية على الأنترنت أو بالوسائل السمعية، أو السمعية البصرية، من عرض لسلع يتم إرسالها عن طريق البريد، ليفاجأ الزبون أن السعر المعلن عنه ليس صحيحاً، وأضيفت له مبالغ نفقات الإرسال والتسليم.

وهذا ما تؤكدُه أيضاً في نفس السياق، المادة الخامسة من مرسوم تنفيذي رقم 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، حيث تنص على: «يجب على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة، على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا، عند الاقتضاء، كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الانتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة.»

الفرع الثاني

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 المقتناة من الزبون، لذلك سنقسم دراستنا لهذا الفرع إلى جزأين كما يلي:

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 (Marquage des prix)

يخص وضع العلامات، للسلع المعروضة على نظر الجمهور في البضائع الغير مغلفة

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 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.

(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 والعملة الوطنية.

ب - الوسم (Etiquetage des prix)

عرفته الفقرة السادسة من المادة الثانية من مرسوم تنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش: «...الوسم»: جميع العلامات والبيانات وعاوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما،...»، كما عرفته المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 90-367⁽¹⁾ المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم بمرسوم تنفيذي رقم 05-484⁽²⁾ يعدل ويتم مرسوم تنفيذي رقم 90-367، الملغى بموجب مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط وكيفيات إعلام المستهلك⁽³⁾ بـ: «...»

- وسم: كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع،
- بطاقة: كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تعبئة المادة الغذائية أو مرفقة بها،...».

(1) - مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

(2) - مرسوم تنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتم مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 83، الصادر في 25 ديسمبر 2005.

(3) - سبب استعمال تعريف المرسوم الملغى (90-367 المعدل والمتمم) هو توضيحه لتعريف الوسم بدل المرسوم الملغى (13-378) الذي عدد لنا البيانات الإلزامية للوسم فقط في مادته 12 وما بعدها.

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 يُزال كل لبس أو غموض عن السلعة، وهذا ما جاءت به الفقرة الأخيرة من المادة الخامسة من قانون رقم 02-04: «...وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب 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 أيضاً، واستناداً للفقرة الأولى من المادة الخامسة من قانون رقم 02-04، 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 02-04 سالف الذكر، وذلك حسب طبيعة النشاط أو السلعة أو الخدمة، نورد بعضها في ما يلي:

ثانياً : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك في بعض

قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة

نلاحظ أيضاً من تحليلنا للفقرة الأولى من المادة الخامسة من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، صدور مرسوم تنفيذي تطبيقاً لمحتواها، 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 الترقية 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 إلصاق التعريفات لمنتج يسوق عبر الانترنت. 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)، مع الإشارة أنه لا قرار صدر تطبيقاً لهذا لحد الآن.

المطلب الثاني

الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون عون 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 أية 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 وتوقف الإعلام بهذه الأسعار والتعريفات على إرادة الزبون

يلزم البائع بالإعلام بالأسعار والتعريفات عند التعامل مع المستهلك، وكذلك يكون بين الأعوان الاقتصاديين تحت شرط طلبها من الزبون.⁽¹⁾

يثير هذا الأمر عدة تساؤلات تتمثل في هل يلزم القانون العون الاقتصادي بإعداد الأسعار والتعريفات وتحضير دعائمها مسبقاً لتقديمها إلى الزبون العون الاقتصادي؟ أي مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات (أولاً)، وبعبارة أخرى، هل الإعلام بالأسعار والتعريفات لا يكون التزاماً إلا على الأعوان الاقتصاديين الذين أعدوها مسبقاً؟ ثم هل القول بتوقف الإعلام بالأسعار والتعريفات على إرادة الزبون (ثانياً) صحيح أم لا؟

أولاً : 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 دعائم للأسعار والتعريفات، لذا فهي تلزم البائع أو مقدم الخدمة بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بها، دون ضرورة إعدادها مسبقاً، ويمكننا القياس على الفقه الفرنسي الذي اختلف بخصوص هذه المسألة.⁽²⁾

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 الدعائم لهذه الأسعار والتعريفات.⁽³⁾

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

(1) - زويير أرزقي، مرجع سابق، ص 59.

(2) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص ص 83، 84.

(3) - نفس المرجع، ص 84.

(1) الاقتصادي.

ثانياً : توقف الإعلام بالأسعار والتعريفات على إرادة الزبون

يلاحظ أن المشرع ربط تنفيذ هذا الالتزام بطلب المشتري لهذه الأسعار والتعريفات، خلافاً للالتزام بالإعلام بشروط البيع كما سنرى لاحقاً، 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 2/7 من قانون رقم 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) (أولاً)، النشرات البيانية (ثانياً)، دليل الأسعار (يوضع تحت تصرف المشتري) (ثالثاً).

أولاً : جداول الأسعار (Barèmes de Prix)

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.

ثانياً : النشرات البيانية (Prospectus)

تعرف أنها مطبوعات إخبارية، تعطينا معلومات وافية عن كل سلعة والسعر المقابل لها.⁽²⁾

ثالثاً : دليل الأسعار (Catalogue)

يعرف أنه كتيب إخباري يقترحه عون اقتصادي أو متجر كبير لزبائنه، والذي يضم

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص ص 84، 85.

(2) - يعرف الموقع الإلكتروني <http://www.cnrtl.fr/definition> كلمة "Prospectus" بـ:

«Imprimé faisant connaître les conditions d'une opération industrielle ou commerciale, les services offerts par un établissement, une entreprise.»

قائمة من السلع مرفقة بأسعارها.⁽¹⁾

نضيف أيضاً، واستناداً 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 الحصر،⁽²⁾ وأن هذا الإعلام بالأسعار والتعريفات، يمكن أن يكون بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة، أي وفق الأعراف التجارية.

المطلب الثالث

جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات مسؤولية المتدخل، ويضعه تحت طائلة عقوبات أصلية (الفرع الأول)، وعقوبات 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 و6 و7 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 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

⁽¹⁾ - يعرف أيضاً الموقع الإلكتروني <http://www.cnrtl.fr/definition> كلمة "Catalogue" بـ:

«Brochure que propose un commerçant ou un grand magasin à ses clients et qui contient une liste d'articles accompagnés des prix, illustrations et autres renseignements concernant la vente.»

⁽²⁾ - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 80.

الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون.

تكيف هذه الجرائم جنح، لذلك تشدد العقوبة إجبارياً 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.

ويمكن للقاضي المنع المؤقت للعون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في نص المادة الثانية من نفس القانون لمدة لا تزيد عن العشر سنوات، بالإضافة للحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات، ويأخذ القاضي بالوصف الأشد من هذه العقوبات (العقوبة الأشد) بالنسبة لجريمة واحدة حسب نص المادة 32 من أمر رقم 66-156⁽¹⁾ المتضمن لقانون العقوبات المعدل والمتمم، 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 ضرراً معنوياً»، كما أنه أيضاً وسيلة لتحقيق الرقابة الإدارية على الأسعار.⁽²⁾

(1) - أمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 11 جوان 1966.

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

نشير في نفس السياق، إلى أن الإعلام بالأسعار والتعريفات يشمل كل أنواع السلع، الخاضعة لنظام حرية الأسعار أو لنظام التسعير الجبري أي المقننة (المحدد سعر بيعها للاستهلاك مسبقاً)، حيث تنص المادة العاشرة من مرسوم تنفيذي رقم 11-108⁽¹⁾ 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 لأحكام 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

تنص المادة الرابعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع.».

نلاحظ من خلال التعريف، أن وجوب الإعلام بشروط البيع ينصرف إلى المشتري غير المهني أي المستهلك، كما ينصرف إلى المشتري المهني أو المحترف.⁽¹⁾ وقد أدرج المشرع الإعلام بشروط البيع في نص تطبيقي للقانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، هو مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم.

بالرجوع إلى القواعد العامة، تنص المادة 352 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم أنه: «يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع.»⁽²⁾

ينعقد العقد بالرجوع للقواعد العامة، عندما يتم اقتران وتتنطبق الإيجاب بالقبول، وإذا ما تم العقد دون تبيان لشروط البيع، فإنه يكون قابلاً للإبطال لوجود غلط، استنتج على أساس عدم العلم علماً كافياً بالمبيع، أو عدم العلم بشروط البيع.⁽³⁾

نستنتج أن حق المشتري بالعلم بالمبيع علماً كافياً ينتهك ما لم يشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية، ويدخل في هذا النطاق مميزات المنتج أو الخدمة، والشروط

(1) - بدأ التفكير في الإعلام بشروط البيع بأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي تناول القواعد المطبقة على الممارسات التجارية - ومنها الإعلام بشروط البيع الذي يندرج ضمن قاعدة شفاافية الممارسات التجارية- رغم أنها لا تتطابق مع موضوعه، في الباب الرابع منه تحت عنوان: القواعد المتعلقة بشفاافية الممارسات التجارية ونزاهتها/ الفصل الأول: شفاافية الممارسات التجارية، حيث ألغيت الفصول المرتبطة بالقواعد المتعلقة بشفاافية الممارسات التجارية ونزاهتها بقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الذي تضمن الإعلام بشروط البيع في الباب الثاني: شفاافية الممارسات التجارية/ الفصل الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.

(2) - يتبين لنا من نص هذه المادة، أن القانون أجاز للمشتري إذا اشترى شيئاً ولم يكن عالماً به وبشروط بيعه أن يردده، إلا في حال تضمن العقد أن المشتري عالم بالمبيع، فهنا يسقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به، يستثنى من ذلك حالة ثبوت غش من طرف البائع. تشترط أيضاً نفس المادة من القانون المدني سالفة الذكر، أن يكون علم المشتري بالعين المبيعة علماً كافياً، ولا يتحقق هذا الشرط إلا إذا علم المشتري بذات المبيع وأوصافه الأساسية وشروط بيعه، ذلك لأن من الأوصاف ما لا يتحقق الرضا إلا بها، حيث يعول عليها معرفة ما إذا كان المبيع ملائماً للغرض المطلوب له، والذي أراده المشتري من العقد. (راجع في ذلك د. خليل أحمد حسن قداد، مرجع سابق، ص 60، 61).

(3) - زويبر أرزقي، مرجع سابق، ص 61.

الممارسة للبيع، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو تأدية الخدمة، وقد اعتبر القانون هنا أن المشتري قد وقع في غلط جوهري، ما لم يقر في العقد أنه علم بالمبيع، حيث تنص المادة 81 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم: «يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله»⁽¹⁾. نستنتج من هنا أنه يكون أفضل لمن شاب عيب الغلط إرادته في هذا المجال، الاعتماد على نص المادة 352 بدل نص المادة 81 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، حيث أنه بالاعتماد على هذا النص القانوني فإن الغلط الذي أساسه عدم العلم بالشيء المبيع (أوصافه الأساسية، مميزاته، شروط البيع...) مفترض، يكفي فيه للمشتري أن يدعي أنه لم يعلم بصفات هذا الشيء المبيع قبل إبرام العقد، ولم يقر في العقد ذاته بالعلم بالمبيع حتى يأخذ القاضي بقوله⁽²⁾.

يحصر الأساس القانوني للإعلام بشروط البيع في المواد 4، 8، 9 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، من خلال ما سبق نستنتج أن الطبيعة القانونية للإعلام بشروط البيع هي التزام، ومصدره القانون، حيث فرض المشرع على البائع التزاماً بإعلام الزبائن بشروط البيع لأسباب سنراها في نهاية هذا المبحث. ويكون الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك (المطلب الأول)، أو عون اقتصادي (المطلب الثاني). كما يترتب على الإخلال به جزاءات (المطلب الثالث)، بسبب قيام المسؤولية المدنية والجزائية للمتدخل.

(1) - يعرف د. محمد صبري السعدي، في كتابه الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية (دار الهدى، الجزائر، 2011، ص 162)، الغلط أنه: «وهم أي اعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه إلى التعاقد، ومثاله أن يقوم شخص بشراء آنية معتقداً أنها من ذهب، فإذا بها من معدن مذهب». ويأخذ أغلب الفقه بالمعيار الذاتي في الغلط الذي يرجع فيه إلى ما يعتبره المتعاقد جوهرياً، أو ما يجب أن يعتبره كذلك، والذي يبلغ من الجسامه حدا يجعل المتعاقد يمتنع عن إبرام العقد لو كان لم يقع في هذا الغلط، أو بعبارة أخرى لو كان المتعاقد عرف عند التعاقد حقيقة ما وقع فيه من غلط ما أبرم العقد، فالمهم إذن هو ما يرجع إلى اعتبار المتعاقد. يستوي في ذلك أن يقع الغلط في ذات الشيء، أو في صفة من صفاته، ما دامت جوهرياً في اعتبار المتعاقد نظراً للظروف التي تم فيها العقد، ولحسن النية الذي ينبغي أن يسود التعامل بين الناس، وما دامت ذات الشيء أو الصفة الجوهرياً كانت هي السبب الرئيسي الذي دعا المتعاقد إلى التعاقد. يعتبر الغلط كذلك جوهرياً، إذا وقع في شخصية المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت هذه الشخصية أو هذه الصفة هي السبب الرئيسي الذي دفع المتعاقد إلى إبرام العقد. (راجع في ذلك د. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2005، ص 57).

(2) - بينما إذا اعتمد على نص المادة 81 من القانون المدني سالف الذكر، فإن الغلط هنا غير مفترض، وإنما على المشتري أن يقيم الدليل على وقوعه، وأنه لولا هذا الغلط لما تعاقد بالشروط التي قبلها نتيجة لوقوعه في الغلط. إضافة وكما قلنا سابقاً أن الغلط كعيب من عيوب الإرادة يجب أن يكون في صفة جوهرياً للشيء محل العقد أو أن يكون في ذات المتعاقد، أو في صفة من صفاته. حيث تنص المادة 82 من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم: «يكون الغلط جوهرياً إذا بلغ حدا من الجسامه بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط. ويعتبر الغلط جوهرياً على الأخص إذا وقع في صفة للشيء يراها المتعاقدان جوهرياً، أو يجب اعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد ولحسن النية. إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة، السبب الرئيسي في التعاقد».

المطلب الأول

الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك

تنص المادة الثامنة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «يلتزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو الخدمة.».

نستطيع من خلال نص هذه المادة، ومواد من قوانين أخرى ذات صلة،⁽¹⁾ تحديد العناصر الأساسية للالتزام القانوني الملقى على عاتق البائع بالإعلام بشروط البيع وهذا قبل اختتام عملية البيع أو بداية تنفيذ الخدمة، وبأي طريق كانت وحسب طبيعة المنتج أو الخدمة المقدمة، الأول، هو إعلام المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة (الفرع الأول)، لكن هذا الإعلام غير كاف ولا بد أن يتدعم بإعلامه بالشروط الممارسة والحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو تأدية الخدمة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

إعلام المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة

تنص المادة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة. تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.».

صدر تطبيقاً لنص الفقرة الأخيرة من هذه المادة مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد

(1) - في مجال الخدمات، ما ورد في نص المادة 52 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك: «يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك، عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة.».

الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وفق ما ورد في مادته الأولى،⁽¹⁾ والذي ينص في مادته الرابعة على: «يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتج طبقاً لأحكام هذا المرسوم»، يمكننا استنتاج أن تقديم المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هو التزام قانوني ملقى على عاتق كل متدخل (أولاً)، كما أن المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هي من الحقوق الجوهرية للمستهلك (ثانياً).

أولاً : تقديم المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هو التزام قانوني ملقى على عاتق كل متدخل

نعني بالمتدخل «كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك» حسب نص الفقرة السابعة من المادة الثالثة من قانون رقم 09-03، أي من المنتج عبر الوسم، إلى آخر متدخل في السلسلة، المتمثل في بائع التجزئة الذي فرض عليه القانون ضرورة العلم التام بالمنتجات التي يبيعها، وتقوم مسؤوليته المدنية والجزائية في حالة عدم العلم بهذه المميزات أو عدم إعلام المستهلك بها.

ثانياً: المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هي من الحقوق الجوهرية للمستهلك

تعتبر المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج من العناصر الأساسية التي يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك، والمرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك، حيث تنص المادة الثانية 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 الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية وأمن ومطابقة السلع و/أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع». كما تنص المادة الثالثة من نفس المرسوم

(1) - «تطبيقاً لإحكام المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى تحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.»

التنفيذي على: «تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 2 أعلاه، أساساً بما يأتي: -خصوصية السلع و/أو الخدمات وطبيعتها...». نفس الشيء ورد في مجال الخدمات، حيث تنص المادة 53 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على: «يجب على مقدم الخدمة، قبل إبرام العقد، إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة.

في حالة عدم وجود عقد مكتوب، يطبق هذا الإلتزام قبل بداية تنفيذ الخدمة المقدمة.».

الفرع الثاني

إعلام المستهلك بالشروط الممارسة والحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو تأدية الخدمة

تنص المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 على: «تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 2 أعلاه، أساساً بما يأتي: -خصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها، -الأسعار والتعريفات، -كيفيات الدفع، -شروط التسليم وآجاله، -عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم، -كيفيات الضمان ومطابقة السلع و/أو الخدمات، -شروط تعديل البنود التعاقدية، -شروط تسوية النزاعات، -إجراءات فسخ العقد.».

تقتضي دراسة هذا الفرع تناول إعلام المستهلك بالشروط الممارسة للبيع أو تأدية الخدمة (أولاً)، وأيضاً إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو تأدية الخدمة (ثانياً)، وهي من العناصر الأساسية التي يجب أن تدرج في العقود التي تبرم بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.

أولاً: إعلام المستهلك بالشروط الممارسة للبيع أو تأدية الخدمة

تعتبر هذه العبارة الترجمة الصحيحة لفقرة "شروط البيع الممارس" الواردة في المادة الثامنة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث جاء في النص الفرنسي الأصلي: "conditions de vente pratiquées".

تنص المادة 4 من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم على: «يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط

العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه.“، وتحديدًا في مجال الخدمات، نصت المادة 52 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، على وجوب الإعلام بشروط البيع الخاصة كما رأينا سابقًا، كما نصت المادة 54 على وجوب الإعلام بشروط البيع العامة: **«يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك، بصفة واضحة ودون لبس، المعلومات الآتية:**

- الاسم أو عنوان الشركة والعنوان والمعلومات الخاصة بمقدم الخدمات،
- الشروط العامة المطبقة على العقد.“.

يرمي هذا الإعلام إلى تنوير المستهلكين بالكيفيات العامة لتنفيذ العقد المتضمنة في القانون المدني، والكيفيات الخاصة عندما لا تتفق هذه الكيفيات مع القانون المدني،⁽¹⁾ حيث أن الأساسية منها متضمنة في الفقرات 3، 4، 5، الجزء الثاني من الفقرة 6، 7، 8، 9 من المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 وهي: كيفيات الدفع، شروط التسليم وآجاله، عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم، مطابقة السلع و/أو الخدمات، شروط تعديل البنود التعاقدية، شروط تسوية النزاعات، إجراءات فسخ العقد. وفي مجال الخدمات، تضمن مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، كيفيات خاصة لتنفيذ العقد، الأساسية منها وردت في الفقرات 4، 5، الجزء الأول من الفقرة 6، 7، 9 من المادة 55 وتتعلق بـ: تكاليف النقل والتسليم والتركيب، كيفيات التنفيذ والدفع، مدة صلاحية العرض، المدة الدنيا للعقد المقترح عندما يتضمن تزويدًا مستمرًا أو دوريًا للخدمة، شروط فسخ العقد.

ننوه هنا إلى فراغ تشريعي وقع فيه المشرع بإلغائه مرسوم تنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ومرسوم تنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، بالمادة 63 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، لكنه نص في المادة 64 منه على دخوله حيز التنفيذ بعد سنة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية. مما ينتج فراغًا تشريعيًا بخصوص إعلام المستهلك في الفترة من 18 نوفمبر 2013 إلى 17 نوفمبر 2014، والتي أصبحت

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 87.

تنظم فقط بقانون رقم 09-03، دون أي مراسيم تنفيذية، أو حتى دون أي قرارات وزارية.

ثانياً : إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو تأدية الخدمة

تناول الجزء الأول من الفقرة السادسة من المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 كليات الضمان واعتبر إعلام المستهلك المسبق بها من العناصر الأساسية التي يجب أن تدرج في العقود التي تبرم بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.

عرفت كذلك الفقرة 19 من المادة الثالثة من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الضمان كما يلي: «التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته...».

نستنتج أن الالتزام بالضمان يقع طبقاً للقانون على عاتق كل متدخل وليس على المنتج فقط كما يسود الاعتقاد، وهذا ما تؤكد المادة 4 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكليات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، التي تنص على ما يلي: «في إطار تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم الخدمة.».

تتضمن حدود المسؤولية التعاقدية على الخصوص كيفية تنفيذ الضمان ومن ثمة يجب أن يحتوي عقد نقل ملكية المنتج إلى المستهلك على ضمانات،⁽¹⁾ تكون مكرسة في بعض المنتوجات في شكل شهادة الضمان،⁽²⁾ نوردها فيما يلي:

(1) - وقاري كريمو، مخالفة القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدورة السادسة عشر، المدرسة العليا للقضاء، 2005-2006، ص 8.

(2) - هي إجبارية بالنسبة لبعض المنتوجات وفق نص المادة 5 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكليات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ولا يمكن الحديث عن هذه المنتوجات وعن مدة الضمان الموافقة لها في غياب النصوص التطبيقية للمرسوم التنفيذي المذكور، لذلك يمكن الاستعانة بقرار مؤرخ في 10 ماي 1994 (ملغى) (جريدة رسمية عدد 35، الصادر في 05 جوان 1994) يتضمن كليات تطبيق مرسوم تنفيذي رقم 90-266 (ملغى) المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الذي احتوى في الملحق الأول على قائمة المنتوجات الخاضعة لإجبارية تسليم شهادة الضمان ومدة الضمان الخاصة بكل منها.

أ- إعلام المستهلك بمدى ضمان المنتج أو الخدمة

تنص المادة 13 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: «يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازاً أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون.

ويمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات.

يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته.

يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية.

يعتبر باطلاً كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة.

تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم»، وتطبيقاً لأحكام الفقرة الأخيرة من هذه المادة، ظهر مرسوم تنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الذي ينص في مادته 12 على ما يلي: «يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان، طبقاً للمادة 13 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، دون تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية إما: -بإصلاح السلعة أو إعادة مطابقة الخدمة، -بإستبدالها، -برد ثمنها. وفي حالة العطب المتكرر، يجب أن يستبدل المنتج موضوع الضمان أو يرد ثمنه.»

نستنتج إذن أن إعلام المستهلك بمدى ضمان المنتج أو الخدمة يجب أن يتمثل في إعلامه بتصليح المنتج أو إعادة مطابقة الخدمة، أو استبداله، أو إرجاع الثمن، أو استبدال المنتج أو ردّ ثمنه إذا كان موضوع عطب متكرر، وتشكل هذه الأوجه طرق تنفيذ الضمان عند قيام مسؤولية المتدخل.⁽¹⁾ كما أنّ الضمان يشمل أيضاً عيوب الخدمات المرتبطة بالمنتج.⁽²⁾

(1) - وقاري كريمو، مرجع سابق، ص ص 8، 9.

(2) - حيث تنص المادة 9 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 على: «يمتد الضمان القانوني أيضاً إلى عيوب الخدمات المرتبطة باقتناء السلعة، ولا سيما فيما يتعلق برزمها وبتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل.»

ب - عدم النزول عن الحد الأدنى القانوني لمدة الضمان

يجب أن يتم تنفيذ هذا الضمان دون النزول عن الحد الأدنى القانوني، حيث تنص الفقرة الأولى من المادة 16 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 على: «لا يمكن أن تقل مدة الضمان عن (6) ستة أشهر، ابتداء من تاريخ تسليم السلعة الجديدة أو تقديم الخدمة»، ولا يمكن أن تقل بالنسبة للمنتوجات المستعملة عن (3) ثلاثة أشهر حسب نص المادة 17 من نفس المرسوم التنفيذي.

يمكن أن يزيد هذا الحد الأدنى لمدة الضمان في بعض المنتوجات، حيث تنص الفقرة الثانية من المادة 16 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 على: «تحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك بينه وبين الوزير المعني»، ولا قرار صدر تطبيقاً لذلك لحد الآن، لذا، وكمثال عن ذلك، نورد ما جاء في الملحق الأول من القرار المؤرخ في 10 ماي 1994 (الملغى) يتضمن كفاءات تطبيق مرسوم تنفيذي رقم 90-266 (الملغى) المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الذي احتوى على قائمة المنتوجات الخاضعة لإجبارية تسليم شهادة الضمان ومدة الضمان الخاصة بكل منها.⁽¹⁾

ت - إستفادة المستهلك من الضمان دون أعباء إضافية

تنص المادة 13 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: «...يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية يعد باطلاً كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة...».

تنص أيضاً المادة 12 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 سالف الذكر على عدم تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية.

ننوه هنا إلى فراغ تشريعي وقع فيه المشرع بإلغائه مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات بالمادة 24 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكفاءات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، لكنه نص في المادة 26 منه على دخوله حيز التنفيذ بعد سنة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية. مما ينتج فراغاً تشريعياً

(1) - مثل أجهزة الطبخ وأجهزة التبريد والتجميد وأجهزة تكييف الهواء و/أو استخلاصه، بالنسبة لهذه الأجهزة، لا يمكن أن تقل مدة الضمان عن 18 شهراً.

بخصوص الضمان في الفترة من 02 أكتوبر 2013 إلى 01 أكتوبر 2014، والتي أصبحت تنظم فقط بقانون رقم 09-03، دون أي مراسيم تنفيذية أو حتى دون أي قرارات وزارية، مثل التي حددت لنا على الأقل في السابق قائمة المنتوجات الخاضعة لإجبارية تسليم شهادة الضمان ومدة الضمان الخاصة بكل منها.

المطلب الثاني

الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون عون اقتصادي

تنص المادة التاسعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كقياس الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات». نستنتج من خلال نص هذه المادة أنه ليس لتنفيذ الإعلام بشروط البيع شكل خاص، حيث أنه يمكن أن يتم بأي وسيلة تتفق مع العادات المعمول بها في المهنة،⁽¹⁾ لكن، هل العون الاقتصادي ملزم بإعداد شروط البيع هذه؟ من خلال هذا نلاحظ بروز عنصر مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع وتوقف تقديمها على إرادة الزبون (الفرع الأول)، ثم ما هو مضمون شروط البيع (الفرع الثاني)، التي يجب الإعلام بها لحماية رضا الزبون العون الاقتصادي من كل عيب.

الفرع الأول

مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع وتوقف تقديمها على إرادة الزبون

يطرح هنا الإشكال الآتي: هل يلزم القانون العون الاقتصادي بإعداد شروط البيع وتحضيرها مسبقاً، لتقديمها إلى المشتري؟ أي مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع (أولاً)، وبعبارة أخرى هل الإعلام بشروط البيع لا يكون التزاماً إلا على العون الاقتصادي الذي أعدها مسبقاً؟ ثم هل القول بأن تقديم شروط البيع تتوقف على إرادة الزبون (ثانياً) صحيح أم خطأ؟

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 83.

أولاً : مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع

تضمنت المادة الرابعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وجوب إعلام الزبون بشروط البيع، لكن لم تنص صراحة على إعداد وثائق شروط البيع، لذا فهي تلزم البائع أو مقدم الخدمة بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بها، دون ضرورة إعدادها مسبقاً.⁽¹⁾

نقيس على الفقه الفرنسي الذي اختلف بخصوص هذه المسألة، فهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام بشروط البيع 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 الشروط وحضرها.

يرد على هذا الرأي، أنه إذا كان الإعلام بشروط البيع لا يكون ملزماً إلا بالنسبة للعون الاقتصادي الذي أعدها مسبقاً، فإن النص يفرغ من محتواه ولا يبقى له أي معنى. وفي الواقع، أنه إذا طلب عون اقتصادي تسليمه لوثيقة شروط البيع، فإن البائع لا يمكنه القول بعدم امتلاكه للوثيقة التي تتضمنها أو عدم إعدادها وتحضيره لها. لهذا فإن شروط البيع يجب أن تحضر وبمجرد طلبها تقدم إلى المؤسسة الطالبة لها.

ثانياً : توقف تقديم شروط البيع على إرادة الزبون

يطرح تساؤل آخر هنا يتمثل فيما إذا كان الإعلام بشروط البيع يتوقف على طلب الزبون العون الاقتصادي له؟ والملاحظ أن المشرع لم يربط تنفيذ هذا الالتزام بطلب المشتري لهذه الشروط، خلافاً للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، حيث يُلزم البائع بإعلام الزبون المهني بهذه الأسعار والتعريفات عند طلبها.⁽²⁾ ويرى الدكتور كتو في كتابه قانون المنافسة والممارسات التجارية أنه ينبغي أن يكون الالتزام بالإعلام بشروط البيع متوقفاً على طلب المشتري لها، قياساً على الالتزام بالأسعار والتعريفات. غير أنه يطرح إشكال حول مدى جواز مثل هذا القياس، علماً أن الأمر يتعلق بنصوص جزائية، يجب عدم

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 84.

(2) - حيث تنص الفقرة الأولى من المادة السابعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على: « يلتزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها... ».

التوسع في تفسيرها أو القياس عليها.⁽¹⁾

الفرع الثاني

مضمون شروط البيع

يتضمن الالتزام القانوني بالإعلام بشروط البيع بين الأعوان الاقتصاديين، عناصر إجبارية، جاء بها نص المادة التاسعة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، هي: كيفيات الدفع (أولاً)، الحسوم (ثانياً)، التخفيضات (ثالثاً) والمسترجعات (رابعاً).

أولاً : كيفيات الدفع (Les modalités de règlement)

تعني كيفيات الدفع عدة عناصر، حيث يمكن أن يكون الدفع نقدًا أو بواسطة شيك، كما يمكن أن يكون حالاً أو مؤجلاً، حسب نوع الزبون (جديد، قديم) وائتمانه، فإذا كانت كيفية الدفع مؤجلة وجب توضيح طريقة الدفع، حيث أنها يمكن أن تكون دفعة واحدة في أجل معلوم، أو على دفعات، بأجل محددة عن طريق الاتفاق.

ثانياً : الحسوم (Les rabais)

عرفها المشرع الجزائري في الفقرة الثانية من المادة السادسة من مرسوم تنفيذي رقم 05-468⁽²⁾ المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك بـ: «اقتطاع: كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخر في التسليم و/أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية خدمات».

سمى المشرع الجزائري في هذا المرسوم التنفيذي (05-468) الحسم بكلمة "اقتطاع"، وهو خلط في المصطلحات رغم أن قانون رقم 04-02 ومرسوم تنفيذي رقم 05-468 لا يفصلهما إلا سنة من حيث تاريخ الصدور، بينما لم يقع هذا الخلط في المصطلح الفرنسي في النسختين الفرنسييتين.⁽³⁾

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 85.

(2) - مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، جريدة رسمية عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005.

(3) - يثبت هذا أنه في أغلب النصوص القانونية، النص الفرنسي هو الأصلي، بينما النص العربي هو المترجم رغم كونه الرسمي.

نورد أيضًا التعريف الآتي للحسوم، التي هي عبارة عن تخفيض تجاري ممنوح لدى الفوترة أو بعدها نتيجة خلل في النوعية أو عدم المطابقة أو تأخر في التسليم، هدفه حماية وتعزيز مناخ الثقة بين المتعاملين. أو هو عبارة عن تخفيض في سعر بيع السلعة أو الخدمة المقدمة للعميل بنسبة معينة يضعها البائع، هدفه جذب أكبر قدر ممكن من الزبائن، والتخلص من البضاعة الراكدة خاصة مع انتهاء موسم شرائها.⁽¹⁾

ثالثًا : التخفيضات (Les remises)

عرفها المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة السادسة من مرسوم تنفيذي رقم 05- 468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك بـ: «تخفيض: كل تنزيل في السعر يمنحه البائع، لا سيما نظرًا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة و/أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات».

نضيف إلى ذلك، أن التخفيضات بصفة عامة هي عبارة عن إنقاص تجاري طبيعي أو استثنائي، ممنوح غالبًا لدى الفوترة، تبعًا للكميات المشتراة ونوع الزبون، أو في إطار بيع ترويجي، تساهم في إقناع الزبون بعدم تقويت فرصة الشراء. كما تعتبر من جهة أخرى، أجرة الوسطاء التجاريين.

رابعًا : المسترجعات (Les ristournes)

عرفها المشرع الجزائري في الفقرة الثالثة من المادة السادسة من مرسوم تنفيذي رقم 05- 468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك بـ: «انتقاص: كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتر. ويحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم، المنجزة مع هذا الأخير خلال مدة معينة».

وقع المشرع الجزائري هنا أيضًا في خلط في المصطلحات، كما ذكرنا مع مصطلح "الحسم" سابقًا، إذ سمى مصطلح "المسترجع" في هذه الحالة "انتقاص"، وهو خلط في المصطلحات، رغم أن قانون رقم 04-02 ومرسوم تنفيذي رقم 05-468 لا يفصلهما إلا

(1) – BELKACEM Tarik Fateh-Eddine, Tenue de La Comptabilité, Rapport de Stage Professionnel d'Expertise Comptable N°01, Ordre National des Experts Comptables, Commissaires aux Comptes et des Comptables Agréés, Conseil Régional Centre, Commission de la Formation et des Stages, Alger, avril 2008, P 10.

سنة من حيث تاريخ صدور كما ذكرنا سابقاً، بينما لم يقع هذا الخلط طبعاً في المصطلح الفرنسي في النسختين الفرنسيتين.

نضيف إلى ذلك أيضاً، أن المسترجعات هي إنقاص من الثمن المعد بعد الفوترة تبعاً لحجم المبيعات المحققة مع المشتري بصفة عامة، والمبلغ يعوض للمشتري عادة في نهاية السنة، لكن يستطيع أن يكون في شكل خدمة يقدمها البائع. والمسترجعات ستحفز الزبون على الشراء بكميات أكبر، وتحسب عادة كنسبة لقطاعات من رقم الأعمال المحقق مع الزبون.⁽¹⁾

المطلب الثالث

جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع

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

الفرع الأول

العقوبات الأصلية للإخلال بالإعلام بشروط البيع

أوردها المشرع في نص المادة 32 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث تنص هذه المادة على: «يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).».

الفرع الثاني

العقوبات التكميلية للإخلال بالإعلام بشروط البيع

أورد المشرع بالإضافة إلى العقوبات الأصلية، 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

(1) – BELKACEM Tarik Fateh-Eddine, Op.cit, P 10.

إجبارياً من طرف القاضي في حال العود.⁽¹⁾

نستنتج في ختام هذا المبحث، أنه لحماية رضا الزبون مستهلكاً أو عوناً اقتصادياً من كل عيب، لا بد على المتدخل أن يضع تحت علم الزبون كافة شروط البيع، وبذلك تكون له إرادة حرة، خالية من كل عيب من عيوب الإرادة، حتى تمكنه من دراسة مختلف العروض المقدمة من قبل المتدخلين الآخرين، وأن يتسنى له بذلك الاختيار في الأخير. كما لا يفوتنا الإشارة إلى ضرورة ابتعاد المشرع عن الوقوع في فراغات تشريعية قد تستغل لأغراض إجرامية كما ذكرنا سابقاً في هذا المبحث، وضرورة التدقيق وتوحيد المصطلحات القانونية خصوصاً عندما يتعلق الأمر بنصوص جزائية.

(1) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

المبحث الثالث الفوترة

تنص المادة العاشرة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدلة بالمادة الثالثة من قانون رقم 10-06 على: «يجب أن يكون كل بيع سلعة، أو تأدية خدمة بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها. يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم المشتري بطلب أي منها، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو تأدية الخدمة. يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة. غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون. يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، عن طريق التنظيم».

نلاحظ من خلال هذا التعريف، أن وجوب الفوترة، ينصرف إلى المشتري غير المهني أي المستهلك، كما ينصرف إلى المشتري المهني أو المحترف، لكن في كل الحالات، تعتبر الفوترة شرطاً ضرورياً لشفافية السوق.⁽¹⁾

أدرجت الفوترة في نص تطبيقي لقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، هو مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المتضمن شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية الذي ألغى مرسوم تنفيذي رقم 95-305 المحدد لكيفيات تحرير الفاتورة، وذلك تنفيذاً لنص المادة 12 من قانون رقم 04-02 التي تنص على: «يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم».

وجب قبل تحديد مصدر الالتزام بتسليم الفاتورة، تحديد الطبيعة القانونية للفاتورة، ومن أجل ذلك وجب تحديد البيانات الإلزامية للفاتورة.

يوجد بيانات تتعلق بالبائع العون الاقتصادي، المشتري، شكل الفاتورة، مضمون الفاتورة. حددت الفقرة الأولى من نص المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، البيانات المتعلقة

(1) - بدأ التفكير في الفوترة منذ بداية تسعينيات القرن الماضي دون تحديد شكل خاص لها، حيث تنص المادة 64 من قانون رقم 90-36 المؤرخ في 31 ديسمبر 1990 المتضمن لقانون المالية لسنة 1991 (جريدة رسمية عدد 57، الصادر في 31 ديسمبر 1990)، التي جاءت بمناسبة تأسيس الرسم على القيمة المضافة على: «يتعين على كل مدين بالرسم على القيمة المضافة، يسلم أموالاً أو يقدم خدمات إلى مدين آخر، أن يسلم له فاتورة أو وثيقة محل محلها....». ثم تبناها أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي تناول القواعد المطبقة على الممارسات التجارية رغم أنها لا تتطابق مع موضوعه، في الباب الرابع: القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها/ الفصل الأول: شفافية الممارسات التجارية، حيث تنص المادة 56 منه على: «يجب أن يكون كل بيع يقوم به منتج أو موزع بالجملة مصحوبا بفاتورة، ويجب على الممون أن يسلم الفاتورة وعلى المشتري أن يطلبها منه. ويجب كذلك تسليم الفاتورة عند تأدية أية خدمة من طرف عون اقتصادي إلى عون اقتصادي آخر. تسلم الفاتورة عند البيع بالتجزئة إذا طلبها الزبون، وفي كل الأحوال يجب أن تكون محل وصل حسابي (وصل الصندوق)». كما تنص المادة 57 من نفس القانون على: «يجب أن تحرر الفاتورة حسب الكيفيات المحددة عن طريق التنظيم وأن تقدم إلى الأعوان المكلفين بالتحقيقات الاقتصادية عند طلبها»، وتطبيقاً لنص هذه المادة جاء مرسوم تنفيذي رقم 95-305 المؤرخ في 7 أكتوبر 1995 المحدد لكيفيات تحرير الفاتورة (جريدة رسمية عدد 58، الصادر في 8 أكتوبر 1995)، الذي وضع أول شكل قانوني للفاتورة. ألغيت بعد ذلك الفصول المرتبطة بالقواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة بقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، الذي تضمن الفوترة في الباب الثاني: شفافية الممارسات التجارية/ الفصل الثاني: الفوترة.

بالبائع العون الاقتصادي.⁽¹⁾
 حددت الفقرة الثانية من نص المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 05-468، البيانات المتعلقة بالمشتري.⁽²⁾
 توجد أيضاً بيانات متعلقة بشكل الفاتورة، حددها نص المواد (1/3، 4، 10، 11) من مرسوم تنفيذي رقم 05-468.⁽³⁾
 حددت البيانات المتعلقة بمضمون الفاتورة في نص المواد 7 و8 و9 من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 السابق الذكر.⁽⁴⁾
 نستنتج مما سبق أن الفاتورة عبارة عن محرر عرفي يستعمل في عقد أحد طرفيه على الأقل تاجر في التعامل في المنقولات.

يحصر الأساس القانوني للفوترة في المواد 10، 11، 12، 13 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، من خلال ما سبق نستنتج أن الطبيعة القانونية للفوترة هي التزام، ومصدره القانون، حيث فرض المشرع على البائع (العون الاقتصادي) والزبون التزاماً بتسليم وتسليم الفاتورة في حالة كون الزبون مستهلك (المطلب الأول)، أو عون اقتصادي (المطلب الثاني).

يشير المشرع أيضاً في نص المادة العاشرة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم إلى الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة، ويشير في الفقرة الأخيرة من نفس المادة أنه يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، عن طريق التنظيم. ولا نعلم ماذا يقصد المشرع بهذا المصطلح، كما أنه لا تنظيم صدر لحد الآن يحدد نموذج هذه الوثيقة والأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها.

- (1) - تتمثل هذه البيانات في: إسم الشخص الطبيعي ولقبه، تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري، العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة النشاط، رأس مال الشركة عند الاقتضاء (أي بالنسبة لشركات الأموال)، رقم السجل التجاري، رقم التعريف الإحصائي (أي رقم تعريفي للمتعامل مع إدارة الضرائب، أنشئ بموجب قانون رقم 90-36 المتضمن لقانون المالية لسنة 1991).
- (2) - تتمثل هذه البيانات في: إسم الشخص الطبيعي ولقبه، تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري، الشكل القانوني وطبيعة النشاط، العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، رقم السجل التجاري، رقم التعريف الإحصائي. كما يجب أن لا تحتوي الفاتورة إلا على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكاً.
- (3) - تتمثل هذه البيانات في: طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة، تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها، تسمية السلع المباعة وكميتها و/أو تأدية الخدمات المنجزة، سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات ونسبها المستحقة حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة على أن لا يذكر الرسم على القيمة المضافة (أنشئ بموجب المادة 65 من قانون رقم 90-36 المتضمن لقانون المالية لسنة 1991) إذا كان المشتري معفي منه، السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محرراً بالأرقام والأحرف. يجب أن تحتوي الفاتورة أيضاً على الختم الندي وتوقيع البائع إلا في حالتين، الأولى في حالة تحرير الفاتورة عن طريق النقل الإلكتروني على أنه يمنع ذلك إذا تعلق الأمر بتسوية نفقات عمومية، والثانية بالنسبة للأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نشاطات ذات مصلحة عمومية ويحرون عدداً مهماً من الفواتير، يستحيل فيها عليهم عملياً مراعاة ذلك، فيرخص لهم الاحتفاظ بشكل الفاتورة التي يستعملونها. يجب أيضاً أن تكون الفاتورة واضحة ولا تحتوي على أي لطفة أو شطب أو حشو، وتعتبر هذه الفاتورة قانونية إذا حررت استناداً إلى دفتر أرومات (فواتير)، أو باللجوء لوسيلة الإعلام الآلي.
- (4) - تتمثل هذه البيانات في وجوب أن يشتمل السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم عند الاقتضاء (أي إذا كان العون الاقتصادي خاضع لهذه الرسوم) على جميع التخفيضات أو الاقتطاعات أو الانتقاصات الممنوحة للمشتري، وجوب أيضاً ذكر تكاليف النقل إذا كانت على عاتق الزبون على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدا وغير مدمجة مع سعر الوحدة، وجب كذلك أن تذكر في الفاتورة صراحة الزيادات في السعر لاسيما الفوائد الناتجة عن البيع بالأجل، وكذا التكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع، كأجور الوسطاء والعمولات والسمسة وأقساط التأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على حساب المشتري، وجب كذلك أن تسجل على الفاتورة المبالغ المقبوضة للتغليب القابل للاسترجاع، وكذا كل التكاليف المدفوعة لحساب المشتري، عندما لا تكون مفوترة في فاتورة منفصلة.

المطلب الأول

الالتزام بتسليم وتسليم الفاتورة في حالة كون الزبون مستهلك

تنص الفقرة الثالثة والرابعة من المادة العاشرة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدلة بالمادة الثالثة من قانون رقم 10-06 على: «... يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة. غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون.

يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، عن طريق التنظيم.»

تنص أيضا الفقرة الأخيرة من المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك على: «... يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه.»

نلاحظ من استقراءنا لمضمون هذه النصوص القانونية، أن المشرع نص على وجوب استعمال الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو وصل الصندوق أو سند تبرير المعاملة بين العون الاقتصادي والمستهلك بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة، لأن هذه الأخيرة تعتبر وسيلة لإثبات المعاملات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك (الفرع الأول)، كما أن للفاتورة في هذا المطلب استثناءً يخص مدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة ومدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليمها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك

إثبات المعاملة التجارية هنا ليس الهدف في حد ذاته، فالإثبات وسيلة لضمان الحقوق المادية والمعنوية للمستهلك المحفوظة قانونا بموجب نص المادة 19 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فبواسطة هذا الإثبات تصبح الفاتورة وسيلة لتفعيل الالتزام بضمان السلامة (أولا)، بعد ذلك تكون الفاتورة وسيلة لإعلام المستهلك بعد التعاقد (ثانيا).

أولاً : الفاتورة وسيلة لتفعيل الالتزام بضمان السلامة

يعتبر الالتزام بضمان السلامة من أهم الالتزامات الواقعة على المتدخل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ويندرج تحته: الالتزام بإعلام المستهلك، الالتزام بسلامة المنتوجات المباعة ونظافتها، الالتزام بمطابقة المنتوجات المباعة وأمنها، الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع.

يثير أي إخلال بهذه الالتزامات مع حدوث ضرر للمستهلك، مسؤولية المتدخل المدنية والجزائية، لكن في غياب أي إثبات للمعاملة التجارية بين المتدخل والمستهلك، كيف يستطيع هذا الأخير جبر الضرر الذي أصابه؟ وكيف يستطيع المجتمع إيقاف هذا المتدخل المجرم عن حده؟

لنفترض مثلاً وقوع حادث مرور لحافلة وعدم امتلاك الزبائن لتذاكر السفر، فكيف يستطيع هؤلاء، بغياب أية وثيقة تثبت المعاملة، إثبات قيام المسؤولية المدنية لمالك أو سائق الحافلة للحصول على مبلغ التأمين، أو التعويض في حال وجود إهمال؟ لذلك تعتبر الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو وصل الصندوق أو سند تبرير المعاملة، وسائل لإثبات المعاملة التجارية، وبالتالي سنداً للملكية في البيع للمنفولات، أو إثباتاً لتأدية الخدمة في الخدمات، حتى لا تضيع الحقوق المادية والمعنوية للمستهلك المحمية قانوناً.

ثانياً : الفاتورة وسيلة لإعلام المستهلك بعد التعاقد

تعتبر الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو وصل الصندوق أو سند تبرير المعاملة بعد التعاقد، وسائل فعالة لإعلام المستهلك بتفاصيل المعاملة التي أجراها (نوع السلعة، الثمن خارج الرسم، الرسم والتمن مع إدماج كل الرسوم) خاصة إذا كان الدفع مؤجلاً أو في حالة القرض الاستهلاكي مثلاً.

الفرع الثاني**مدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة ومدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليمها**

نلاحظ من خلال استقراءنا لنصوص المواد القانونية المذكورة في بداية هذا المطلب، بروز مشكلة تتعلق أولاً بمدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة (أولاً)، كما نلاحظ مشكلة أخرى، هي مدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليم الفاتورة (ثانياً)، لم نرى

مثيلاً لها في دراسة الالتزامين القانونيين موضوع المبحثين السابقين.

أولاً : مدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة

يبرز نص الفقرة الثالثة من المادة العاشرة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ونص الفقرة الأخيرة من المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، أن البائع ملزم بتسليم وصل صندوق أو أي سند يبرر المعاملة، وأنه غير ملزم قانوناً بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها للمستهلك، إلا إذا طلبها، فإذا تحقق هذا الشرط، يصبح على عاتق المتدخل التزام قانوني بتسليم هذه الوثائق وإلا وقع تحت طائلة العقوبات المنصوص عليها قانوناً.

ثانياً : مدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليم الفاتورة

بالعودة لنص نفس المواد المذكورة في الجزء الأول من هذا الفرع، نلاحظ أن المشتري غير ملزم بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، لكنه ملزم قانوناً في هذه الحالة بتسليم وصل الصندوق أو سند يبرر المعاملة، وهذه الوثائق هي وثائق غير إسمية، أي لا تحتوي على اسم المستهلك، والمعلومات الواردة فيها شحيحة جداً، حيث تكاد تقتصر فقط على تسمية المتدخل، عنوانه، مكان وتاريخ وتوقيت المعاملة، اسم المبيع أو الخدمة، السعر للوحدة خارج الرسم، الرسم عند الاقتضاء، المبلغ الإجمالي باحتساب كل الرسوم.

المطلب الثاني

الالتزام بتسليم وتسليم الفاتورة في حالة كون الزبون عون اقتصادي

تنص الفقرة الأولى والثانية من المادة العاشرة من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدلة بالمادة الثالثة من قانون رقم 10-06 على: «يجب أن يكون كل بيع سلعة، أو تأدية خدمة بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوباً بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

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

تنص أيضاً الفقرة الأولى والثانية من المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 05-468

المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك على: «يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين موضوع فاتورة».

ويتعين على البائع تسليمها ويتعين على المشتري طلبها منه ويجب أن تسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمات...».

يركز المشرع على وجوب الفوترة بين الأعوان الاقتصاديين بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة، لأن هذه الأخيرة تعتبر وسيلة للإثبات والمحاسبة في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين (الفرع الأول)، كما أورد المشرع بدائل للفاتورة تستعمل في حالات أخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الفاتورة وسيلة للإثبات والمحاسبة في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين

تلعب الفاتورة دورا هاما في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين فهي وسيلة لإثبات هذه المعاملات (أولا)، كما أنها وسيلة للمحاسبة (ثانيا).

أولا : الفاتورة وسيلة للإثبات في المعاملات التجارية

أشرنا سابقا أن الفاتورة محرر عرفي، لذلك فحججته محدودة، وهو يخضع في الإثبات لنص المادة 327 وما بعدها من أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، فإذا حررت هذه الفاتورة وفق الأشكال القانونية التي ذكرناها اعتبرت محررا عرفيا تجاريا وكان لها قوة أكثر في إثبات العقد التجاري سواء بين المتعاقدين أو بالنسبة للغير، حيث تنص المادة 30 من أمر رقم 75-59⁽¹⁾ المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم على: «يثبت كل عقد تجاري : 1-...، 2-...، 3- بفاتورة مقبولة...».

تعتبر الفاتورة أيضا إذا حررت وفق هذه الأشكال القانونية، سندا للملكية في المنقولات، حيث تنص المادة 226 من قانون رقم 79-07⁽²⁾ المتضمن لقانون الجمارك المعدل والمتمم

(1) - أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 101، الصادر في 19 ديسمبر 1975.

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

على: «إن حيازة بعض البضائع لأغراض تجارية وتنقلها عبر كامل الإقليم الجمركي ولاسيما التي تهرب أكثر من غيرها والتي حددت قائمتها بموجب قرار من وزير المالية يخضعان لتقديم وثائق تثبت الحالة القانونية لهذه البضائع إزاء التنظيم الجمركي وذلك عند طلب إدارة الجمارك ويقصد بالوثائق المثبتة ما يلي: -... - وإما فاتورات شراء أو كشوف صنع أو أي وثيقة أخرى تثبت أن البضائع قد جنبت أو أنتجت بالجزائر أو أنها اكتسبت بطريقة أخرى المنشأ الجزائري.».

ثانيا : الفاتورة وسيلة للمحاسبة في المعاملات التجارية

تنص المادة الثالثة من قانون رقم 07-11⁽¹⁾ المتضمن النظام المحاسبي المالي على: «المحاسبة المالية نظام لتنظيم المعلومة المالية يسمح بتخزين معطيات قاعدية عددية، وتصنيفها، وتقييمها، وتسجيلها، وعرض كشوف تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية وممتلكات الكيان، ونجاعته، ووضعية خزينته في نهاية السنة المالية.».

تنص أيضا المادة التاسعة من أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم على: «كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر لليومية يقيد فيه يوما بيوم عمليات المقاول أو أن يراجع على الأقل نتائج هذه العمليات شهريا بشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا.».

تعتبر "الفاتورة" من أبرز الوثائق المذكورة في آخر نص هذه المادة، حيث أنها وسيلة ودعامة يستعملها التاجر لتقييد كتاباته المحاسبية، وأي كتابة محاسبية لمعاملة تجارية بالبيع أو الشراء لمنقولات بين التجار تعتبر باطلة إذا لم ترتكز على فاتورة مقبولة قانونا، كما يلزم القانون التاجر بالاحتفاظ بهذه الفواتير مدة عشر سنوات حسب نص المادة 12 من أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، والمادة 104 من قانون رقم 01-21⁽²⁾ المتضمن قانون المالية لسنة 2002، والمادة 20 من قانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي.

(1) - قانون رقم 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي، جريدة رسمية عدد 74، الصادر في 25 نوفمبر 2007.

(2) - قانون رقم 01-21 المؤرخ في 22 ديسمبر 2001 المتضمن قانون المالية لسنة 2002، جريدة رسمية عدد 79، الصادر في 23 ديسمبر 2001.

الفرع الثاني

بدائل الفاتورة في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين

لا يقصد هنا ببدائل الفاتورة، الوثيقة التي تقوم مقامها التي تحدثنا عنها في بداية هذا المبحث، حيث جاءت هذه البدائل في نص المادة 11 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والتي تنص على: «يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتوجات لنفس الزبون، ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية».

لا يسمح باستعمال وصل التسليم إلا للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة.

يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركاتها».

يعتبر إذن وصل التسليم (أولا)، وسند التحويل (ثانيا) بديل للفاتورة، وجب دراستها، ودراسة لماذا أوجدهما المشرع كبديل لها.

أولا : وصل التسليم

يعتبر وصل التسليم محرر يصدره البائع يحتوي على نفس البيانات الإلزامية المتعلقة بالبائع والمشتري وشكل الفاتورة ومضمونها المذكورة سابقا، عدا استبدال كلمة "فاتورة" بـ "وصل تسليم"، وإبراز رقم وتاريخ المقرر الذي يسمح باستعماله من طرف إدارة التجارة حسب نص المادتين 11 و 16 من قانون رقم 04-02 ومرسوم تنفيذي رقم 05-468 على التوالي، كما يجب أن يحتوي وصل التسليم على اسم ولقب ورقم بطاقة تعريف المسلم أو الناقل.

يستعمل وصل التسليم بدل الفاتورة في العمليات التجارية المتكررة والمنتظمة عند البيع لنفس الزبون، وهذا تفاديا لاستعمال عدد كبير من الفواتير خشية ضياعها، على أن يحرر مباشرة مع انتهاء مدة شهر، فاتورة إجمالية تبرز المبيعات الإجمالية مع كل زبون، والتي كانت محل وصولات تسليم، وأن تتضمن هذه الفاتورة الإجمالية، البيانات الإلزامية للفاتورة المذكورة سابقا، زيادة على أرقام وتواريخ وصولات التسليم المحررة، وهذا ما جاء به نص المادة 11 من قانون رقم 04-02 ونص المواد 14 و 17 من مرسوم تنفيذي رقم 05-468.

ثانيا : سند التحويل

تنص الفقرة الأخيرة من المادة 11 من قانون رقم 04-02 على: «...يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها.».

يستعمل إذن سند التحويل عندما يقوم العون الاقتصادي بنقل سلعة باتجاه وحداته للتخزين أو التحويل أو التعبئة و/أو التسويق بدون أن تتم عملية تجارية، على أن يكون سند التحويل مؤرخا ومرقما، وأن يتضمن وجوبا البيانات الآتية المتصلة بالعون الاقتصادي: الاسم واللقب والتسمية أو العنوان التجاري، العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، رقم السجل التجاري، طبيعة السلع المحولة وكميتها، عنوان المكان الذي حولت منه السلع والمكان الذي حولت إليه، توقيع العون الاقتصادي وختمه الندي، اسم ولقب المسلم أو الناقل وكل الوثائق التي تثبت صفته، وهو ما نصت عليه المادتان 12 و13 من مرسوم تنفيذي رقم 05-468.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع لم يحدد قيمة السلع أو الخدمات التي تكون موضوع معاملة، ومن ثمة تكون محل فاتورة كل معاملة مهما كانت قيمتها، وحكم إلزامية الفاتورة يسري على طرفي العلاقة التجارية، فالبائع ملزم بتحريرها وتسليمها حتى ولو لم يطلبها منه المشتري، والمشتري من جانبه ملزم بطلبها، وهذا هو موقف المشرع الجزائري في نص الفقرة الثانية من المادة العاشرة من قانون رقم 04-02.

المطلب الثالث

جزاء الإخلال بالفوترة

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 بائعاً أو مشترياً بتقديم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو بدائل الفاتورة لكل الموظفين المؤهلين قانوناً، أو في أجل تحدده له الإدارة المعنية بالمراقبة البعدية حسب نص المادة 13 من قانون رقم 02-04 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 و34 من قانون رقم 02-04 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 و11 و13 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 للمنتوجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة ويعاقب عليها طبقاً 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. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجبارياً من طرف القاضي في حال العود.⁽¹⁾

نشير أيضاً، أن العقوبات المذكورة آنفاً، تطبق فقط في حال ثبوت عدم فوترة أو فوترة غير مطابقة، بينما إذا ثبت التزوير في الفاتورة، فيعتبره المشرع الجزائري تزويراً في محررات تجارة، ويعاقب عليه بما جاء في نص المادة 219 من أمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم: «كل من ارتكب تزويراً 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 تزويراً 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

(1) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

المحركات فيما بعد.

(3) وإما بإضافة أو بإسقاط أو بتزييف الشروط أو بالإقرارات أو الوقائع التي أعدت هذه المحركات لتلقيها أو لإثباتها.

(4) وإما بانتحال شخصية الغير أو الحلول محلها.

تضاف إلى هذه العقوبات، العقوبات الجبائية⁽¹⁾. ولأن هذه الجرائم جنح، تشدد هذه العقوبات إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

نستنتج في ختام هذا المبحث، أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو وصل الصندوق أو سند تبرير المعاملة التجارية أو بدائل الفاتورة، كلها تعتبر وثائق ضرورية بالنسبة للعون الاقتصادي أو المستهلك أو الإدارة، لاسيما إدارتي الضرائب والتجارة، حيث تعمل هذه الوثائق كمساعد على عملية الرقابة البعدية للمعاملة التجارية، كما تعتبر وسائل تمكن من تتبع مصدر المنتج (La traçabilité de Produit)،⁽²⁾ لأي سبب كان.

(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%».

(2) - نص مرسوم تنفيذي رقم 203-12 المؤرخ في 6 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات (جريدة رسمية عدد 28، الصادر في 9 ماي 2012)، في مادته الخامسة على: «يجب أن تستجيب السلعة و/أو الخدمة بمجرد وضعها رهن الاستهلاك، للتعليمات التنظيمية المتعلقة بها في مجال أمن وصحة المستهلكين وحمايتهم، لاسيما فيما يتعلق بما يأتي:...

- التدابير الملائمة الموضوعة قصد ضمان تتبع مسار السلعة أو الخدمة.

يقصد بتتبع مسار السلعة: الإجراء الذي يسمح بتتبع حركة سلعة من خلال عملية إنتاجها وتحويلها وتوضيها واستيرادها وتوزيعها واستعمالها وكذا تشخيص المنتج أو المستورد ومختلف المتدخلين في تسويقها والأشخاص الذين اقتنوها، بالاعتماد على الوثائق.

يقصد بتتبع مسار الخدمة: الإجراء الذي يسمح بتتبع عملية تقديم خدمة، في كل مراحل أدائها للمستهلك الذي استفاد منها بالاعتماد على وثائق...». ومن أهم الوثائق التي يقصدها المشرع هنا "الفاتورة".

الفصل الثاني

قاعدة نزاهة الممارسات التجارية

خصص الباب الثالث (المواد من 14 إلى 30) من قانون رقم 04-02 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 مشتر آخر يوجد في وضع مماثل، وفي نفس السياق، منع المشرع الجزائري في قانون رقم 04-02 ممارسات كثيرة لا يجمع بينها سوى أن متابعتها تكون من اختصاص القضاء العادي، عكس الممارسات المقيدة للمنافسة (أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم) التي يختص بها مجلس المنافسة⁽¹⁾ أساساً.

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 سلبية أي بالامتناع عن القيام بعمل، قسمناها، وسنتناول 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 وممارسة أسعار غير شرعية (المبحث الأول)، الممارسات التجارية التدلّيسية وغير النزيهة (المبحث الثاني)، الممارسات التعاقدية التعسفية (المبحث الثالث).

(1) - أنشئ بموجب نص المادة 16 وما بعدها من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، يعرفه بوجميل عادل، مرجع سابق، ص 108 بـ: «سلطة ضبط مستقلة مكلفة بتطبيق قانون المنافسة وتنظيم وضبط المنافسة في السوق والتصدي للممارسات المنافية لها المرتكبة من طرف الأعوان الاقتصاديين المخالفين...».

المبحث الأول الممارسات التجارية وممارسة أسعار غير شرعية

يقوم اقتصاد السوق أساساً 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 لعجلة الاقتصاد، 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 02-04.

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

المطلب الأول

الممارسات التجارية غير الشرعية

أدرج المشرع تحت قاعدة نزاهة الممارسات التجارية، الممارسات التجارية غير الشرعية، إذ تتطلب حماية المستهلك من المخالفات التجارية الناتجة عن عدم احترام قواعد شفافية الممارسات التجارية، حماية هذا الأخير من كل الممارسات التي تمس بنزاهة السوق، وهنا لا بد من أن تكون الأنشطة سواء تعلقت بالسلع أو الخدمات المعروضة للمستهلك بعيدة

عن كل ممارسة غير شرعية.⁽¹⁾

يندرج تحت الممارسات التجارية غير الشرعية، ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة (الفرع الأول)، رفض البيع أو تأدية خدمة (الفرع الثاني)، البيع أو أداء خدمة بمكافأة (الفرع الثالث)، البيع أو تقديم خدمة بشروط (الفرع الرابع)، ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر (الفرع الخامس)، إعادة البيع بالخسارة (الفرع السادس)، بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل (الفرع السابع).

الفرع الأول

ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة

تعتبر ممارسة التجارة من الحريات الاقتصادية المكفولة دستوريا، والتي تتطلب استيفاء الشروط القانونية المطلوبة لكي تمارس في إطار القانون، ومن بين هذه الشروط الحصول على السجل التجاري، والإخلال بهذه الشروط يؤدي للإخلال بالمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، حيث لا يتحمل أصحاب هذه النشاطات الأعباء الضريبية والاجتماعية التي تفرضها القوانين، عكس التجار الشرعيين الذين يتحملون هذه الالتزامات، لذا وجب علينا إبراز مفهوم ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة (أولا). وحماية لحرية المنافسة التي يلحقها خلل، منع القانون هذه الممارسات،⁽²⁾ واستحدثت جزاءات لمخالفة هذا المنع (ثانيا).

أولا : مفهوم ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة

تنص المادة 14 من قانون رقم 04-02 على: «يمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها».

تنص أيضا المادة 4 من قانون رقم 04-08⁽³⁾ المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية على: «يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري، بالقيود في السجل التجاري، ولا يمكن الطعن فيه في حالة النزاع أو الخصومة إلا أمام الجهات

(1) - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 70.

(2) - د. محمد شريف كنو، مرجع سابق، ص ص 92، 93.

(3) - قانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 52، الصادر في 18 أوت 2004، المعدل والمتمم بنص المادة 58 من أمر رقم 10-01 المؤرخ في 26 أوت 2010 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 29 أوت 2010، والمعدل والمتمم أيضا بقانون رقم 13-06 المؤرخ في 23 جويلية 2013، جريدة رسمية عدد 39، الصادر في 31 جويلية 2013.

القضائية المختصة.

يمنح هذا التسجيل الحق في الممارسة الحرة للنشاط التجاري، باستثناء النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري والتي تخضع ممارستها إلى الحصول على ترخيص أو اعتماد.

يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري ومحتواه عن طريق التنظيم.⁽¹⁾

نستنتج من نص هذه المادة أنه يلتزم بالقيود في السجل التجاري الشخص الطبيعي والاعتباري، هذا الأخير لا يكون له وجود قانوني إلا من تاريخ القيد في السجل التجاري.⁽¹⁾ يلزم بالقيود في السجل التجاري أيضا الأجانب في شكل شركات تجارية يكون مقرها بالخارج وتمارس نشاطها بالجزائر (حسب نص المادة 6 من قانون رقم 04-08)، كما يسري هذا الالتزام بالنسبة للنشاطات التجارية القارة أو غير القارة⁽²⁾ (حسب نص المادة 18 من نفس القانون).

تستبعد من مجال تطبيق هذا القانون، الأنشطة الفلاحية والحرفية في مفهوم أمر رقم 96-01⁽³⁾ المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، والشركات المدنية والتعاونيات التي لا يكون هدفها الربح، والمهن المدنية الحرة التي يمارسها أشخاص طبيعيين، والمؤسسات العمومية المكلفة بتسيير الخدمات العمومية، باستثناء المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري (حسب نص المادة 7 من قانون رقم 04-08).

وإذا كان القيد في السجل التجاري يضي على الشخص سواء كان طبيعيا أو معنويا صفة التاجر، فإن بعض المهن والأنشطة التجارية المقننة (Réglementée)، لا يسمح لها

(1) - حيث تنص المادة 549 من أمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم على: «لا تتمتع الشركة بالشخصية المعنوية إلا من تاريخ قيدها في السجل التجاري...».

(2) - حيث تنص المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 13-140 المؤرخ في 10 أبريل 2013 المحدد لشروط ممارسة الأنشطة التجارية غير القارة (جريدة رسمية عدد 21، الصادر في 23 أبريل 2013) على: «يمارس النشاط التجاري غير القار كما هو معرف في المادة 20 من القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 غشت سنة 2004، المعدل والمتمم والمذكور أعلاه، في الأسواق الأسبوعية أو نصف الأسبوعية والجوارية أو المعارض أو في أي فضاء أو مكان آخر مهيا لهذا الغرض.

يمارس النشاط التجاري غير القار عن طريق العرض أو بصفة متنقلة.».

(3) - أمر رقم 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، جريدة رسمية عدد 3، الصادر في 14 جانفي 1996.

القانون بالقيود في السجل التجاري قبل الحصول على رخصة أو اعتماد تمنحه المصالح المختصة في الإدارة المعنية طبقاً لما جاء في مرسوم تنفيذي رقم 97-40⁽¹⁾ المتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيود في السجل التجاري وتأطيرها المعدل والمتمم، ومثال وجوب الحصول على الرخصة، ما تعلق بنشاط الوكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه، حيث تنص المادة الثالثة من مرسوم تنفيذي رقم 13-111⁽²⁾ المحدد لشروط ممارسة نشاط الوكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه: «تخضع ممارسة نشاط الوكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه قبل التسجيل في السجل التجاري إلى الحصول على رخصة يسلمها المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً بعد اكتتاب صاحب الطلب دفتر شروط.»، ومثال وجوب الحصول على الاعتماد ما تعلق بنشاط جمع النفايات الخاصة، حيث تنص المادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 09-19⁽³⁾ المتضمن تنظيم نشاط جمع النفايات الخاصة: «يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة نشاط جمع النفايات الخاصة أن يلتزم بالأحكام المحددة في هذا المرسوم والحصول على اعتماد يسلم بمقرر من الوزير المكلف بالبيئة.».

ثانياً : جزاء ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة

يشكل عدم الامتناع عن ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة، جنحة بمفهوم قانون العقوبات، ويعرض صاحبه لعقوبات أصلية تتمثل في غلق المحل التجاري إلى غاية تسوية الوضعية، وغرامة من 10.000 د.ج. إلى 100.000 د.ج. في حال النشاط التجاري القار، أو من 5.000 د.ج. إلى 50.000 د.ج. في حالة النشاط التجاري غير القار، كما يجوز حجز سلع مرتكب الجريمة، وعند الاقتضاء وسيلة أو وسائل النقل المستعملة في حال النشاط التجاري غير القار، وهو ما نصت عليه المادتان 31 و32 من قانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، كما يعاقب على ممارسة نشاط تجاري بمستخرج سجل تجاري منته الصلاحية بغرامة من 10.000 د.ج. إلى 500.000 د.ج. ويصدر الولائي

(1) - مرسوم تنفيذي رقم 97-40 المؤرخ في 18 جانفي 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيود في السجل التجاري وتأطيرها المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 5، الصادر في 19 جانفي 1997.

(2) - مرسوم تنفيذي رقم 13-111 المؤرخ في 18 مارس 2013 المحدد لشروط ممارسة نشاط الوكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه، جريدة رسمية عدد 16، الصادر في 20 مارس 2013.

(3) - مرسوم تنفيذي رقم 09-19 المؤرخ في 20 جانفي 2009 المتضمن تنظيم نشاط جمع النفايات الخاصة، جريدة رسمية عدد 6، الصادر في 25 جانفي 2009.

قرارا بالغلق الإداري للمحل التجاري، وفي حالة عدم التسوية في مدة ثلاث أشهر من معاينة المخالفة يحكم القاضي بالشطب من السجل التجاري، وهو ما جاء به نص المادة التاسعة من قانون رقم 13-06⁽¹⁾ المعدل والمتمم للقانون 04-08 باستحداثه للمادة 31 مكرر له، بالإضافة لعقوبات تكميلية محتملة، سنوردها في نهاية هذا المطلب.⁽²⁾ ولأن هذه الجرائم جنح، تشدد هذه العقوبات إجباريا من طرف القاضي في حال العود.

الفرع الثاني

رفض البيع أو تأدية خدمة

يحمي القانون من كل رفض للبيع أو تأدية خدمة، متى كان متاحا البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي، من هنا وجب إبراز تعريف رفض البيع أو تأدية الخدمة (أولا)، ثم إبراز شروط رفض البيع أو تأدية خدمة (ثانيا).

أولا : تعريف رفض البيع أو تأدية خدمة

تنص المادة 15 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع».

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

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

أقام المشرع بذلك قرينة قانونية بسيطة على اعتبار كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع، يستثنى من ذلك أدوات تزيين المحل والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات.

تبرير المنع هذا يمكن أن يكون مشروعاً، إذا استند على الطابع غير العادي للطلب، أو

(1) - قانون رقم 13-06 المؤرخ في 23 جويلية 2013 المعدل والمتمم للقانون 04-08 المؤرخ في 14 غشت سنة 2004

والمتمم بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 39، الصادر في 31 جويلية 2013.

(2) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص 79.

سوء نية الطالب، ويقع على مرتكب رفض البيع عبء إثبات ذلك.⁽¹⁾

ثانيا : شروط رفض البيع أو تأدية خدمة

يشترط توفر أربعة شروط لقيام الممارسة الممنوعة (رفض البيع أو تأدية خدمة) هي:

أ - أن يكون الطلب عاديا

يشترط أن يكون الطلب عاديا أو مألوفاً، ولا يهم هنا الشكل الذي قدم فيه هذا الطلب، ولا تهم صفة الطالب، أكان مستهلكاً أو عوناً اقتصادياً، يلاحظ فقط أن القانون الفرنسي لم يعد يمنع رفض البيع، إلا إذا كان طالب السلعة أو الخدمة مستهلكاً، أما الطالب المهني لا يعتبر رفض البيع له ممنوعاً.⁽²⁾

ب - أن يكون الطالب حسن النية

يشترط أيضاً أن يكون الطالب حسن النية، ولا يعتبر كذلك مثلاً، إذا أخل بالالتزام سابق يربطه بالبائع، كعدم الوفاء بالثمن في شراء سابق أو سوء تنفيذ عقد سابق للتوزيع مع عون اقتصادي.⁽³⁾

ت - إنعدام المبرر

يشترط أيضاً انعدام المبرر القانوني أو الواقعي، كتوفر السلعة في الحال، ففي الحالة العكسية، يمكن تبرير رفض البيع من طرف البائع بعدم قبوله إحضار سلعة من مكان آخر، كما يشترط إمكانية أداء الخدمة، فإذا لم يمكن ذلك، لأي سبب موضوعي، اعتبر مؤدي الخدمة بريئاً من تهمة رفض تأدية خدمة.

ث - أن يمتنع العارض عن البيع أو تأدية الخدمة

يشترط أيضاً امتناع العارض أو البائع عن البيع رغم جاهزية السلعة للبيع، أو امتناع مؤدي الخدمة عن أداء الخدمة رغم إمكانية ذلك.

نشير في ختام هذا الفرع، أنه يرجع سبب منع المشرع لرفض البيع أو تقديم الخدمة،

(1) – BOUTARD-Labarde, MARIE Chantal, CANIVET Guy, Droit français de la concurrence, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1994, P 152.

(2) – د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 93.

(3) – BOUTARD-Labarde, MARIE Chantal, CANIVET Guy, Op.cit, P 152.

الذي يحصل من طرف المهني اتجاه الزبون، إلى كون هذه الممارسة -رفض البيع أو تقديم الخدمة- تؤدي إلى تقليص المنافسة على مستوى التوزيع، مما يضر بالأعوان الاقتصاديين وكذلك بالمستهلكين.⁽¹⁾

الفرع الثالث

البيع أو أداء خدمة بمكافأة

يعتبر البيع بمكافأة وبلا شك الأسلوب الأكثر قدما، والذي يستعمله العون الاقتصادي من أجل تقوية وتدعيم نشاطه التجاري.⁽²⁾

تنص المادة 16 من قانون رقم 04-02 على: «يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا بمكافأة مجانية، من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

ولا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذا العينات.»

نلاحظ من خلال هذه المادة أولا، أن الحظر المقرر للبيع بمكافأة يسري على جميع عقود البيع، سواء تلك الناتجة عن تعاقد الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، أو تلك العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك.⁽³⁾

(1) - بوجميل عادل، مرجع سابق، ص 74.

(2) - بالرغم من قدم هذه التقنية في الممارسات التجارية والتي ما تزال تحافظ حتى يومنا هذا على طابعها، فإن المشرع الجزائري ونظرا لسياستنا الاقتصادية السابقة لم يجرم هذا النوع من الممارسات إلا مؤخرا من خلال أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، ثم جرمه في مرحلة ثانية من خلال قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الذي ألغى الجزء الذي يعالج الممارسات التجارية من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، وهذا لتأكيد من فاعلية هذا الأسلوب في جلب الزبائن ولجوء المؤسسات إليه مما يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة.

(3) - لقد كان البيع بمكافأة في إطار أمر رقم 95-06 (الملغى) محظورا فقط بالنسبة لعقود البيع المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك دون سواها، ليبقى هذا النوع من البيوع مشروعا بين الأعوان الاقتصاديين. غير أنه يعد من قبيل المفارقات أن يمنع المشرع البيع بمكافأة للمستهلك، ويجيزه للعون الاقتصادي، بالرغم من أن قانون المنافسة يهدف أساسا إلى المحافظة على حرية ونزاهة الممارسات التجارية، وإجازة هذا البيع بين هؤلاء، فيه مساس بالسير الطبيعي للمنافسة، لذا فقد تدارك المشرع هذا الفراغ القانوني بموجب المادة 16 من قانون رقم 04-02، حيث أن نص هذه المادة لم يحدد الطرف الثاني في العلاقة التعاقدية، الأمر الذي يسمح بتفسيره تفسيراً واسعاً، وبالتالي القول بأن هذا النوع من البيوع محظور سواء كان موجهاً للمستهلك أو العون الاقتصادي.

نلاحظ أيضا من نص المادة 16 من نفس القانون أنه لا يمكن الحديث عن جريمة البيع بمكافأة تامة الأركان، وتعرض العون الاقتصادي الذي يرتكبها للمساءلة القانونية، إلا إذا اجتمعت مجموعة من الشروط، لذا وجب تعريف هذه الممارسة وشروط تجريمها (أولا)، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، إن حظر هذا النوع من الممارسات ليس مطلقا، بل وردت عليه جملة من الاستثناءات (ثانيا) تسمح بظهور جو من التنافس بين الأعوان الاقتصاديين.

أولا : تعريف جريمة البيع أو أداء خدمة بمكافأة وشروط تجريمها

تضمن نص المادة 16 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، على مجموعة من الشروط يجب توافرها حتى يعد البيع بمكافأة جريمة اقتصادية يعاقب عليها القانون، وبالتالي إذا تخلف شرط من هذه الشروط أصبحت العلاقة التعاقدية صحيحة، مرتبة لجميع الآثار القانونية.

يجب الإشارة قبل تبيان هذه الشروط أولا إلى تعريف هذا النوع من الجرائم (أ)، ثم توضيح شروط تجريم هذه الممارسة التجارية أي البيع أو أداء خدمة بمكافأة (ب).

أ- تعريف جريمة البيع أو أداء خدمة بمكافأة

يعد البيع بمكافأة ممارسة يمنح بموجبها البائع (العون الاقتصادي) لكل زبون يقتني منتوجا من محلاته هدية مجانية، هذه الأخيرة هي التي تميز هذه الممارسة عن عملية البيع العادية.

يجعل هذا الأسلوب التجاري الزبائن -سواء كانوا أعوان اقتصاديين أو مستهلكين- يتهافتون على شراء منتوجات هذه المؤسسة دون سواها، حيث تشكل الهدايا المصاحبة لعملية الشراء بالنسبة لهم فائدة، وكثيرا ما يؤثر ذلك على قرار الشراء عندما تكون مدعومة غالبا بإعلانات وإشهارات خصيصا لذلك،⁽¹⁾ لأنهم سيحصلون على منتوجات دون مقابل، مما يسمح لهم بتوفير مبالغ مالية كانوا سيفقدونها لو أنهم تعاقدوا مع عون اقتصادي آخر، إلا أنه في حقيقة الأمر ثمن الهدية أدرج ضمن الثمن الذي قِيمَ به المبيع وهذا ما يفسر سبب منع هذه

(1) - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص74.

الممارسة.⁽¹⁾

يبقى البيع بمكافأة في واقع الأمر، محافظا على طابعه المحظور حتى ولو كان عقد البيع ذا طابعا مدنيا وليس تجاريا، وبالتالي فإنه يعد مرتكبا لجريمة البيع بمكافأة كل حرفي أو فلاح مثلا يقدم هدية للمتعاقد معه مقابل شراء هذا الأخير أحد منتوجاته.⁽²⁾

يلاحظ أنه غالبا ما تكون المكافأة عبارة عن شيء مادي، مثلما هو الحال بالنسبة لتحصل أحد الزبائن على جوارب إذا ما اشترى حذاء، إلا أنه ليس هناك ما يمنع من أن تأخذ المكافأة شكلا آخرًا وليكن تقديم خدمة، والتي جرمها المشرع بدورها بموجب المادة 16 من قانون رقم 02-04.

نلاحظ إذن، أنه لم يقف الحظر القانوني عند البيع المرفق بمكافأة وإنما تعداه إلى حظر تقديم خدمة مرفقة بمكافأة (1) إذا تمت العلاقة التعاقدية. ولم يقف الحظر القانوني أيضا على العلاقة التعاقدية التامة بل تعداه إلى غير التامة، من خلال حظر عرض البيع وعرض تقديم خدمة مرفق بمكافأة (2).

1- حظر تقديم خدمة مرفقة بمكافأة

يخضع عقد تقديم الخدمة المبرم بين العون الاقتصادي وزبائنه والذي يتعهد بمقتضاه مسدي الخدمة بأن يمنح هدية مجانية لكل زبون يطلب منه تقديم خدمة إلى الحظر القانوني المقرر للبيع بمكافأة، ويتضح ذلك جليا من خلال نص المادة 16 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وذلك مهما كان نوع الخدمة المقدمة، وهذا راجع إلى أن الهدية المقدمة من قبل مسدي الخدمة، تعد بمثابة الحافز الذي يدفع الزبون للتعاقد مع مسدي خدمة معين دون غيره، هذا الأمر يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة مما يؤثر سلبا على توازن السوق.

(1) - جرعود الباقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 69.

(2) - سميحة علال، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، جامعة قسنطينة، 2004-2005، ص 58.

2- حظر عرض البيع وعرض تقديم خدمة مرفق بمكافأة

تؤكد لنا المادة 1/16 من قانون رقم 04-02، أنه ليس عقد البيع وعقد تأدية الخدمة مرفق بمكافئة وهدهما المعنيان بالتجريم (عقدين تامين)، وإنما يدخل في هذا الإطار أيضا ذلك العرض البسيط الذي يوجهه مسدي الخدمة أو البائع للزبون، والذي يعبر بموجبه عن رغبته بمنح هدية مجانية لكل من يطلب خدمة أو يقتني منتوجا من عنده.

يعد هذا العرض الذي يعتبر إيجابا لم يقترن بعد بأي قبول، جريمة يعاقب عليها القانون، وبالتالي يمكن القول أن المشرع قد سوى في التجريم بين العلاقة التعاقدية التامة وغير التامة باعتبارها شروع في الجريمة. وبالرغم من الحظر العام لهذا الأسلوب التجاري، إلا أنه لا يمكن الحديث عن وجود سلوك إجرامي، إلا إذا توافرت مجموعة من الشروط، نبينها في الفقرة الثانية.

ب- شروط تجريم البيع أو أداء خدمة بمكافأة

تتوقف مسألة تجريم البيع بمكافأة على توافر جملة من الشروط، تم استخلاصها من نص المادة 16 سالف الذكر، ولذا فإنه يتخلف أحدها يكون البيع بمكافأة ممارسة مشروعة لا يظال مرتكبها العقاب، وتتمثل هذه الشروط في:

1- عدم تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد

يشكل البيع بمكافأة جريمة في القانون متى كانت الهدية الممنوحة من البائع إلى الزبون تختلف عن المنتج موضوع العقد الأساسي، لذا وحتى يتم إدانة أحد الأعوان الاقتصاديين بسبب ارتكابه لهذا النوع من الجرائم، فإن الأمر يتطلب إجراء مقارنة بسيطة بين المنتج محل التعاقد من جهة، والآخر المقدم كمنحة من جهة أخرى، حتى إذا ما أسفرت نتيجة المقارنة على عدم تطابق المنتجين، ثبت بذلك وجود خرق قانوني. ومثال ذلك أن تسلم المؤسسة زجاجة عطر لكل من يشتري قميصا. ونفس الشيء يقال بالنسبة لعقد تقديم الخدمة.

2- مجانية المكافأة

يقصد بهذا الشرط أن تكون المكافأة المسلمة من قبل البائع أو مقدم الخدمة بدون مقابل، بحيث لا يدفع الزبون سوى ثمن المنتج أو الخدمة الأساسية موضوع العقد، وقد يكون مما

زاد ثمنه أو قلت جودته،⁽¹⁾ ليحصل على الهدية المرجوة من وراء هذا التعاقد. وبالتالي فإذا كانت هذه الهدية بمقابل مالي فهذا سيؤدي إلى انتفاء الحظر القانوني، فيصبح هذا البيع بيعا عاديا مشروعا.

3- وجود علاقة بين شراء السلعة أو الخدمة وتقديم المكافأة

حظر المشرع مجرد عرض البيع أو تقديم خدمة مرفق بمكافأة مجانية للزبون، وحظر عقد البيع أو تأدية خدمة مقرونا بمكافأة مجانية، بمعنى أنه حتى يتحصل الزبون على مكافأة مجانية، لا بد أولاً أن يقتني منتوجاً أو تقدم له خدمة من قبل العون الاقتصادي مع تسلم الهدية في إطار العلاقة التعاقدية.

نستنتج أنه إذا اندمجت العلاقة بين شراء السلعة أو الخدمة وتقديم المكافأة، كأن يكون المستفيد من المكافأة هو شخص وسيط بين البائع والزبون، ففي هذه الحالة لا يمكن تطبيق أحكام المادة 16 سالفه الذكر. ومثاله أن يمنح العون الاقتصادي هدية لكل شخص يحث أصدقائه على شراء منتج من هذه المؤسسة (انعدام عقد بين الزبون والعون الاقتصادي).⁽²⁾ يقال نفس الشيء عندما تمنح المؤسسة هدايا لكل شخص حتى ولو لم يشتري شيئاً،⁽³⁾ ويترتب على ذلك مثلاً، إمكانية تقديم خدمات النقل بالمجان إلى الزبائن، بشرط، ألا يكون المنقولون ملزمين بشراء أشياء معينة،⁽⁴⁾ بمعنى أنه يبقى مشروعاً بالمعنى القانوني للكلمة منح امتياز مجاني «Avantage à titre gratuit» والذي لا يكون له علاقة بالعلاقة التعاقدية. ومن هنا، إذا اندمجت العلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والزبون، أصبح البيع بمكافأة ممارسة قانونية.⁽⁵⁾

نلاحظ تجاهل المشرع عند إلزامه البائع أو مقدم الخدمة بالامتناع عن تقديم خدمة مرتبطة بمكافأة مجانية، زمن منح هذه الأخيرة، حيث يتساوى عنده تسليمها للزبون عاجلاً أو آجلاً، بمعنى يستوي الأمر، سواء سلمت الهدية في ذات الوقت الذي يقتني فيه الزبون المنتج

(1) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 95.

(2) - Michel PEDAMON, Droit commercial, Dalloz, Paris, 1994, P 676.

(3) - Luc BIHL, Ventes commerciales, Droit commercial, répertoire de droit commercial, 29 année, Tome 7, Dalloz, Paris, 2001, P 10.

(4) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 95.

(5) - سميحة علال، مرجع سابق، ص 60.

أو تقدم له الخدمة، أم أُجِّلَ تسليمها لوقت لاحق، كما لو كانت الهدية لا تسلم للزبائن الذين تربطهم بالمؤسسة علاقة تعاقدية إلا بعد انقضاء مدة معينة.

أورد المشرع مجموعة من الاستثناءات على حظر البيع أو تقديم خدمة بمكافأة ولم يجعله مطلقاً، من أجل فسخ المجال التنافسي فيما بين المؤسسات على مستوى السوق، ففيما تتمثل هذه الاستثناءات؟

ثانياً : الاستثناءات الواردة على تجريم البيع بمكافأة

يعد تقديم الخدمة بمكافأة أسلوباً تجارياً محظوراً، إلا أن هناك بعض الحالات التي تخرج من مجال التجريم، تم استخلاصها من نص المادة 16 سالف الذكر من قانون رقم 04-02 والتي تنص على: «...إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية. لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات».

يتضح من خلال هذا النص القانوني أن المشرع قد أشار إلى أربعة استثناءات، تتمثل في : أن تكون المكافأة من نفس السلعة أو الخدمة المشكّلة لموضوع العقد (أ)، أن لا تتجاوز قيمة المكافأة 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية (ب)، الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة (ت)، العينات (ث)، تخفيض الأسعار (ج).

أ - تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد الأساسي

أجاز المشرع للمؤسسة ومن أجل المحافظة على زبائنها وترويج بضاعتها، أن تقدم لهم مكافأة مجانية، على أن تكون من نفس السلعة أو الخدمة المشكّلة لموضوع العلاقة التعاقدية، هذا التجانس يتم تقييمه على أساس نوع السلعة وطبيعتها وليس على أساس نوعيتها وطابعها الخاص، ولذلك فإنه لا يعد ممارسة مجرمة تسليم تلفاز بالأبيض والأسود من قبل مؤسسة لكل مشتر لجهاز تلفاز ملون.⁽¹⁾

يترتب على ثبوت تطابق المكافأة المقدمة ومحل العقد الأساسي، عدم إدانة المؤسسة التي تمارس البيع أو تقدم خدمة بمكافأة. ومثال ذلك أن يدفع الزبون ثمن 12 بيضة لتكون بذلك البيضة 13 مجانية، ويدخل ضمن هذا المفهوم أيضاً أن يمنح صاحب مكتبة إلى زبونه الذي

(1) – Michel PEDAMON, Op.cit, P 674.

يشترى من عنده عددا معيناً من الكتب، كتاباً إضافياً.

ب - عدم تجاوز قيمة المكافأة نسبة 10 %

حدد المشرع الجزائري قيمة المكافأة التي يسمح القانون للعون الاقتصادي بتقديمها لزبائنه بنسبة 10 % من المبلغ الإجمالي للسلعة محل العقد أو الخدمة المقدمة، وبالتالي كلما كانت قيمة المكافأة أقل أو تساوي هذه النسبة، كان البيع بمكافأة عملية تجارية قانونية، ويرجع ذلك إلى أن هذه النسبة ليس من شأنها أن تؤثر في أي حال من الأحوال على اختيار الزبون. أما إذا كشفت عملية الرقابة عكس هذا الأمر، أي تبين أن قيمة المكافأة أكبر من 10 %، أصبح هذا الاستثناء والعدم سواء، حيث تصبح قيمة المكافأة تتجاوز الحد القانوني مما يضيف على معاملات العون الاقتصادي صبغة اللاشعورية.

وقد اتجه المشرع الجزائري عند تحديده لقيمة المكافأة وعلى خلاف ما جرت عليه العادة، في نفس اتجاه التشريع التونسي، حيث حدد هذا الأخير بدوره قيمة المكافأة بـ 10 % من سعر المنتج أو الخدمة المعنية.⁽¹⁾

ت - الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة

يقصد بالأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة، تلك السلعة أو الخدمة الممنوحة كهدية مجانية من طرف العون الاقتصادي لزبائنه والتي تكون قيمتها المالية صغيرة جداً مقارنة بسعر شراء السلعة أو تقديم الخدمة موضوع العقد الرئيسي،⁽²⁾ على أن تحمل الأشياء الزهيدة الممنوحة كهدية ملصق أو بطاقة يكتب عليها أنها مجانية ولا يمكن أن تكون محلاً للبيع. مثاله أن تمنح المؤسسة لكل من يقتني قارورة غسول «Shampooing» مشط مجاني.⁽³⁾

ث - العينات

يقصد بالعينات تلك الكمية الضئيلة من المنتج المراد بيعه والتي تسلم للمستهلك من قبل العون الاقتصادي قصد تجربتها مثلاً، وتعتبر هذه الطريقة بدورها أحد الأساليب الإشهارية التي تلجأ إليها المؤسسة من أجل التعريف بالمنتجات الجديدة ولفت انتباه الزبائن إليها.

(1) - سميحة علال، مرجع سابق، ص ص 62، 63.

(2) - Luc BIHL, Op.cit, P 10.

(3) - سميحة علال، مرجع سابق، ص 63.

يجب أن تكون العينة الموضوعة في المحل معروضة بشكل واضح مع التنويه إلى أنها مجانية -ولا يمكن أن تكون محلا للبيع- بحيث تكون هذه الكتابة واضحة، وفي وضعية تسمح بقراءتها دون أن تكون معرضة للمحو. وكما هو الشأن بالنسبة للأشياء الزهيدة، فإنه يجب أن تحمل العينات بدورها علامة تجارية تميزها على غيرها من المنتجات المشابهة لها، ولا يشترط في العينات المقدمة كمكافأة أن تعود إلى نفس الصانع الذي أنتج المنتج الأصلي.⁽¹⁾

ج- تخفيض الأسعار

غاب هذا الاستثناء صراحة في نص المادة 16 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، إلا أننا استنتجناه من مضمون أحد الشروط الأساسية التي جعلت البيع بمكافأة ممارسة مجرمة، ألا وهو مجانية المكافأة، وبالتالي إذا كان القانون قد منع منح مكافأة مجانية، فهذا يعني أن كل ما يتعلق بالثمن من تخفيض أو خصم يخرج من دائرة التجريم، بمعنى أن الزبون الذي يقتني منتوجا أو تقدم له خدمة من قبل أحد الأعوان الاقتصاديين، سيحصل على منتج أو خدمة إضافية مع الإنقاص من ثمنها، على أن لا يصل إلى حد البيع بالخسارة.

لا يخص التخفيض في هذا المقام المنتج أو الخدمة محل العقد الأساسي وإنما المنتوجات أو الخدمات المقدمة كهدية. ويستوي أن يكون المنتج أو الخدمة التي شملها التخفيض، والمقدم كمكافأة من نفس نوع المنتج أو الخدمة موضوع التعاقد أو من نوع مختلف،⁽²⁾ كأن تعرض المؤسسة مثلا على كل زبون يشتري آلة غسيل، البيع وبسعر مخفض جهاز تكيف، وبالتالي فإنه في مثل هذه الحالة، فإن المكافأة الممنوحة لا تكون مجانية وإنما بمقابل مالي، حتى وإن كان ليس هو السعر الحقيقي لها.

يمكننا القول في ختام هذا الفرع، أن المشرع قد تدارك بنص المادة 16 من قانون رقم 04-02، الفراغ القانوني الذي كان سائدا في ظل أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، الناتج عن عدم تحديد قيمة المكافأة التي يسمح القانون للمؤسسة من تقديمها

(1) – Michel PEDAMON, Op.cit, P 679.

(2) – Françoise de Jewer DEFOSSEZ, Droit commercial, 7^{ème} édition, Montchrestin, Paris, 2001, P 420.

لزبائنها،⁽¹⁾ مما جعل هذه الأخيرة تحقق ولعشرية من الزمن أرباح طائلة من خلال تحديدها لقيمة المكافأة بنفسها ووفقا لما يخدم مصالحها دون أن تكون ممارساتها غير مشروعة. تحليلنا لهذا النص القانوني من جهة أخرى، بين أن المشرع لم يضع لنا معيار يمكن بموجبه معرفة إذا كانت المكافأة الممنوحة من قبل المؤسسة للزبون تدرج تحت مفهوم الأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة والعينات أم لا، خاصة أن نسبة 10 % لا يمكن القول بأنها تطبق على هذه المفاهيم نظرا لصياغة نص المادة 16 من قانون رقم 04-02، هذه الصياغة غير الدقيقة، تجعلنا نقول أن المشرع قد منح وللمرة الثانية للمؤسسات حرية تحديد قيمة المكافأة التي تقدمها لزبائنها والتي تعتبر حسب تقديرها أشياء زهيدة وخدمات ضئيلة القيمة أو عينات، مثل هذا الأمر من شأنه أن يفسح المجال أمام المؤسسات الكبرى لاستغلال مركزها والوصول إلى أهدافها على حساب المؤسسات الصغرى، لأنه ما يعد من قبيل الأشياء الزهيدة بالنسبة لإحدى المؤسسات لا يعد كذلك بالنسبة لمؤسسة أخرى، ونفس الشيء يقال بالنسبة للخدمات ضئيلة القيمة والعينات.

وجب إذن وحتى يكون نص المادة 16 أكثر دقة أن تطبق نسبة 10 % على ما جاء في الفقرة الثانية من هذا النص القانوني أيضا، فمن الأفضل أن يكون نص المادة كالاتي: «...إلا إذا كانت من نفس السلعة أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة. ولا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذا العينات. على أن لا تتجاوز قيمة المكافأة في كل الحالات 10 % من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.» بتغييرنا لموقع الجملة التي تحدد قيمة المكافأة التي يسمح القانون للمؤسسات بتقديمها لزبائنها، يصبح هذا النص -حسب اعتقادنا- عمليا أكثر، حيث بهذه الصيغة الجديدة يمكن القول أنه كلما كانت نسبة المكافأة 10 % من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية، أمكن اعتبارها من قبيل الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة أو العينات، وبالتالي عدم خضوع معاملات المؤسسة للحظر القانوني المقرر للبيع بمكافأة والعكس صحيح.

توجد حالات أخرى إلى جانب هذه الاستثناءات المستخلصة من المادة 16، وهي

(1) - حيث تنص المادة 59 من أمر رقم 95-06 (الملغى) على: «يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها على مستهلك عاجلا أو آجلا مشروطة بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو أداء الخدمة.»

حالات لا تخضع للحظر المقرر للممارسة التجارية المتمثلة في البيع أو تقديم خدمة بمكافأة مجانية نص عليها التشريع المقارن، ومنها التشريع الفرنسي لا يسع المجال لذكرها في بحثنا هذا، هي: التعبئة العادية للمنتوج، المنتوجات والخدمات الضرورية لاستعمال المنتوج المباع أو الخدمة المقدمة، خدمات ما بعد البيع، عمليات التوقف المجاني أمام أماكن البيع، الخدمات بدون قيمة تجارية.⁽¹⁾

الفرع الرابع

البيع أو تقديم خدمة بشروط

كانت الممارسة التجارية المتمثلة في البيع المشروط في ظل التوجه الاشتراكي الذي كانت تتبعه الجزائر مباحة، حيث كانت الدولة نفسها تلزم الزبائن على شراء منتوجات هم ليسوا بحاجة لها، مقابل حصولهم على المواد الاستهلاكية الضرورية والشحيجة في السوق. وبالتخلي عن هذا النظام، أصبحت هذه الممارسة محظورة، حيث جرمها المشرع وللمرة الثانية⁽²⁾ -متأثرا بالتشريعات المقارنة- وذلك من خلال المادة 17 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، في إطار عقود البيع أو الخدمات المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين أو بينهم وبين المستهلكين،⁽³⁾ حيث جاء في صلب هذه المادة أنه: «يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة. لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة.»

يتضح لنا من هذا النص القانوني، أن أساس حظر هذه الممارسة هو أسلوب "الاشتراط" الذي يمارسه العون الاقتصادي على زبائنه، والذي من شأنه أن يؤثر على رضا الزبون،

(1) - سميحة علال، مرجع سابق، ص 66.

(2) - جرم المشرع البيع المشروط من خلال نص المادة 2/11 من أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة باعتباره أحد الممارسات التجارية الناتجة عن التعسف في استغلال وضعية التبعية والمؤدية إلى تقييد المنافسة، وكان ذلك تحت تسمية البيع المتلازم، وبالرغم من اختلاف التسمية، فالمعنى القانوني واحد، ناهيك عن المعنى اللغوي، وخير دليل على ذلك المادة 27 و 67 من قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار (الملغى)، أين استعمل المشرع في المادة الأولى لفظ البيع المشروط، أما في الثانية فقد استعمل البيع بالمتلازمة.

(3) - لقد كان البيع المشروط في ظل أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى) محظورا فقط حسب نص المادة 60 في إطار العلاقة التعاقدية المبرمة بين المؤسسة والمستهلك.

حيث تربط المؤسسة بين إنشاء علاقة تعاقدية منتجة لآثارها، واستجابة أو بالأحرى خضوع الزبون لشروطها والمتمثلة في قبول منتجات أو خدمات إضافية لم يطلبها وليس بحاجتها.⁽¹⁾ يمكن أن تظهر جريمة البيع المشروط على مستوى السوق، في عدة صور (أولاً) اعتمد عليها المشرع لتوضيح مفهوم هذه الممارسة، وقد خرج المشرع عن مبدأ التجريم باستثناء وحيد عن مبدأ الحظر (ثانياً) يجعل هذه الممارسة تفقد طابعها الإجرامي.

أولاً : صور جريمة البيع المشروط

جرم المشرع البيع المشروط، بوصفه أحد الممارسات التي تمس بشرعية الممارسات التجارية، والذي يعتمد عليه العون الاقتصادي من أجل التخلص من المنتجات التي لم يتمكن من بيعها، وذلك بأن يعلق إبرام عقد البيع على شراء كمية معينة يحددها بنفسه (أ)، كما قد يلجأ إلى أسلوب آخر، يربطها بمنتجات أخرى أكثر رواجاً أو بتقديم خدمة (ب)، وقد يأخذ الاشتراط مظهراً ثالثاً يعمل من خلاله على الربط بين تقديم خدمة ضرورية وخدمة أخرى أو شراء سلعة (ت). لكننا نلاحظ في جميع صور البيع المشروط، أن الزبون مكره أو مجبر على الخضوع لإرادة المؤسسة التي تستغل حاجته لهذا المنتج أو الخدمة من أجل تحقيق أهدافها.

أ - اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة

منع المشرع كل مؤسسة سواء في تعاملها مع مؤسسة أخرى أو في تعاملها مع المستهلك، أن تشترط البيع بشراء كمية مفروضة، سواء كانت تزيد أو تقل عن طلب الطرف المتعاقد معها، ومثاله أن تلزم المؤسسة زبونها على شراء كمية معينة من الطماطم، في حين أنه لا يريد اقتناء سوى نصف هذه الكمية، أو العكس.

ينتفي تجريم هذه الممارسة بالمقابل، إذا ما اتجه المستهلك مثلاً إلى تاجر الجملة والذي يرفض البيع إلا ابتداءً من كمية معينة، كما لو طلب المستهلك منه كيلوغراماً من التفاح، إلا أن المؤسسة هنا لا تبيع إلا بالصندوق، ففي هذه الحالة لا يكون هناك خرق للقانون، وليس للمستهلك أن يحتج على مثل هذا التصرف، وإنما عليه أن يعود إلى العلاقة الطبيعية التي تربطه بتاجر التجزئة، أو يقبل بإبرام العقد وفقاً لطلب البائع.

(1) - سميحة علال، مرجع سابق، ص 70.

ب - اشتراط بيع منتج ملازم لمنتج آخر أو تقديم خدمة

يكون التلازم في هذه الصورة بين منتجين مختلفين، كأن تشترط المؤسسة على زبونها الذي يريد اقتناء كمية من السكر أنها لن توافق على إتمام العلاقة التعاقدية إلا إذا اقتنى في نفس الوقت شفرات للحلاقة.

يمكن أن يُشترطَ على الزبون ارتباط بيع منتج بتقديم خدمة، كأن يرفض مثلا صاحب «هاتف عمومي» بيع أي منتج في محله لأحد المستهلكين، إلا إذا صاحب إجراء هذا الأخير مكاملة هاتفية من محله.

يضطر أحيانا الزبون للقبول بهذه الشروط المجحفة، لحاجته للمادة الاستهلاكية التي يريد اقتناءها، هذا بالنسبة للمستهلك النهائي (شخص طبيعي)، كما يقبل بها العون الاقتصادي إذا كان أيضا بحاجة إلى التمويل بهذه المنتجات لاستمرار تجارته، وذلك مهما كانت الشروط المفروضة عليه.

ت - اشتراط أداء خدمة مرتبط بأداء خدمة أخرى أو بشراء سلعة

يمكن للخدمة المقدمة من قبل المؤسسة لزبائنها، أن تكون من طبيعة مادية كالتصليح والتنظيف، أو من طبيعة مالية كالتأمين والقرض، كما قد تكون ذات طبيعة فكرية كالعلاج الطبي والاستشارات القانونية. وقد منع المشرع كل مؤسسة أن تربط بين أداء خدمتين، ومثال ذلك أن يربط صاحب فندق بين تأجير غرفة وأخذ وجبة في مطعم الفندق.

منع المشرع أيضا تقديم الخدمة التي تكون مرتبطة باقتناء منتج معين، هذه الحماية التي أقرها المشرع من شأنها أن تجعل الزبون يستفيد من الخدمة المقدمة دون أن يلحقه ضرر. وبالرغم من أن المشرع قد حظر البيع المشروط إلا أنه في هذه المرة -وبخلاف سابقتها-⁽¹⁾ قد رتب عليه استثناء وحيدا سنتطرق إليه في العنصر الموالي.

ثانيا : الاستثناء الوارد على حظر البيع المشروط

يعتبر البيع المشروط مجرما، إذا أخذ صورة من الصور الثلاث التي سبق الإشارة إليها، لكن هذا الحظر ليس مطلقا، بل خرج المشرع عن هذه القاعدة باستثناء وحيد (أ)، والذي في

(1) - لقد جرم المشرع البيع المتلازم الناتج عن استغلال وضعية التبعية في أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، تجريما مطلقا، فلم يرتب عليه أي استثناء، نظرا للأضرار التي يلحقها بالمنافسة والاقتصاد ككل.

واقع الأمر، لا يمكن الأخذ به، إلا إذا تحقق شرطان (ب).

أ - حالة البيع المشروط التي أخرجها المشرع من دائرة التجريم

لم يخرج المشرع عن المبدأ العام، الذي ينص على تجريم البيع المشروط سوى في حالة واحدة فقط، هي السلع المشكلة لحصة واحدة، تم النص عليها في المادة 2/17 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث جاء فيها: «... لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة.»، وبالتالي فقد أجاز المشرع بموجب هذه الفقرة لكل مؤسسة أن تبيع السلع من نفس النوع، والتي تكون مجمعة في حصة واحدة مع بعضها البعض، دون أن تكون قد ارتكبت جريمة البيع المشروط، كما لا يمكن للزبون أن يحتج على مثل هذا التصرف والمطالبة ببيعها منفصلة.

يجعل هذا الاستثناء، البيع المشروط ممارسة شرعية، ولا يمكن الحديث عنه إلا بتوافر شرطين اثنين، نوضحهما في الشرط الثاني.

ب - شرطا الإباحة

استلزم المشرع حتى يكون بيع المنتجات المشكلة لحصة واحدة مباح، أن يتوافر شرطان هما:

1- يجب أن تكون المنتجات المشكلة لحصة واحدة من نفس النوع

أصدر مجلس النقض الفرنسي حكما بهذا الخصوص، جاء فيه أنه لا مجال للحديث عن بيع متلازم عندما نكون أمام عدة وحدات من نفس المنتج أو مجموعة متكاملة لمنتج واحد مجمعة في تعبئة واحدة.⁽¹⁾

نورد مثال على ذلك، بيع المؤسسة لطاغم شرب القهوة الذي يتكون من عدة وحدات من نفس النوع، فمثل هذا المنتج يشكل حصة واحدة، بحيث أن البيع المتلازم لوحداته لا يعد جريمة في أي حال من الأحوال.

(1) – Luc BIHL, Op.cit, P 13.

2- يجب أن تكون الوحدات المشكلة لحصة واحدة معروضة للبيع بصفة منفصلة

معنى ذلك أن كل وحدة من وحدات المنتج تكون معروضة للبيع على حدة، بحيث يكون للزبون الحق في الاختيار بين اقتناء كل الوحدات مجتمعة، أو في شراء الوحدة التي يريدونها دون البقية.

يجب إذن إلى جانب عرض كل الوحدات للبيع مجتمعة، عرضها كذلك منفصلة، وإلا بقي هذا النوع من الممارسات محظورا.

نلاحظ في واقع الأمر أن الالتزام القانوني الذي فرضه المشرع على المتدخل بالامتناع عن البيع أو تقديم خدمة بشروط، لم يقف حائلا أمام انتشار هذه الممارسة في أسواقنا وخاصة عند بعض المؤسسات التي لم تتأقلم بعد مع مبادئ اقتصاد السوق.

يظهر ذلك من خلال التعامل اليومي للمؤسسة مع المستهلك، حيث قد يطلب هذا الأخير كمية قليلة من منتج، فلا يلقي هذا الطلب ترحيبا من قبل المؤسسة التي ترفض الاستجابة له، بتذرعها بحجج واهية، كما لو تمسكت بعدم وجود المعيار المناسب لوزن الكمية المطلوبة مثلا، مما يجعل المستهلك في آخر المطاف يقبل بما تمليه المؤسسة دون أن يستنكر مثل هذه الممارسة التي تقيد حرية اختياره. وربما يعود سبب ذلك إلى عدم وجود وعي لدى المستهلك بحقوقه، وجهل أو تجاهل المؤسسات للقانون الذي سيفرض عليهما عقوبات نتيجة لارتكابها مثل هذه الممارسة المحظورة.

نستنتج من خلال ما سبق، أن المشرع قد ضبط صياغة نص المادة 60 من أمر رقم 06-95 المتعلق بالمنافسة (الملغى) بموجب المادة 17 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث ساهم هذا النص الأخير في إزالة

اللبس الذي كان يحيط بهذه الممارسة التجارية خاصة فيما يتعلق بصورها،⁽¹⁾ لكنه كان سيوفق أكثر -في نظرنا- لو أن صياغة الجزء الأخير من المادة 17 من قانون رقم 04-02 كانت كالآتي: «...وكذا اشترط تأدية خدمة مرتبطة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة...».

نضيف إلى هذا، أن خصص المشرع الشرط الأول من الفقرة الثانية من المادة 17 لإباحة البيع المتلازم لمنتجات من نفس النوع والمشكلة لحصة واحدة، مما يفهم منه أن المؤسسة بإمكانها أن تشترط على زبائنها اقتناء هذه المنتجات متلازمة وإلا فستمتنع عن البيع دون أن تتعرض للمساءلة القانونية، لينص المشرع في الشرط الثاني من نفس الفقرة، على أنه لا بد أن تعرض هذه المنتجات بصفة منفصلة حتى يمكن الأخذ بهذا الاستثناء.

وهذا يفرغ الشرط الأول من محتواه، إذ كيف يباح البيع المشروط للمنتجات من نفس النوع والمشكلة لحصة واحدة بشرط أن يمكن بيع هذه المنتجات بصفة منفصلة؟ وهذا تناقض كبير في رأينا.

يعتبر الاستثناء خروجاً عن القاعدة العامة، فليس أمام المشرع إذا أراد الاحتفاظ بمعناه كاملاً، إلا حذف الشرط الثاني من هذه الفقرة والاحتفاظ بالأول منها فقط، لتصبح كالآتي: «...لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة.»، وترك المجال للسلطة التقديرية للقاضي، لتقدير ما إذا كانت هذه المنتجات تشكل فعلاً حصة، وبالتالي تدخل في مجال تطبيق هذه الفقرة، أو أنها على العكس من ذلك، ومنه اعتبار هذه الممارسة التجارية جريمة يعاقب عليها القانون. ويكون المشرع بذلك قد أضاف التزاماً على عاتق المتدخل بالامتناع عن البيع أو تقديم خدمة بشروط.

(1) - تنص المادة 1/60 من أمر رقم 95-06 (الملغى) على: «يمنع الإشتراط على المستهلك البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بمنتجات أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط أداء خدمة بخدمة أخرى أو بشراء منتج.»، إن القراءة الأولية لهذا النص القانوني، توصلنا إلى تحليل نص المادة تحليلاً غير منطقي، حيث أن التحليل الحرفي يجعلنا نعتقد أننا أمام عقد مفاضلة وليس عقد بيع، ولعل هذا التناقض بين النية الظاهرة والباطنة للمشرع هو ما دفعه إلى إعادة صياغة هذه المادة حتى يتمكن كل شخص -حتى ولو لم يكن قانوني- من فهم مضمون النص القانوني المجرم للبيع المشروط.

الفرع الخامس

ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر (جريمة البيع التمييزي)

حاول المشرع من خلال تجريمه للممارسة التجارية المتمثلة في البيع التمييزي، حماية المنافسة وتوفير الأرضية الملائمة لتكريس مبادئها، غير أنه لا يمكن الحديث عن منافسة حرة ونزيهة إلا إذا كانت مبنية على المساواة بين كل المؤسسات، حتى ولو كانت هذه الأخيرة نسبية، لأن الأمر لا يستوجب البحث عن تلك المساواة المطبقة في مجال الرياضيات،⁽¹⁾ والتي من شأنها أن تؤدي إلى اختفاء الحديث عن التمييز بصفة جذرية.

جرم المشرع البيع التمييزي من خلال أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، إلا أن حظر هذه الممارسة يعود إلى وقت سابق وحتى قبل صدور أول قانون للمنافسة،⁽²⁾ هذا الحظر حصره المشرع في عقود البيع المبرمة بين المؤسسات نتيجة لما لهذه الممارسة من تأثير مباشر على حركة السوق، حيث تؤدي إلى اختلالها، وبالتالي إلى الإخلال بحرية المنافسة.

ونتيجة لحدثة هذا النوع من الجرائم الاقتصادية، وأمام وجود نص وحيد أشار إليها، تم تدعيمه فيما بعد بنص آخر في قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، حيث تنص المادة 18 منه على: «يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذاً على أي عون اقتصادي آخر، أو يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة.»، يقتضي الأمر دراسة تعريف هذه الجريمة (أولاً) والصور التي يمكن أن تظهر بها على مستوى السوق (ثانياً).

أولاً : تعريف جريمة ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر

يعتبر البيع التمييزي كجريمة يعاقب عليها القانون، ذلك البيع الذي تمنح بموجبه المؤسسة الممونة لأحد زبائنها سواء كان موزعاً، تاجر جملة أو تاجر تجزئة، والذي تربطه

(1) – GUYON Yves, Op.cit, P 862.

(2) – لقد تم تجريم البيع التمييزي من خلال قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار (الملغى) وذلك من خلال المادة 27 منه، حيث اعتبره المشرع الجزائري من بين الممارسات التجارية التي تنسم بالاشريعة، وحافظ المشرع على هذا التجريم عند صدور أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، حيث أدرجه في صلب المادة 7 من هذا الأمر بصفته أحد الممارسات الناجمة عن التعسف في استغلال وضعية الهيمنة.

بها علاقة تجارية، جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات الأخرى، بمعنى أن بعض الزبائن وليس كلهم سوف تطبق عليهم شروط خاصة أو سعر خاص، تختلف عن شروط البيع العامة.

تجعل هذه المزايا التي يحصل عليها أحد العملاء دون غيره في وضعية أفضل مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة الأخرى،⁽¹⁾ وهذا من شأنه أن يحسن من مركزه على مستوى السوق.

ثانيا : صور جريمة ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر

يمكننا تحديد صور هذه الجريمة من خلال اطلاعنا على نص المادة 18 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وهي كالآتي:

أ- تخفيض الأسعار

يستوجب أن يكون السعر متماثلا بالنسبة لكل المؤسسات المتعاقدة مع نفس المؤسسة الممونة، بحيث لا تستأثر إحداها بسعر مميز دون البقية مما يجعلها في مركز أفضل.⁽²⁾

ب- شروط وطرق البيع أو الشراء

تشمل هذه الحالة أيضا اتفاق المؤسسة الممونة مع مؤسسات وطنية أو أجنبية، أين يمكن منح إحداها شروطا أكثر نفعاً دون الأخرى.⁽³⁾

ت- آجال التسديد

تعتبر عن المهلة الممنوحة من طرف العون الاقتصادي الممون إلى عون اقتصادي آخر زبون، لسداد ما تبقى من الثمن الذي لم يستطع سداه عند تسلم المشتريات، وبالتالي، فإن منح عون اقتصادي ممون لآخر زبون مهلة للسداد تفوق المهلة الممنوحة لزبون آخر يعتبر ممارسة تفضيلية.

يمكننا القول في ختام هذا الفرع، أن الالتزام القانوني الذي فرضه المشرع على المتدخل، بالامتناع عن ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي أو الامتناع عن

(1) – Dominique LEGEAIS, Droit commercial, 11^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1997, P 224.

(2) – سميحة علال، مرجع سابق، ص 27.

(3) – G.Ripert et R. Roblot, Traité de droit commercial, Tome 1, Volume 1, 18^{ème} édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 2001, P 665.

البيع التمييزي، جاء عاما يشمل عقود البيع والخدمات التي تكون بين الأعوان الاقتصاديين فقط، ولا يمكن أن يشكل جريمة إلا إذا طبق على أعوان اقتصاديين يوجدون في وضعية متماثلة، وأن صورته جاءت على سبيل المثال لا الحصر، ويقع على القاضي استنتاج صور أخرى، في نص تشريعي جزائي، مما يشكل مساسا بمبدأ الشرعية.⁽¹⁾

يمكننا أن نستنتج أيضا، أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى آثار البيع التمييزي (الإيجابية هي المنفعة والسلبية هي الضرر) كما تطرق إليها التشريع المقارن،⁽²⁾ فهل خلو نص المادة 18 من قانون رقم 04-02 من الآثار يفسر على أن البيع التمييزي يعتبر مجرما حتى إذا لم يتسبب في ضرر أو منفعة؟

كما منح المشرع العون الاقتصادي إمكانية تبرير تمييزه في جملة "لا يبرره مقابل حقيقي"، وهذا مبرر "مطاطي" يمكن تطبيقه على كل المعاملات التمييزية للمتعامل الاقتصادي، ويكون المشرع هنا في -نظرنا- قد دمر كل ما بناه من معاني. وكان عليه أن يحدد على سبيل الحصر حالات إمكانية المعاملة التمييزية، لأننا نعترف بعدم إمكانية وجود مساواة تامة، حيث أن فرض مساواة تامة في المعاملة بين جميع المؤسسات الزبونة التابعة لنفس المؤسسة الممونة من شأنه أن يؤدي إلى إحباط التنافس والحد من الإبداع والتجديد.⁽³⁾

وقد تناول الفقه شرح مصطلح "المقابل الحقيقي"، أي إمكانية تبرير العون الاقتصادي لمعاملته التمييزية، الذي يشترط فيه أيضا أن يكون متعلقا بالعملية التجارية نفسها وأن يكون متناسبا مع المنافع الممنوحة،⁽⁴⁾ والذي يدخل ضمنه عدة معاني تبرر إمكانية التمييز في المعاملة من طرف العون الاقتصادي، وهي: الوضعية المالية الجيدة للمؤسسة الزبونة، أهمية الكمية المشتراة، الشروط الخاصة للبيع كأن تأخذ المؤسسة الزبونة على عاتقها بعض أعباء المؤسسة الممونة (مثل خدمات ما بعد البيع فهذا سيخفف أعباء المؤسسة الممونة ويفسر منح معاملة تمييزية)، التعاون التجاري الطويل السابق بين المؤسسة الممونة والزبونة، السوابق القضائية الحسنة للمؤسسة الزبونة حيث أن التجارة تقوم على أساس الثقة والائتمان.

(1) - تنص المادة 46 من دستور 1996 على: "لا إدانة إلا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرم".

(2) - سميحة علال، مرجع سابق، ص 29.

(3) - BOUTARD-Labarde, MARIE Chantal, CANIVET Guy, Op.cit, P 148.

(4) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 99.

الفرع السادس

إعادة البيع بالخسارة

ضبط المشرع الجزائري القواعد المنظمة لشفافية الأسعار بين المؤسسات ليسود بينهم جو من المنافسة النزيهة، حتى لا يتمكن بعضهم من إقصاء البعض الآخر بطرق ملتوية، ولا تلجأ بعض المؤسسات نظرا لعجزها على الصمود أمام منافسيها لاستعمال أساليب غير مشروعة لتتمكن من مواصلة نشاطها.

حظر المشرع اجتنابا لذلك من خلال قانون رقم 04-02 إعادة البيع بالخسارة، لكن ما تجدر الإشارة إليه أن هذا الحظر لا يعد جديدا على مشرعنا، حيث سبق وأن جرم هذه الممارسة التجارية في أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)، بوصفها إحدى الممارسات المنافية للمنافسة،⁽¹⁾ واستمر هذا التجريم طيلة سريان هذا الأمر.

تم استبعاد هذه الممارسة من مجال الحظر بصدور أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، مما ترتب عنه وجود فراغ قانوني استغلته المؤسسات لتحقيق مصالحها، خاصة وأن نص المادة 12 من هذا الأمر الأخير والتي تتضمن البيع بالخسارة، ليس كافيا لوحده ليحكم جميع المعاملات التجارية والتغيرات الاقتصادية.

تدارك المشرع هذا النقص التشريعي، حيث لم تدم هذه الوضعية سوى سنة واحدة، وظهرت من جديد على مستوى النصوص القانونية، جريمة إعادة البيع بالخسارة، لكن هذه المرة ليس باعتبارها من بين الممارسات المنافية للمنافسة، وإنما بوصفها من بين الممارسات التجارية غير الشرعية، من خلال المادة 19 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

تضمن هذا النص القانوني من جهة تعريف هذه الممارسة التجارية (أولاً)، ومن جهة أخرى مجموعة من الاستثناءات (ثانياً) التي بتحقيق إحداها تصبح هذه الممارسة التجارية، ممارسة مباحة.

(1) - أنظر المادة 10 منه.

أولاً : تعريف جريمة إعادة البيع بالخسارة

يعد إعادة البيع بالخسارة من بين الأساليب المنتشرة في الأسواق، والتي تلجأ إليها المؤسسة عادة لتحويل زبائن مؤسسة أو مؤسسات أخرى منافسة لها، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن تخفيض قيمة السلع إلى درجة إعادة بيعها بالخسارة سيرافقه لا محالة -وفي وقت قريب- زيادة في سعر هذه السلعة، مما يسمح للمؤسسة المخالفة من تعويض خسارتها من جيب المستهلك، وهذا بعد أن تكون قد حققت هدفها المتمثل في القضاء على المنافسة المحلية وبالتالي احتكار السوق.⁽¹⁾

لا مجال للحديث عن إعادة البيع بالخسارة إلا إذا كان سعر إعادة البيع أقل من سعر التكلفة الحقيقي، وقد عرّف المشرع في صلب المادة 19 من قانون رقم 04-02 سعر التكلفة الحقيقي: «... يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء، أعباء النقل...»، وبالتالي فإن سعر التكلفة الحقيقي هو الذي يؤخذ بعين الاعتبار لاحتساب الحد الأدنى لإعادة البيع بالخسارة.

ثانياً : الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني بإعادة البيع بالخسارة

إن تجريم إعادة البيع بالخسارة من شأنه أن يضمن شرعية الممارسات التجارية، غير أنه توجد هناك خمسة حالات تضمنها صلب المادة 19 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، تصبح فيها هذه الممارسة مباحة، هذه الحالات التي تم ذكرها على سبيل الحصر،⁽²⁾ هي:

أ- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع.

كمثال عن ذلك الخضر، الحليب ومشتقاته، المواد التي قرب انتهاء تاريخ صلاحيتها.

ب- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي.

تباع السلع هنا بالكيفيات المشار إليها نتيجة تغيير النشاط الإرادي، أو اعتزال التجارة مثلاً، أو تنفيذ حكم قضائي إثر الحكم بشهر الإفلاس مثلاً.

ت- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه

(1) – Luc BIHL, Op.cit, P 14.

(2) – سميحة علال، مرجع سابق، ص ص 81، 83.

الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي إعادة التموين الجديد.

يقصد المشرع القول في هذا الاستثناء، حسب النص الفرنسي لقانون رقم 04-02 في الفقرة الأخيرة من نص المادة 19 هنا: «... يكون السعر الحقيقي الأدنى لإعادة البيع يساوي سعر التكلفة الجديد...».

ث - المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.

يقصد المشرع القول هنا أيضا: «...المنتجات التي يكون فيها سعر التكلفة أكبر أو يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة...».

ج - السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا.

أجاز المشرع بيع السلع الموسمية بعد انتهاء موسمها بأقل من سعر تكلفتها وذلك بواسطة عمليات التخفيض (Soldes)⁽¹⁾، وكذلك فعل مع السلع المتقدمة أو البالية تقنيا، كالأثاث المنزلي والآلات الكهرومنزلية والسيارات القديمة.

يمكننا القول أن الالتزام القانوني الذي فرضه المشرع على المتدخل بالامتناع عن إعادة البيع بالخسارة، يخص فقط إعادة البيع بالخسارة، ولا يتعداه إلى عرض إعادة البيع بالخسارة

(1) - هذه العمليات منظمة بمرسوم تنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 جوان 2006 يحدد شروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود (جريدة رسمية عدد 41، الصادر في 21 جوان 2006)، حيث تنص المادة الثالثة منه على: «يرخص البيع بالتخفيض مرتين (2) في السنة المدنية. ويجب أن تتم كل عملية بيع بالتخفيض، التي تكون مدتها ستة (6) أسابيع متواصلة، خلال الفصلين الشتوي والصيفي. غير أنه يمكن العون الاقتصادي توقيف البيع بالتخفيض قبل انتهاء المدة المحددة في الفترة المذكورة أعلاه. ينجز البيع بالتخفيض خلال الفترة الممتدة بين شهري يناير وفبراير من الفترة الشتوية وبين شهري يوليو وأغسطس من الفترة الصيفية.»، كما تنص المادة الرابعة على: «استنادا إلى فترات البيع بالتخفيض المحددة في المادة 3 أعلاه، تحدد تواريخ فترات البيع بالتخفيض في بداية كل سنة بقرار من الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة المختص إقليميا، بعد استشارة الجمعيات المهنية المعنية وجمعيات حماية المستهلكين. يعطى القرار المتخذ في هذا الإطار عن طريق كل الوسائل الملائمة.».

(العلاقات التعاقدية غير التامة)، كما يخص المجال التجاري فقط، عبر كل متدخله التجاري في العلاقات بينهم، أو مع المستهلك، وبذلك، يكون المشرع هنا قد أخرج مقدمي الخدمات والمنتجين، رغم استعماله للمصطلح المحاسبي "سعر التكلفة" الذي يقتصر على المنتجين فقط من الأعوان الاقتصاديين، وكان على المشرع تبعا لذلك في صلب نص المادة 19 من قانون رقم 04-02 استعمال مصطلح "سعر الشراء" بدلا من سعر التكلفة.

الفرع السابع

بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل

تنص المادة 20 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «يمنع إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل، باستثناء الحالات المبررة كتوقيف النشاط وتغييره أو القوة القاهرة»⁽¹⁾.

وبالتالي وجب علينا تعريف إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية (أولا) والتي تشتري قصد تحويلها، لنبين بعدها الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني بتجريم هذه الممارسة التجارية (ثانيا).

أولا : تعريف إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية

تعتبر إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية عملا تجاريا يجيزه القانون، بحيث يمكن لأي مؤسسة أن تتخذة كنشاط تجاري رئيسي لتحقيق ربح مشروع. يحدث في الحياة العملية أحيانا، أن تجمع المؤسسة بين هذا النشاط ونشاط التحويل والإنتاج، أو تمارس النشاط الأول بمفرده دون أن يكون مبيّنا في سجلها التجاري، مما يؤدي إلى حدوث خلل في توازن السوق نتيجة لظهور منافسة غير مشروعة. تتهرب المؤسسة بسلوكها هذا من تحمل الالتزامات والأعباء التي تتحملها باقي

(1) - لا يعد جديدا حظر إعادة بيع المواد الأولية في حالتها والتي تشتري قصد تحويلها، بل قام هذا الحظر منذ اختيار التحول نحو اقتصاد السوق، وهذا دليل على المجهود الذي بذله المشرع على المستوى القانوني لترسيخ قواعد التوجه الجديد. حيث منعه لأول مرة بموجب المادة 36 من قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار (الملغى) التي جاء فيها: «تمنع إعادة بيع أو البيع في الحالة الأصلية لكل المنتجات والمواد الأولية والأدوات وملحقاتها التي تشتري بشروط قانونية قصد تحويلها أو استعمالها كمادة وسيطة...». ثم تم حظره فيما بعد بموجب المادة 66 من أمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى).

المؤسسات الأخرى التي تمارس نفس النشاط الثاني (إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية) ولكن في إطار قانوني، إلى جانب هذا فإنه يترتب على هذه الممارسة، تحويل زبائن هؤلاء المؤسسات نحو المؤسسة المرتكبة لهذا النوع من الممارسات، مما يؤدي إلى المساس بشرعية الممارسات التجارية.

منع المشرع مثل هذه الممارسة التجارية، لتكون بذلك كل مؤسسة تخرج عن مجال نشاطها المبيّن في سجلها التجاري والمتمثل في شراء المواد الأولية وتحويلها بإعادة بيعها في حالتها الأصلية دون تصنيعها، مرتكبة لجريمة يعاقب عليها القانون، لكن لهذا الحظر استثناءات سنتناولها في الجزء الثاني.

ثانياً : الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني بتجريم إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية

تضمنت الفقرة الثانية من المادة 20 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، هذه الاستثناءات وهي كالآتي:

أ- توقيف النشاط التجاري أو تغييره،

ب- حالة القوة القاهرة.

يمكننا القول أن سبب الالتزام القانوني الملقى على عاتق المتدخل بالامتناع عن إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية من طرف المشرع، هو قيام المؤسسات بهذه الممارسة مخالفة لما جاء في السجل التجاري لها من نشاطات يمكنها القيام بها، كما يرجع للمزاحمة غير المشروعة من طرف المؤسسة التي تقوم بهذه الممارسة، حيث أنها تقوم بجلب زبائن المؤسسات الأخرى التي يتمثل نشاطها الأساسي في بيع المواد الأولية على حالتها بدون أن تخضع لالتزاماتهم.

لكن المشرع هنا جاء بالاستثناءات على تجريم إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية، على سبيل المثال لا الحصر (نستنتج من قوله: **كتوقيف** النشاط وتغييره أو حالة القوة القاهرة) مما يفتح المجال للإفلات من العقاب.

نضيف أن هذا الفعل، وبالإضافة إلى العقوبات الجزائية المشتركة المنصوص عليها في ختام هذا المطلب، يشكل جنحة تحويل بضائع عن مقصدها الإمتيازي، وفق نص المادة

2/322/د من قانون رقم 07-79 المتضمن قانون الجمارك.⁽¹⁾

نستنتج في ختام هذا المطلب، أنه للحفاظ على الجو التنافسي في السوق، لا بد من إعطاء فرص متكافئة لكل الأعوان الاقتصاديين، لذلك فرض المشرع الالتزام القانوني بالامتناع عن الممارسات التجارية غير الشرعية، حيث تنفرع عنه كل الالتزامات القانونية بالامتناع عن فعل التي رأيناها في فروع هذا المطلب، وكلها التزامات مصدرها القانون، ستضمن حرية المنافسة من جهة، واحترام شرعية الممارسات التجارية من جهة أخرى، وأي إخلال بهذا الالتزام -المتعلق بشرعية الممارسات التجارية- عدا ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة، سيعرض العون الاقتصادي للعقوبات الأصلية المنصوص عليه في نص المادة 35 من قانون رقم 04-02، والتي تنص على ما يلي: «تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية، مخالفة لأحكام المواد 15 و 16 و 17 و 18 و 19 و 20 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)».

بالإضافة إلى عقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية للقاضي،⁽²⁾ تتمثل في الحجز، أو المصادرة للسلع، أو الغلق الإداري للمحلات التجارية، المنصوص عليها في المواد 39 وما بعدها من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، نشر الحكم وفق نص المادة 48 من نفس القانون. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجباريا من طرف القاضي في حال العود.⁽³⁾

(1) - يعاقب بمصادرة السلع والبضائع + غرامة 1.000 د.ج.

(2) - تطبق هنا على جريمتين من هذا المطلب هي: ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة، وإعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل.

(3) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

المطلب الثاني

ممارسة أسعار غير شرعية

تعتبر قواعد المنافسة الأصل في تحديد أسعار السلع والخدمات، وخروجاً عن هذا المبدأ، يمكن للدولة تحديد أسعار بعض المنتجات والخدمات،⁽¹⁾ وفق شروط حددها المشرع في أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

تطرق المشرع لهذا النوع من الممارسات التجارية في المواد 22، 22 مكرر و23 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ومن خلال هذه المواد القانونية يمكننا ملاحظة تقسيم المشرع لهذه الممارسة التجارية إلى قسمين، حيث أن هناك ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة (الفرع الأول) يندرج تحتها عدم احترام تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها بالنسبة للمنتجات والخدمات المقننة السعر. وهناك ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

يتطلب الأمر دراسة تعريف ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة (أولاً)، ثم تبيان مجال هذه الممارسة (ثانياً).

أولاً : تعريف ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

نص المشرع على هذه الممارسة في المادة (22)⁽²⁾ من قانون رقم 02-04، حيث أُلزم العون الاقتصادي باحترام تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها بالنسبة للمنتجات والخدمات المقننة السعر وفق مراسيم تنظيمية، ومعناه التقيد بالأسعار المحددة قانوناً بدون زيادة أو نقصان لبعض المنتجات والخدمات المصنفة قانوناً واحترام ما جاء به المشرع بالنسبة للأسعار المسقفة والمصدق عليها.

(1) - وفق نص المادة الرابعة من قانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(2) - المعدلة بموجب المادة 4 من قانون رقم 06-10.

ثانيا : مجال ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

يعتبر مجال هذه الممارسة التجارية -ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة- هو السلع والخدمات الإستراتيجية، أو حالة الاضطراب الخطير للسوق، أو كارثة، أو صعوبات مزمنة في التموين، أو الاحتكارات الطبيعية، حيث تطبق هوامش ربح وأسعار محددة أو مسقفة أو مصدق عليها بالنسبة لمنتجات وخدمات تسمى بمقننة السعر وفق مراسيم تنظيمية، ولا يمكن لهذا الإجراء الاستمرار أكثر من ستة أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، وكان آخر هذه التنظيمات، مرسوم تنفيذي رقم 11-108 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.

الفرع الثاني

ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة

نص المشرع في المادتين 22 مكرر و23 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، على ممارسات تهدف إلى ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة بالنسبة لأسعار المنتجات والخدمات المقننة السعر، وفرض التزامين قانونيين على عاتق المتدخل، أولهما الإيداع المسبق لتركيبية أسعار السلع والخدمات (أولا)، والثاني عدم التلاعب بأسعار المنتجات والخدمات المقننة السعر (ثانيا).

أولا : الإيداع المسبق لتركيبية أسعار السلع والخدمات

نص المشرع على هذا الالتزام في المادة 22 مكرر⁽¹⁾ من قانون رقم 04-02، حيث ألزم العون الاقتصادي بالإيداع المسبق لتركيبية أسعار السلع والخدمات، ويرجع للتنظيم تحديد شروط وكيفيات إيداع تركيبية الأسعار، والأعوان الاقتصاديين المعنيين بها، وكذلك نموذج بطاقة تركيبية الأسعار، والسلطات المؤهلة التي يجب أن تودع لديها.

لم يتم إلى حد الآن صدور هذا التنظيم، بل على النقيض من ذلك، وبدل أن يأتي هذا في مرسوم مستقل ليشمل كل السلع والخدمات المقصودة من طرف المشرع تبعا لقاعدة العمومية في النصوص القانونية، جاء نموذج تركيبية الأسعار ملحقا بمرسوم تنفيذي رقم

(1) - المستحدثة بموجب المادة الخامسة من قانون رقم 10-06.

11-108 المذكور أعلاه.

يفهم أمر الإيداع الذي يندرج ضمن الرقابة الإدارية على الأسعار بالنسبة للسلع المقتنة السعر، لكن كيف نفسر وما فائدة فرضه بالنسبة لبقية الأسعار؟ علماً أن التوجه الحالي هو تسهيل المناخ العام للاستثمار وليس تعقيده بإجراءات أكثر بيروقراطية. إضافة أن هذا النموذج غير كاف لتحديد كل أعباء العون الاقتصادي من خلال نظرنا كمتخصصين في الجانب المالي - لنتمكن الإدارة من مراقبة سعر بيعه، وكان الأجدر طلب وثائق المحاسبة التحليلية مثلاً عن كل منتج.

ثانياً : التلاعب في أسعار المنتوجات والخدمات المقتنة السعر

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 لحرية الأسعار مثل سعر الحليب والخبز وغيرهما.⁽¹⁾ نلاحظ أن هذا العنصر تكرر لما جاء في نص المادة 22 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم.

تعتبر هذه واحدة من الممارسات التجارية التي منعها المشرع بنص المادة 23 من قانون رقم 04-02، حيث أضاف المشرع ممارسات ومناورات أخرى ممنوعة هي: إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار، عدم انعكاس الانخفاض في تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء عليها مرتفعة، عدم إيداع التركيبة المقررة للأسعار المشار إليها سابقاً، تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

تجدر الإشارة في ختام هذا المطلب، أنه لا يمكن الاحتجاج برضا المشتري للإفلات من العقوبة الأصلية المقررة عن مخالفة الالتزام القانوني بالامتناع عن ممارسة أسعار غير شرعية والمحددة في نص المادة 36 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، حيث تنص على ما يلي: «تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكرر

(1) - د. محمد شرف كتو، مرجع سابق، ص 110.

و23 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 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.⁽¹⁾ كما ننوه إلى غفلة المشرع الجزائري عن معاقبة عرض أو اقتراح سعر سلعة أو خدمة بما يخالف الأسعار المقننة، دون إكمال العلاقة التعاقدية، حيث سيتمكن القائمون بهذه الممارسة التجارية من التملص من العقاب تبعا لعدم إشارة المشرع إلى هذه الجريمة.

نستنتج من خلال دراستنا لهذا المبحث، أن المشرع قد حظر عدة ممارسات تتدرج ضمن الممارسات التجارية غير الشرعية، فقد حظر المشرع ممارسة أنشطة تجارية بدون اكتساب الصفة التي تسمح بذلك، أي التسجيل في السجل التجاري، فهذه الممارسة التجارية ستخل بالمنافسة وستحمل البعض ما لا يتحملة البعض الآخر من التزامات.

حظر المشرع أيضا الممارسة التجارية المتمثلة في رفض البيع أو تأدية خدمة، كون هذه الممارسة تؤدي إلى تقليص المنافسة على مستوى التوزيع، مما يضر بالأعوان الاقتصاديين والمستهلكين على حدّ السواء.

كما حظر المشرع الممارسة التجارية المتمثلة في البيع أو أداء خدمة بمكافأة، حيث أن هذه الممارسة ستخل بالمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، بأن يستحوذ عون اقتصادي على زبائن عون آخر بطريقة غير شرعية، وفي هذا المجال أيضا ننوه إلى ضرورة تدارك المشرع الجزائري ما جاء بخصوص عدم تحديد الحد الأقصى المسموح للأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة والعينات وأنه يجب إلحاقها بالاستثناء المتعلق بأن لا تتجاوز قيمة

(1) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

المكافأة 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعينة.

حظر المشرع الجزائري أيضا الممارسة التجارية المتمثلة في البيع أو أداء خدمة مشروط لما لها من تأثير على رضا الزبون وتقييد لحرية، لكن عليه استدرارك ما وقع فيه من إباحة البيع المشروط للمنتوجات من نفس النوع والمشكلة لحصة واحدة بشرط أن يمكن بيع هذه المنتوجات بصفة منفصلة. ومنه ضرورة التدقيق في المصطلحات القانونية خصوصا أن الأمر يتعلق بنصوص جزائية حتى لا يفقد النص القانوني روحه.

حظر المشرع أيضا، حماية للمنافسة وتوفيراً للأرضية الملائمة لتكريس مبادئها، جريمة البيع التمييزي، والتي أُغفلَ بدون سبب مفهوم التطرق إلى آثار هذا البيع التمييزي كما تطرق إليها التشريع المقارن، كما أن صور هذه الجريمة جاءت على سبيل المثال لا الحصر، مما يشكل مساسا بمبدأ الشرعية، بالإضافة إلى فتح مجال إمكانية تبرير البيع التمييزي، وكان عليه أن يحدد على سبيل الحصر حالات إمكانية المعاملة التمييزية.

تطرق المشرع الجزائري أيضاً إلى الممارسة التجارية المتمثلة في إعادة البيع بالخسارة التي تخص البيع فقط دون تقديم الخدمات، والتي يلجأ إليها العون الاقتصادي لتحويل زبائن منافسيه، فحظر هذه الممارسة لكنه أغفل عدة عناصر، من بينها عدم امتداد تجريم هذه الممارسة إلى عرض إعادة البيع بالخسارة (العلاقة التعاقدية غير التامة)، مما يمكن مرتكبيها من الإفلات من العقاب، كما نشير إلى ضرورة التدقيق في المصطلحات القانونية هنا وتصحيحها كما أوردنا في صلب بحثنا، لأن الأمر يتعلق خصوصا بنصوص جزائية.

أورد المشرع في الأخير، الممارسة التجارية المتمثلة في بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية، وسبب حظر هذه الممارسة يرجع لممارسة العون الاقتصادي لنشاط لم يرد في سجله التجاري، بالإضافة إلى الإخلال بالمنافسة من خلال المزاحمة غير المشروعة من طرف العون الاقتصادي الذي يقوم بهذه الممارسة، حيث أنه يقوم بجلب زبائن المنافسين الآخرين الذي يتمثل نشاطهم الأساسي في بيع المواد الأولية على حالتها بدون أن يخضع

لالتزاماتهم، لكن المشرع هنا جاء بالاستثناءات على تجريم إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية، على سبيل المثال لا الحصر مما يفتح المجال للإفلات من العقاب كذلك.

نستنتج أيضا فيما يخص ممارسة أسعار غير شرعية، أن المشرع ألزم العون الاقتصادي باحترام الأسعار المقننة، لكن المشرع أغفل بالنسبة للممارسات المباشرة، عرض أو اقتراح سلعة أو خدمة بما يخالف الأسعار المقننة دون إتمام البيع أو أداء الخدمة فعلا مما يُمكن من الإفلات من العقاب من حيث أن القانون جزائي. أما بالنسبة للممارسات غير المباشرة، فأمر الإيداع المسبق لتركيبية الأسعار والتعريفات الذي يندرج ضمن الرقابة الإدارية على الأسعار، وإن كان مفهوما بالنسبة للسلع المقننة السعر، فلا فائدة من فرضه بالنسبة لبقية الأسعار، لأن التوجه الحالي هو تسهيل المناخ العام للاستثمار، وليس تعقيده بإجراءات أكثر بيروقراطية. كما أن هذا النموذج غير كاف لتحديد كل أعباء العون الاقتصادي، لتتمكن الإدارة من مراقبة سعر بيعه، وكان من الأحسن طلب وثائق المحاسبة التحليلية مثلا عن كل منتج.

المبحث الثاني الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة

تتاول المشرع الجزائري دراسة الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيهة في الفصل الثالث والرابع 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 والاقتصاد ككل.

حظر المشرع أيضاً مجموعة أخرى من الممارسات التجارية، أسماها الممارسات التجارية غير النزيهة (المطلب الثاني)، حيث أن هذه الممارسات تعتبر ضارة بمصالح الأعوان الاقتصاديين، باعتبارها تسبب اختلالاً 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، خلافاً للأعراف التجارية النظيفه، فسعى المشرع الجزائري إلى تأطير هذه الممارسات، بإيجاد مجموعة من القواعد سعياً 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، وألقى على المتدخل التزاماً قانونياً بالامتناع عن ممارستها. ومنع بذلك المشرع في نص المادة 24، بعض الممارسات التجارية التدليسية الواردة على سبيل الحصر،⁽¹⁾ ومنها تزييف المعاملات الحقيقية (الفرع الأول)، فيجب أن

(1) - د. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومة، الجزائر، 2006،

تتميز المعاملات التجارية بالشفافية كما رأينا في الفصل الأول من بحثنا. بين المشرع أيضا بنص المادة 25 من نفس القانون، صور المضاربة غير المشروعة (الفرع الثاني)، من خلال حظره حيازة بعض المنتوجات.

الفرع الأول

تزييف المعاملات التجارية

تنص المادة 24 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على: «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 "Soulttes Occultes" مجموع المبالغ المدفوعة أو المستلمة، غير المصرح بها في وثائق إثبات المعاملات 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.⁽²⁾ نشير فقط أن الأمر هنا يختلف عن عدم الفوترة أو الفوترة غير المطابقة التي تناولناها في المبحث الثالث من الفصل الأول.

(1) - د. محمد شرف كتو، مرجع سابق، ص111.

(2) - نفس المرجع.

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

صور المضاربة غير المشروعة

وردت هذه الصور 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.».

أولا : حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية

تعتبر منتجات مصنعة بصفة غير شرعية، منتجات مقلدة ومزورة من حيث العلامة التجارية.⁽⁴⁾ ويمكن المساس بالعلامة التجارية بواسطة التقليد (La contrefaçon)، أو المحاكاة

(1) - زويير أرزقي، مرجع سابق، ص 82.

(2) - أنظر 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) - د. أحسن بوسقيعة، مرجع سابق، ص 346.

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

التدليسية (L'Imitation frauduleuse)، كما أن هدف المشرع من خلال حظر حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، هو الخوف من وصولها إلى يدي المستهلك، إذ ما الفائدة المرجوة من اقتناء أو تصنيع هذه المنتجات لولا بيعها، وفي هذه الحالة، تتكون من هذا الفعل جريمتين مستقلتين، الأولى حيازة منتجات مغشوشة، والثانية طرح هذه المنتجات للتداول في السوق.⁽¹⁾

نضيف أن القانون قد حظر حيازة منتجات مستوردة بصفة غير شرعية، كما حظر حيازة منتجات مصنعة بصفة غير شرعية سواء كانت محلية أو مستوردة، وأنه يفهم من اللاشريعة مخالفة القانون، وهناك عدة تنظيمات تدرج في هذا المفهوم.⁽²⁾

ثانيا : حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار

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

ثالثا : حيازة مخزون من منتجات 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. يقتضي الأمر لقيام جريمة المضاربة أن تكون البضائع محل الجريمة من البضائع ذات السعر الحر الذي يخضع لحرية تحديد الأسعار، ومن ثمة لا تقوم الجريمة إذا كانت البضاعة

(1) - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص ص 83، 84.

(2) - مثل: مرسوم تنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (كنا قد تناولناه سابقا)، مرسوم تنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 يتعلق بتقييم المطابقة (جريدة رسمية عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005)، مرسوم تنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك (جريدة رسمية عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005) + قرار مؤرخ في 14 ماي 2006 يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود (جريدة رسمية عدد 52، الصادر في 20 أوت 2006) + القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 سبتمبر 2006 يحدد إجراءات تبليغ المعلومات المتعلقة بوصول المنتجات المستوردة (جريدة رسمية عدد 72، الصادر في 15 نوفمبر 2006).

من البضائع ذات السعر المقنن الذي تحدده السلطات العمومية.⁽¹⁾ كما أشار المشرع الجزائري لصور المضاربة غير المشروعة في المادة 172 من أمر رقم 66-156 المتضمن لقانون العقوبات المعدل والمتمم، ومنها ما هو مشترك مع الصور التي رأيناها في هذا الفرع (حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار).

نشير في ختام هذا المطلب أيضا، أن أي إخلال بالالتزام القانوني بالامتناع عن الممارسات التجارية التدليسية، 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 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.⁽²⁾

يضاف إلى ذلك أيضا، عقوبات جزائية ثقيلة فيما يخص تزييف المعاملات التجارية، واردة في المادة 219 من أمر رقم 66-156 المتضمن لقانون العقوبات المعدل والمتمم،⁽³⁾ 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،⁽⁴⁾ وعقوبات أخرى بالنسبة لحيازة مخزون من منتوجات خارج موضوع التجارة الشرعية قصد بيعه في قانون

(1) - د. أحسن بوسقيعة، مرجع سابق، ص 83.

(2) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

(3) - كنا قد تطرقنا لهذه العقوبة، هذه المذكرة، ص ص 46، 47.

(4) - الحبس من ستة أشهر إلى خمسة سنوات+غرامة من 5.000 إلى 100.000 د.ج.+المنع من الإقامة من سنتين إلى خمس سنوات+المنع من ممارسة حق أو أكثر من الحقوق المذكورة في المادة 14+نشر الحكم وتعليقه وفق نص المادة 18 حتى في حال طبق القاضي الظروف المخففة.

رقم 08-04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم،⁽¹⁾ بالإضافة إلى عقوبات أخرى منصوص عليها في التشريع الجبائي، ولأن هذه الجرائم جنح، تشدد هذه العقوبات إجباريا من طرف القاضي في حال العود. كل هذه العقوبات تبين لنا خطورة الممارسات التجارية التدليسية.

المطلب الثاني

الممارسات التجارية غير النزيهة

يقتضي التطرق للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، دراسة ممارسة حظرها المشرع الجزائري لما لها من خطورة على المستهلك وكذلك على النشاط التنافسي بين المتدخلين، وقد أدرج لها المشرع الجزائري فصلا كاملا تحت عنوان الممارسات التجارية غير النزيهة، ويسمىها العديد من الفقهاء⁽²⁾ **بالمنافسة غير المشروعة**، حيث نجد الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا وبحكم القانون (أولا)، واستعمال إشهار غير شرعي (ثانيا) 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 للأعوان الاقتصاديين بأي ممارسة تجارية غير نزيهة، مخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنظيفة. والأعراف التجارية هي جميع القواعد التي اضطرت واستقرت عليها المعاملات

(1) - المادة 41 منه (الغلق الإداري المؤقت لشهر واحد+غرامة من 20.000 إلى 200.000 د.ج.+الشطب القضائي التلقائي للسجل التجاري في حالة عدم التسوية في مدة شهران).

(2) - مثل الدكتور محمد الشريف كتو .

التجارية وساد الاعتقاد بالزاميتها، وضرورة الخضوع لأحكامها، ويجب أن تكون هذه الأعراف نزيهة وغير منافية للقانون طبقاً لتدرجه.

ولا 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، والملاحظ حول هذه المسألة، خروج المشرع عن مبدأ الشرعية، حيث ترك باب التجريم مفتوحاً للقاضي، سيما العناصر المكونة للركن المادي للجريمة، بحيث يبحث في العرف التجاري استهجان هذه الممارسات، وهو ما يشكل خطراً على الحريات، باكتفاء المشرع بوضع العقوبة والإطار العام للجريمة دون تحديد العناصر المكونة للركن المادي لها.⁽¹⁾

ثانياً : الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون

لم تورد المادة 26 سالفه الذكر تعريفاً للاعتداء على المصالح الاقتصادية للأعوان الاقتصاديين (أ)، كما أوردت المادة 27 من نفس القانون، بعض صور هذا الاعتداء (ب) الذي يحمي منه هذا القانون، تماماً مثلما يحمي قانون رقم 03-09 من الاعتداء على المصالح المادية والمعنوية الذي رأيناه سابقاً.

أ- تعريف الاعتداء على المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي

يملك التاجر في الأصل، حرية منافسة غيره من التجار، لكن التعسف في هذه الحرية يعتبر ممنوعاً. 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 صيتها.⁽²⁾

ب- صور الممارسات التجارية غير النزيهة

أورد المشرع صور الممارسات التجارية غير النزيهة في المادة 27 من قانون رقم

(1) - وقاري كريمو، مرجع سابق، ص 20.

(2) - 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.

- 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، نذكرها فيما يلي:
- (1) تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته.
 - (2) تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.
 - (3) استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.
 - (4) إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.
 - (5) الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.
 - (6) إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة، كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية، واختلاس الملفات، أو الطلبات، والسمسرة غير القانونية، وإحداث اضطراب بشبكتة للبيع.
 - (7) الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطراب فيه، بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية، وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.
 - (8) إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.
- 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⁾ لكن الممارسات التجارية غير النزيهة قد تأخذ شكل آخر ذكره المشرع، نوردته في الفرع الموالي.

الفرع الثاني

استعمال إشهار غير شرعي

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 (أولا) .

يمكن للإشهار التجاري غير الشرعي أن يتخذ عدة صور (ثانيا)، 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 والزبائن ويساهم في تخفيض الأسعار، وتحسين نوعية المنتج، وهو أثر من آثار حرية الإعلام.⁽³⁾

أولا : 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

(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) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 114.

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

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 للعمامة بأي وسيلة من وسائل الإعلان، بطريقة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب انتباههم إليه، تحفيزا 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 أيضا 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 بيعا ترويجيا كل تقنية بيع سلع مهما يكن شكلها، والتي يرمي العون الاقتصادي عن طريقها إلى جلب الزبائن وكسب وفائهم».

ثانيا : صور الإشهار التجاري غير الشرعي

أورد المشرع صور الإشهار التجاري غير الشرعي في المادة 28 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، نذكرها فيما يلي:

أ- الإشهار التجاري التضليلي

يُعرَفُ 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.⁽³⁾

تتفرع أساليب الإشهار التضليلي إلى فرعين، يسمى الأول بالإشهار التضليلي في ذات المنتج أو الخدمة، وهو ما جاء في الفقرتين الأولى والثالثة من المادة 28 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، وهو تضليل يمس المكونات والأنواع والخصائص والنتائج المتوقعة

(1) – CALAIS-AULOY (J) et STEINMETZ (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، ص 94.

(3) – نفس المرجع، ص 252.

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 سالفه الذكر إلى هذه الحالة، وهي تعبر عن صورة من صور التطفل التجاري على نشاط المنافس، فهي قد تفضي إلى اللبس بالنسبة للمستهلكين بشأن سلعة أو خدمة، فالتاجر المتطفل يستولي على العناصر التي ساهمت في إنجاح منافسه دون بذل جهود مادية أو فكرية.⁽²⁾

نشير في الأخير أن الفقه درج على تحديد الطبيعة القانونية للإشهار التجاري كدعوة للتعاقد تطبيقاً لنص المادة 60 من القانون المدني المعدل والمتمم، في صورة إيجاب صادر عن صاحب السلعة أو الخدمة.⁽³⁾

نشير أيضاً أن المادة 28 سالفه الذكر حددت لنا الركن المادي لهذه الجريمة ولم تحدد الركن المعنوي (سوء النية)، وفي غياب أي اجتهاد قضائي جزائري نخرج على القضاء الفرنسي الذي استقر على اعتبار هذه الجريمة غير عمدية (مادية) تقوم على مجرد إهمال وعدم تبصر المعلن بحسن أو بسوء نية،⁽⁴⁾ كما نشير أن تقدير الطابع التضليلي للإشهار من

(1) - تنص الفقرة الثالثة من المادة 28 من قانون رقم 04-02 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".

(2) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 116.

(3) - د. أحمد سعيد الزقرد، "الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن"، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995، ص 209.

(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, 18^{ème} édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Delta, 2003, P 664.

طرف القاضي يتم بالمعيار الموضوعي.⁽¹⁾

نستنتج في ختام هذا المطلب، أن الأعمال التجارية غير النزيهة مختلفة ومتعددة بقدر ما تستطيع مخيلة الإنسان ابتداع أساليب جديدة وملتوية للاستفادة من عمل الغير وشهرته مع ما في ذلك من إمكانية الإضرار بالغير.⁽²⁾ وأن صور الجرائم الواردة في المواد 27 و28 سالف الذكر واردة على سبيل المثال لا الحصر، وهذا ما نستنتجه من عبارة "لاسيما"، وهو ما يشكل خروجاً عن مبدأ الشرعية كما ذكرنا سابقاً.

نضيف أن جريمة الإشهار التجاري غير الشرعي تتضمن صور أخرى مهمة ذكرها الفقه، منها الإشهار المقارن الذي يعمل على الحط من مزايا سلع أو خدمات منافس والتقليل من قيمتها.⁽³⁾

كما نلاحظ أنه لا يشترط في الأفعال الواردة في هذا المطلب إثبات الخطأ والضرر والعلاقة السببية لمساءلة العون الاقتصادي، إنما قيامه بها في حد ذاته يعتبر خطأً يوجب المساءلة القانونية، كما لا يشترط وقوع الضرر فعلاً أو تحقق وقوعه بل يكفي احتمال وقوعه، وهو ما نستنتجه من عبارة "يمكن أن تؤدي" في نص المادة 28 سالف الذكر، كما أن الجرائم المتعلقة بالإشهار غير الشرعي مادية بغض النظر عن الركن المعنوي بتعمد إتيان الفعل أم لا.⁽⁴⁾

نلاحظ أيضاً من مضمون المادة 28، وبما أنها أيضاً جاءت في الفصل الرابع من قانون رقم 04-02، فهذا يوحي بأن الإشهار التضليلي ممارسة تجارية مضرّة بالعون الاقتصادي دون أن يكون لها تأثير على المستهلك، وهذا خطأً نستنتجه من الهدف المسطر للقانون من البداية، حيث ورد في عرض أسبابه في الجريدة الرسمية لمداولات مجلس الأمة⁽⁵⁾: «... كما يحمي المستهلك في علاقته التعاقدية مع البائع ويمنع الشروط التعسفية

(1) – FERRIER Didier, Op.cit, P 40.

(2) – الحجار حلمي محمود والحجار حلمي هالة، مرجع سابق، ص 85.

(3) – VOGEL Louis, RIPERT.G., ROBLOT.R., Op.cit, P 606.

(4) – د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 118.

(5) – الجريدة الرسمية لمداولات مجلس الأمة، العدد 6، الفترة التشريعية الثانية، السنة الأولى، الدورة الربيعية 2004م، الجلسة العلنية العامة المنعقدة يوم الثلاثاء 05 ربيع الثاني 1435هـ الموافق 25 ماي 2004م (مساءً).

وكذا الإشهار التضليلي أو الكاذب الذي يهدف إلى تعميم هوية البائعين ومنتجاتهم وخدماتهم.».

نشير في ختام هذا المطلب أيضا أن أي 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، أي غرامة من 50.000 إلى 5.000.000 د.ج.

يضاف إلى ذلك، عقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية للقاضي، تتمثل في الحجز،⁽¹⁾ المصادرة للسلع، وكذلك الغلق الإداري للمحلات التجارية،⁽²⁾ 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.⁽³⁾

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، 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.

(1) - تطبق على ما جاء في المواد 26 و28، وعلى الصورتين 2 و7 من المادة 27 من قانون رقم 04-02.

(2) - تطبق على كل ما يخص الممارسات التجارية غير النزيهة، أي المواد 26 و27 و28 من قانون رقم 04-02.

(3) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

نستنتج في ختام هذا المبحث خطورة الممارسات التجارية التدليسية والتي من شأنها أن تمس بقواعد الضبط وتؤدي إلى تظليل المستهلكين وانتشار الغش والتدليس في السوق،⁽¹⁾ كما أنها تعتبر ممارسات لمنافسة غير مشروعة، والتي يعتدي فيها عون اقتصادي على عناصر المحل التجاري لعون اقتصادي آخر.⁽²⁾

(1) - بوجميل عادل، مرجع سابق، ص 76.

(2) - الحجار حلمي محمود والحجار حلمي هالة، مرجع سابق، ص 85.

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 و30).

عرف المشرع 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.»

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...).

يعتبر هذا، سبب حظر المشرع لهذه الممارسات، لأن غرضها أو أثرها سيخلق عدم توازن معتبر بين حقوق والتزامات طرفا العقد إضرارا بالمستهلك، لذلك كان لزاما علينا التطرق إلى الحماية المدنية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية (المطلب الأول)، أي بالتطرق إلى التعاقد بالإذعان، فنبين ما هو مضمون وطبيعة وخصائص هذا النوع من العقود، وكيف حمى المشرع المدني الطرف المذعن (المستهلك) فيها.

تَطَرُّقًا للحماية المدنية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية يجب أن يستكمل بحماية من نوع آخر، هي الحماية الجزائية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية (المطلب الثاني)، والذي نتطرق فيه للهيئة المكلفة بالبحث والتحري عن هذه الجرائم، وكيف حمى المشرع الجزائري الطرف المذعن (المستهلك) فيها.

المطلب الأول

الحماية المدنية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية

الأصل في التعاقد حرية كل طرف في المناقشة والمساومة، لكن هناك نوع من العقود يضع فيه أحد الطرفين شروط العقد وللطرف الثاني، إما أن يقبلها جملة، أو يرفضها جملة، ومن هنا يكون قبوله أقرب إلى التسليم والإذعان منه إلى الرضاء السليم،⁽¹⁾ لذلك وجب علينا إبراز خصائص عقد الإذعان (الفرع الأول).

اتفق فقهاء القانون المدني على الطبيعة القانونية لعقد الإذعان، إذ يرى أغلبهم أنه عقد حقيقي يتم بتوافق إرادتين، ويخضع للقواعد التي تخضع لها سائر العقود، ومهما قيل من أن أحد المتعاقدين ضعيف أمام الآخر، فإن هذه ظاهرة اقتصادية لا قانونية، وعلاج الأمر لا يكون بإنكار صفة العقد، ولا بتمكين القاضي من تفسير هذا العقد كما يشاء بدعوى حماية الطرف الضعيف، فتضطرب المعاملات وتفقدها استقرارها، بل إن العلاج الناجع هو تقوية الجانب الضعيف حتى لا يستغله الجانب القوي، ويكون ذلك إما بوسيلة اقتصادية فيجتمع المستهلكون ويتعاونون على مقاومة التعسف من جانب المحتكر، والثانية تشريعية فيتدخل المشرع - لا القاضي - لينظم عقود الإذعان،⁽²⁾ بأحكام مدنية لحماية الطرف المذعن من الممارسات التعاقدية التعسفية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

خصائص عقد الإذعان

يتميز عقد الإذعان بمجموعة من الخصائص هي⁽³⁾:

أولاً : أن يتعلق بسلعة أو خدمة ضرورية للجمهور

يستحيل بذلك على المتعاقد الآخر الاستغناء عنها، كما هو الحال في توريد الكهرباء والماء والنقل.

(1) - د. محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص 123.

(2) - د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، مرجع سابق، ص 193.

(3) - د. محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص 123، 124.

ثانيا : أن يكون أحد المتعاقدين محتكرا للسلعة أو الخدمة

يستوي الأمر أن تكون طبيعة هذا الاحتكار قانونية أو فعلية.

ثالثا : أن تعرض السلعة أو الخدمة على الجمهور وفق شروط مقررة سلفا

تتعدم بذلك إمكانية النقاش فيها، والغالب أن تكون مطبوعة، وتضم شروط تصب في مصلحة الموجب، فهي تخفف من مسؤوليته العقدية وتشددها على الطرف الآخر.

يتم التعاقد بموجب هذا النوع من العقود، بناء على إيجاب يصدر من مقدم السلعة أو الخدمة، ثم قبول من الطرف المذعن بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب، ولا يقبل أية مناقشة فيها وفق نص المادة 70 من القانون المدني.

الفرع الثاني

الأحكام المدنية لحماية الطرف المذعن (المستهلك) من الممارسات التعاقدية التعسفية

يحمي المشرع المدني الطرف المذعن بصفة عامة -المستهلك لدينا بصفة خاصة- من الممارسات التعاقدية التعسفية بوسيلتين، الأولى تتعلق بسلطة القاضي إزاء الشروط التعسفية التي يتضمنها عقد الإذعان (أولا)، والثانية خاصة بتفسير هذا العقد (ثانيا):

أولا : سلطة القاضي إزاء الشروط التعسفية التي يتضمنها عقد الإذعان

تنص المادة 110 من القانون المدني، على جواز تعديل القاضي لهذه الشروط لفائدة الطرف المذعن، أو إعفائه منها.

يعتبر هذا حكما خطيرا أعطى بموجبه المشرع سلطة استثنائية للقاضي في عقود الإذعان، في حين أنه وفقا للقواعد العامة لا يجوز نقض العقد أو تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون وفق نص المادة 106 من القانون المدني، فالقاعدة الأصلية تقضي بأن العقد شريعة المتعاقدين. كما أن هذه القاعدة آمرة، ولا يجوز بذلك حرمان القاضي من هذه السلطة الاستثنائية بالاتفاق، وكل شرط بذلك يعد باطلا.⁽¹⁾

ثانيا : تفسير العقد

يفسر الشك في القاعدة العامة لمصلحة المدين، غير أنه وحماية للطرف المذعن، خرج المشرع المدني عن هذا الأصل الوارد بنص الفقرة الأولى من المادة 212 من القانون المدني

(1) - د. محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص 125.

المعدل والمتمم، بموجب نص الفقرة الثانية منه، أين قرر تفسير الشروط والعبارات الغامضة دائما لمصلحة الطرف الضعيف المدعى حتى ولو كان دائنا.⁽¹⁾

المطلب الثاني

الحماية الجزائية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية

نص المشرع على الحظر الجزائي للممارسات التجارية التعاقدية التعسفية في نص المادة 29 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وكنص تطبيقي لهذا القانون وفق ما جاء في نص المادة 30 منه، جاء مرسوم تنفيذي رقم 06-306⁽²⁾ المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

نص هذا المرسوم التنفيذي في فصله الثالث على لجنة البنود التعسفية (الفرع الأول)، التي تعتبر هيئة استشارية مهمتها البحث والتحري عن هذا النوع من الجرائم، كما نص في الفصل الثاني،⁽³⁾ على البنود والشروط التعسفية في العقود بين المستهلك والبائع (الفرع الثاني)، حيث بين فيه الركن المادي لهذه الممارسة التجارية المحظورة.

الفرع الأول

لجنة البنود التعسفية

يرأس هذه اللجنة الوزير المكلف بالتجارة، وهي ذات طابع استشاري، تخطر بالاجتماع من طرف الوزير أو من تلقاء نفسها أو من كل إدارة أو جمعية أو هيئة لها مصلحة في ذلك، تعد بذلك تقرير نشاط يسلم للوزير المكلف بالتجارة وينشر كله أو مستخرجات منه بكل وسيلة ملائمة.

تجتمع في دورة عادية مرة كل ثلاثة أشهر بمبادرة من رئيسها، ويمكن أن تجتمع في دورات استثنائية، كما تتوج مداولاتها بإعداد محاضر مرقمة ومرتبطة وموقعة من أعضائها،

(1) - د. محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص ص 125، 126.

(2) - درسنا الفصل الأول منه في المبحث الأول والثاني من الفصل الأول من هذه المذكرة.

(3) - مثل ما جاء في نص المادة 29 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

لكن لهذه اللجنة تشكيلة (أولا) تجمع -كما سنرى- بين مختلف المتدخلين في مجال التنظيم والضبط التجاري، من إدارة وهيئات مستقلة ومتعاملون اقتصاديون وجمعيات من المجتمع المدني، كما أن لها خصوصية تتمثل في مهامها (ثانيا).

أولا : تشكيلة لجنة البنود التعسفية

نص المشرع على تشكيلة لجنة البنود التعسفية في المادة الثامنة من مرسوم تنفيذي رقم 306-06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المعدلة بالمادة الثانية من مرسوم تنفيذي رقم 08-44⁽¹⁾، حيث تتكون من خمسة أعضاء دائمين وخمسة مستخلفين كما يلي:

- ممثلان (2) عن الوزير المكلف بالتجارة (واحد دائم والآخر مستخلف)، مختصان في مجال الممارسات التجارية.
- ممثلان (2) عن وزير العدل حافظ الأختام (واحد دائم والآخر مستخلف)، مختصان في قانون العقود.
- ممثلان (2) عن مجلس المنافسة (واحد دائم والآخر مستخلف).
- متعاملان اقتصاديان (2) يمثلان الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة⁽²⁾ (واحد دائم والآخر مستخلف)، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود.
- ممثلان (2) عن جمعيات حماية المستهلكين (واحد دائم والآخر مستخلف)، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود.

ويمكن للجنة الاستعانة بأي شخص آخر بوسعه أن يفيدتها في أعمالها.

يلاحظ حول تشكيلة لجنة البنود التعسفية تكونها من طرف جمعيات حماية المستهلك، التي تعتبر من جمعيات المجتمع المدني، تهدف إلى تأطيره والدفاع عنه، ولا يوجد أحسن من هذه الجمعيات للدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين.

(1) - مرسوم تنفيذي رقم 44-08 المؤرخ في 3 فيفري 2008 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 306-06 المؤرخ في 10 سبتمبر سنة 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، جريدة رسمية عدد 07، الصادر في 10 فيفري 2008.

(2) - أنشأت بموجب مرسوم تنفيذي رقم 96-94 المؤرخ في 3 مارس 1996 يتضمن إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، جريدة رسمية عدد 16، الصادر في 6 مارس 1996.

ثانيا : مهام لجنة البنود التعسفية

- أوكل المشرع للجنة البنود التعسفية مهام واسعة جاءت في نص المادة السابعة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المذكور أعلاه، حيث أن طابعها الاستشاري يمنحها إمكانية:
- أ- البحث والتحري في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين، عن البنود ذات الطابع التعسفي، كما تصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة والمؤسسات المعنية.
 - يمكن على ضوء ذلك للوزير المكلف بالتجارة أو ممثليه على مستوى المصالح الخارجية -بصفة الضبط القضائي التي يمتلكونها- تحرير محاضر يتم بواسطتها تحريك الدعوى العمومية بالنسبة للجرائم المكتشفة.
 - ب- القيام بكل دراسة و/أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود اتجاه المستهلكين، ولها في ذلك أن تستعين بكل شخص بوسعه إفادتها في أعمالها.
 - ت- يمكنها مباشرة كل عمل آخر يدخل في مجال اختصاصها.

الفرع الثاني**البنود والشروط التعسفية في العقود بين المستهلك والبائع**

- نص المشرع على هذه البنود والشروط على سبيل المثال في نص المادة 29 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وهي:
- 1- أخذ المتعامل الاقتصادي حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.
 - 2- فرض المتعامل الاقتصادي للالتزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.
 - 3- امتلاك المتعامل الاقتصادي حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.
 - 4- تفرد المتعامل الاقتصادي بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.
 - 5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم المتعامل الاقتصادي نفسه بها.
 - 6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل المتعامل الاقتصادي بالالتزام أو عدة

التزامات في ذمته.

- 7- تفرد المتعامل الاقتصادي بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.
8- تهديد المتعامل الاقتصادي للمستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

نص المشرع أيضا على سبيل المثال⁽¹⁾ على مجموعة متكونة من 12 بندًا وشروط اعتبرها تعسفية في المادة الخامسة من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، أحدث فيها تغييرات على ما جاء في قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، كما جرم تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و 3 منه.⁽²⁾

تجدر الإشارة إلى أنه يقدر الطابع التعسفي للشرط، بالنظر إلى الظروف المحيطة بالتعاقد، أي الشروط الأخرى التي تضمنها، أو إلى الشروط التي تضمنها عقد آخر يرتبط بالعقد المعني. ويبقى العقد قابلاً للتطبيق في جميع أحكامه، باستثناء الأحكام التي تعتبر تعسفية إذا أمكن ذلك، فإن لم يمكن، بطل العقد برمته.⁽³⁾

يمكننا القول كملاحظة حول ما جاء في هذا المطلب، أنه لم نفهم لماذا جاء مرسوم تنفيذي رقم 06-306 بمجموعة أخرى غير التي جاء بها قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم من البنود والشروط التعسفية في العقود بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، هل لأجل تعديل وتتميم هذه البنود والشروط التعسفية؟ وحتى هذا غير ممكن لمخالفة مبدأ تدرج القوانين.

يمكننا القول أيضاً في نهاية هذا المبحث، أن المشرع المدني عمل على حماية الطرف المذعن عموماً من الشروط التعسفية، بينما حمى المشرع الجزائري المعاملات التجارية

(1) - وفق ما جاء في نص المادة 30 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

(2) - كنا قد أشرنا إليهما في المبحث الثاني من الفصل الأول من هذه المذكرة (الإعلام بشروط البيع).

(3) - د. محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص ص 122، 123.

خصوصا -بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك- من الشروط التعسفية في العقود مانعا بذلك الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية، وأي إخلال بالالتزام القانوني بالامتناع عن الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية، 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، أي غرامة من 50.000 إلى 5.000.000 د.ج.

إضافة إلى عقوبات تكميلية حسب السلطة التقديرية للقاضي، تتمثل في نشر الحكم وفق نص المادة 48 من قانون رقم 04-02. ولأن جرائم هذا القانون جنح، تشدد العقوبة إجباريا من طرف القاضي في حال العود.⁽¹⁾

كما يمكننا القول في نهاية هذا الفصل أن القواعد التي أنشأها المشرع، وطبقها على الممارسات التجارية تصلح للتطبيق كما رأينا في الأسواق التجارية العادية، كما تصلح للتطبيق أيضا في مجموعة أخرى من الأسواق غير التقليدية، ومنها السوق المالي الذي يعرف كالتالي:

« Le Marché Financier, est un cadre réglementé et organisé qui permet de drainer l'épargne publique, via des titres (de capital et de créances), pour la mettre à la disposition des agents économiques. C'est donc, une source de financement direct de l'investissement des agents économiques, par voie d'appel public à l'épargne. Ce qui permet de toucher le maximum de souscripteurs aux valeurs mobilières émises sur le Marché sous forme de titres de capital et de titres de créances. »⁽²⁾

(1) - راجع هذه العقوبات بتفصيل أكثر، هذه المذكرة، ص ص 18، 19.

(2) - BELKACEM Tarik Fateh-Eddine, Marché Financier et Marché des Valeurs du Trésor : Instruments d'une Nouvelle Orientation Economique de l'Algérie, Mémoire de fin d'études présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Licence en Sciences Commerciales et Financières, option : Comptabilité, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, septembre 2000, P 5.

خاتمة

نستنتج من خلال دراستنا، أنه وبغرض ضبط وتنظيم العلاقات التجارية فيما بين الأعران الاقتصاديين، وفيما بينهم وبين المستهلكين، أوجد المشرع في قانون رقم 02-04 مجموعة من القواعد تطبق على هذه الممارسات التجارية بغرض تطهيرها، عبارة عن مجموعة من الالتزامات القانونية، الإيجابية منها تدرج ضمن قاعدة شفافية الممارسات التجاري، والسلبية تدرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية.

يندرج ضمن قاعدة شفافية الممارسات التجارية أولاً الإعلام بالأسعار والتعريفات، الذي هو التزام قانوني ملقى على عاتق البائع في إطار حماية المصالح المادية للمستهلك وللعون الاقتصادي، حسب نص المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، كما يضمن شفافية السوق الذي هو شرط أساسي لتحقيق المنافسة الحرة بين الأعران الاقتصاديين حسب قانون المنافسة، وهو أيضاً وسيلة لتحقيق الرقابة الإدارية على الأسعار، كما يعتبر الإعلام بالأسعار نقطة تقاطع عدة قوانين، حيث أنه من قواعد شفافية الممارسات التجارية بين الأعران الاقتصاديين وبينهم وبين المستهلكين حسب القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهو وسيلة لحماية المستهلك وإعلامه حسب القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

لكن ما يلاحظ في أرض الواقع، أن الإعلام بالأسعار والتعريفات شبه غائب، حيث يقل عدد التجار الذين يعلنون عن الأسعار بالكيفية القانونية المطلوبة، فيقع المستهلك ضحية تلاعبات بأن يقتني منتجات بغير سعرها الحقيقي، حيث تتم عملية تسعير المنتجات من طرف بعض التجار الغشاشين مباشرة إلى الزبون شفهيًا بعد رؤية المظاهر الخارجية له (هندامه، نوع سيارته...) وهنا تضيع مصالحه المادية المحمية قانونًا.

يندرج ضمن قاعدة شفافية الممارسات التجارية ثانيًا الإعلام بشروط البيع، الذي هو أيضاً التزام قانوني ملقى على عاتق البائع، الهدف منه حماية رضا الزبون مستهلكاً أو عوناً اقتصادياً من كل عيب، فلا بد إن على كل متدخل أن يعلم الزبون بكافة شروط البيع، وبذلك تكون له إرادة حرة خالية من العيوب، حتى تمكنه من دراسة مختلف العروض المقدمة من قبل المتدخلين الآخرين وأن يتسنى له بذلك الاختيار في الأخير.

لا يفوتنا الإشارة عند الحديث عن المواد القانونية التي تناولت هذا الالتزام إلى ضرورة ابتعاد المشرع عن الوقوع في فراغات تشريعية قد تستغل لأغراض إجرامية وإلى ضرورة التدقيق وتوحيد المصطلحات القانونية، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بنصوص جزائية مثل النص القانوني الذي لدينا.

يندرج ضمن قاعدة شفافية الممارسات التجارية ثالثاً الالتزام بتسليم وتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، الذي هو أيضاً التزام قانوني ملقى على عاتق البائع والمشتري الهدف منه حماية المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي والمستهلك على حد سواء، بتمكينهم من الاطلاع على جميع العناصر محل المعاملة التجارية. حيث تتضمن الفاتورة المقبولة قانوناً بصفة إلزامية كل المعلومات اللازمة للمراقبة البعيدة للمعاملة التجارية. نشير فقط في الأخير إلى قسوة العقوبة الواردة في نص المادة 33 من قانون رقم 02-04، حيث أن تعريم المتدخل بنسبة 80 % من البضائع غير المفوترة أصلاً أو افتراضاً، بالإضافة للعقوبات الجبائية، أمر مبالغ فيه، ويمكن أن يؤدي إلى إفلاس المتدخل وفقدانه كل ما يملك، نتيجة خطأ ارتكب (والذي قد يتمثل ببساطة في نسيان ذكر رقم التعريف الجبائي)، ولا أحد منزه عن الخطأ.

لا يمكن الاستغناء عن نزاهة الممارسات التجارية، لضمان مبدأ المساواة في المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، بحيث يجب ألا يتعرض الأعوان الاقتصاديون الموجودون في وضع مماثل لإجحاف في المنافسة، حماية دائماً للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك والعون الاقتصادي.

يندرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية مجموعة من الالتزامات القانونية السلبية، أي بالامتناع عن فعل كنا قد تحدثنا عنها في صلب بحثنا، حيث تناولنا أولاً، الممارسات التجارية غير الشرعية، التي تدرج تحتها مجموعة من الممارسات حظرها المشرع.

أولها ممارسة أنشطة تجارية بدون اكتساب الصفة التي تسمح بذلك، أي التسجيل في السجل التجاري، فهذه الممارسة التجارية ستخل بالمنافسة، وستحمل البعض ما لا يتحمله البعض الآخر من التزامات.

وثانيها ممارسة رفض البيع أو تأدية خدمة، وتعتبر مضرّة، كونها تؤدي إلى تقليص المنافسة على مستوى التوزيع، مما يضر بالأعوان الاقتصاديين والمستهلكين على حد السواء.

وثالثها البيع أو أداء خدمة بمكافأة، حيث أن هذه الممارسة ستخل بالمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، بأن يستحوذ متعامل اقتصادي على زبائن المتعامل الآخر بطريقة غير شرعية، وفي هذا المجال أيضا ننبه إلى ضرورة تدارك المشرع الجزائري ما جاء بخصوص عدم تحديد الحد الأقصى المسموح للأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة والعينات، وأنه يجب إلحاقها بالاستثناء المتعلق بأن لا تتجاوز قيمة المكافأة 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعينة.

ورابعها البيع أو أداء الخدمة المشروط، فقد حظر المشرع الجزائري هذه الممارسة لما لها من تأثير على رضا الزبون وتقييد لحرية، لكن عليه استدراك ما وقع فيه من إباحة للبيع المشروط للمنتجات من نفس النوع والمشكلة لحصة واحدة بشرط أنه يمكن بيع هذه المنتجات بصفة منفصلة. ومنه ضرورة التدقيق في المصطلحات القانونية خصوصا أن الأمر يتعلق بنصوص جزائية، حتى لا يفقد النص القانوني روحه.

وخامسها البيع التمييزي، وذلك حماية للمنافسة وتوفيراً للأرضية الملائمة لتكريس مبادئها، لكن المشرع وبدون سبب مفهوم، لم يتطرق إلى آثار البيع التمييزي كما تطرق إليها التشريع المقارن، ثم إن صور هذه الجريمة جاءت على سبيل المثال لا الحصر، مما يشكل مساسا بمبدأ الشرعية، كما سمح المشرع بإمكانية تبرير البيع التمييزي، وكان عليه أن يحدد على سبيل الحصر حالات إمكانية المعاملة التمييزية.

وسادسها إعادة البيع بالخسارة، الذي يخص البيع فقط دون تقديم الخدمات، والذي يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي لتحويل زبائن منافسيه، فحظر المشرع هذه الممارسة، لكنه أغفل عدة عناصر، من بينها عدم امتداد تجريم هذه الممارسة إلى عرض إعادة البيع بالخسارة (العلاقة التعاقدية غير التامة)، مما يمكن مرتكبيها من الإفلات من العقاب.

أورد المشرع في الأخير بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية، وسبب حظر هذه الممارسة، يرجع لممارسة العون الاقتصادي لنشاط لم يرد في سجله التجاري، بالإضافة إلى الإخلال بالمنافسة من خلال المزاحمة غير المشروعة من طرف العون الاقتصادي الذي يقوم بهذه الممارسة، حيث أنه يقوم بجلب زبائن المنافسين الآخرين الذي يتمثل نشاطهم الأساسي في بيع المواد الأولية على حالتها بدون أن يخضع لالتزاماتهم.

لكن المشرع هنا جاء باستثناءات على تجريم إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية، على سبيل المثال لا الحصر، مما يفتح المجال للإفلات من العقاب، ونقترح إذن ضبط هذه الاستثناءات، لاسيما أن النص يتعلق بقانون جزائي.

يندرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية ثانيًا، ممارسة أسعار غير شرعية، وقد ألزم المشرع المتعامل الاقتصادي بالامتناع عن ممارسة أسعار غير شرعية، أي باحترام الأسعار المقننة، لكنه أغفل بالنسبة للممارسات المباشرة، عرض أو اقتراح سلعة أو خدمة بما يخالف الأسعار المقننة دون إتمام البيع أو أداء الخدمة فعلاً، مما يمكن من الإفلات من العقاب من حيث أن القانون جزائي.

نضيف من جهة أخرى بالنسبة للممارسات غير المباشرة، أن أمر الإيداع المسبق لتركيبية الأسعار والتعريفات الذي يندرج ضمن الرقابة الإدارية على الأسعار، وإن كان مفهوماً بالنسبة للسلع المقننة السعر، فلا فائدة من فرضه بالنسبة لبقية الأسعار، علماً أن التوجه الحالي هو تسهيل المناخ العام للاستثمار وليس تعقيده بإجراءات أكثر بيروقراطية، كما أن هذا النموذج غير كاف لتحديد كل أعباء العون الاقتصادي، لتتمكن الإدارة من مراقبة سعر بيعه، وكان الأجدر طلب وثائق المحاسبة التحليلية مثلاً عن كل منتج.

يندرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية ثالثاً، الممارسات التجارية التدليسية، وقد ألزم المشرع المتعامل الاقتصادي بالامتناع عن الممارسات التجارية التدليسية، ومنع بذلك أي تزيف للمعاملات التجارية، وأورد بعضاً من صور المضاربة غير المشروعة التي تمس بقواعد الضبط وتؤدي إلى تظليل المستهلكين وانتشار الغش والتدليس في السوق.

يندرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية رابعاً، الممارسات التجارية غير النزيهة، وقد ألزم المشرع المتعامل الاقتصادي بالامتناع عن الممارسات التجارية غير النزيهة.

ومنع المشرع الاعتداء على المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي، والتي يعتدي فيها عون اقتصادي أو يحاول الحصول على عناصر المحل التجاري لعون اقتصادي آخر بدون مجهود مادي أو ذهني.

ومنع أيضا استعمال إشهار غير شرعي، وفي هذه المسألة بالخصوص، يجب أن يتدخل القضاء باجتهادات قضائية تبين لنا هل يجب توفر القصد الجنائي في هذا النوع من الجرائم، أم أنها جرائم مادية فقط. فقد تدخل القضاء الفرنسي كما ذكرنا سابقاً، موضحاً أن الممارسات التجارية غير الشرعية وحدها التي يشترط فيها ضرورة توفر قصد الإضرار أو سوء النية، بعكس الممارسات التجارية غير النزيهة التي تعتبر جرائم مادية فقط.

نشير أيضا إلى ضرورة تدخل المشرع لتدارك ما وقع فيه من خطأ باعتباره استعمال إشهار غير شرعي ضاراً فقط بمصالح الأعوان الاقتصاديين، في حين أنه ضار أساساً بمصالح المستهلكين. كما ذكر المشرع أهم صور الإشهار غير الشرعي، لكنه غفل عن إدراج صور أخرى مهمة في نظرنا، ومنها الإشهار المقارن الذي يعمل على الحط من مزايا سلع أو خدمات منافس. كما ننبه، وهو الأهم، لضرورة تدارك المشرع وتصحيح ما وقع فيه من خروج عن مبدأ الشرعية في هذا الفصل - الممارسات التجارية غير النزيهة -، لما لذلك من خطر على الحريات، حيث ترك باب التجريم مفتوحاً للقاضي، لاسيما العناصر المكونة للركن المادي للجريمة.

يندرج ضمن قاعدة نزاهة الممارسات التجارية خامساً، الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية، وقد حمى المشرع المدني الطرف المدعى عموماً من الشروط التعسفية، بينما حمى المشرع الجزائي المعاملات التجارية خصوصاً، في العلاقة بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك من الشروط التعسفية في العقود، مانعاً بذلك الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية.

لكن المشرع بالنسبة لهذه الممارسة أيضا خرج عن مبدأ الشرعية في إدراج مجموعة من العناصر المكونة للركن المادي لهذه الجريمة على سبيل المثال، سواء في قانون رقم 02-04 أو في النص التطبيقي له، أي مرسوم تنفيذي رقم 06-306، وعليه تدارك هذا الخطأ. كما أن هذه العناصر المادية لهذه الجريمة، يجب أن توحد وتحصر وتوضع في القانون أو في المرسوم التنفيذي المطبق له، وليس فيهما الاثنان معاً، بطريقة فوضوية كما فعل المشرع بخصوص هذه الجريمة. ننوه في الأخير بما جاء به المشرع من مشاركة لجمعيات المجتمع المدني المهتمة بحماية المستهلك في الهيئات الاستشارية المتعلقة بالبنود التعسفية، حيث أنه لا أحد يستطيع العمل مثل هذه الجمعيات في الكشف عن هذه الممارسات ومعاقبة مرتكبيها.

إذا كان المشرع ضبط الممارسات التجارية بقواعد تضمنها القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، غير أن هذا القانون، وإن سد الكثير من الثغرات القانونية التي كان يحتمى بها محتالون، عبر الكثير من الممارسات التجارية الخطيرة. فإنه أنشأ من جهة أخرى -رغم حداثة عهده- مجموعة من المشاكل القانونية، أهمها عدم احترامه لمبدأ الشرعية الجنائية الذي يعتبر من المبادئ الدستورية الأساسية. كما نشير إلى ضرورة اهتمام الفقه بهذا المجال، حيث تكاد تنعدم الكتب المهتمة به، وعلى القضاء مساهمة ذلك باجتهادات تفسر وتسد ما جاء في هذا القانون من ثغرات.

الملاحق

قانون رقم 02-04 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 ويتمم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية (جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010):

الباب الأول

أحكام عامة

المادة الأولى: يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه.

المادة 2: (معدلة بنص المادة 2 من قانون رقم 06-10)

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

المادة 3: يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي:

- 1- **عون اقتصادي:** كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها،
- 2- **مستهلك:** كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني،
- 3- **إشهار:** كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة،
- 4- **عقد:** كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه، يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفا،

5- شرط تعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

الباب الثاني

شفافية الممارسات التجارية

الفصل الأول

الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع

المادة 4: يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع.

المادة 5: يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

يجب أن تبين الأسعار 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 السلعة مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية عن طريق التنظيم.

المادة 6: يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة.

المادة 7: 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.

المادة 8: يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.

المادة 9: يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات.

الفصل الثاني

الفوترة

المادة 10: (معدلة بنصر المادة 3 من قانون رقم 10-06)

يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها.

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

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

يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، عن طريق التنظيم.

المادة 11: يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون، ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية.

لا يسمح باستعمال وصل التسليم إلا للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة.

يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها.

المادة 12: يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم.

المادة 13: يجب أن يقدم العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا الفاتورة للموظفين المؤهلين بموجب هذا القانون عند أول طلب لها، أو في أجل تحدده الإدارة المعنية.

الباب الثالث

نزاهة الممارسات التجارية

الفصل الأول

الممارسات التجارية غير الشرعية

المادة 14: يمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها.

المادة 15: تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع.

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

لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات.
المادة 16: يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو أجلا مشروطا بمكافأة مجانية، من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات.
المادة 17: يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة.

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

المادة 18: يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر، أو يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة .

المادة 19: يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي.
 يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب عليها الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء، أعباء النقل.
 غير أنه لا يطبق هذا الحكم على:
 - السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع،

- السلع التي يبيعت بصفة إدارية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي،

- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا،

- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد،

- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.

المادة 20: يمنع إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا تم اقتنائها قصد التحويل، باستثناء الحالات المبررة كتوقيف النشاط أو تغييره أو حالة القوة القاهرة.

المادة 21: تحدد عن طريق التنظيم، شروط وكفيات البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، أو البيع عند مخازن المعامل، والبيع بالتخفيض، والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع الترويجي.

الفصل الثاني

ممارسة أسعار غير شرعية

المادة 22: (معدلة بنص المادة 4 من قانون رقم 10-06)

يجب على كل عون اقتصادي، في مفهوم هذا القانون، تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 22 مكرر: (متمة بنص المادة 5 من قانون رقم 10-06)

يجب أن تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار، طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لدى السلطات المعنية قبل البيع أو تأدية الخدمة.

يطبق أيضاً الالتزام بإيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات ضمن نفس الشروط، عندما تكون هذه السلع والخدمات محل تدابير تصديق على الهوامش والأسعار.

تحدد شروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئات الأعوان الاقتصاديين المعنيين به، وكذا نموذج بطاقة تركيبة الأسعار والسلطات المؤهلة التي يجب أن تودع لديها، عن طريق التنظيم.

المادة 23: (معدلة بنص المادة 6 من قانون رقم 10-06)

تمنع الممارسات والمناورات التي ترمي، لاسيما إلى:

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة،

- إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار،

- عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية،

- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما،

- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق،

- انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

الفصل الثالث

الممارسات التجارية التدليسية

المادة 24: 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.

المادة 25: 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.

الفصل الرابع

الممارسات التجارية غير النزيهة

المادة 26: تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة

والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين.

المادة 27: تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها

الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتجاته أو خدماته،

2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم

به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك،

3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها،

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

5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب

العمل أو الشريك القديم،

6- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو

تخريب وسائله الإشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبات والسمررة غير القانونية وإحداث

اضطراب بشبكته للبيع،

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

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

المادة 28: دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر

إشهار غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

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

الفصل الخامس

الممارسات التعاقدية التعسفية

المادة 29: تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط

التي تمنح هذا الأخير:

- 1- أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك،
- 2- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد،
- 3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك،
- 4- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية،
- 5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها،
- 6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا اخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته،
- 7- التفرد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة،
- 8- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

المادة 30: بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود، ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية.

الباب الرابع

المخالفات والعقوبات

الفصل الأول

تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات

المادة 31: يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مئة ألف دينار (100.000 دج).

المادة 32: يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).

المادة 33: دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و11 و13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته.

المادة 34: 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 للمنتوجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة ويعاقب عليها طبقاً لأحكام المادة 33 أعلاه.

المادة 35: تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية، مخالف لأحكام المواد 15 و16 و17 و18 و19 و20 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

المادة 36: (معدلة بنص المادة 7 من قانون رقم 10-06)

تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكرر و23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج).

المادة 37: دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر كل مخالفة لأحكام المادتين 24 و25 من هذا القانون، ممارسات تجارية تديسية، ويعاقب عليها بغرامة من ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج).

المادة 38: تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة

ملايين دينار (5.000.000 دج).

الفصل الثاني

عقوبات أخرى

المادة 39: (معدلة بنص المادة 8 من قانون رقم 10-06)

يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد 4 و5 و6 و7 و8 و9 و10 و11 و12 و13 و14 و20 و22 و22 مكرر و23 و24 و25 و26 و27 (2 و7) و28 من هذا القانون، أيا كان مكان وجودها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية. يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم.

المادة 40: يمكن أن يكون الحجز عينيا أو اعتباريا.

يقصد في مفهوم أحكام هذا القانون بما يأتي:

- الحجز العيني، كل حجز مادي للسلع،

- الحجز الاعتباري، كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخافة أن يقدمها لسبب ما.

المادة 41: في حالة الحجز العيني، يكلف مرتكب المخافة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك

مخازن للتخزين، حيث تشتمل المواد المحجوزة بالشتم الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين طبقا لهذا القانون وتوضع تحت حراسة مرتكب المخافة.

عندما لا يمتلك مرتكب المخافة مخازن للتخزين، يخول الموظفون المؤهلون طبقا لهذا القانون، حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض.

تكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة وتكون التكاليف مرتبطة بالحجز على عاتق مرتكب المخافة.

المادة 42: في حالة الحجز الاعتباري، تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق

من طرف مرتكب المخافة أو بالرجوع إلى سعر السوق.

يدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية.

ويطبق نفس الإجراء في حالة الحجز العيني، عندما لا يمكن مرتكب المخافة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته.

إذا تم بيع المواد المحجوزة طبقا لأحكام هذا القانون، يدفع المبلغ الناتج عن البيع إلى أمين خزانة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة.

المادة 43: عندما يكون الحجز على مواد سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن الوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر، دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجاناً إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني، وعند الاقتضاء، إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما. في حالة بيع السلع المحجوزة، يودع المبلغ الناتج عن بيع هذه السلع لدى أمين خزانة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة.

المادة 44: (معدلة بنص المادة 9 من قانون رقم 10-06)

زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، يمكن القاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة.

وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما. في حالة الحجز الاعتباري، تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها. وعندما يحكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسباً للخزينة العمومية.

المادة 45: في حالة صدور قرار القاضي برفع اليد عن الحجز، تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز.

عندما يصدر قرار رفع اليد عن حجز سلع تم بيعها أو التنازل عليها مجاناً أو إتلافها طبقاً لأحكام المادة 43 من هذا القانون، يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز.

لصاحب السلع المحجوزة الحق في أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحقه.

المادة 46: (معدلة بنص المادة 10 من قانون رقم 10-06)

يمكن الوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون (60) يوماً، في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون.

يكون قرار الغلق قابلاً للطعن أمام القضاء.

وفي حالة إلغاء قرار الغلق، يمكن العون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة.

المادة 47: (معدلة بنص المادة 11 من قانون رقم 10-06)

تتخذ إجراءات الغلق الإدارية، المنصوص عليها في المادة 46 أعلاه، وفق الشروط نفسها في حالة

العود، لكل مخالفة لأحكام هذا القانون.

بعد حالة عود، في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2)، التي تلي إنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

في حالة العود، تضاعف العقوبة ويمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 أعلاه، بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات.

وتضاف لهذه العقوبات، زيادة على ذلك، عقوبة الحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى خمس (5) سنوات.

المادة 48: يمكن الوالي المختص إقليميا، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.

الباب الخامس

معاينة المخالفات ومتابعتها

الفصل الأول

معاينة المخالفات

المادة 49: في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون

الآتي ذكرهم:

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

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

- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية،

- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

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

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

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

المادة 50: يمكن الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني.

ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها.
تضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق.
تحرر، حسب الحالة، محاضر الجرد و/أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.

المادة 51: يمكن الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بحجز البضائع طبقاً للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون.

المادة 52: للموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقاً لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.
ويمارسون كذلك أعمالهم خلال نقل البضائع، ويمكنهم كذلك عند القيام بمهامهم، فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.

المادة 53: تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، ويعاقب عليها بالحبس، من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، وبغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين.

المادة 54: تعتبر معارضة لمراقبة الموظفين المكلفين بالتحقيقات، يعاقب عليها على هذا الأساس:

- رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم،

- معارضة أداء الوظيفة من طرف كل عون اقتصادي عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر لأي مكان غير محل السكن الذي يسمح بدخوله طبقاً لأحكام قانون الإجراءات الجزائية،

- رفض الاستجابة عمداً لاستدعاءاتهم،

- توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة،

- استعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل كان لإنجاز التحقيقات،

- إهانتهم وتهديدهم وكل شتم أو سب اتجاههم،

- العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم أو بسبب وظائفهم.

وفي هاتين الحالتين الأخيرتين، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف

الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، بغض النظر عن المتابعات التي باشرها الموظف ضحية الاعتداء شخصياً.

المادة 55: تطبيقاً لأحكام هذا القانون، تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم.

تثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر تبليغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة 60 من هذا القانون.

المادة 56: تبين المحاضر التي يحررها الموظفون المذكورون في المادة 49 أعلاه، دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش، تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعائنات المسجلة. وتتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات.

وتبين هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم. وتصنف المخالفة حسب أحكام القانون وتستند، عند الاقتضاء، إلى النصوص التنظيمية المعمول بها. كما تبين العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة.

في حالة الحجز، تبين المحاضر ذلك وترفق بها وثائق جرد المنتوجات المحجوزة. يحدد شكل المحاضر وبياناتها عن طريق التنظيم.

المادة 57: تحرر المحاضر في ظرف ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق. تكون المحاضر المحررة تحت طائلة البطلان إذا لم توقع من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة.

يجب أن يبين في المحاضر بأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير.

عندما يتم تحرير المحاضر بحضور مرتكب المخالفة يوقعه هذا الأخير. وعند تحرير المحاضر في غياب المعني أو في حالة حضوره ورفضه التوقيع أو معارضته غرامة المصالحة المقترحة، يقيد ذلك في المحضر.

المادة 58: مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون، تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير.

المادة 59: تسجل المحاضر والتقارير التحقيق المحررة من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية.

الفصل الثاني

متابعة المخالفات

المادة 60: تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية.

غير أنه، يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج) استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، يمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة، استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.

عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج)، فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية.

المادة 61: للأعوان الاقتصاديين المخالفين الحق في معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة.

يُحدد أجل معارضة الغرامة بثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة. يمكن الوزير المكلف بالتجارة وكذا المدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

وفي حالة موافقة الأشخاص المتابعين على المصالحة، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة.

تنتهي المصالحة المتابعات القضائية.

وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية.

المادة 62: في حالة العود حسب مفهوم المادة 47 (الفقرة 2) من هذا القانون، لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية.

المادة 63: يمكن ممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام هذا القانون.

المادة 64: تجمع الغرامات المنصوص عليها في هذا القانون مهما كانت طبيعة المخالفة المرتكبة.
المادة 65: دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقاً للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.
كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في دعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم.

الباب السادس

أحكام ختامية

المادة 66: تلغى جميع الأحكام المخالفة لأحكام هذا القانون، لاسيما الأحكام الواردة في الأبواب الرابع والخامس والسادس من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالمنافسة.

غير أن القضايا الجاري فيها التحقيق قبل تاريخ بداية العمل بهذا القانون تبقى خاضعة لأحكام الأبواب السالفة الذكر من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه.
ويبقى العمل جارياً بصفة انتقالية بالنصوص التنظيمية المتخذة لتطبيقه إلى غاية سريان العمل بالنصوص التنظيمية الجديدة التي تلغىها ماعدا المرسوم التنفيذي رقم 95-335 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1416 الموافق 25 أكتوبر سنة 1995 والمتعلق بتطبيق غرامة المصالحة، الذي سيتم إلغاؤه.

المادة 66 مكرر: (متممة بنصر المادة 12 من قانون رقم 10-06)

توضح أحكام هذا القانون، عند الاقتضاء، عن طريق التنظيم.

المادة 67: ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004.

عبد العزيز بوتفليقة

قائمة المراجع

أولا/ باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1- د. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومة، الجزائر، 2006.
- 2- الحجار حلمي محمود والحجار حلمي هالة، الطفيلية الاقتصادية، المزاحمة غير المشروعة في وجه حديث لها، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2004.
- 3- د. خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 4- د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د ت ن.
- 5- د. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2005.
- 6- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004.
- 7- د. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، دار بغدادي، الجزائر، 2010.
- 8- د. محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة، دراسة مقارنة في القوانين العربية، دار الهدى، الجزائر، 2011.

2- المذكرات الجامعية:

- 1- بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو، تاريخ المناقشة 12 جويلية 2012.
- 2- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- 3- 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.
- 4- سميحة علال، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، جامعة قسنطينة، 2004-2005.
- 5- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه "القانون الأساسي والعلوم السياسية"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 08 مارس 2012.
- 6- لحراري (شالح) ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه "القانون الأساسي والعلوم السياسية"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة: 29 فيفري 2011.
- 7- وقاري كريمو، مخالفة القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدورة السادسة عشر، المدرسة العليا للقضاء، 2005-2006.

3- المقالات:

- 1- د. أحمد سعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995.

4- النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1- الأوامر:

- 1- أمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 11 جوان 1966.
- 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 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995.
- 6- أمر رقم 01-96 المؤرخ في 10 جانفي 1996 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، جريدة رسمية عدد 3، الصادر في 14 جانفي 1996.
- 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 ويتم 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 ويتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.
- 8- أمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.
- 9- أمر رقم 01-10 المؤرخ في 26 أوت 2010 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 29 أوت 2010.

2- القوانين:

- 1- قانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 30، الصادر في 24 جويلية 1979.
- 2- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 6، الصادر في 8 فيفري 1989.
- 3- قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 29، الصادر في 19 جويلية 1989.
- 4- قانون رقم 90-36 المؤرخ في 31 ديسمبر 1990 المتضمن قانون المالية لسنة 1991، جريدة رسمية عدد 57، الصادر في 31 ديسمبر 1990.
- 5- قانون رقم 01-21 المؤرخ في 22 ديسمبر 2001 المتضمن قانون المالية لسنة 2002، جريدة رسمية عدد 79، الصادر في 23 ديسمبر 2001.

- 6- قانون رقم 02-04 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 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.
- 7- قانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 52، الصادر في 18 أوت 2004.
- 8- قانون رقم 11-07 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي، جريدة رسمية عدد 74، الصادر في 25 نوفمبر 2007.
- 9- قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009.
- 10- قانون رقم 06-13 المؤرخ في 23 جويلية 2013 يعدل ويتم القانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، جريدة رسمية عدد 39، الصادر في 31 جويلية 2013.

ب- النصوص التنظيمية:

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 5، الصادر في 31 جانفي 1990.
- 2- مرسوم تنفيذي رقم 90-87 المؤرخ في 13 مارس 1990 المتعلق بطريقة تحديد قواعد إشهار الأسعار، جريدة رسمية عدد 11، الصادر في 14 مارس 1990.
- 3- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية عدد 40، الصادر في 19 سبتمبر 1990.
- 4- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.
- 5- مرسوم تنفيذي رقم 95-305 المؤرخ في 7 أكتوبر 1995 المحدد لكيفيات تحرير الفاتورة، جريدة رسمية عدد 58، الصادر في 8 أكتوبر 1995.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 96-94 المؤرخ في 3 مارس 1996 يتضمن إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، جريدة رسمية عدد 16، الصادر في 6 مارس 1996.
- 7- مرسوم رئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 ديسمبر 1996 المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور. المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، في الجريدة الرسمية للجمهورية

- الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 76، الصادر في 8 ديسمبر 1996.
- 8- مرسوم تنفيذي رقم 40-97 المؤرخ في 18 جانفي 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري وتأطيرها المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 5، الصادر في 19 جانفي 1997.
- 9- مرسوم تنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 يعدل ويتمم مرسوم تنفيذي رقم 39-90، جريدة رسمية عدد 61، الصادر في 21 أكتوبر 2001.
- 10- مرسوم تنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 يتعلق بتقييم المطابقة، جريدة رسمية عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005.
- 11- مرسوم تنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، جريدة رسمية عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005.
- 12- مرسوم تنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتمم مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 83، الصادر في 25 ديسمبر 2005.
- 13- مرسوم تنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 جوان 2006 يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، جريدة رسمية عدد 41، الصادر في 21 جوان 2006.
- 14- 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.
- 15- مرسوم تنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 3 فيفري 2008 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 17 شعبان عام 1427 الموافق 10 سبتمبر سنة 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، جريدة رسمية عدد 07، الصادر في 10 فيفري 2008.
- 16- مرسوم تنفيذي رقم 09-19 المؤرخ في 20 جانفي 2009 المتضمن تنظيم نشاط جمع النفايات الخاصة، جريدة رسمية عدد 6، الصادر في 25 جانفي 2009.
- 17- 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.

- 18- 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.
- 19- مرسوم تنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 6 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، جريدة رسمية عدد 28، الصادر في 9 ماي 2012.
- 20- مرسوم تنفيذي رقم 13-111 المؤرخ في 18 مارس 2013 المحدد لشروط ممارسة نشاط الوكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه، جريدة رسمية عدد 16، الصادر في 20 مارس 2013.
- 21- مرسوم تنفيذي رقم 13-140 المؤرخ في 10 أبريل 2013 المحدد لشروط ممارسة الأنشطة التجارية غير القارة، جريدة رسمية عدد 21، الصادر في 23 أبريل 2013.
- 22- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، جريدة رسمية عدد 49، الصادر في 2 أكتوبر 2013.
- 23- 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.

ج-القرارات الوزارية:

- 1- قرار مؤرخ في 21 أبريل 1976، يتعلق بإشهار الأسعار، جريدة رسمية عدد 57، الصادر في 16 جويلية 1976.
- 2- قرار مؤرخ في 20 مارس 1990 المتعلق بالأسعار، جريدة رسمية عدد 21، الصادر في 23 ماي 1990.
- 3- قرار مؤرخ في 14 ماي 2006 يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، جريدة رسمية عدد 52، الصادر في 20 أوت 2006.
- 4- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 سبتمبر 2006 يحدد إجراءات تبليغ المعلومات المتعلقة بوصول المنتوجات المستوردة، جريدة رسمية عدد 72، الصادر في 15 نوفمبر 2006.

د - القرارات والأحكام القضائية:

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

1- Ouvrages :

- 1- BIHL Luc, Ventes commerciales, Droit Commercial, répertoire de droit commercial, 29 année, Tome 7, Dalloz, Paris, 2001.
- 2- BOUTARD-Labarde, MARIE Chantal, CANIVET Guy, Droit français de la concurrence, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1994.
- 3- CALAIS-AULOY (J) et STEINMMETZ (F), Droit de la consommation, Dalloz, Paris, 2000.
- 4- DEFOSSEZ Françoise de Jewer, Droit commercial, 7^{ème} édition, Montchrestin, Paris, 2001.
- 5- FERRIER Didier, La protection des consommateurs, Dalloz, Paris, 1996.
- 6- G.Ripert et R. Roblot, Traité de droit commercial, Tome 1, Volume 1, 18^{ème} édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 2001.
- 7- GUYON Yves, Droit des affaires, Tome 1, 8^{ème} édition, Economica, Paris, 1994.
- 8- LEGAIS Dominique, Droit commercial, 11^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1997.
- 9- MAGNAN Muriel Fabre, De l'obligation d'information dans les contrats, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1992.
- 10- PEDAMON Michel, Droit commercial, Dalloz, Paris, 1994.
- 11- VOGEL Louis, RIPERT.G., ROBLOT.R., Traité de droit commercial, Commerçants, Tribunaux de commerce, Fonds de commerce, Propriété industrielle, Concurrence, Tome 01, Volume 01, 18^{ème} édition, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, Delta, 2003.

2- Mémoires :

- 1- BELKACEM Tarik Fateh-Eddine, Marché Financier et Marché des Valeurs du Trésor : Instruments d'une Nouvelle Orientation Economique de l'Algérie, Mémoire de fin d'études présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Licence en Sciences Commerciales et Financières, option : Comptabilité, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, septembre 2000.
- 2- BELKACEM Tarik Fateh-Eddine, Tenue de La Comptabilité, Rapport de Stage Professionnel d'Expertise Comptable N°01, Ordre National des Experts Comptables, Commissaires aux Comptes et des Comptables Agréés, Conseil Régional Centre, Commission de la Formation et des Stages, Alger, avril 2008.

3- Sites Internet :

<http://www.cnrtl.fr/definition>, consulté le 19 août 2013.

فہرس

كلمة شكر
إهداء
قائمة المختصرات

- مقدمة.....1
- الفصل الأول: قاعدة شفافية الممارسات التجارية**.....5
- المبحث الأول : الإعلام بالأسعار والتعريفات**.....8
- المطلب الأول:** الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون مستهلك.....10
- الفرع الأول:** ضرورة النص على الإعلام بالأسعار والتعريفات في عقود الاستهلاك.....11
- أولاً : الإعلام المسبق بالأسعار والتعريفات من الحقوق الجوهرية للزبون المستهلك.....11
- ثانياً : ضرورة تطابق السعر أو التعريف للبلع المدفوع.....11
- الفرع الثاني:** وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك.....12
- أولاً : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في قطاعات النشاط والسلع والخدمات العادية...12
- أ - العلامات (Marquage des prix).....12
- ب - الوسم (Etiquetage des prix).....13
- ت - المعلقات (Affichage des prix).....14
- ثانياً : وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون مستهلك في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة.....14
- المطلب الثاني:**الإعلام بالأسعار والتعريفات في حالة كون الزبون عون اقتصادي.....15
- الفرع الأول:** مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات وتوقف الإعلام بهذه الأسعار والتعريفات على إرادة الزبون.....16
- أولاً : مدى إلزامية البائع بإعداد الأسعار والتعريفات.....16
- ثانياً : توقف الإعلام بالأسعار والتعريفات على إرادة الزبون.....17
- الفرع الثاني:** وسائل تنفيذ الإعلام بالأسعار والتعريفات في حال كون الزبون عون اقتصادي.....17
- أولاً : جداول الأسعار (Barèmes de Prix).....17
- ثانياً : النشرات البيانية (Prospectus).....17
- ثالثاً : دليل الأسعار (Catalogue).....17
- المطلب الثالث:** جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات.....18
- الفرع الأول:** العقوبات الأصلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات.....18
- الفرع الثاني:** العقوبات التكميلية للإخلال بالإعلام بالأسعار والتعريفات.....18

- 21.....المبحث الثاني: الإعلام بشروط البيع.
- 23.....المطلب الأول: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون مستهلك.
- 23.....الفرع الأول: إعلام المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة.
- أولاً : تقديم المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هو التزام قانوني ملقى
- 24.....على عاتق كل متدخل.
- ثانياً: المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة هي من الحقوق الجوهرية
- 24.....للمستهلك.
- الفرع الثاني: إعلام المستهلك بالشروط الممارسة والحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو
- 25.....تأدية الخدمة.
- أولاً : إعلام المستهلك بالشروط الممارسة للبيع أو تأدية الخدمة.
- 27.....ثانياً : إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية لعملية البيع أو تأدية الخدمة.
- أ - إعلام المستهلك بمدى ضمان المنتج أو الخدمة.
- 28.....ب - عدم النزول عن الحد الأدنى القانوني لمدة الضمان.
- 29.....ت - إستفادة المستهلك من الضمان دون أعباء إضافية.
- 29.....
- 30.....المطلب الثاني: الإعلام بشروط البيع في حالة كون الزبون عون اقتصادي.
- 30.....الفرع الأول: مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع وتوقف تقديمها على إرادة الزبون.
- 31.....أولاً : مدى إلزامية البائع بإعداد شروط البيع.
- 31.....ثانياً : توقف تقديم شروط البيع على إرادة الزبون.
- 32.....الفرع الثاني: مضمون شروط البيع.
- 32.....أولاً : كيفيات الدفع (Les modalités de règlement).
- 32.....ثانياً : الحسوم (Les rabais).
- 33.....ثالثاً : التخفيضات (Les remises).
- 33.....رابعاً : المسترجعات (Les ristournes).
- 34.....المطلب الثالث: جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع.
- 34.....الفرع الأول: العقوبات الأصلية للإخلال بالإعلام بشروط البيع.
- 34.....الفرع الثاني: العقوبات التكميلية للإخلال بالإعلام بشروط البيع.
- 36.....المبحث الثالث: الفوترة.
- 38.....المطلب الأول: الالتزام بتسليم وتسلم الفاتورة في حالة كون الزبون مستهلك.
- 38.....الفرع الأول: الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك.

- أولا : الفاتورة وسيلة لتفعيل الالتزام بضمان السلامة.....39
- ثانيا : الفاتورة وسيلة لإعلام المستهلك بعد التعاقد.....39
- الفرع الثاني: مدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة ومدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليمها.....39
- أولا : مدى إلزامية البائع العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة.....40
- ثانيا : مدى إلزامية المشتري المستهلك بتسليم الفاتورة.....40
- المطلب الثاني: الالتزام بتسليم وتسليم الفاتورة في حالة كون الزبون عون اقتصادي.....40
- الفرع الأول: الفاتورة وسيلة للإثبات والمحاسبة في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين.41
- أولا : الفاتورة وسيلة للإثبات في المعاملات التجارية.....41
- ثانيا : الفاتورة وسيلة للمحاسبة في المعاملات التجارية.....42
- الفرع الثاني: بدائل الفاتورة في المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين.....43
- أولا : وصل التسليم.....43
- ثانيا : سند التحويل.....44
- المطلب الثالث: جزاء الإخلال بالفوترة.....45
- الفرع الأول : العقوبات الأصلية للإخلال بالفوترة.....45
- الفرع الثاني: العقوبات التكميلية للإخلال بالفوترة.....46
- الفصل الثاني: قاعدة نزاهة الممارسات التجارية**.....48
- المبحث الأول : الممارسات التجارية وممارسة أسعار غير شرعية**.....50
- المطلب الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية.....50
- الفرع الأول: ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة.....51
- أولا : مفهوم ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة.....51
- ثانيا : جزاء ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة.....53
- الفرع الثاني: رفض البيع أو تأدية خدمة.....54
- أولا : تعريف رفض البيع أو تأدية خدمة.....54
- ثانيا : شروط رفض البيع أو تأدية خدمة.....55
- أ - أن يكون الطلب عاديا.....55
- ب - أن يكون الطالب حسن النية.....55
- ت - إنعدام المبرر.....55
- ث - أن يمتنع العارض عن البيع أو تأدية الخدمة.....55

- الفرع الثالث: البيع أو أداء خدمة بمكافأة.....56
- أولا : تعريف جريمة البيع أو أداء خدمة بمكافأة وشروط تجريمها.....57
- أ- تعريف جريمة البيع أو أداء خدمة بمكافأة.....57
- 1- حظر تقديم خدمة مرفقة بمكافأة.....58
- 2- حظر عرض البيع وعرض تقديم خدمة مرفق بمكافأة.....59
- ب- شروط تجريم البيع أو أداء خدمة بمكافأة.....59
- 1- عدم تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد.....59
- 2- مجانية المكافأة.....59
- 3- وجود علاقة بين شراء السلعة أو الخدمة وتقديم المكافأة.....60
- ثانيا : الاستثناءات الواردة على تجريم البيع بمكافأة.....61
- أ- تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد الأساسي.....61
- ب- عدم تجاوز قيمة المكافأة نسبة 10 %.....62
- ت- الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة.....62
- ث- العينات.....62
- ج- تخفيض الأسعار.....63
- الفرع الرابع: البيع أو تقديم خدمة بشروط.....65
- أولا : صور جريمة البيع المشروط.....66
- أ- اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة.....66
- ب- اشتراط بيع منتج ملازم لمنتج آخر أو تقديم خدمة.....67
- ت- اشتراط أداء خدمة مرتبط بأداء خدمة أخرى أو بشراء سلعة.....67
- ثانيا : الاستثناء الوارد على حظر البيع المشروط.....67
- أ- حالة البيع المشروط التي أخرجها المشرع من دائرة التجريم.....68
- ب- شرطا الإباحة.....68
- 1- يجب أن تكون المنتوجات المشكلة لحصة واحدة من نفس النوع.....68
- 2- يجب أن تكون الوحدات المشكلة لحصة واحدة معروضة للبيع بصفة منفصلة.....69
- الفرع الخامس: ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر (جريمة البيع التمييزي).71
- أولا : تعريف جريمة ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر.....71
- ثانيا : صور جريمة ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر.....72

- أ- تخفيض الأسعار.....72
- ب- شروط وطرق البيع أو الشراء.....72
- ت- آجال التسديد.....72
- الفرع السادس: إعادة البيع بالخسارة.....74**
- أولا : تعريف جريمة إعادة البيع بالخسارة.....75
- ثانيا : الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني بإعادة البيع بالخسارة.....75
- أ- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع.....75
- ب- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي.....75
- ت- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي إعادة التموين الجديد.....75
- ث- المنتوجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.....76
- ج- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا.....76
- الفرع السابع: بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية إذا تم اقتناؤها قصد التحويل.....77**
- أولا : تعريف إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية.....77
- ثانيا : الاستثناءات الواردة على الحظر القانوني بتجريم إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية.....78
- المطلب الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية.....80**
- الفرع الأول: ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة.....80**
- أولا : تعريف ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة.....80
- ثانيا : مجال ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة.....81
- الفرع الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة.....81**
- أولا : الإيداع المسبق لتركيبية أسعار السلع والخدمات.....81
- ثانيا : التلاعب في أسعار المنتوجات والخدمات المقننة السعر.....82
- المبحث الثاني : الممارسات التجارية التدليسية وغير النزبهة.....86**
- المطلب الأول: الممارسات التجارية التدليسية.....86**
- الفرع الأول: تزيف المعاملات التجارية.....87**

- 87.....أولا : دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة.....
- 87.....ثانيا : تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة.....
- ثالثا : إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية.....
- 88.....
- 88.....الفرع الثاني: صور المضاربة غير المشروعة.....
- 88.....أولا : حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.....
- 89.....ثانيا : حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.....
- 89.....ثالثا : حيازة مخزون من منتجات خارج موضوع التجارة الشرعية قصد بيعه.....
- 91.....المطلب الثاني: الممارسات التجارية غير النزيهة.....
- 91.....الفرع الأول: الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا وبحكم القانون.....
- 91.....أولا : الممارسات التجارية غير النزيهة أصلا.....
- 92.....ثانيا : الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون.....
- 92.....أ- تعريف الاعتداء على المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي.....
- 92.....ب- صور الممارسات التجارية غير النزيهة.....
- 94.....الفرع الثاني: استعمال إشهار غير شرعي.....
- 94.....أولا : تعريف الإشهار التجاري.....
- 95.....ثانيا : صور الإشهار التجاري غير الشرعي.....
- 95.....أ- الإشهار التجاري التضليلي.....
- 96.....ب- الإشهار المفضي إلى اللبس.....
- 100.....المبحث الثالث : الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية.....
- 101.....المطلب الأول: الحماية المدنية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية.....
- 101.....الفرع الأول: خصائص عقد الإذعان.....
- 101.....أولا : أن يتعلق بسلعة أو خدمة ضرورية للجمهور.....
- 102.....ثانيا : أن يكون أحد المتعاقدين محتكرا للسلعة أو الخدمة.....
- 102.....ثالثا : أن تعرض السلعة أو الخدمة على الجمهور وفق شروط مقررة سلفا.....
- الفرع الثاني: الأحكام المدنية لحماية الطرف المذعن (المستهلك) من الممارسات التعاقدية التعسفية.....
- 102.....
- 102.....أولا : سلطة القاضي إزاء الشروط التعسفية التي يتضمنها عقد الإذعان.....
- 102.....ثانيا : تفسير العقد.....

103.....	المطلب الثاني: الحماية الجزائية من الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية.
103.....	الفرع الأول: لجنة البنود التعسفية.
104.....	أولا : تشكيلة لجنة البنود التعسفية.
105.....	ثانيا : مهام لجنة البنود التعسفية.
105.....	الفرع الثاني: البنود والشروط التعسفية في العقود بين المستهلك والبائع.
108.....	خاتمة
115.....	الملاحق
131.....	قائمة المراجع
139.....	فهرس