

أحمد بوقرة جامعة

- بومرداس -



كلية الحقوق والعلوم السياسية - بoudaou-

قسم القانون الخاص.

موضوع المذكرة:

مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية

رقم 02-04.

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون أعمال

من إعداد الطالبتين:

حمدى ذهبية

تحت إشراف الدكتور:

كنون سيليا

خالف عبد الحق

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
عمر الحسين	أستاذ محاضر (أ)	أحمد بوقرة بومراس	رئيسا
خالف عبد الحق	أستاذ محاضر (ب)	أحمد بوقرة بومراس	مشرفا ومقررا
بوثلجة حسين	أستاذ محاضر (أ)	أحمد بوقرة بومراس	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الصلاة و السلام على من بلغ الرسالة و أدى
الأمانة... و نصح الأمة...
نبي الرحمة و العالمين... سيدنا محمد صلى الله
عليه و سلم
نتقدم بجزيل الشكر و العرفان.
إلى كل من أشعل شمعة في دروب علمنا... و إلى
من وقف فوق المنابر
و أعطى من حصيلة فكره لينير دربنا... إلى أساتذتنا
الكرام طيلة مشوارنا الدراسي... و شكر خاص
للدكتور "بوثلجة حسين" الذي قام بالإشراف على
هذه المذكرة... فجزاه الله كل خير... و له منا كل
الإحترام و التقدير.
و إلى كل من ساعدنا على إتمام هذه المذكرة و مد
لنا يد المساعدة.
إلى كل الذين كانوا سندنا لنا
شكرا...





إهداء

قد جعلها ربي حقا خطوة الألف ميل اليوم عديتها
مضت أتعابي أمسا و أبهى الحلم يتحقق
و ماكنت لأفعل لولا توفيق من الله ورضا، وبركات دعاء والدي حفظهما الله
و أدامهما نورا لدربي...
" فالحمد لله عند البدء و حين الختام "
أهدي ثمرة جهدي هذا
إلى نبض القلب أبي و بسملة الشجر أمي...
إلى من لعبنا معا، ضحكنا معا و بكينا معا إلى إخوتي و أخواتي
و إلى أحبتي الصغار سعادة البيت إلى يونس، ريتاج، صفاء و مروى...
إلى كل من علمني حرفا إلى أساتذتي الكرام...
إلى كل من شاركني ذكريات الدراسة...
إلى كل من يحملون في قلوبهم المحبة و يقدرون الصداقة إليكم صديقاتي و
أصدقائي... وإلى كل من يعرفني...
إلى الأرواح التي غادرتنا...
إلى زميلتي في هذا العمل كنون سيليا
و إلى كل من ساندني...

ذخيرة



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي العزيز
و أمي الغالية أطال الله في
عمرهما و حفظهما لنا و إلى أختي العزيزة
و إلى زميلتي حمدي ذهبية التي تقاسمت معي
الجهد في هذا العمل
و إلى كافة أساتذتي طوال مسيرتي الدراسية.

سليما

قائمة المختصرات.

الإختصار	معناه
ص	الصفحة.
ط	الطبعة.
ج ر	الجريدة الرسمية.
ع	عدد.
م	المجلد.
م س	مرجع سابق.
ق ر	القانون رقم.
ع إ	العون الاقتصادي.
م التنفيذي	المرسوم التنفيذي.
ق م ت	قانون الممارسات التجارية.
المشعر ج	المشعر الجزائري.
ق إ ج	قانون الاجراءات الجزائية.

مقدمة

يحتاج المستهلك الى الحماية مهما كان النظام الذي تطبقه الدولة التي يعيش فيها حيث أنه تعتبر فكرة حماية المستهلك حديثة النشأة. بحيث بدأت بوادر حماية المستهلك مع ظهور القانون المدني الذي يعد بمثابة الشريعة العامة، والذي ساهم في تكريس حقوق المستهلك، والإعتراف بحق المتعاقد الذي يقبل على العقد بحصوله على معلومات تتور رضاه.

ومما لاشك فيه أن تطور الظروف الإقتصادية والإجتماعية في الجزائر قد أدى الى زيادة الإهتمام بالمستهلك، خاصة بعد الإفتتاح الإقتصادي والإتجاه نحو السير بنظام السوق وتحرير التجارة.

ونتيجة للتطور الإقتصادي والخدماتي وظهر منتجات جديدة ومتنوعة في الأسواق الغرض منها إشباع حاجيات وتلبية رغبات المستهلك، إذ تشكل أيضا من ناحية أخرى مخاطر تهدد المستهلك. وهذا ما أدى الى ضرورة وضع آليات ومكانزمات لحماية المستهلك من كل سلوك أو ممارسة تجارية قد تخالف قواعد الممارسات التجارية ويؤثر بشكل سلبي على الفعالية الاقتصادية ومعيشة المستهلك على حد سواء، مما أوجب تدخل التشريعات في سن قوانين خاصة لحماية المستهلك.

وقد حرصت الدول التي إعتمدت نظام إقتصاد السوق كالجزائر على إصدار القوانين والقواعد لتنظيم جميع مراحل إنتاج وتداول وإستهلاك السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك، لضمان سلامة وصحة المستهلك.

ولقد كان القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹، أول قانون شاهده التشريع الجزائري خاص بحماية المستهلك، إذ كانت

¹- القانون رقم 89-02 مؤرخ في 07/02/1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ع 06، الصادرة في 08/02/1989 (ملغى).

تخضع حماية المستهلك قبل ظهور وصدور القانون رقم 89-02 إلى بعض القواعد العامة التي تنظم الحقل الإقتصادي، و ثم بعدها تليه عدة مراسيم تنظيمية ومنها المرسوم التنفيذي رقم 90-39 الصادر في 30 جانفي 1990، ويتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹، وهناك أيضا المرسوم التنفيذي رقم 91-05 المؤرخ في 19 جانفي 1991، المتعلق بالقواعد العامة للحماية التي تطبق على حفظ الصحة والإمان في أماكن العمل²، ومن ثم جاء محل القانون رقم 89-02 السالف الذكر، القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³، المتضمن نصوص وقواعد قانونية لحماية المستهلك.

وكما صدر القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جويلية 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴، حيث يعتبر من احدث واهم القوانين التي تتضمن احكام ومبادئ تهتم بحماية المستهلك.

ويتضح هدف سن القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال نص المادة الأولى منه والتي نصت على أنه يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الإعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء وبين المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه.

¹-المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30/01/1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ع 05، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16/10/2001، ج ر ع 61، الصادر 21/10/2001.

²-مرسوم تنفيذي رقم 91-05 مؤرخ في 19/01/1991 المتعلق بالقواعد العامة للحماية التي تطبق على حفظ الصحة والامان في اماكن العمل، يعدل ويتم القانون رقم 88-07، مؤرخ في 26/01/1988، ج ر ع 04، الصادرة 23/01/1991.

³-القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ع 15، صادرة 08/3/2009.

⁴-القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ع 41، صادرة 27/06/2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 23/07/2010، ج ر ع 46، صادرة 18/08/2010.

ووفق أحكام هذا القانون يتبين لنا أنه يتضمن مبدئين أساسيان يعتمد عليهما في تنظيمه للممارسات التجارية، وهما مبدأ يتعلق بنزاهة الممارسات التجارية من جهة وهدفه تحقيق المساواة في المنافسة بين الإغوان الإقتصاديين، ومن جهة أخرى هناك مبدأ يتعلق بشفافية الممارسات التجارية وهدفه حماية المستهلك وتحقيق التوازن في العلاقة العقدية، نظرا لما له من أهمية بالغة في إضفاء الشفافية في المبادلات التجارية لتي تتم بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء وبين المستهلكين.

كما حدد المشرع بموجب المادة 3 من القانون 04-02 السالف الذكر أطراف العلاقة الإستهلاكية باعتبارهم أساس قيام العقد الإستهلاكي وهم كل من العون الإقتصادي من جهة والذي عرفته هذه المادة في فقرتها الأولى على أنه: " كل تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها ". والمستهلك من جهة أخرى ولقد عرفه المشرع في عدة قوانين من قبل وتم أعاد تعريفه مرة أخرى في القانون رقم 04-02 من خلال المادة 3 فقرة 2 والتي نصت على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني". كما يعرف المستهلك من الناحية الإقتصادية بأنه الشخص الذي يقوم بعملية الإستهلاك ومن الناحية التسويقية فهو الشخص الذي يقوم بشراء السلعة أو الخدمة بغرض الإستهلاك النهائي لها¹.

ومن خلال الإختلاف الموجود بين طرفي العلاقة الإستهلاكية، قام المشرع بالتدخل بموجب أحكام قانون الممارسات التجارية 04-02 لتوفير الحماية القانونية للمستهلك كونه الطرف الضعيف في علاقته مع العون الإقتصادي في المرحلة ما قبل التعاقد والمرحلة ما بعد التعاقد في المعاملات التجارية التي يقوم بها.

¹كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، د ط، الاسكندرية، د سنة نشر، ص35.

وتطبق أحكام القانون رقم 04-02 حسب نص المادة 2 منه على في مجال نشاطات الإنتاج بما فيها تربية المواشي، وأيضا على نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها المستوردو للسلع لإعادة بيعها على حالها وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية. فأى من هذه النشاطات يخضع القائم بها الى أحكام قانون الممارسات التجارية.

وفي سبيل تحقيق الحماية التي يستحقها المستهلك، فرض المشرع طبقا لقانون الممارسات التجارية على الأعوان الإقتصاديين مجموعة من الإلتزامات التي تقع على عاتقه، وحاول ضمان أكبر قدر من إحترام هذه الإلتزامات من خلال ترتيب جملة من الجزاءات كوسيلة تدفع الى حسن تنفيذ هذه الإلتزامات، وردع مخالفتها بهدف ضبط المعاملات التجارية وإضفاء الشفافية في ميدان الممارسات التجارية.

وتظهر أهمية دراسة الموضوع المتعلق بمبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية رقم 04-02، في الحماية التي أعطاها هذا القانون للمستهلك في المعاملات التجارية، والفوائد التي تعود عليه بمجرد التزام العون الاقتصادي بالقواعد التي تقع على عاتقه بموجب هذا القانون. وتسليط الضوء على نوع الحماية الواجب توفيرها للمستهلك إستنادا للقانون رقم 04-02 باعتبار أن الجزائر حديثة في هذا المجال، وأن هذا القانون من النصوص الحديثة التي سنها المشرع الجزائري، من أجل سد وتدارك نقائص وفراغات نصوص سابقة ولمواكبة ومسايرة واقع جديد.

ونهدف من خلال دراسة هذا الموضوع الى معالجة الغاية من قواعد مبدأ شفافية الممارسات التجارية، والتي تتجسد في شكل التزامات تقع على عاتق العون الاقتصادي ويتعلق الأمر بإعلام المستهلك في المرحلة ما قبل التعاقد بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع، وبالإضافة الى إلتزام العون الإقتصادي بتسليم الفاتورة في

المرحلة مابعد التعاقد، في المعاملات التجارية التي يقوم بها سواء مع عون إقتصادي آخر أو بينه وبين المستهلك.

وعلى ضوء ماتم عرضه أعلاه، ولتفصيل أكثر في الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

كيفية الأعمال بمبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية رقم 04-02، وما مدى فعليتها؟

وبغية الإجابة على الإشكالية المطروحة حاولنا إتباع في دراستنا على المنهج التحليلي وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية المرتبطة بالموضوع، وكذلك إستخدام المنهج الوصفي من خلال تقديم تعريف المصطلحات والمفاهيم التي ينبني عليها الموضوع ولكشف الغموض الذي يعتري الموضوع محل الدراسة.

نظرا لذلك، سنتطرق الى الموضوع متبعين خطة تتكون من فصلين:

الفصل الاول: مضمون مبدأ الشفافية لضمان الحماية للمستهلك، وذلك في مبحثين تضمن الأول إلتزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك قبل التعاقد، فيما تضمن المبحث الثاني إلتزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك بعد التعاقد.

الفصل الثاني: جزاء إخلال العون الإقتصادي بقواعد مبدأ الشفافية لتوفير الحماية للمستهلك، وذلك من خلال مبحثين خصص أولهما معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك والتحقيق فيها، بينما خصص المبحث الثاني الجراءات المقررة على المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك.

الفصل الأول:

مضمون مبدأ الشفافية لضمان

الحماية للمستهلك

لقد جسد المشرع الشفافية في الباب الثاني من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹، وتتمثل الشفافية في الإفصاح عن كافة المعلومات والبيانات الضرورية عن السلع والخدمات المعروضة للبيع، من أجل ضبط وتنظيم العلاقات التجارية بين الأعوان الإقتصاديين كونه صاحب القوة الإقتصادية والإختصاص والمستهلك كطرف ضعيف يجهل خصائص المنتجات التي قد تجعله يقع في غبن أو غش أثناء إبرام العقد²، فالشفافية تتيح للمستهلك حرية الإختيار إضافة الى الثقة في المعاملات التي يقبل عليها³.

ويهدف مبدأ الشفافية إلى إزاحة كل غموض على النشاط الإقتصادي بحيث يكون مدركا ومعلوما من كل الأطراف⁴. حيث تكمن أهمية دراسة مبدأ شفافية الممارسات التجارية في الحماية التي يحققها للمستهلك، فالعديد من المستهلكين يجهلون مدى حاجتهم لقواعد مبدأ الشفافية في حياتهم اليومية لإقتناء حاجياتهم.

والشفافية لغة تعني الصفة التي تظهر الحقيقة الكاملة، فهي كسلوك استعارة مجازية تعني الوضوح المتعلق بسلوك والجماعات. ونقصد بالشفافية في المعجم العربي المعاصر قابلية الجسم لإظهار ماوراءه (شفافية البلورة)⁵.
وتعتبر الشفافية أيضا مبدأ من مبادئ ضمان التسيير النزيه، وهي عبارة عن قاعدة

¹-قانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

²-رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية -بوداوا - جامعة امحمد بوقرة، 2020، ص5.

³-بن شيخ راضية، الشفافية وعلاقتها بنزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد57، العدد05، ديسمبر 2020، ص.411

⁴-خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة-الدكتور الطاهري مولاي- سعيدة قسم الحقوق، 2017، ص8.

⁵-بن شيخ راضية، الشفافية وعلاقتها بنزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص411.

جوهرية مبنية على الحرية الاقتصادية، وتوفر لنا العلم الكافي بأحكام القانون وإجراءاته. وعلى أساسها تثبت مسؤولية القائم بها، لما لها من الدقة والموضوع¹.

لهذا خصصنا دراستنا في هذا الفصل حول الالتزامات التي تقع على عاتق الأعوان الإقتصادييين لتحقيق الحماية الضرورية للمستهلك بموجب أحكام القانون رقم 04-02. وقد قسمنا هذا الفصل إلى قسمين، حيث سنتطرق أولاً إلى التزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك قبل التعاقد (المبحث الأول)، ثم إلتزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك بعد التعاقد (المبحث الثاني).

المبحث الأول: إلتزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك قبل التعاقد.

لم تتل دراسة الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد حظها من الرعاية والإهتمام إلا منذ وقت قريب، وذلك لدى تفاقم الحاجة لتحقيق قدر من الحماية للمستهلك بصورة جادة وموضوعية في مواجهة الأخطار التي قد تنشأ في ظل المتغيرات الاقتصادية والتحولت الإجتماعية والتطورات العلمية والتكنولوجية الحديثة.

يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع عنصر جوهرى لضمان شفافية الممارسات التجارية. ويمكن تعريف الإلتزام بالإعلام بأنه الإلتزام بالإدلاء المعاصر لتكوين العقد والسابق على إبرامه بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية والمؤثرة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، والتي يجهلها المستهلك ويتعذر حصوله عليها عن غير طريق العون الإقتصادي (المتدخل)، وذلك بهدف تكوين رضا حر وسليم لديه في حال إقباله على التعاقد². فهذا الإلتزام يقتصر على المعلومات التي قد يتعذر على الدائن

¹ نسيم بلقاسم دكار، تعزيز مبادئ الحكومة كآلية لوقف تداعيات الفساد في المؤسسات العمومية الاقتصادية، المجلة

الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، مارس 2020 - مجلد 57، ع02، ص301.

² عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، دون ط، القاهرة، 2004، ص190.

الحصول عليه بوسائله الخاصة، ولا سبيل لعلمه بها سواء عن طريق إدلاء المتعاقد الآخر بها¹. وتم تكريس الإعلام بالأسعار لأول مرة في الجزائر بموجب أحكام القانون رقم 89-12² من خلال المادة 29 من الباب الرابع تحت عنوان القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية، الذي تم إلغاؤه بموجب الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة³.

ولقد جاء هذا الأخير إلى إلزامية الإعلام بشروط البيع، كالالتزام ثاني ملازم للالتزام الإعلام بالأسعار والتعريفات. وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجد أن المشرع الجزائري نظم الإعلام في الفصل الأول بعنوان الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، حيث تنص المادة 4 من هذا القانون على أنه: "يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع". ويتبين من هذا النص أن الإعلام إجباري، فهو إلتزام قانوني يمارسه العون الإقتصادي بهدف تحقيق حماية موضوعية للمستهلك في الفترة ما قبل التعاقد عن طريق الإدلاء بالأسعار والبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع المعروضة للبيع⁴.

ويعتبر الإعلام وسيلة حديثة لتوعية المستهلك، وله دورا في حمايته فهو عامل من عوامل الشفافية في السوق⁵.

وستتناول من خلال هذا المبحث، الإلتزام بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات (المطلب الأول)، ثم الإلتزام بإعلامه بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع (المطلب الثاني).

¹- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقديّة للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، ص190

²- القانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989، يتعلق بالاسعار، ج ر ع 29، الصادر في 19 جويلية 1989. (ملغى).

³- الأمر رقم 95-06 مؤرخ 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر ع 09 الصادرة 09/02/1995. (ملغى).

⁴- نعيمة سليمان، إلتزام العون الإقتصادي بالإعلام عن الاسعار والتعريفات، مجلة العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي احمد زبانة-غليزان-، معهد العلوم القانونية والإدارية، العدد 7، ديسمبر 2016، ص. 279

⁵- سلمى بقرار، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر-السداسي الثالث- تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية-بوداوا- قسم القانون الخاص، 2021، ص.10.

المطلب الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات.

لقد أوجب المشرع الجزائري على العون الإقتصادي وفقا للقانون رقم 04-02 بإعلام الزبائن (المستهلك)، بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وذلك من أجل شفافية الممارسات التجارية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستهلك من معرفة السعر دون الحاجة إلى سؤال البائع عنه مما يجعله حرا في التعاقد من عدمه دون أن يقع في حرج¹، حيث يسهل ويسمح للمستهلك بممارسة حقه في الإختيار وتحديد حاجياته من بين مختلف السلع والخدمات المعروضة للبيع، على حسب متطلباته الإستهلاكية وقدراته الشرائية.

وعلى العون الإقتصادي أن يحيط المستهلك علما بجميع العناصر التي تسمح له بإبرام العقد عن علم كامل، كون الأول هو في موقع العارف لمكونات البضاعة التي يبيعها في حين أن الثاني جاهل ليس له به نفس المعرفة التقنية²، ويجب أن تشمل المعلومات كل ما هو ضروري لجعل المستهلك يبرم العقد عن علم ولكي يستعمل المنتج بصورة صحيحة³.

ولقد حرص المشرع الجزائري على توفير جميع المعلومات والبيانات حول السلع أو الخدمة المقدمة للمستهلك، حيث أنه كرس في المادة 8 من القانون رقم 04-02، على إلزامية العون الإقتصادي بإعلام المستهلك بالمعلومات ومميزات المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك وتنص هذه المادة على أنه: "يلزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة".

واستنادا من كل ما ذكرناه سيكون محور دراستنا في هذا المطلب حول الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات (الفرع الأول)، ثم الإعلام بالبيانات (فرع الثاني).

¹سلمي بقار، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 8.

²جولي شاهين حصني، الحماية الجزائرية للمستهلك السبل والطلول المستحدثة في القانون رقم 2005/659 المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، الطبعة 1، 2013، ص 143.

³جولي شاهين حصني، مرجع سابق، ص 144.

الفرع الأول : الإعلام بالأسعار و تعريفات السلع والخدمات.

تختلف إهتمامات المستهلك قبل التعاقد من مستهلك إلى آخر فمنهم من يحرص على معرفة خصائص الشيء المبوع، أو طبيعة الخدمة المقدمة بشكل دقيق وتفصيلي ومدى تلبيتها لمتطلباته ورغبته الإستهلاكية مهما كان سعرها، ومن جهة أخرى هناك فئة من المستهلكين الذين يحرصون على التعرف على السعر قبل المواصفات، ومدى كفاية قدرته المادية للحصول عليها، وذلك على حسب القدرة الشرائية ومستوى الدخل¹. والإلتزام بالإعلام يشمل كافة الأشياء المبوعة، وتعتبر المنتوجات بمثابة العنصر الأساسي لقيام العلاقة التجارية بين المستهلك والعمول الإقتصادي، حيث تتم هذه العلاقة قصد الحصول على منتوجات طبقا للإتفاق المبرم بينهما².

أ.تعريف السلع:

قام المشرع الجزائري بتعريف السلع حسب المادة 2 فقرة 3 من الأمر رقم 06-03³ المتعلق بالعلامات على أنها: "كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاصا أو مصنعا". كما عرفها أيضا في القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك بموجب المادة 3 فقرة 18 التي تعرف السلعة " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا". وذكر أيضا المنتج في نفس هذه المادة فقرة 11 حيث عرفه على أنه: " كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا". وأعطى أيضا عدة تعريفات للمنتوج في نفس المادة لتعددتها وإختلافها.

¹- احمد مريشة، حماية المستهلك في مجال الشفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية مدرسة الدكتوراه في القانون الاساسي والعلوم السياسية، جامعة اقلي محند اولحاج -البويرة-ص13.

²- زويير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية كلية الحقوق، جامعة ملود معمري -تيزي وزو- ص54.

³- الامر رقم 06-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد44 الصادرة 23 يولية2003.

ب. الخدمات :

إلى جانب السلع نجد الخدمات التي عرفها المشرع في نص المادة 3 من ق 09-03¹ في الفقرة 17 على أنها: " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة ".

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 90-39² المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش نجد أن المشرع عرف الخدمة في المادة 2 على أنها: " الخدمة هو كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له ".

يتضح لنا من النصين أن الخدمة هي كل مجهود يمكن أن يقوم بمقابل على أن لا يكون مال منقول، وقد تكون ذات طابع مادي كالتصليح، التنظيف، الفندقية، النقل، أو ذات طابع إقتصادي كالتأمين والقرض، أو ذات طابع فكري كالعلاج الطبي والإستشارة القانونية³.

أولاً: الإعلام بالأسعار.

يعد السعر أحد أهم عناصر السلعة أو الخدمة الواجب إظهارها، إذ يسمح للمستهلك بتقدير ما إذا كانت السلعة أو الخدمة تتناسب قدرته الشرائية أو لا⁴.
السعر هو المبلغ النقدي الذي يلتزم المستهلك بدفعه للبائع كمقابل للمنافع التي يحصل عليها من السلع والخدمات⁵.

¹- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

²- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

³- ويزيرة لحراري (شالغ)، 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 الاساسي والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري 2012، ص 24-25.

⁴- جولي شاهين حصني، الحماية الجزائرية للمستهلك، مرجع سابق، ص 137.

⁵- نبيل ابراهيم سعد، العقود المسماة عقد البيع، دار الجامعة الجديدة، ط2، الاسكندرية، 2004، ص 149.

❖ حرية الأسعار:

لدى العون الإقتصادي الحرية في تحديد أسعار السلع والخدمات التي يعرضها للبيع. وعادة ما يشتمل السعر من الناحية الإقتصادية على ما يلي:

قيمة الشيء التي تحدد طبقا لقانون العرض والطلب. وايضا هامش الربح الذي يعود على البائع وهو الذي يعتبر المحرك الرئيسي للنشاط الإقتصادي ويتوقف نطاقه على عوامل كثيرة منها الظروف، مهارة البائع، وقوته وضعفه من الناحية الإقتصادية. وبالإضافة إلى هذا يشمل أيضا المصاريف المختلفة ، مثل الرسوم والضرائب، نفقات التعبئة والتخزين وغير ذلك¹. أما من الناحية القانونية فهو يشمل كل العناصر التي تعود بالفائدة على البائع والتي تقابل في ذمته المالية إلى قيمة الشيء المبوع².

ورغم وجود مبدأ حرية الأسعار إلا أن المشرع الجزائري سمح للدولة بالتدخل في تحديد الأسعار. حيث أنه يكون تدخل الدولة عن طريق آليات حددها المشرع وهي تحديد السعر، تحديد هامش الربح ، تسقيف السعر، التصديق.

• حالات التسعير:

حدد المشرع الحالات التي يمكن للدولة أن تتدخل لتحديد الأسعار، على العون الإقتصادي إحترام هذا التحديد، وذلك في الحالات التالية:

أ. تحديد الأسعار بصفة عادية³:

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس إقتراحات القطاعات المعنية ، وذلك للأسباب الرئيسية التالية:

○ مكافحة المضاربة بجميع أنواعها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

¹-نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة عقد البيع، مرجع سابق، ص149

²-مرجع نفسه، ص149.

³-أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر -باتنة- 2016، ص17.

○ تثبيت إستقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الإستهلاك الواسع في حال إضطراب محسوس للسوق.

ب. تحديد الأسعار بصفة مؤقتة:

يمكن إتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها حسب الأشكال نفسها في حالة إرتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب إضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمدة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكار الطبيعية¹.

الهدف الأساسي للإعلان عن الأسعار هو حماية المستهلك من تعسف البائع أو الصانع أو مقدم الخدمة . فمثل هذه الحماية تحقق الأهداف التالية²:

- حماية المستهلك حتى لا ينخدع بالوسائل التي يستخدمها البائع في تسويق السلع والخدمات.
- حماية المستهلك حتى لا يقدم البائع أو الصانع على رفع الأسعار وإحتكار السوق الإستهلاكي.
- إلزام المعلن تسليم السلعة المعلن عنها بالسعر المعلن عنه.
- منع البائع أو الصانع أو مقدم الخدمة من إستغلال احتياج المستهلك بالتخفيضات الوهمية لأسعار السلع والمنتجات المعلن عنها.

وإلى جانب هذه الشكليات التي يقوم بها العون الإقتصادي للإعلام بالأسعار والتعريفات. قام المشرع الجزائري على فرض ضوابط يجب مراعاتها في السعر محل الإعلام، وتتمثل هذه الضوابط في وجوب تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن

¹- زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الحقوق والحريات جامعة محمد خيضر - بسكرة- افريل 2017، عدد 4، ص 664-665.

²- علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الاممارسات التجارية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق-بن عكنون- جامعة الجزائر 1، 2014، ص 21-22.

وأيضاً وجوب موافقة السعر المعلن للمبلغ الإجمالي المدفوع مقابل السلعة أو الخدمة¹. وتعد هذه الضوابط بمثابة شروط للإعلام بالأسعار والتعريفات.

1. تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن.

نص المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 5 فقرة 3 على أنه: " يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري ".

وعندما تكون هذه السلع معلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

وتبين لنا من خلال نص هذه المادة أن المشرع الجزائري ألزم العون الإقتصادي بضرورة تحديد مقدار السلعة الذي يقابل السعر المعلن عنه، على اعتبار أنه لا فائدة ترجى من تبين السعر للمستهلكين إذا لم يحدد لهم مقدار المبيع المقابل لهذا السعر حتى يتسنى لهم الإعلام الذي يستهدفه المشرع².

يتضح من نص المادة 5 السالفة الذكر أنها تخص السلع التي تباع بالمقادير، حيث أنه يجب على العون الإقتصادي تحديد مقدار السلعة والموافق للسعر سواء عن طريق العد كقوالب الإسمنت، أو عن طريق الوزن كالخضر أو عن طريق الكيل كالسوائل، أو عن طريق المقاس، فإذا تعلق البيع بهذا الصنف تكون بصدد البيع بالتقدير، إذ يجب أن يتم التقدير أمام المشتري وذلك حرصاً على الشفافية في المعاملات، وبالنسبة للسلع المحددة المقدار كالمشروبات فيجب وضع العلامة على الغلاف حتى تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن³.

¹ زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04_02، مرجع سابق، ص.66

² نعيمة سليمان، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مرجع سابق، ص.285.

³ نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق يحي -جيجل-

قسم الحقوق، 2016، ص.14.

2. موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع.

أوجب القانون على العون الإقتصادي أن يحدد المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل اقتناء السلعة أو حصوله على الخدمة، بموجب نص المادة 6 من القانون 04-02 على أنه: " يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة " .

حيث أنه قد يقدم المستهلك على إبرام العقد مع العون الإقتصادي مقابل الأسعار المعلنة على المنتجات المعروضة، ثم يتفاجأ عند مباشرته في إبرام العقد بوجود مبالغ إضافية مقابل ملحقات أو أداءات ترتبط بتسليم السلع أو تنفيذ الخدمة، مما قد يوقع المستهلك في حرج¹. ويجب أن يكون السعر المعلن عنه يشمل قيمة كل ما يتطلبه إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة من طرف المستهلك².

ثانيا: وسائل تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات.

يلتزم العون الإقتصادي بإعلام المستهلك عن طريق وسائل يفرضها القانون، حيث قام المشرع الجزائري بتحديد كفيات إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات في فقرتها الأولى في نص المادة 5 من القانون رقم 04-02 التي تنص على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معطقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " .

ونصت أيضا المادة 7 من نفس القانون على أنه: " يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها. ويكون هذا الإعلام بواسطة جدول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة " .

¹بقر سلمي، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 24.

²زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مرجع سابق، ص 669.

وبالرجوع إلى المادة 17 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أنها تنص في فقرتها الأولى على: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ".

يتضح لنا من خلال ما جاءت به المادتين 5 و 7 من قانون الممارسات التجارية رقم 04-02 على أنه الوسائل التي يقوم المتدخل بالإعلام بها في مواجهة الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم تختلف عن التي يستخدمها في إعلام المستهلكين.

أ. وسائل الإعلام في مواجهة المستهلك.

نظم المشرع الجزائري وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقة بين العون الإقتصادي والمستهلك في المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك والمادة 5 من قانون الممارسات التجارية 04-02. وتتمثل هذه الوسائل في العلامات والوسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة.

1. العلامات:

عرف المشرع العلامة في المادة 2 من الأمر 03-06¹، المتعلق بالعلامات على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره". وتعد العلامة التجارية من أهم الوسائل التي يلجأ إليها المحترف لتمكين المستهلك من معرفة سلعته. وتعتبر من الآليات الفعالة لحماية المستهلك، ويجب وضع العلامة الحاملة للسعر على السلعة نفسها أو بالقرب منها، ويجب أن تكون سهلة القراءة².

¹ الأمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، عدد 44 الصادرة في 23 يوليو 2003.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، دار بغداد للطباعة والنشر والتوزيع، د ط الجزائر، د سنة النشر، ص 81.

وقد عرفتھا الاستاذة سميحة القليوبي على أنها " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو وضعها لتمييز هذم المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"¹.

1. الوسم:

لقد عرف المشرع الجزائري الوسم في عدة نصوص قانونية منها المادة 3 فقرة 5 من القانون رقم 09-03²، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها ".

وكما ورد في المرسوم التنفيذي رقم 05-484³، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها في المادة 3 منه على أنه: " كل نص مكتوب أو مطبوع وكل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق المنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع ". فالوسم ما هو إلا وسيلة تضمن تنفيذ المتدخل لإلتزامه بإعلام المستهلك⁴، ويجب كتابة الوسم بصفة واضحة، وأن يتضمن جميع البيانات الضرورية، ويجب تعليقه إما على السلعة نفسها، أو على العلبة المحتوية لها⁵.

¹ -بن سالم المختار، الإلتزام بالاعلام كالية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نضام ل م د، تخصص

قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص.172.

² -القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ -مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ

في 10 نوفمبر 1990، و المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر عدد83، الصادرة 2005/12/25.

⁴ -وزارة لحرار(شالغ)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مرجع

سابق، ص.50.

⁵ -محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 82.

3. المعلقات:

تستعمل المعلقات في الغالب للإعلام بالأسعار والتعريفات في مجال الخدمات، وهو جدول يعلق في مكان اقتراح الخدمة يضم أسعارها وطبيعتها بحيث تكون مقروءة ومرئية بشكل جيد تضم بالإضافة لذلك الرسوم والتكاليف الإضافية إذا كانت الخدمة مصحوبة بعمليات إضافية أو خاصة وكذا تكاليف النقل... الخ¹.

4. وسائل أخرى مناسبة:

لقد ترك المشرع المجال مفتوحا في اختيار الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، ويشترط أن تكون مرئية ومقروءة مما يوحي باستبعاد أي إعلام شفوي للأسعار وهذا ما يفتح الباب لإستعمال وسائل التكنولوجيا الحديثة².

ب. وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة الأعوان الإقتصاديين.

كرس المشرع الجزائري كفاءات الإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين ضمن نص المادة 7 فقرة 2 من القانون رقم 04-02³، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وتمثل هذه الوسائل في:

1. جدول الأسعار أو النشرات البيانية:

هي عبارة عن وثائق يقوم العون الإقتصادي بإعدادها، تتضمن هذه الجداول قوائم بالسلع والخدمات المعروضة للبيع، وما يقابلها من أسعار ويجب أن تكون هذه الجداول مكتوبة بطريقة واضحة ومقروءة دون شطب أو حشو بما لا يدع مجالا للشك حول طبيعة السلعة والخدمة أو سعرها.

¹- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص.25

²- بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية-، 2009، ص.15

³- القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

2. دليل الأسعار:

هي وثيقة تتضمن تركيبة الأسعار تسلم للـعون الإقتصادي في مكان البيع أو تقديم الخدمة. وهي كثيرة الإعتـماد عندما يكون المنتج معقد الإستعمال أو في حالة الخدمات المتعددة التي يستوجب تقديمها شروط معقدة مثل الدليل الخاص بوكالات الإشهار.

3. وسائل أخرى ملائمة:

تدل هذه العبارة على أن وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات المحددة بموجب هذه المادة جاءت على سبيل المثال لا الحصر، وأن المشرع أراد فتح المجال أمام الأعوان الإقتصاديين في اختيار الوسيلة المناسبة بكل حرية شريطة أن تكون مقبولة في الوسط المهني¹.

أما فيما يخص عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات يعتبر مخالفة لأحكام المواد 4، 6، 7 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وحسب المادة 31 من هذا القانون يعاقب على عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000) إلى مائة ألف دينار (100.000)².

الفرع الثاني: البيانات.

يجب على العون الإقتصادي الإدلاء بكافة المعلومات والبيانات والأوصاف المادية المتعلقة بالمنتج، لما لها من تأثير على قراره بالإقبال على هذه المنتجات أم لا، حيث يجب تقديمها قانونيا للمستهلك لتمكين هذا الأخير من التعبير عن إرادة واعية وحررة³.

¹سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مرجع سابق، ص14..

²القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³واعمر جبالي، حماية رضا المستهلك عن طريق الاعلام(الوسم والاشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية جامعة مولود معمري-تيزي وزو - 2006، ع 2. ص18.

ومن الضروري تقديم كل البيانات والمعلومات الخاصة بالشيء المباع سواء كانت هذه البيانات تعليمات أو توصيات أو مواصفات المنتج أو إرشادات وهذا لهدف الوصول إلى رضا المستهلك السليم والكامل للتعاقد¹.

ويعني هذا الإلتزام بالإفصاح من طرف بائع السلع أو منتجها كافة المعلومات والبيانات الأساسية والتي لا غنى عنها لإستعمال السلعة أو المنتج على الوجه الصحيح². حيث أنه ينبغي عليه أن يذكر مصدر المنتج وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لإستهلاكه وكيفية إستعماله والإحتياطات الواجب إتخاذها من أجل ذلك، وهذا ما أتى به المشرع الجزائري في المادة 8 من قانون الممارسات التجارية 04-02³، التي تنص على إلزامية البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة.

وأكد هذا أيضا بموجب نص المادة 10 قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للإستهلاك فيما يخص:

- . مميزاته و تركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته .
- . تأثير النتوج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات .
- . عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج .
- . فئات المستهلكين المعروضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال .
- . تحديد القواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات عن طريق التنظيم .

¹- دليلة معروز، الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني ومدى فعالية و شمولية قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معارف مجلة علمية محكمة، دار زمورة للنشر والتوزيع، بويرة، جوان 2010، ع08، ص80.

²- عصام احمد البهجي، الإلتزام بالشفافية والإفصاح في عقود الاستثمار والاستهلاك والعلاج الطبي، المكتب الجامعي الحدث، ط1، الإسكندرية، 2014، ص.64

³- قانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مرجع سابق.

وتختلف المعلومات والبيانات الخاصة بالسلع من منتج لأخرى ومن خدمة لأخرى ومن عملية تعاقدية لأخرى، حيث أنه تعتبر هذه المعلومات الخاصة بالمنتج من الآليات التي تساعد على معرفة حقيقة المنتج المقدم للاستهلاك وتثوير المستهلك، ويجب أن تكون متاحة له في كل وقت دون أن يطلبها من المتدخل وأن تكون واضحة وغيابها قد يؤدي الى وقوعه في لبس.

المطلب الثاني: إعلام المستهلك بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع.

تعتبر شروط البيع أساسا جوهريا لإنطلاق المفاوضات بين البائع والمشتري بقصد إبرام العقد وقيام العلاقة التجارية، ولهذا يلزم العون الإقتصادي بإعلام المشتري بهذه الشروط.

واستنادا إلى القانون رقم 02-04¹ من قانون الممارسات التجارية، نجد أن المشرع قد كرس إلزامية الإعلام بشروط البيع وكذا حدود المسؤولية التعاقدية للبائع، في المادتين 4 و8 من هذا القانون، حيث أنه تنص المادة 4 على: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع ".

ونصت أيضا المادة 8 من نفس القانون على أنه: " 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 ".

سنتطرق في هذا المطلب إلى الإلتزام بالإعلام بشروط البيع (فرع الاول)، ثم الإعلام بحدود مسؤولية البائع (فرع الثاني).

الفرع الأول: الإلتزام بالإعلام بشروط البيع.

يلتزم العون الإقتصادي بإعلام المستهلك بشروط البيع الممارس وهي تشمل جميع الأحكام التي تسمح بانتقال المنتج من العون الإقتصادي إلى المستهلك، وتشمل أساسا تقديم شروط الضمان والتكاليف المتعلقة بالبيع وغير ذلك، وتضمنت المادة 9 من القانون

¹-القانون رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

رقم 04-02، بعض شروط البيع الواجب الإعلام بها إجباريا في المعاملات التجارية. حيث نصت هذه المادة على أنه: " يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين كصفات الدفع، وعند الإقتضاء، الحسوم، والتخفيضات والمسترجعات". حيث من هذه المادة يتبين لنا الشروط الواجب الإعلام بها في العلاقة بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم .

أولاً: كصفات الدفع.

نقصد بمصطلح كصفات الدفع عدة عناصر، منها آجال الدفع ووسائله، كصفات الدفع نقدا أو بواسطة شيك، تحديد شكل الجزاء المقرر في حالة التأخر عن الدفع، كصفة حساب الغرامات التأخرية .

ثانياً: التخفيضات والحسوم والمسترجعات.

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 05-468¹ ، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكصفات ذلك. نجد أن المشرع عرف بموجب المادة 6 من هذا القانون كل من هذه المصطلحات على النحو التالي:

- أ. التخفيضات: كل تنزيل في السعر يمنحه البائع، لاسيما نظرا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات.
- ب. الحسوم: سميت في هذه المادة بالإقتطاع وعرفها على أنها: كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخير في التسليم أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية خدمات.
- ت. المسترجعات: سميت بالإنتقاص وعرفت كالتالي: هي كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتري يحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم المنجز من هذا الأخير خلال مدة معينة "

¹المرسوم التنفيذي رقم 05-468، مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 ، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الاجمالية و كصفات ذلك، ج ر عدد80 الصادرة 2005/12/11 .

أما الشروط الواجب الإعلام بها في العلاقة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلك لم يحددها المشرع ضمن أحكام القانون رقم 04-02، ولكنه قام بحصرها بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، حيث من خلال المادة 3 من المرسوم رقم 06-306¹، حدد المشرع العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين العون الإقتصادي والمستهلك، وقد نصت هذه المادة على: "تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 2 أعلاه أساسا بما يلي: خصوصيات السلع والخدمات وطبيعتها.

. الأسعار والتعريفات.

. كفاءات الدفع.

. شروط التسليم وآجاله.

. عقوبات التأخير عن الدفع والتسليم.

. كفاءات الضمان ومطابقة السلع والخدمات.

. شروط تعديل البنود التعاقدية .

. شروط تسوية النزاعات.

. إجراءات فسخ العقد .

أما فيما يتعلق عن وسائل الإعلام بشروط البيع لم يحددها القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فهو يعتبرها نفس وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات. بينما المرسوم التنفيذي رقم 06-306 السابق الذكر، نص في المادة 4 منه على: " يتعين على العون الإقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه ."

أما فيما يخص جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع ومن خلال القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نصت المادة 32 على: " يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 9،8 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000) إلى مائة ألف دينار (100.000) ."

¹مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد56 الصادرة 2006/09/11.

الفرع الثاني: الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية.

إضافة إلى الإلتزامات التي تقع على عاتق العون الإقتصادي (المتدخل) في المعاملات التجارية التي يقوم بها، نجد أن المشرع من خلال نص المادة 8 من القانون رقم 04-02 أُلزمه على إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة المقدمة له. فمسؤولية المنتج (العون الإقتصادي) العقدية تقوم إذا أخل هذا الأخير بأحد الإلتزامات التي رتبها العقد المبرم بينه وبين المتضرر¹. ويكون المحترف أو كل متدخل في عملية عرض السلعة للإستهلاك مسؤولاً عن كل ما يحدثه المنتج أو الخدمة المعروضين للإستهلاك من أضرار للمستهلكين، كما يكون مسؤولاً عن كل مخافة للقانون يحتوي عليها المنتج الخدمة المعروضة حتى لو لم يحدث ضرراً للمستهلك².

ويعتبر الضرر الركن الثاني لقيام المسؤولية العقدية، فيجب أن يترتب عن الخطأ ضرر يصيب الدائن لعدم تنفيذ المدين إلتزامه التعاقدية أو التأخر فيه³. ونستطيع أن نعرف الضرر بأنه الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة المساس بمصلحة مشروعة له أو بحق من حقوقه، والمصلحة المشروعة إما أن تكون مادية أو أدبية⁴. ويقع عبء إثبات الضرر على المدعي، وهو عملياً المضرور⁵.

كما يتضمن الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية وأيضاً إخبار المستهلك بالحدود المتوقعة للأضرار التي يلتزم العون الإقتصادي بتعويضها في حالة وقوعه. وقد نص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بموجب مواده من 13 إلى 16، على أهم العناصر المحددة للمسؤولية التعاقدية وهي إلتزام البائع بالضمان وحق المستهلك في تجربة المنتج المقتنى، وكذا خدمة ما بعد البيع بعد إنقضاء فترة الضمان أو حين لا يمكن للضمان أن يلعب دوره.

¹-كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، د ط الاسكندرية 2013، ص3.

²-عصام احمد البهجي، الإلتزام بالشفافية والإفصاح في عقود الاستثمار والاستهلاك والعلاج الطبي، م س ص 85.

³-محمد صبري السعيد، الواضح في شرح القانون المدني النظرية العامة للإلتزامات مصادر الإلتزام العقد والارادة المنفردة، دار الهدى، ط 4، الجزائر، 2009، ص314.

⁴-المرجع نفسه، ص314.

⁵-محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دار الفجر للنشر وتوزيع، د ط، مصر، 2005، ص36.

ونقصد بالضمان حسب المادة 3 من القانون المذكور أعلاه على أنه: " إلتزام 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 ". وعليه تكمن أهمية الإلتزام بالإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية في كون نطاق التعويض في المسؤولية العقدية يقتصر على الأضرار المتوقعة فقط، ما لم يرتكب المدين غشا أو خطأ جسيما¹.

أما خدمة ما بعد البيع تشمل كل أشكال الخدمات الممنوحة بعد إبرام عقد البيع، والمتعلقة بالشيء المبيع، مهما كانت طريقة الدفع، كالتسليم في المنزل، والإصلاح والعناية وخدمة التركيب².

المبحث الثاني: الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك.

إلى جانب الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع الذي يفرضه المشرع الجزائري على العون الإقتصادي القيام به قبل التعاقد، نجد أنه ألزمه أيضا بالفاتورة كوسيلة لتجسيد شفافية الممارسات التجارية ولضمان حماية المستهلك في المعاملات التجارية التي يتعاقد فيها، حيث أنه تعتبر تسليم الفاتورة من الإلتزامات التي يفرضها القانون على العون الإقتصادي الإلتزام بها في فترة ما بعد التعاقد في المعاملات التجارية التي يقوم بها.

وطبقا لنص المادة 10 من القانون رقم 04-02، يعد تحرير الفاتورة إلتزام يقع على عاتق الأعوان الإقتصاديين سواء كانت العلاقة بينه وبين عون إقتصادي آخر أو بينه وبين المستهلك، حيث نصت المادة السالفة الذكر على أنه: " يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين مصحوبا بفاتورة.

يلزم البائع بتسليمها، ويلزم المشتري بطلبها منه، و تسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة. يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون ".³

¹-نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص22.

²-ويزة لحرار(شالح)،حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مرجع سابق،ص46.

يتبين لنا من خلال نص هذه المادة أن العون الإقتصادي ملزم بتقديم الفاتورة في مواجهته لعون إقتصادي آخر، في حين أنه يمكن عدم تقديمها في مواجهته للمستهلك إلا في حالة طلبها هذا الأخير منه. وتتمثل النشاطات الخاضعة للفوترة في نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات¹.

وتلعب الفاتورة عدة أدوار، حيث أنها تعتبر وسيلة لإضفاء الشفافية للممارسات التجارية. وتكمن أهمية الفاتورة في حماية حقوق الأعوان الإقتصاديين، وذلك من خلال معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى تعمل لإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم وكذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها².

ولها أيضا دورا أساسيا في مساعدة التجار في القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة التي أبرمت³، حيث أنها بمثابة وسيلة للمحاسبة. وهي أيضا من آليات الرقابة بما أنها الوثيقة التي تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من مراقبة العمليات التجارية⁴.

ووفقا لكل هذا سنتطرق في هذا المبحث إلى الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك (المطلب الأول)، ثم عدم الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك.

لقد استخدم المشرع الجزائري في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصطلحين هما الفوترة والفاتورة، إذ تعتبر الفوترة تلك العملية التي يتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات⁵.

¹حنان مسكين، التزام العون الاقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، عدد 22، 2020، ص 594.

²احمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 40.

³زويبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 70.

⁴سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02-04، مرجع سابق، ص 27.

⁵جميلة بن مدثر/نسيمة بن مدثر، الإلتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة امحمد بوقرة بومرداس 2019، ص 9.

وتعد الفاتورة أحد أشكال الإلتزام بالفوترة، رغم أن المشرع الجزائري لم يعرفها بموجب القانون إلا أنها وثيقة تجارية إلزامية، تسلم بمجرد إبرام عقد البيع أو تأدية الخدمة¹. ويجب ان تفرغ في محرر مكتوب يتكون من اصل وصورة او عدة صور، ويجب ان تتضمن عدة بيانات يتطلبها العرف التجاري حتى تكون صحيحة ومنتجة لأثارها كوثيقة تجارية وتعد دليلا للإثبات في المعاملات التجارية². ويعرفها **lany économique** على أنها "كتابة تنشأ بمناسبة بيع أو أداء خدمة التي تثبت وجود هذه العمليات التجارية وتوضع الشروط"³.

ومن خلال كل ما ذكرناه سنتناول في هذا المطلب الشروط الشكلية لتحديد الفاتورة (الفرع الأول)، ثم بدائل الفاتورة (فرع الثاني).

الفرع الأول: الشروط الشكلية لتحديد الفاتورة.

تتعلق الشروط الشكلية بأهم البيانات الضرورية واللازمة الواجب تحديدها بصفة دقيقة وبسيطة. حيث قام المشرع الجزائري بتكريس البيانات الواجب توافرها في الفاتورة في المرسوم التنفيذي رقم 05-468⁴، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.

أولاً: الشروط المتعلقة بأطراف الفاتورة.

لقد عدتها المادة 3 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر، التي نصت على البيانات التي يجب أن تحتوي عليها الفاتورة المتعلقة بالعميل الإقتصادي، فهذه المادة حددت البيانات الواجب توافرها في الفاتورة على سبيل الحصر لا على سبيل المثال، حيث أنها

¹ أحمد مريشة، حماية المستهلك في مجال شفافية م في ضوء القانون 04-02، مرجع سابق، ص 39.

² نادية فضيل، الاوراق التجارية في القانون الجزائري، دار هومه، د ط، الجزائر، 2004، ص 15.

³ عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020، ص 22.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك، مرجع سابق.

ذكرت البيانات التي تخص العون الإقتصادي إذا كان بائع وتتمثل هذه البيانات فيما يلي:

- إسم الشخص الطبيعي ولقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس و كذا العنوان الإلكتروني عند الإقتضاء.
- الشكل القانوني للعون الإقتصادي وطبيعة النشاط.
- رأس مال الشركة عند الإنقضاء.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.

أما في حالة ما إذا كان العون الإقتصادي مشتري يشترط نفس لبيانات السالفة الذكر في المادة 3 من المرسوم المتعلق بالبائع، باستثناء البيان المتعلق برأس مال الشركة بحيث لم يتم النص عليها في المادة المذكورة سابقا إذا كان المشتري عون إقتصادي¹.
أما إذا كان المشتري هو المستهلك النهائي نصت المادة 3 السالفة الذكر في فقرتها الأخيرة على أنه: " يجب أن تحتوي الفاتورة على إسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا".
ويتبين لنا أيضا من نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر على وجوب وضع الختم الندي و توقيع البائع إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني .

ثانيا: البيانات المتعلقة بالأسعار.

يجب أن تتضمن الفاتورة سعر السلع والخدمات المحدد أثناء إنعقاد العقد، ولقد حدد المشرع الجزائري البيانات الخاصة بتدوين الأسعار والتي يجب كتابتها في الفاتورة ضمن مواد المرسوم التنفيذي 05-468¹، حيث ذكر في المادة 3 البيانات الواجب كتابتها وهي:

- سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.
- السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.

¹ -زهرة علاوة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، الاعوان الإقتصاديين/المستهلك، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص64.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، مرجع سابق.

- طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات ونسبها المستحقة، حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة. ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه.
- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محررا بالأرقام والأحرف.

وأضافت المادة 5 من نفس المرسوم التنفيذي على أنه: " يشتمل السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، عند الإقتضاء، على جميع التخفيضات أو الإقتطاعات أو الإنتقاصات الممنوحة للمشتري والتي تحدد مبالغها عند البيع و/أو تأدية الخدمات مهما يكن تاريخ دفعها ".
وذكر المشرع في المادة 7 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر على وجوب ذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة أو لا تشكل عنصرا من عناصر سعر الوحدة.

أما المادة 8 من نفس المرسوم التنفيذي أكدت على وجوب ذكر الزيادات في السعر، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على المشتري. ونصت أيضا المادة 9 على وجوب تسجيل المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرزم القابل للإسترجال وكذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير، عندما تكون غير مفوترة في فاتورة منفصلة .

ثالثا: البيانات الخاصة بمميزات السلع والخدمات.

بالإضافة إلى البيانات المذكورة سابقا أوجب المشرع في المادة 3 السالفة الذكر على وجوب كتابة تسمية السلع المباعة وكميتها أو تأدية الخدمات المنجزة، وتكون هذه التسمية وفق النصوص التشريعية المعمول بها في هذا المجال، كقانون العلامة وقانون تسمية المنشأ. وتعتبر العلامة هي تلك السمة المميزة للمنتجات أو الخدمات¹.

¹ -زهرة علاوة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مرجع سابق، ص72.

وتتمثل أهمية التسمية والزامية ذكرها في الفاتورة، على أنها تساعد الزبون كي يتأكد من مطابقتها مع وسم السلع أو الخدمات. وتكون كمية السلع أو الخدمة المذكورة في الفاتورة على حسب وحدة القياس المعمول بها.

وقد قام المشرع أيضا بإلزام البائع بتحديد تاريخ تحرير الفاتورة، وكذا طريقة وتاريخ تسديد الفاتورة، حيث أنه ترك أجل و كيفية الدفع لحرية الأطراف. وكذا يجب أن تحرر بشكل واضح، ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو.

وحرص المشرع على تحرير الفاتورة وفق البيانات الإلزامية المحددة في المرسوم 468-05، لما لها من أهمية لإضاء الشفافية في المعاملات التجارية. فالعون الإقتصادي ملزم بوضع كل البيانات الضرورية في الفاتورة.

وفيما يخص وقت تسليم الفاتورة فهي تسلم وقت تسليم المبيع، ويمنع المشرع من أن تسلم وقت إنعقاد العقد، أما في حالة الخدمة المقدمة يجب أن تحرر الفاتورة وقت تقديم الخدمة ويكون تسليمها متماشيا مع وقت تأديتها إلى حين تنفيذها كلها.

الفرع الثاني: بدائل الفاتورة.

تتطلب المعاملات التجارية السرعة والليونة في التنفيذ، نظرا لخصوصية هذه المعاملات حيث تتأثر بعامل الوقت بدرجة كبيرة، ونظرا لطول إجراءات تحرير الفاتورة وتكاليف إعدادها¹. مما أقر المشرع بدائل للفاتورة أكثر سهولة لتسهيل المعاملات التجارية، والتي تتمثل في وصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وسند المعاملة تجارية، قام بذكر هذه البدائل بموجب المادة 11 من القانون رقم 02-04².

أولا: وصل التسليم

يعد وصل التسليم وثيقة تجارية يحررها العون الإقتصادي بدل الفاتورة وذلك في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع سلع مع نفس الزبون، ويكون العمل به

¹فضيلة رويس/حنان شطابي، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص56.

²قانون رقم 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

بعد حصول المتعامل على مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة. ويتضح كل هذا بموجب ما نص عليه المشرع في المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-486¹، وكذا المادة 11 من القانون رقم 04-02. ولا يمكن تحرير وصلات التسليم إلا بتحقيق الشروط وتوفر البيانات التي نظمها المشرع في أحكام المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه.

أ. شروط تحرير وصل التسليم² :

- يشترط أن يكون البيع بصفة متكررة ومنتظمة لنفس الزبون ويقصد بذلك أن العون الإقتصادي يجب أن يتعامل مع نفس الزبون فيقوم بتقديم له الطلبات التي يريدها بصفة متكررة ومنتظمة في فترات زمنية متقاربة.
- يشترط وجود عملية تجارية ويعني ذلك أن العلاقة الموجودة بين العون الإقتصادي والزبون هي علاقة تجارية بمناسبة عملية تجارية، أي أن العمليات التجارية يمكن أن تكون محل وصل التسليم.

ب. البيانات القانونية لوصول التسليم:

أما فيما يخص البيانات الواجب إظهارها في وصل التسليم حددها المشرع في المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-486، حيث يجب أن يحتوي وصل التسليم على البيانات التالية:

- رقم وتاريخ المقرر المتضمن الترخيص بإستعمال وصل التسليم.
- إسم ولقب العون الإقتصادي القائم على العملية التجارية.
- رقم بطاقة تعريف المسلم أو الناقل.
- البيانات الخاصة بالعون الإقتصادي البائع أو المشتري.
- البيانات الخاصة بالمستهلك حسب طبيعة المعاملة التجارية.
- الختم والتوقيع.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، مرجع سابق.

² - زونية بن زيدان، الفاتورة الية لحماية الاقتصاد الوطني، مجلة صوت القانون، جامعة الجزائر 1، نوفمبر 2016 المجلد 6، عدد 2، ص 468.

يتبين لنا من كل هذا أن المشرع الجزائري منح للعون الإقتصادي صلاحية تقديم وصل التسليم للزبون على أن يقوم في آخر الشهر بجمع كل هذه الوصولات في فاتورة إجمالية.

ثانيا: الفاتورة الإجمالية.

تحرر الفاتورة الإجمالية إلزاميا في آخر كل شهر ويكون مرجعها وصلات التسليم التي حررها العون مع كل زبون خلال شهر واحد. وتتضمن الفاتورة الإجمالية نفس البيانات الظاهرة على وصل التسليم وكذلك أرقام وتواريخ وصلات التسليم المحررة وهذا وفقا للمادة 17 من المرسوم التنفيذي 05-468، والتي تنص على: " يجب أن تقيد على الفاتورة الإجمالية المذكورة في المادة 14 الفقرة 2 أعلاه المبيعات التي أنجزها البائع مع كل زبون خلال فترة شهر واحد والتي كانت محل وصلات التسليم طبقا للشروط المنصوص عليها في المواد من 14 إلى 16 أعلاه.

وتحرر مباشرة بعد إنقضاء المدة الشهرية المذكورة أنفاً.

ثالثا: سند التحويل.

لم يقم المشرع الجزائري بتعريف سند التحويل، وترك الأمر للفقهاء والقضاء حيث يمكن تعريفه، على أنه وثيقة يبرر من خلالها العون الإقتصادي حركة المنتجات أو السلع التي يتم نقلها باتجاه وحدات التخزين والتحويل والتعبئة، دون أن تكون في إطار عملية تجارية². ويكون سند التحويل مرفقا مع السلع أو البضاعة أثناء تحويلها.

أ. شروط تحرير سند التحويل.

وفقنا لما جاء في المادة 11 قانون (02_04) و المادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-468 يتبين أنه لقيام سند التحويل محل الفاتورة يجب أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- عدم خضوع هذه البضائع لعمليات تجارية.
- توافر البضائع أو السلع التابعة للعون الإقتصادي.
- أن يكون نقل السلع أو التعبئة أو التسويق أي يشترط أن تكون السلع والمكان الذي تنقل إليه السلع تابعة للعون الإقتصادي.

¹ نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص37.

ب. البيانات القانونية لسند التحويل.

- حدد المشرع ج بموجب المادة 13 من م.ت 05-468¹، البيانات الواجب ذكرها في سند التحويل التي تخص ع.إ. وتتمثل هذه البيانات فيما يلي:
- الإسم واللقب والتسمية أو العنوان التجاري.
 - العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الإنقضاء.
 - رقم السجل التجاري.
 - طبيعة السلع المحمولة وكميتها.
 - عنوان المكان الذي حولت منه السلع والمكان الذي حولت إليه.
 - توقيع العون الإقتصادي وختمه الندي.
 - إسم ولقب المسلم أو الناقل وكل الوثائق التي تثبت صفته.

رابعاً: سند المعاملة تجارية.

طبقاً لما ورد في المادة 2 من م.التنفيذي 16-66²، يعد سند معاملة تجارية على أنه وثيقة مكتوبة تحل محل الفاتورة يحررها ع.إ. عند بيعه السلع لأعوان. إ. آخرين حتى ولو لم يكن المشتري النهائي وهو بدوره مكلف ببيع المنتج لغيره³. وتتمثل الفئة الملزمة بإستخدام سند المعاملة تجارية حسب المادة 3 من م.التنفيذي 16-66 المتعاملين لمتدخلين في قطاع الفلاحة والصيد والموارد البحرية وكذا الحرف والمهن.

كما يجب أن يتضمن البيان الجوهري المتمثل في تحديد السعر المتفق عليه بين العون الإقتصادي والمشتري (المستهلك)⁴.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، مرجع سابق.

² مرسوم تنفيذي رقم 16-66، مؤرخ في 16 فبراير 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة و كذا فئات الاعوان الإقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10 الصادرة 2016/02/22.

³ فاطمة حميدي، شفافية الممارسات التجارية كآلية من اليات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة، مجلة الحقوق و العلوم الانسانية، 2021، المجلد 14/ع3، ص.681

³ زونية بن زيدان، الفاتورة الية لحماية الاقتصاد الوطني، مرجع سابق، ص.469.

أ. البيانات القانونية لسند معاملة تجارية.

كرس المشرع البيانات الواجب أن يتضمنها سند معاملة تجارية في المادة 5 من ق16-66¹ وتتمثل هذه البيانات فيما يلي:

- يجب أن يحتوي على توقيع وختم البائع وكذا توقيع المشتري.
- يجب أن تكون واضحة ولا تحتوي لا على شطب ولا حشو.
- يجب أن يتضمن أيضا بيانات إلزامية على الخصوص وتتمثل في:
 - التعيين.
 - سعر الوحدة / دج.
 - الكمية.
 - مبلغ المنتج أو المادة / دج.
 - المبلغ الإجمالي / دج.
 - المبالغ المحصلة بموجب ضمان التغليف المسترجع وكذلك المصاريف التي قدمت لفائدة الطرف الثالث إن وجد.

ويهدف سند المعاملة تجارية حسب ما جاءت به المادة 4 من المرسوم 66-16³، إلى ضمان شفافية المعاملات بكل صدق ونزاهة. وأيضا إلى معرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة للمنتجات والمواد المعنية، وكذلك إلى التحكم في قنوات التسويق التجاري من الإنتاج إلى التوزيع للمستهلك.

¹مرسوم تنفيذي رقم 66-16، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة و كذا فئات الاعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، مرجع سابق.
²مرجع نفسه.

المطلب الثاني : عدم تسليم الفاتورة للمستهلك.

أعطى المشرع.ج أهمية بالغة للتعامل بالفاتورة لإضفاء الشفافية في المعاملات التجارية وذلك ما جعله أن يفرض عقوبات صارمة على الأعوان الإقتصاديين في حالة عدم الإلتزام بها.

ووفقا لما جاء به المشرع في القانون تختلف العقوبات المقررة على جريمة عدم الإلتزام بالفاتورة على حسب نوع المخالفة المرتكبة. وطبقا لأحكام ق04-02، نجد أن ع.ج فرض عقوبات على الإخلال بهذا الإلتزام دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي. وتتمثل الأساليب المخالفة لشروط تحرير الفاتورة في نظر المشرع، في عدم الفوترة أو تحرير فاتورة غير مطابقة أو تحرير فواتير مزورة.

أولا: عدم الفوترة.

يعد تسليم الفاتورة للزبون عنوانا اخر لتجسيد شفافية الممارسات التجارية سواء أكان هذا الزبون عونا اقتصاديا او مستهلكا¹. وتعتبر عدم الفوترة طبقا للقانون04-02، على أنها مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون. وفي حالة إرتكب العون الإقتصادي مخالفة عدم الفوترة أو تحريرها دون ذكر البيانات الإلزامية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05_468، أو إستعمال وصل تسليم بدل الفاتورة دون ترخيص من الإدارة المكلفة بالتجارة، أو عدم تحرير الفاتورة الإجمالية في آخر الشهر أو تحريرها دون وصولات تسليم المتعلقة بالمبيعات.

نص المشرع.ج في المادة 33 من القانون المذكور أعلاه، على العقوبة المقررة في حالة عدم الفوترة وهي فرض غرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته. وتعتبر جريمة عدم الفوترة في ق.ج على أنه: "إمتناع البائع عن تحرير فاتورة للمشتري عند إتمام البيع أو بعد أو بعد أداء خدمة أو عند طلبها"².

¹-ليندة عبد الله، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية الادارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، ص180.

²-عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات تجارية في ظل التشريع ج، مرجع سابق، ص23.

ثانيا: الفاتورة غير القانونية و الفاتورة غير المطابقة.

تعتبر الفاتورة غير قانونية إذا لم تحرر وفقا لدفتر أرومات، مهما يكن شكله مادي أو غير مادي باللجوء إلى وسائل الإعلام الألي¹.
أما الفاتورة غير المطابقة وإستنادا للمادة 34 ق.م.ت.04-02²، فهي كل فاتورة مخالفة لأحكام المادة 12 من القانون السالف الذكر، أي تعتبر على أنها تلك الفاتورة التي لا تتضمن شروط تحريرها، أو تتضمن شروط التحرير لكن بياناتها غير صحيحة.
وفي هذه الحالة ونظرا لما جاء في نص المادة 34 من القانون أعلاه يعاقب على الفاتورة غير المطابقة بغرامة مالية من عشرة آلاف دينار (10,000) دج إلى خمسة ألف دينار (50,000) دج.

ثالثا : الفاتورة المزورة.

لم ينص المشرع الجزائري على الفاتورة المزورة في القانون رقم 04-02، ولا ضمن أحكام م.التنفيذي 05-468 على أنها كل فاتورة تم تحريرها من طرف ع.إ لفائدة ع.إ آخر وتحتوي على معلومات مزيفة غير متعلقة بسعر الوحدة والكمية المباعة وطريقة الدفع. ويعاقب عليها القانون عن طريق فرض غرامة مالية قيمتها من 3000 دج إلى عشرة ملايين دج³.

¹سلمي بقار/ سامية حساين، الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة امحمد بوقرة بومراس، 2020، المجلد 7/ع 2، ص 126.

²قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³نادية والي، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية، يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارة والصناعة، تيكجدة بالتنسيق مع مديرية التجارة لولاية البويرة، 2016، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، ص7.

خلاصة الفصل الأول.

نستنتج في ختام هذا الفصل أن المشرع الجزائري من خلال إعماله على مبدأ الشفافية في الممارسات التجارية بموجب القانون رقم 04-02، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، قد كرس حماية للمستهلك عندما ألقى على عاتق العون الإقتصادي التزامات لم تكن واردة في مضمون القواعد العامة. وتقتضي الشفافية إلزام البائع بإعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وهو ما يعزز إختيار صائب للمستهلك ويجنبه الدخول في الدخول في مفاوضات قد تعرضه للإستغلال.

ويمكن القول أن حماية المستهلك في بلادنا أصبحت موضوع إهتمام من طرف المشرع وذلك لأهميتها وضرورتها، في أن واحد لذا فقانون الممارسات التجارية، هو مثلا للنصوص التي جاءت لتحقيق حماية مضمونة للمستهلك، من خلال النصوص العامة والخاصة، إلا أنها تظل غير كافية من الناحية الواقعية لتوفر الحماية الكاملة للمستهلك. كما فرض المشرع على الأعوان الإقتصاديين الإلتزام بتقديم الفاتورة، حيث تعتبر من الصور الحقيقية للعقد المبرم بين البائع أو مقدم الخدمة والمستهلك، ولأنها تمكن الدولة من مراقبة النشاط التجاري والإقتصادي، عن طريق مصالحها المختصة والإشارة إلى أن المشرع أقر بإلزامية الفاتورة وجعلها إجبارية بين الأعوان الإقتصاديين، رغم توفر الخبرة لكلي الطرفين. وعليه فمبدأ شفافية الممارسات التجارية ضمانة من الضمانات الممنوحة لحماية المستهلك، لتعويض نقص خبرته التقنية وعجزه في التفاوض أمام الطرف المحترف.

ويعتبر عدم الإلتزام بالإعلام أو عدم تسليم الفاتورة من الجرائم الاقتصادية. فالمستهلك غالبا ما يتضرر ويجهل مصدر تلك الأضرار والتي تكون بسبب إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته، وهذا ما جعل المشرع ينضم وفقا للقانون الممارسات التجارية، عقوبات جزائية ردعية للمخالفات التي يقوم بها المستهلك عند إخلاله بالتزاماته المنصوص عليها في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. فهذه العقوبات تجعل العون الاقتصادي ملزم بتنفيذ التزاماته اتجاه المستهلك، وعدم الهروب منها وإلا يتعرض لعقوبات جزائية بقوة القانون.

الفصل الثاني:

جزاء إخلال العون الإقتصادي بقواعد مبدأ
الشفافية لتوفير الحماية للمستهلك.

بعدما تعرفنا على الإلتزامات التي تقع على عاتق العون الإقتصادي في المعاملات التجارية، بإتجاه المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف في العقد الإستهلاكي سواء في المرحلة ما قبل التعاقدية، أو في المرحلة ما بعد التعاقدية.

فالمشرع الجزائري لم يكتفي في تنظيمه للممارسات التجارية بقواعد موضوعية التي من خلالها يحدد مجموعة الإلتزامات التي تقع على العون الإقتصادي، بل أقر فرض جزاءات قانونية ضد كل خرق لهذه القواعد، وبين إجراءات ضبط ومتابعة المخالفات، ويعتبر المخالفات الماسة بقواعد شفافية الممارسات التجارية من الجرائم الإقتصادية. كما أن قانون الممارسات التجارية بمثابة قانون عقوبات إقتصادي، حيث أنه لردع هذه الإعتداءات وضع المشرع الإجراءات المتبعة لقمع المخالفات الماسة بالشفافية، فهذه السلوكيات تمس بالمصلحة العامة للمجتمع وبالنظام العام الإقتصادي للدولة.

ويتدخل القضاء بمختلف جهاته القضائية سواء كانت مدنية أو جزائية أو إدارية، لضمان شفافية الممارسات التجارية، بما يحقق حماية للمستهلك، ولقد كرس المشرع ضمن الباب الرابع، والخامس من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وعلى ما يتعلق بالمخالفات والعقوبات المطبقة على الإخلال بمبدأ الشفافية في الممارسات التجارية وكيفيات التحقيق والمتابعة فيها.

و من هنا سيكون محور دراستنا في هذا الفصل حول، معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك والتحقيق فيها (المبحث الأول)، ثم الجزاءات المطبقة على هذه المخالفات (المبحث الثاني).

المبحث الأول: معاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك وتحقيق فيها.

تتدخل الدولة لحماية المستهلك من الأعمال المخالفة لقواعد مبدأ شفافية الممارسات التجارية المنصوص عليها في القانون رقم 04-02، عن طريق فرض مجموعة من الآليات القانونية، التي تتمثل في البحث والتحري كوسيلة قانونية لكشف الإخلال بقواعد الشفافية وتتمثل المصالح المعنية لحماية المستهلك في وزارة التجارة.

ويقوم بالتحقيقات الضرورية للوصول إلى التحقق من العناصر المخالفة لقواعد الشفافية موظفون مؤهلون لذلك قانونا.

وأعطى المشرع هؤلاء الموظفين طبقا للقانون، سلطة عامة للبحث والتحري في المخالفات المنافية لقواعد شفافية الممارسات التجارية، و تم تحرير محاضر لإثبات هذه المخالفات. والتي تكون أساسا من أجل القيام بالمتابعة الجزائية وإثبات وجود ممارسات مخالفة بقواعد الشفافية.

ومن هنا سنتطرق في هذا المبحث إلى إجراءات التحقيق (مطلب 1)، و ثم إلى متابعة المخالفين (مطلب 2).

المطلب الأول: إجراءات التحقيق.

لضمان حسن احترام قواعد وأحكام مبدأ الشفافية من طرف الأعوان الإقتصاديين في المعاملات التجارية، أوجب المشرع الجزائي ضرورة القيام بإجراءات التحقيق، وذلك وفقا للنصوص القانونية التي تضمنت ذلك. حيث أنه يعد التحقيق الإقتصادي ذلك الإجراء الذي يقوم به مجموعة من الأشخاص المؤهلين قانونا للنظر في المخالفات التي تقع على الإخلال بقواعد مبدأ الشفافية¹.

وسنتطرق في هذا المطلب إلى البحث والمعاينة (الفرع الأول)، ثم إلى تحرير التقرير أو المحضر (الفرع الثاني).

¹ فضيلة رويس/حنان شطابي، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص66.

الفرع الأول: البحث والمعاينة.

يعتبر البحث والمعاينة بمثابة الخطوة الأولى للتحقيق، عن طريق التنقل إلى الميدان ومراقبة السوق واقعيًا، بالبحث عن المخالفات المرتكبة من طرف الأعوان الإقتصاديين ثم القيام بمعاينتها. فالتحقيق يهدف إلى جمع المعلومات والأدلة الضرورية لإثبات المخالفات والوصول إلى المخالفين.

وقد عرفها المشرع الفرنسي في مجال المنافسة وحماية المستهلك، بأنه السلطة الممنوحة للإدارة والتي بمقتضاها تستطيع أن تجري مراقبة ميدانية داخل المؤسسات، وأن تقوم باستجواب أعضاء هذه المؤسسات واستدعائهم من أجل سماعهم، وأن تقوم بإجراء مراقبة وتفتيش في عين المكان وإجراء الحجز في عين المكان¹.

وقد نظم المشرع الجزائري وسائل وطرق معاينة مخالفات الإخلال بقواعد مبدأ شفافية الممارسات التجارية، في نص المواد من 49 إلى 59 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. حيث قام بتحديد الموظفون المؤهلون لإجراء التحقيقات التي يجرونها والقيمة القانونية للمحاضر التي ينجزونها.

أولاً: الموظفون المؤهلون لمعاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.

لقد حدد المشرع الجزائري الأشخاص المؤهلون لمعاينة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، ضمن القانون رقم 04-02، في المادة 49 التي تنص على: " في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون التي 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.

¹ - أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 249.

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

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

وأشار أيضا المشرع الجزائري إستنادا إلى القانون رقم 09-03¹، في صلب المادة 25 منه إلى فئة أخرى من الأعوان المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، ويؤهل للبحث ومعاينة مخالقات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك ويجب عليهم وفقا لما أقره المشرع في المادة 26 من القانون المذكور أعلاه أن يفوضوا بالعمل طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول، وأن يؤديوا أمام محكمة

إقامتهم الإدارية اليمين المنصوص عليه في نفس المادة 26. ويجب عليهم تبيان وظيفتهم وتقديم تفويضهم بالعمل، في إطار ممارسة مهامهم.

وتلعب الشرطة القضائية دورا هاما في البحث عن الجرائم، وجمع الأدلة عنها، وهذا الدور يشكل الوظيفة الأساسية لأعضاء الشرطة القضائية². وهذا ما نصت عليه المادة 12 من قانون الإجراءات الجزائية³.

قام المشرع بتقسيم الشرطة القضائية حسب المادة 14 من ق.إ.ج، إلى ضباط الشرطة القضائية وأعوان الشرطة القضائية، الموظفون والأعوان المنوط بهم قانونا بعض مهام الضبط القضائي.

لكن المشرع وفقا إلى القانون رقم 04-02، حصر مهمة التحقيق الإقتصادي بين الفئة الأولى والثانية فقط وهم:

أ. ضباط الشرطة القضائية:

لقد أشار المشرع في قانون الإجراءات الجزائية إلى ضباط وأعوان الشرطة القضائية في الفصل الأول من الباب الأول "في البحث والتحري عن الجرائم"، تحت عنوان "في

¹- قانون رقم 09-03 مؤرخ 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

²- أحمد غاي، الوجيز في تنظيم ومهام الشرطة القضائية، دار هومه، ط4، الجزائر، 2008، ص9.

³- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، المعدل والمتمم. ج ر عد47، الصادرة في 10/06/1966.

الضبط القضائي"، حيث نصت المادة 15¹، من هذا القانون على الأشخاص الذين يتمتعون بصفة ضباط الشرطة القضائية وهم:

- رؤساء المجلس الشعبية البلدية.
- ضباط الدرك الوطني.
- محافظوا الشرطة.
- ضباط الشرطة.
- ذوو الرتب في الدرك، ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة.
- مفتشوا الأمن الوطني الذين قضاوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية، بعد موافقة لجنة خاصة.
- ضباط وضباط الصفة التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

ب. أعوان الشرطة القضائية:

بالرجوع إلى قانون الإجراءات الجزائية، نجد أن المشرع حدد أعوان الشرطة القضائية، في المادة 19 من القانون السالف الذكر، وتنص على أنه: "يعد من أعوان الضبط القضائي موظفوا مصالح الشرطة وذوو الرتب في الدرك الوطني ورجال الدرك ومستخدموا مصالح الأمن العسكري الذين لهم صفة الشرطة القضائية". وتنتمل مهام أعوان الشرطة القضائية في مساعدة ضباط الشرطة القضائية في أداء مهامهم.

ومن المهام الأساسية التي يقومون بها هي مهمة الإستعلامات المتعلقة بمختلف الجرائم وكل الأفعال المخلة بالقانون بغرض الكشف عن مرتكبي تلك الأفعال والقبض عليهم

¹ - الأمر رقم 66-155، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

وتقديمهم أمام الجهات القضائية المختصة، وتحرير محاضر وإرسالها لتلك الجهات طبقاً للنصوص التشريعية والتنظيمية المعمول بها وتعليمات النيابة¹.

ت. الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة:

لقد تم تحديد الموظفون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، ضمن أحكام المرسوم التنفيذي رقم 09-415، المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة².

وبالرجوع إلى المادة 3 من المرسوم اعلاه تعتبر اسلاكاً خاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة والاسلاك المنتمية الى كل من شعبة قمع الغش، وشعبة المنافسة والتحقيقات الاقتصادية. ويكون دور هذه الفئة في حماية المستهلك عن طريق تقديم المساعدات من خلال نشاطات المديرية الجهوية للتجارة للاتصال مع الادارة المركزية³.

وحسب القانون رقم 04-02، تعد المعاينة والتحقيق من المهام المسندة إلى المستخدمين المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعين للإدارة المكلفة بالتجارة. فهؤلاء الموظفون يقومون بمراقبة الأسواق والتحقيق في جرائم البيع التي تكشف عنها هذه العملية ومعاينتها كل حسب إختصاصه الإقليمي، فمثلاً ينحصر دور المستخدمين التابعين للمديرية الولائية للتجارة في المعاينة والتحقيق في جرائم البيع المرتكبة داخل الولاية التابعة لها، ولا يمتد إختصاصهم إلى الولايات الأخرى⁴.

¹ أحمد غاي، الوجيز في تنظيم ومهام الشرطة القضائية، مرجع سابق، ص 17.

² مرسوم تنفيذي رقم 09-415 مؤرخ 2009/12/16، يتضمن القانون الاساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج ر عدد 75، صادرة 2009/12/20.

³ عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات تجارية في ظل التشريع ج، مرجع سابق، ص 104.

⁴ سميحة علال، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق منتوري، قسنطينة، 2005، ص 98.

ث. الموظفون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية:

لتحديد الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، الذين منحت لهم صفة الضبطية القضائية في قانون الممارسات التجارية، يقتضي بنا الرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 10-299¹، حيث حسب المادة 3 من هذا المرسوم، تعد أسلاك خاصة بالإدارة الجبائية كل من مفتشي الضرائب وسلك مراقبي الضرائب وسلك أعوان المعاينة، وسلك المحليين الجبائيين، وكذا سلك المبرمجين الجبائيين. وتتمثل صلاحيات هذه الفئة، في البحث عن المخالفات المتعلقة بالمخالفات الجبائية فقط. ويكون دورهم في ضمان مهام البحث في إطار التحقيقات، تنفيذ برامج التحقيق المسند إلى فرقهم ومتابعتهم، وكذا توجيه وتنشيط اشغال محققي الحسابات، وإيضاً مراقبي الضرائب الذين توكل لهم مهام القيام بتدخلات ومعاينة المخالفات للتشريع والتنظيم الجبائيين².

ج. الأعوان المكلفون بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل:

خول أيضاً المشرع صلاحيات المعاينة والتحقيق في جرائم البيع إلى فئة من الموظفين وهم الاعوان المعاملين لوزارة التجارة، وهذا بعد تأهيلهم للقيام بهذه المهمة. واستناداً للمرسوم التنفيذي رقم 09-415، نجد ان المشرع صنف في الرتبة 14، رئيس مفتش رئيسي. ونظم في المادة 67 من المرسوم السالف الذكر، المهام المسندة إلى المفتشين الرئيسيين، والتي تتمثل في:

- تقييم درجة فعالية التنظيم التجاري.
- انجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة.
- المساهمة في دورات التكوين وتجديد المعلومات وتحسين المستوى لفائدة أعوان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية.

¹ مرسوم تنفيذي 10-299 المؤرخ في 2010/11/29، يتضمن القانون الاساسي الخاص بالموظفين المنتمين لاسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية، ج ر عدد 74، الصادرة في 2010/12/05.

² عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات تجارية في ظل التشريع جزائري، مرجع سابق، ص 105.

ثانيا: سلطات الموظفين المؤهلين.

منح المشرع الجزائري، الموظفين المؤهلين للقيام بالمعاينة والتحقق في جرائم البيع مجموعة من الصلاحيات والسلطات، بناء على ما نصت عليه المواد 49، 50، 51، 52 من القانون رقم 04-02، نجد أن المشرع قد خول لهؤلاء الموظفين سلطة الفحص والإطلاع على الوثائق، سلطة الدخول إلى المحلات التجارية وملحقاتها وكذا سلطة الحجز.

1- سلطة الفحص والإطلاع على الوثائق:

بالرجوع إلى المادة 50 من القانون رقم 04-02¹، يمكن للموظفين المؤهلين للقيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، دون أن يمتنعوا من ذلك بحجة السر المهني. وإضافة إلى ذلك يلتزم العون الإقتصادي أو ممثله القانوني بتسليم هذه الوثائق، وقت ما يشترطوا هؤلاء الموظفين إستلامها حيث وجدت. دون الإحتجاج بالسر المهني أو لا يمكنه الإمتناع.

2- سلطة الدخول إلى المحلات التجارية:

وفقا للقانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أقر المشرع في نص المادة 52 على منح الموظفين المؤهلين للقيام بالمعاينة، صلاحية وحرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وكذا أماكن الشحن والتخزين، وبصفة عامة يمكنهم الدخول إلى أي مكان، ما عدا المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، وعن طريق أخذ إذن مكتوب من طرف وكيل الجمهورية. وبالإضافة إلى ذلك خول لهم أثناء القيام بمهامهم، سلطة تفتيش وفتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.

¹-قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق

3- سلطة الحجز:

أعطى المشرع للموظفين المؤهلين للقيام بالمتابعة إستنادا إلى نص المادة 51 من قانون الممارسات التجارية، صلاحية القيام بالحجز على البضائع محل جريمة البيع المرتكبة طبقا للأحكام المنصوص عليها في القانون المذكور سالفًا.

ووفقا لنص المادة 40 من القانون رقم 04-02، السالف الذكر يمكن أن يكون الحجز عينيا أو إعتباريا. فالحجز العيني هو كل حجز مادي للسلع¹ و يتم دفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز إلى الخزينة العمومية عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت الحراسة².

وفي حالة الحجز العيني طبقا لنص المادة 41 من قانون الممارسات التجارية³، يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشتمل المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة.

وعندما لا يمتلك مرتكب المخالفة محلات للتخزين، يخول للموظفون المؤهلون طبقا للقانون السالف الذكر، بحراسة الحجز الى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض.

ووفقا لفس المادة المذكورة سالفًا، تنص في فقرتها الأخيرة على أنه تكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة وتكون التكاليف المرتبطة بالحجز على عاتق مرتكب المخالفة. أما فيما يخص الحجز الإعتباري، فهو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما⁴. وفي حالة الحجز الإعتباري حسب نص المادة 42 من القانون 04-02 تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويتم دفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الإعتباري إلى الخزينة العمومية.

¹-انظر المادة 40 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

²-مادة 42 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³-المادة 41 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴-المادة 40 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

أما فيما يتعلق الأمر بالحجز على مواد سريعة التلف، نصت المادة 43 من القانون 02-04، على انه عندما يكون الحجز سريعة التلف او تقتضي ذلك حالة السوق أولظروف خاصة، يمكن الوالي المختص إقليميا، بناء على إقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الإجتماعي والإنساني، وعند الإقتضاء إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

وفي حالة بيع السلع المحجوزة، يودع المبلغ الناتج عن بيع هذه السلع لدى أمين خزينة الولاية الى غاية صدور قرار العدالة.

الفرع الثاني: تحرير محضر المخالفة.

بعد إتمام وإنتهاء الموظفين المؤهلين من إجراءات التحقيق، والتأكد من وجود مخالفة وإخلال في قواعد القانون المتعلق بشفافية الممارسات التجارية، وتثبت جريمة البيع عن طريق تحرير محضر من طرف المؤهلون للقيام بالمعاينة والتحقيق، ويعتبر المحضر كمرحلة أخيرة خاصة بجريمة البيع. وهذا طبقا لنص المادة 55 من القانون 02-04، حيث أنها تنص على أنه تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم. وتثبت المخالفات الماسة بقواعد الشفافية في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي بدوه يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا.

أولا: مضمون المحضر.

المحضر هو وثيقة يحررها ضباط أعوان الشرطة القضائية أو الموظفون والأعوان المكلفون ببعض مهام الشرطة القضائية، طبقا للأشكال التي يحددها القانون والتنظيم¹. حيث أنه يسجلون عليها مايقومون به من أعمال تتدرج في إطار المهام المنوطة بهم، كالتحريات والمعاينات وسماع الأشخاص وتلقي الشكاوي وتفتيش المنازل، وختم الأحرار وما الى ذلك من إختصاصات حولهم إياها القانون والتنظيم².

¹ أحمد غاي، الوجيز في تنظيم ومهام الشرطة القضائية، مرجع سابق، ص188.

² مرجع نفسه، ص188.

ويشترط أن يتخذ شكل "الكتابة"، أو العبارات الخطية، وقد تكون الكتابة بخط اليد أو بالآلة أو بالإعلام الآلي أو بالحفر أو الطباعة أو بمزج من ذلك كل¹.
وقد حدد المشرع بموجب المواد 56،57 من القانون 04-02، البيانات الواجب ان يتضمنها المحضر، حيث أنه يجب أن يتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وتحرر المحاضر في ظرف ثمانية 8 أيام إبتداء من تاريخ نهاية التحقيق. ويشترط أن تحرر دون شطب أو إضافة، أو يقيد في الهوامش. ويدون فيها تاريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعائنات المسجلة. وينبغي أن تبين العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر. كذلك يجب أن يتضمن إمضاء مرتكب المخالفة وأن تبين هويته، مع نوع نشاطه وعنوانه، اما في حالة غيابه أو رفضه للتوقيع ذكر ذلك في المحضر. ويجب أن تسلّم نسخة من المحضر لمرتكب المخالفة. وفي الأخير يتم تسجيل المحاضر وتقرير التحقيق في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية².

ثانيا: حجية المحضر.

يقصد بحجية المحضر مدى قوته القانونية للإثبات، وتعتبر المحاضر التي يحررها الموظفون المكلفين بالتحقيقات تثبت مدى صحة إدعاءاتهم، على مخالفة قواعد الإلتزام التي تقع على عاتق الأعوان الإقتصاديين، المنصوص عليها في أحكام ق رقم 04-02.

أ. المحضر وسيلة لإثبات المخالفة:

يعتبر المحضر وسيلة إثبات حسب المادة 55 من قانون الممارسات التجارية، حيث جاءت في فقرتها الثانية، على أنه يتم إثبات مخالفات الإخلال بالقواعد المنصوص عليها في القانون رقم 04-02 في المحضر. ولا يمكن الطعن فيها إلا بالتزوير³.

¹-احسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي الخاص، جزء2، دار هومه، 2003، ص240.

²-المادة 59 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³-المادة 58، قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

ب. المحضر وسيلة اثبات احترام الاعوان المكلفين بالتحقيق للاجراءات القانونية:
يعتبر المحضر وسيلة لإثبات الأعوان المكلفين بالتحقيق، في المخالفات المرتكبة من طرف الأعوان الإقتصاديين¹. أي أنه يبين مدى قيام الموظفين المؤهلين بتحرير المحضر وأداء مهامهم على أحسن وجه، ووفق الإجراءات القانونية المعمول بها².
المطلب الثاني: متابعة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك.

كرس المشرع ج متابعة المخالفات التي تمس بشفافية م.ت، في الفصل الثاني من الباب الخامس من ق.رقم 04-02، إذ تعتبر أحكام هذا القانون بمثابة قواعد لحماية المستهلك من الأضرار التي تلحق بمصلحته من طرف العون الإقتصادي الذي يخل بالتزاماته، وتتم متابعة مخالفة أحكام ق.م.ت، أمام الجهات القضائية المختصة³. وسنتناول وفق هذا المطلب المصالحة في (الفرع الأول)، ثم المتابعة القضائية (الفرع الثاني).

الفرع الاول: المصالحة.

تعتبر المصالحة سببا من أسباب وقف الدعوى العمومية، وقد نص عليها المشرع سواء في قانون حماية المستهلك، أو في قانون الممارسات التجارية، حيث أنها تعتبر كإجراء ضروري وجوهري⁴. وتعد أيضا إجراء وديا لأنهاء المتابعة ضد الأعوان الإقتصاديين المرتكبين لمخالفات إقتصادية في حق المستهلك، كونها بمثابة وسيلة بديلة لضبط مجال الممارسات التجارية فهي إجراء قانوني، والتحول من سلطة قضائية إلى سلطة إدارية⁵.

¹ نسيم بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص95.

² مرجع نفسه، ص 95.

³ المادة 60 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴ نصيرة بوعوالي، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون تخصص القانون العام للاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2012، ص 136.

⁵ سناء منيغر، الحل الودي للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، مجلة ابحاث القانون والسياسة، ع4، ص1.

ولقد عرف المشرع الصلح على أنه عقد ينهي به الطرفان نزاعاً قائماً أو يتوقيان به نزاعاً محتملاً وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عن حقه¹، لتفادي اللجوء إلى الجهات القضائية المختصة.

وتعد المصالحة في مجال الجرائم الإقتصادية والمالية، الوجه الأمثل لعدالة تصالحة قائمة على مبدأ التراضي بين طرفي الجريمة المخالفة للتشريعات الاقتصادية من جهة، والإدارة المعنية بالمخالفة من جهة أخرى². ويتوجب لإقامتها أن يكون إيجاب من العون الإقتصادي وقبول من الإدارة المكلفة بالتجارة.

أولاً: شروط المصالحة.

طبقاً لنص المادة 60 من ق.رقم 04-02³، لقيام المصالحة يجب توفر شروط تمكن مرتكب المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية بالإستفادة من المصالحة. وإستناداً للمادة السالفة الذكر لكي تتم المصالحة يجب أن يتوفر رضا متبادل بين المتدخل المرتكب للمخالفة الماسة بالممارسات التجارية، وبين الإدارة المعنية بالمخالفة. ويشترط أيضاً ألا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود، وألا تكون الغرامة المقررة قانوناً للمخالفة تزيد عن ثلاثة ملايين دينار. وأن تكون الجهة التي أبرمت المصالحة مختصة، حيث يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة بإجراء المصالحة إذا كانت المخالفة المعاينة، في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار، وذلك إستناداً للمحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين. ويمكن أيضاً للوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بالمصالحة، إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار، وتقل عن ثلاثة ملايين دينار.

¹مادة 459، الامر رقم 75-58 مؤرخ في 26/9/1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر عدد 78 الصادرة 10/06/1966.

²منى طيار/اسكندر بن عالية، المصالحة في جرائم الاعمال، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، م07، ع02، 2022، ص85-86.

³قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

ثانيا: آجال المصالحة.

يقصد بآجال المصالحة، تلك المدة القانونية التي وضعها المشرع لإجرائها، وهي تختلف من جريمة لأخرى. فإذا إنقضت هذه المدة لا يقبل التصالح حول المخالفة¹. وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02، نجد أن المشرع حدد آجال المصالحة في الفترة الممتدة من تاريخ تحرير المحضر المثبت للمخالفة وتاريخ إرساله إلى وكيل الجمهورية². وهي بمثابة مدة غير محددة قانونا إلا أنها تعد مدة قصيرة بالنظر إلى أن القواعد العامة توجب على رجال الضبط القضائي إرسال المحاضر بغير تمهل إلى وكيل الجمهورية³. حيث يرى البعض أنه عدا التشريع الجمركي والتشريع المتعلق بالصرف، فإن المصالحة تكون محصورة في الفترة ما قبل إرسال محاضر الضبطية القضائية إلى وكيل الجمهورية المختص⁴.

وإستنادا للقانون المتعلق بالممارسات التجارية، فإنه لا يتم إرسال المحاضر إلى وكيل الجمهورية أثناء التفاوض على المصالحة، وكذلك إذا تمت المصالحة فإنها تؤدي الى عدم إرسال هذه المحاضر إليه، وتتوقف المتابعات القضائية على مستوى الإدارة المكلفة بالتجارة⁵.

وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما إبتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة، يحل الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية⁶.

¹ نسيم بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص108.

² المادة 60، قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص297.

⁴ مرجع نفسه، ص297.

⁵ نسيم بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص109.

⁶ المادة 61 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

ثالثا: آثار المصالحة.

يسعى الأطراف من وراء إجراء المصالحة إلى حسم النزاع و تجنب اللجوء الى الجهات القضائية المختصة، ويترتب عن إجراء المصالحة إسقاط الدعوى المدنية¹. وبالرجوع إلى القانون 04-02، نص المشرع على أنه تنهي المصالحة المتابعة القضائية². حيث أنه يجوز أن تنقضي الدعوى العمومية بالمصالحة إذا كان القانون يجيزها صراحة³. ويستفيد الأشخاص المتابعين في حالة موافقتهم على المصالحة، بتخفيض 20 بالمئة من مبلغ الغرامة المحسوبة⁴.

الفرع الثاني: المتابعة القضائية.

تتم المتابعة القضائية للأعوان الإقتصاديين، لدى إكتشاف الموظفين المكلفين بمعاينة المخالفات⁵، لجريمة البيع المرتكبة وإخلال العون الإقتصادي بالتزاماته وإلحاق الضرر بالمصلحة العامة للمستهلكين. وتتم رفع الدعوى العمومية لمتابعة المتدخل، وذلك بعد ارتكابه لجريمة في حق المستهلك⁶. ويتبين لنا أنه تكون المتابعة القضائية عن طريق تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة، لكن سمح القانون 04-02 لكل من جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية وأيضاً الإدارة المكلفة بالتجارة أن يتخذوا هذا الإجراء أو يمكنهم التأسيس كطرف مدني تمثل المستهلك في الدعوى.

¹ محمد سعادي عارف، الصلح في جرائم الاقتصادية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطني، فلسطين، 2010، ص 103.

² مادة 61 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ مادة 6 من الامر رقم 66-155، يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، مرجع سابق.

⁴ مادة 61 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁵ لامية لعجال، حماية المستهلك في معاملات التجارة الالكترونية، اطروحة دكتوراه علوم، قانون الاعمال، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2017، ص 81.

⁶ فرحات زموش، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء احكام القانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ملود معمري تيزي وزو، 2015، ص 143.

أولاً: مباشرة الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة.

يتم تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة بإعتبارها صاحبة الحق وممثلة المجتمع¹، ففي كل حالة يكون فيها جريمة تمس بمصالح المستهلكين، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوى العمومية². ويقوم وكيل الجمهورية بتحريك ومباشرة الدعوى العمومية فهو مخول قانونا بالتصرف في الملفات والقضايا التي تصل إليه عن طريق الضبطية القضائية أو الشكاوي أو التي يصل إليها بنفسه³. ولا يجوز للنيابة العامة أن تقوم بتحريك الدعوى العمومية دون أن تستند إلى طلب من جهة معينة والذي جعله المشرع كقيد لتحريك الدعوى العمومية⁴.

وطبقا للقانون رقم 04-02 فالمشرع الجزائري لم ينص صراحة على تقييد تحريك الدعوى العمومية بشرط طلب الوزارة المكلفة بالتجارة. وإن كان قد سمح لهذه الأخيرة في حالة التصالح مع المخالف أن لا ترسل المحاضر إلى النيابة العامة، وتنتهي المتابعة القضائية بالصلح⁵.

ولوكيل الجمهورية دور أساسي في حماية مصالح المستهلك من خلال البحث والتحري وطلب إجراءات التحقيقات والمتابعة في حال تعرض المستهلك لخطر يمس مصالحه المادية أو المعنوية⁶.

¹- نسيم بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 96.

²- الصادق الصياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية، قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 2014، ص 151.

³- احمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 285.

⁴- نسيم بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 98.

⁵- احمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 286-287.

⁶- الصادق الصياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص 153.

ويتجلى دور النيابة العامة في مجال حماية المستهلك في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك، وذلك عن طريق توقيع الجزاء المادي الملموس على العون الإقتصادي متى تسبب سلوكه بضرر للمستهلك¹.

ثانيا: جمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية.

يمكن لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام ق رقم 04-02 كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم² من طرف الأعوان الإقتصاديين المخالفين لأحكام هذا القانون وإرتكاب مخالفات تمس بشفافية الممارسات التجارية ومصلحة المستهلك. وخول لها المشرع أيضا الحق في رفع الدعوى أمام المحاكم الجزائية حتى ولو لم يلحق المستهلكين أي ضرر³.

ولم يعرف المشرع جمعيات حماية المستهلك في أحكام ق.04-02، إنما تطرق إليها وفقا للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ أنه عرفها في المادة 21 من هذا القانون على انها "كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

وغرض جمعيات حماية المستهلك غير مريح، وتهدف إلى حماية المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه والتأسيس كطرف مدني، للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي يلحق بمصلحة المستهلكين المادية والمعنوية، أمام الجهات القضائية المختصة ضد كل عون إقتصادي خالف أحكام قانون الممارسات التجارية، وألحق ضرر بالمستهلكين⁴.

¹-الصادق الصياد،حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص152.

²-مادة65 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³-علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، د ط، الجزائر، 2000، ص67.

⁴-الصادق الصياد،حماية المستهلك في ظل القانون الجديد09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،م س، ص133.

أما فيما يخص الجمعيات المهنية فهي تتمثل في تكتل وتجمع لمجموعة من الأعوان الإقتصاديين، تهدف إلى الدفاع عن مصالح أعضاء هذه الجمعية، وتعمل على تحسين مستواهم الثقافي والاجتماعي¹. وتتمتع أيضا بنفس الصلاحيات التي تتمتع بها جمعيات حماية المستهلك، إذ يمكنها رفع دعاوي ضد كل عون إقتصادي قام بالإعتداء على مصالح الأعوان الإقتصاديين الآخرين. عن طريق قيامهم بأفعال مجرمة كتشويه سمعة الآخرين أو تقليد منتجاتهم أو الاستفادة من شهرتهم بغير حق، أو إحداث اضطراب في تنظيمهم الداخلي... الخ².

وبهذا يتبين أن المشرع أراد إشراك الجمعيات سواء كانت جمعيات حماية المستهلك أو الجمعيات المهنية، في مكافحة المخالفات ومواجهة الأعوان الإقتصاديين المرتكبين لهذه المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية وتلحق ضرر بالمستهلك³.

ثالثا: الإدارة المكلة بالتجارة.

نظرا لأحكام قانون الممارسات التجارية يمكن لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعينة طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام ق.رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴. تخضع الجهة القضائية المختصة في النظر في الدعوى العمومية والإجراءات الخاصة بها وأيضا أحكامها إلى قواعد قانون الإجراءات الجزائية، مع مراعاة ما تضمنه ق رقم 04-02 مع أحكام خاصة⁵. ولم يذكر المشرع في قانون حماية المستهلك على إجراءات خاصة، يتوجب على المستهلك أن يسلكها لمتابعة المتدخل، ويعني هذا أنه تخضع الدعوى في هذا المجال إلى القواعد الإجرائية العامة المنصوص عليها في ق إ ج⁶.

¹ -نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص99.

² -سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مرجع سابق، ص131.

³ -مرجع نفسه، ص130.

⁴ -مادة 63 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁵ -علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الاممارسات التجارية، مرجع سابق، ص101.

⁶ -فرحات زموش، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء احكام القانون رقم 09-03، مرجع سابق، ص143.

المبحث الثاني: الجزاءات المقررة على المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك.

نظرا لتنوع جرائم البيع، وتعدد الجهات المختصة بمتابعة مرتكب المخالفة الماسة بشفافية الممارسات التجارية وكذا بمصلحة المستهلك، فإن نوع العقوبة المقررة عليه تختلف بحسب الجريمة المرتكبة، وأيضا الجهة المتوقعة للعقاب. ولقد أورد المشرع الجزائري في القانون 04-02، العقوبات المقررة على الممارسات التجارية المخلة بحماية المستهلك. حيث أنه نظم هذه العقوبات بموجب الفصل الأول من الباب الرابع من قانون الممارسات التجارية. ولتوضيح هذه العقوبات سنتطرق في هذا المبحث إلى الجزاءات القضائية(المطلب الأول)، ثم الجزاءات الإدارية(المطلب الثاني)، وبعدها الجزاءات المدنية(المطلب الثالث).

المطلب الأول: الجزاءات القضائية.

يحتوي قانون الممارسات التجارية على نظام حماية يتمثل في جملة من القواعد القانونية لحماية المستهلك، وتحتاج هذه القواعد إلى إجراءات وأحكام جزائية ردية حتى تكون ذات فعالية ومصدر لحماية المستهلك من المخالفات الماسة بمجال شفافية الممارسات التجارية. وقد نص المشرع على عقوبات أصلية(الفرع الأول)، وأخرى تكميلية(الفرع الثاني) تقع على عاتق الأعوان الإقتصاديين الذين أثبتت مخالفتهم لأحكام وقواعد الممارسات التجارية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية.

تعتبر العقوبة أصلية إذا نطق بها القاضي مباشرة دون أن يلصقها بعقوبات أخرى، وقد تضمن ق.م.ت 04-02 العقوبات الأصلية وتتمثل أساسا في الغرامة ومضاعفة الغرامة في حالة العود. وتعتبر العقوبات المالية من أهم العقوبات بالنسبة لجرائم الإضرار بالمستهلك خاصة الإقتصادية والتجارية منها¹.

¹ أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، د ط، مصر، 2005، ص 454.

أولاً: الغرامة.

تعتبر الغرامة من أهم العقوبات التي تفرض على مرتكبي الجرائم الإقتصادية، وهي من أنسب الجزاءات المطبقة على الأعوان الإقتصاديين¹. وتعد الغرامة من العقوبات الأصلية في الجرح والمخالفات². وبالرجوع إلى ق.رقم 04-02 فإن المشرع قد ميز بين المخالفات لإختلافها وتنوعها، وفرض لكل مخالفة عقوبة خاصة بها.

أ. الغرامة المقررة في حالة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات.

حيث نص المشرع على الغرامة المقررة لمخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات في نص المادة 31 من ق.م.ت التي تنص على انه: "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لإحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5000دج)، الى مائة ألف دينار (100000دج)".

ومن خلال نص هذه المادة، يتبين لنا أن المشرع لم يعاقب على مخالفة أحكام المادة 5 التي تنص على كيفية تنفيذ الإلتزام بالإعلام، بل إكتفى بالمعاقبة على المخالفة مرة واحدة مدام المادة 4 تتضمن المادة 5 من القانون رقم 02-04³.

ب. الغرامة المقررة على الإخلال بالإعلام بشروط البيع.

نصت عليها المادة 32 من القانون رقم 02-04 على انه: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000دج) إلى مائة ألف دينار (100000دج)".

ت. الغرامة المقررة على عدم الفوترة.

نصت المادة 33 من قانون رقم 02-04 على انه "تعتبر عدم الفوترة، مخالفة لأحكام المواد 10، 11 و13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته".

¹ أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص237.

² المادة 5، الامر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم ج ر عدد 47، الصادرة 10/06/1966.

³ رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص92.

إذن يتم طبقا لهذه المادة تحديد قيمة الغرامة عن طريق إجراء التناسب بين حد الغرامة وقيمة الأشياء التي وقعت عليها الجريمة¹.

ث. الغرامة المقررة للفتورة غير المطابقة.

حسب المادة 34 قانون الممارسات التجارية التي نصت على أنه "تعتبر فاتورة غير مطابقة، كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50000 دج)".

وتأخذ جريمة مخالفة إلزامية إعلام المستهلك وصف الجنحة، إذ يعاقب عليها بعقوبة أصلية، تتمثل في غرامة من مائة ألف دينار (100000 دج) إلى مليون دينار جزائري (1000000 دج)، وكل متدخل يخالف إلزامية وسم المنتج المبينة سابقا².

ثانيا: مضاعفة الغرامة في حالة العود.

حسب نص المادة 47 من ق.رقم 10-06³، أقر المشرع أنه يتم مضاعفة مبلغ العقوبة والرفع من مقدار الغرامة، إذا كان المخالف في حالة العود. وبعد العود إستنادا لهذه المادة على أنه قيام العون الإقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي إنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

الفرع الثاني:العقوبات التكميلية.

إلى جانب العقوبات الأصلية التي تفرض على الأعوان الإقتصاديين في حالة قيامهم بمخالفات تمس بشفافية الممارسات التجارية، وتلحق ضرر بالمستهلك، فقد خول المشرع للقاضي إمكانية فرض عقوبات تكميلية تم النص عليها في ق.رقم 04-02، والتي تتمثل في المصادرة، أو العقوبات التكميلية في حالة العود، وأيضا نشر الحكم بالإدانة.

¹احمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص237.

³فتيحة خالدي، الحماية الجزائرية للمستهلك، مجلة علمية محكمة معارف، دار زمورة، ع 8، جوان 2010، بويرة، ص59.

³قانون رقم 10-06 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق 15 غشت 2010، ج ر عدد 46 الصادرة 2010/08/18 يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الاولى 1425 الموافق 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أولاً: المصادرة.

تعرف المصادرة بأنها تملك الدولة أشياء مضبوطة ذات صلة بالجريمة جبرا على صاحبها وبغير مقابل¹. وعرفها أيضا المشرع ضمن قانون العقوبات على أنها الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الإقتضاء². ويتم طبقا لقانون العقوبات مصادرة الأشياء التي تشكل صناعتها أو إستعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها جريمة، وكذا الأشياء التي تعد في نظر القانون أو التنظيم خطيرة أو مضرة³.

ويمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالة خرق القواعد المنصوص عليها في المواد 10 و 11 و 12 و 19 و 21 و 22 و 23 و 24 و 25 و 27 و (2 و 7) و 28 من قانون الممارسات التجارية⁴. 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. أما في حالة الحجز الإعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها. وعندما يحكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية⁵.

ثانياً: العقوبات التكميلية في حالة العود.

في حالة ما إذا كان العون الإقتصادي في حالة عود، تضاعف العقوبة المقررة على المخالفة المرتكبة، ويمكن للقاضي أن يمنع ع.إ المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري، وأيضا يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات، عقوبة الحبس⁶.

¹- أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية دراسة نقارنة، مرجع سابق، ص 461.

²- المادة 15 الامر رقم 66-156، المتضمن قانون العقوبات، مرجع سابق.

³- مادة 16 الامر رقم 66-156، المتضمن قانون العقوبات، مرجع سابق.

⁴- مادة 44 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁵- انظر المادة 44 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁶- المادة 47 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

أ. المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري.

يعتبر جزاء المنع من ممارسة النشاط كعقوبة تكميلية، إستنادا للمادة 9 فقرة 6 ق.ع.ج التي تنص على " ...المنع من ممارسة المهنة او النشاط...". ويجوز الحكم على الشخص المدان لإرتكابه جناية أو جنحة بالمنع من ممارسة مهنة أو نشاط، إذا ثبت للجهة القضائية أن للجريمة التي إرتكبها صلة مباشرة بمزاولتهما، وأن ثمة خطر في إستمرار ممارسته لأي منهما. ويصدر الحكم بالمنع لمدة لا تتجاوز عشرة (10) سنوات في حالة الإدانة لإرتكاب جناية، وخمس (5) سنوات في حالة الإدانة لإرتكاب جنحة¹. أما بالنسبة لقانون رقم 10-06، تم تحديد مدة المنع من مزاوله النشاط والتي لا تزيد عن عشرة (10) سنوات².

ب. عقوبة الحبس.

الحبس هو سلب حرية المحكوم عليه الذي يلتزم أحيانا بالعمل، ويعفي فيأحيان أخرى من هذا الإلتزام، وذلك خلال المدة التي يحددها الحكم³. أن عقوبة الحبس في إطار ق.م.ت، تعتبر عقوبة تخبيرية في يد القاضي، بإمكانية تطبيقها في حالة العود إلى جانب عقوبتي المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة وشطبه من السجل التجاري⁴. وتتراوح مدة الحبس المنصوص عليه ق.م.ت، من ثلاثة (3) اشهر إلى سنة (1) واحدة⁵.

ثالثا: نشر الحكم بالإدانة.

يعتبر نشر الحكم الصادر بالإدانة من العقوبات التكميلية. وخول المشرع بموجب قانون رقم 04-02، للوالي المختص إقليميا وكذلك للقاضي، أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة

¹ -المادة 16 مكرر، الامر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، مرجع سابق.

² -المادة 3/11، قانون رقم 10-06، يعدل و يتم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. مرجع سابق.

³ -احمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية الاسلامية دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص455.

⁴ -نوال كيموش، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير قانون خاص كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011، ص88.

⁵ -المادة 47 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

أو المحكوم عليه نهائياً، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها¹.

المطلب الثاني: الجزاءات الإدارية.

تضمن الفصل الثاني من الباب الرابع لقانون الممارسات التجارية، الجزاءات ذات الطابع الإداري والمتمثلة في غلق المحلات التجارية(الفرع الاول)، ونشر قرار الغلق(الفرع الثاني)، وتعتبر هذه العقوبات إجراءات وقائية تقوم بها الإدارة المختصة لتجنب مخالفة أحكام قانون الممارسات التجارية.

الفرع الأول: غلق المحلات التجارية.

الغلق هو تدبير أمني يتمثل في إقفال المحل التجاري من طرف السلطات المختصة في حالة مخالفة العون الإقتصادي لأحكام المنصوص عليها في القانون المتعلق بالممارسات التجارية². حيث نصت المادة 46 من القانون رقم 02-04³، على انه "يمكن للوالي المختص إقليمياً، بناء على إقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بواسطة قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يوماً في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في احكام المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون".

ويتخذ إجراءات الغلق الإداري المنصوص عليه في نص المادة 46 أعلاه، وفق نفس الشروط في حالة العود لكل مخالفة لأحكام قانون رقم 02-04⁴. ويتخذ قرار الغلق في عدة حالات، منها⁵:

- عدم الفوترة.
- عدم إكتساب صفة التاجر بإعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية.
- ممارسة أسعار غير شرعية.

¹المادة 48 قانون رقم 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.
²نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق،ص128.
³قانون رقم 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.
⁴المادة 47 قانون رقم 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.
⁵نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، مرجع سابق،ص129.

- ممارسات تجارية تدليسية.
- الممارسات التجارية غير النزيهة والإشهار التضليلي وكل معارضة للاعوان المكلفين بالرقابة.

الفرع الثاني: نشر قرار الغلق.

نادرا ما يتم النص على نشر الحكم الصادر في القانون العام، إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك، لما لها من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك ولا يجوز الحكم بها إلا اذا نص المشرع على ذلك صراحة. وخول المشرع في المادة 48 من ق. 04-02، للوالي المختص إقليميا وكذلك للقاضي، أن يأمرها وعلى نفقة المخالف بنشر قرار الغلق كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحررها الوالي في قراره.

المطلب الثالث: الجزاءات المدنية.

بما أن القانون رقم 04-02 ما جاء إلا لضبط علاقات تعاقدية هي في الأصل ذات طابع مدني، ويتضمن هذا القانون إلتزامات تعاقدية سواء بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين، فإن القضاء المدني هو المختص بنظر في النزاعات، وأحكامه هي التي تطبق في حالة إخلال العون الإقتصادي بإلتزاماته.

وطبقا للنظرية العامة للإلتزام فإنه في حالة إخلال العون.إ، بإلتزاماته العقدية يطلب إبطال العقد(الفرع الاول) وأيضا المطالبة بالتعويض(الفرع الثاني).

الفرع الأول: طلب إبطال العقد.

منح المشرع.ج للمتعاقد المتضرر الحق في طلب إبطال العقد إذا وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد¹.

أولاً: الغلط.

هو وهم أو إعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد، فيدفعه إلى التعاقد². وقد نظم المشرع أحكام الغلط في مواد القانون المدني الجزائري. وللتمسك بالغلط لأبطال العقد يجب توفير الشروط التالية:

أ. أن يكون الغلط جوهرياً.

ويكون الغلط جوهرياً إذا بلغ حداً من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط³. ويعتبر الغلط جوهرياً إذا وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهرياً، أو يجب إعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد وحسن النية⁴. وإستناداً لقانون الممارسات التجارية يعتبر السعر وشروط البيع عنصراً جوهرياً يؤثر على رغبة المستهلك في التعاقد، وتدفعه لإقتناء السلعة ويكون الغلط أيضاً جوهرياً إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد⁵.

¹ -المادة 81 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

² - رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص79.

³ -المادة 1/82 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

⁴ -المادة 2/82 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

⁵ -المادة 3/82 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

ب. أن يكون الغلط مؤثر.

تم تحديد معيار الغلط المؤثر من خلال قواعد القانون المتضمن الغلط على أنه معيار شخصي¹، فإذا كان التعاقد مرتبطاً في وقوع المتعاقد مع العون الإقتصادي في غلط في السعر أو شروط البيع أو أداء الخدمة وفقاً للشروط السابقة كان بالإمكان التمسك بإبطال العقد للغلط².

ثانياً: التدليس.

يعتبر التدليس تلك الممارسة التي يقوم بها التاجر على الغير من أجل إيقاعه في الغلط وإيهامه بما يخالف الواقع والحقيقة³. ويجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد⁴. ويعتبر تدليسا السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو كان يعلم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة⁵. ولقيام التدليس يجب، توفر عنصرين وهما عنصر مادي يتمثل في الحيل المستعملة من قبل المدلس، وعنصر شخصي أو معنوي ويتمثل في سوء نية المدلس في التضليل والخداع⁶.

¹- علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الاممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 64.

²- مرجع نفسه، ص 65.

³- عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات تجارية في ظل التشريع ج، مرجع سابق، ص 53.

⁴- المادة 1/86 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

⁵- المادة 2/86 الامر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

⁶- رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 99.

ثالثا: الإكراه والإستغلال.

ويجوز إبطال العقد بسبب الإكراه وذلك إذا تعاقد شخص تحت التهديدات أو سلطان رهبة بينة بعثها المتعاقد الآخر في نفسه دون حق¹. ويكون التهديد أو الرهبة خطرا جسيما محققا يهدد المتعاقد، أو أحد أقاربه في النفس أو الجسم أو الشرف أو المال². وحسب المادة 90 ق.م³، يتبين لنا أن الإستغلال من الأسباب الي تدفع المتعاقد إلى طلب إبطال العقد اذا وقع فيه، ويعتبر الإستغلال على انه وجود تفاوت بين إلتزامات أحد المتعاقدين.

الفرع الثاني: التعويض.

لا يكفي جزاء إبطال العقد لتغطية الأضرار التي لحقت بالمستهلك، ومن أجل توفر حماية مناسبة وشامة للمستهلك. فرض القانون وجوب التعويض عن الضرر الذي لحقه من العقود التعسفية. ويقدر التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المضرور، ولا يصح أن يتجاوز مقدار الضرر، ولا يكون إلا عن الضرر المباشر سواء كان متوقع أو غير متوقع ويمكن أن يكون التعويض عيني كإصلاح المنتج والتحمل بجميع المصاريف أو إستبداله أو إصلاحه⁴.

ويقوم المستهلك بطلب التعويض لعدة أسباب منها⁵:

- إذا لم يكون حكم الإبطال كافيا لتعويض المستهلك عما لحقه من أضرار جراء إخلال العون الإقتصادي بالالتزام.

¹ المادة 1/88 الامر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

² المادة 2/88 الامر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

³ المادة 90 الامر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

⁴ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع ج، م س، ص 93.

⁵ رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 100.

- إذا لم يتمكن المستهلك من طلب إبطال العقد رغم عن الضرر الذي لحقه. ويمكن لجمعيات حماية المستهلك وجمعيات المهنية للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بالمستهلكين أن يكونوا كطرف مدني في الدعاوي¹.
- وللمحكمة أيضا دورا مهما في ردع المخالفين للقانون الذين يرتكبون جرائم البيع، وحماية المستهلك بتعويضه عن الأضرار التي أصابته تعويضا عادلا².

خلاصة الفصل الثاني.

لم يكتفي المشرع الجزائري في تنظيمه للممارسات التجارية بوضع قواعد موضوعية يحدد من خلالها مجموعة من الإلتزامات على عاتق الأعوان الإقتصاديين لضمان شفافية ونزاهة المعاملات التجارية، ولمنح حماية أكثر للمستهلك. بل قام أيضا بوضع وفرض جزاءات قانونية ضد كل خرق لهذه القواعد والإخلال بالإلتزاماته، وبذلك تستطيع أن تحمي المستهلك بإعتباره الركن الرئيسي في المعاملات التجارية وإقتصاد السوق. حيث أنه كل خرق للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يشكل مساسا بمبدأ الشفافية ونزاهة هذه الممارسات.

ويعتبر القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تشريعا إقتصاديا تتضمن جزاءات مشددة بالمقارنة مع تلك التي تتضمنها القواعد العامة، وهي بمثابة تدخل حمائي الهدف منه فرض الحماية الخاصة للمستهلك من جرائم البيع التي يرتكبها الأعوان الإقتصادي، و إلى جانب هذا فهي أيضا تدخل تشريعي ذو طابع فعال سواء من حيث الجزاء المروض، أو من حيث طرق المتابعات المؤدية إلى تطبيق الجزاء المقرر قانونا.

كما خول المشرع لمجموعة من الموظفين المؤهلين قانونا مهمة المراقبة والتحقق حول المخالفات الإخلال بالإلتزامات الممارسات التجارية، ولقد منحهم القانون سلطات

¹ المادة 56 قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

² علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 66.

وصلاحيات من أجل القيام بجمع المعلومات ودخول المحلات وحجز السلع وتحرير محاضر اذا ثبتت وجود مخالفات والقيام بعد ذلك بإجراءات المتابعة التي تكون إما وديا كإجراء المصالحة التي يقوم بها المدير الولائي للتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة. وطبقا لقانون الممارسات التجارية لقد وضع المشرع عقوبات لمواجهة هذه المخالفات، منها عقوبات أصلية وأخرى تكميلية. وقد إعتد المشرع على عقوبة الغرامة كعقوبة أساسية، أما عقوبة الحبس فهي عقوبة إختيارية توقع في حالة العود.

وفي الأخير التشريعات الإقتصادية تهدف إلى حماية المستهلك، إستنادا لنصوص جزائية وجزاءات لتوفير هذه الحماية ودعمها، إذ أن العون الإقتصادي بوجود هذه العقوبات يكون عاملا ردعيا من إقدامه على هذه المخالفات في معاملته التجارية، والحرص على شرعية علاقاته التجارية مع المستهلك، سواء كانت علاقة عقدية أو غير عقدية، كما تعمل هذه الجزاءات على ردع التعسفات وغلق المجال أمام العون الإقتصادي الذي يسعى للهيمنة على العلاقة الإستهلاكية.

خاتمة

في ختام دراستنا يتبين لنا ان موضوع حماية المستهلك يعتبر من المواضيع الحيوية الحديثة والمهمة التي تناولتها مختلف التشريعات على غرار التشريع الجزائري، فهو موضوع سريع التطور والتفاعل مع التغيرات والمستجدات الاقتصادية، وذلك لأن المستهلك يعتبر قوة وحلقة هامة في الدورة الاقتصادية، لاسيما ان الجزائر تخوض تجربة الاحتواء في اقتصاد السوق والسعي للاندماج فيه، فهو الامر الذي يزيد من حرية المنافسة الداخلية والخارجية والتي غالبا ماتكون ضد مصلحة المستهلك، وذلك بسبب كثرة وتنوع السلع والخدمات المعروضة عليه، والاهتمام بجانب الربح حتى لو كان ذلك على حساب صحة وسلامة المستهلك من خلال الغش والاحتيال.

ومن اجل تحقيق الحماية القانونية التي يستحقها المستهلك، قام المشرع الجزائري باستحداث منظومة قانونية تسهل عليه ذلك عن طريق اصدار القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وذلك من اجل ضبط وتنظيم الممارسات التجارية للحفاظ على استقرار السوق من جهة والحفاظ على حقوق المستهلكين من جهة اخرى والقيام بردع كل المخالفات المخلة بمبدأي الشفافية ونزاهة الممارسات التجارية المرتكبة من طرف الاعوان الاقتصاديين.

ولقد حرص المشرع من خلال مبدأ شفافية الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 04-02 على فرض جملة من الالتزامات التي تقع على عاتق الاعوان الاقتصاديين لتوفير الحماية الكافية للمستهلك، وتنظيم العلاقة الاستهلاكية لتحقيق التوازن الاقتصادي وجعل الممارسات التجارية اكثر وضوحا.

فالشفافية في المعاملات التجارية قد تكون إما قبل قيام العلاقة العقدية، أي قبل التعاقد وذلك عن طريق الزام العون الاقتصادي بقوة القانون بإعلام الزبون (المستهلك) بمعطيات ومعلومات الشيء المبيع المعروض عليه، فيكون المستهلك بذلك حرا في اختياره للسلع

والخدمات التي تلبي حاجياته وتشبع رغباته دون حرج. أما بعد تمام العقد أي في المرحلة بعد التعاقد فالعون الاقتصادي ملزم بتسليم الفاتورة أو أحد بدائلها للزبون، فهي تضمن للمستهلك حقوقه وتعتبر وسيلة لإثبات العلاقة التعاقدية التي تربطه بالبائع. والغرض من وراء فرض هذه الالتزامات هي تحقيق التوازن العقدي بين المستهلك والعون الاقتصادي من أجل توفير الحماية للمستهلك باعتبار الطرف الضعيف في العملية العقدية ويفتقر للخبرة والقدرة التقنية بالمقارنة مع البائع أو عارض الخدمة.

ويعتبر أيضا القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بمثابة تدخل تشريعي ذو طابع فعال سواء من حيث الجزاء المفروض، أو من حيث طرق إثبات الوقائع المكروسة لخرق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو من حيث تحديد طرق المتابعات المؤدية الى تطبيق الجزاء المفروض. حيث اعطى المشرع حماية لكل من المستهلك والعون الاقتصادي على حد سواء، من خلال حق اللجوء الى القضاء في حال تعرض أي طرف للغش أو التدليس.

ولمكافحة والتصدي للمخالفات المرتكبة من طرف الاعوان الاقتصاديين والتي تمس بمبدأ شفافية الممارسات التجارية، خول المشرع طبقا لأحكام قانون رقم 04-02 لأعوان مؤهلين قانونا ومختصين مهمة معاينتها وإثباتها، ومنح لهم كافة السلطات التي تعطيهم الحق في الاطلاع على الوثائق والمستندات والحق في الدخول للمحلات المهنية والقيام بالحجز على السلع وتحرير المحاضر. والغرض من تعيينهم المراقبة والتحقيق حول مختلف المخالفات التي تعيق تطبيق قواعد الشفافية.

وللإدارة المكلفة بالتجارية إمكانية قبول المصالحة من طرف الاعوان المخالفين من جهة لحماية وضمان استمرارية النشاط الاقتصادي ومن جهة اخرى تخفيف الضغط على الجهات القضائية، وأيضا تحقيق شرعية الحسم والفصل في القضايا التي تؤثر عليها الاجراءات الطويلة والمعقدة، مع ضمان حق العون الاقتصادي في الاعتراض على غرامة الصلح. فالمصالحة عبارة عن تسوية ودية بين الادارة المكلفة بالتجارة والمتعامل

الاقتصادي المحرر ضده المحضر، لإنهاء النزاع الناجم عن مخالفة أحكام القانون رقم 02-04.

ومن اجل تكريس حماية فعالة للمستهلك وضع المشرع عدة جزاءات وعقوبات لمواجهة كل المخالفات التي تمس بالقواعد التي وضعها لضمان شفافية ونزاهة الممارسات التجارية كمخالفة عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات وعدم الاعلام بشروط البيع، او عدم تسليم الفاتورة، وأوقع عليها عقوبات ممثلة في العقوبات الاصلية وأخرى عقوبات تكميلية.

ولقد اعتمد المشرع على الغرامة كعقوبة اساسية كونها تصيبهم في ذمتهم المالية، اما عقوبة الحبس فتوقع في حالة العود فقط.

وفيما يخص العقوبات التكميلية فهي تتمثل في المصادرة والغلق الاداري ونشر الحكم

وفي الختام يمكن إبداء الملاحظات التالية:

1. يعتبر الالتزام بالإعلام آلية قيمة في مجال حماية المستهلك، كونه التزاما عاما، مايجعله يغطي المرحلة ما قبل التعاقد الى المرحلة العقدية واللحقة للعقد.
2. نقص الثقافة التنافسية لدى المؤسسات الجزائرية.
3. محاولة المشرع بلورة النصوص والقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لتسهيل التعامل بها.
4. نقص الوعي لدى المستهلكين وعدم معرفتهم بحقوقهم يجعلهم عرضة للوقوع في اللبس مما سيؤثر ذلك سلبا على التوازن الاقتصادي.
5. مبدأ الشفافية بمثابة وسيلة لحماية المستهلك والحفاظ على استقرار الاقتصاد وتنظيم السوق .

6. القانون رقم 02-04 يعتبر حديث النشأة في التشريع الجزائري، جاء بجملة من القواعد الموضوعية لتوفير التوازن في العلاقة الاستهلاكية القائمة بين المستهلك والعمول الاقتصادي.

7. من خلال قواعد القانون 02-04 يتأكد العمول الاقتصادي الزبون على انه حضي بنفس المعاملة التي يحضى بها عمول إ آخر، وذلك من خلال تحرير فاتورة وتسلم له.

8. الفاتورة من اهم الوسائل لإثبات الممارسات التجارية وأيضاً ضمان حقوق المستهلكين من الوسائل التي تركز شفافية الممارسات التجارية.
9. اللجوء الى قواعد الممارسات التجارية إلا في ظل قيام علاقة يكون أحد أطرافها عون إقتصادي.

ووفقاً لهذه الملاحظات نقدم بعض التوصيات وهي كالتالي:

1. ضرورة إستعمال وسائل الإعلام العمومية والخاصة لنشر ثقافة حماية المستهلك.
2. تكثيف حملات المراقبة من طرف الاعوان المؤهلين التابعين لقطاع التجارة، عن طريق رقابة مستمرة وجادة على مستوى جميع المحلات والاماكن المخصصة للبيع وتقديم الخدمات.
3. نشر اهمية احترام قواعد شفافية الممارسات التجارية والاهتمام بها لما لها من اهمية في المعاملات التجارية لمحاربة الجريمة الاقتصادية وتوفير الحماية للمستهلك.
4. قيام جمعيات حماية المستهلك بدورات تحسيسية لتوعية المستهلكين وتثوير بصيرتهم وتثقيفهم في مجال المعاملات التجارية.
5. توعية العون الاقتصادي بضرورة الالتزام بقواعد الممارسات التجارية وذلك عن طريق ندوات او نشرات توعوية.
6. على المشرع تجميع النصوص القانونية المطبقة على المخالفات التجارية وجرائم البيع وهذا لتسهيل عمل الجهات المعنية في الحكم في مجال الممارسات التجارية.
7. مضاعفة آليات مراقبة الاسواق وحركة البضائع فيها ومراقبة مدى خضوع هذه البضائع ومدى خضوع هذه البضائع ومدى مطابقتها للنصوص القانونية والتنظيمية.
8. عدم التساهل في حالة مخالفة احكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

قائمة

المراجع و المصادر

أولاً: الكتب.

1. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي الخاص، جزء2، دار هومه، 2003.
2. أحمد غاي، الوجيز في تنظيم ومهام الشرطة القضائية، دراسة نظرية وتطبيقية مسيرة تناول الأعمال والإجراءات التي يباشرها اعضاء الشرطة القضائية للبحث عن الجرائم والتحقيق فيها، دار هومه، ط4، الجزائر، 2008.
3. أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الاسلامية دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، د ط مصر، 2005.
4. جولي شاهين حصني، الحماية الجزائرية للمستهلك السبل والحلول المستحدثة في القانون رقم 2005/659 المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، الطبعة1، 2013،
5. عصام احمد البهجي، الالتزام بالشفافية والافصاح في عقود الاستثمار والاستهلاك و العلاج الطبي، المكتب الجامعي الحدث، ط1، الاسكندرية، 2014.
6. علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة ونشر وتوزيع، د ط، الجزائر، 2000.
7. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، د ط، القاهرة، 2004.
8. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، دار بغداد للطباعة والنشر والتوزيع،(دون ط)،(د سنة النشر)، الجزائر.
9. محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، د ط، مصر، 2005.
10. محمد صبري السعيد، الواضح في شرح القانون المدني النظرية العامة للالتزامات مصادر الالتزام العقد والارادة المنفردة، دار الهدى، الجزائر، ط 4، 2009.

11. كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر دراسة تحليلية وتطبيقية في ضوء أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش لعام 2009، دار الجامعة الجديدة، ط، الاسكندرية، 2013.
12. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني في ضوء قانون حماية المستهلك المصري والتوجيهات الاوربية والقانون اليونيسترال النموذجي للتجارة الالكترونية معلقا عليها باحدث احكام محكمة النقض المصرية والفرنسية والمحاكم الاقتصادية، دار الجامعة الجديدة، ط2، الاسكندرية، د سنة النشر.
13. نبيل ابراهيم سعد، العقود المسماة عقد البيع، دار الجامعة الجديدة، ط2 الاسكندرية، 2004.
14. نادية فضيل، الاوراق التجارية في القانون الجزائري، دار هومه، د ط الجزائر، 2004.

ثانيا: الأطروحات والمذكرات.

أ. أطروحات الدكتوراه.

1. أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر -باتنة- 2016.
2. بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نضام ل م د، تخصص قانون المنافسة والإستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018.
3. علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الاممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق -بن عكنون- جامعة الجزائر 1، 2014.
4. لامية لعجال، حماية المستهلك في معاملات التجارة الالكترونية، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال، قسم قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2017.

ب. مذكرات الماجستير.

1. بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية-2009.
2. زهرة علاوة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، الاعوان الاقتصاديين/المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
3. زويبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة ملود معمري -تيزي وزو- 2011.
4. سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق منتوري، قسنطينة، 2005.
5. فرحات زموش، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء احكام القانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2015.
6. محمد سعادي عارف، الصلح في جرائم الاقتصادية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطني فلسطين، 2010.
7. أحمد مريشة، حماية المستهلك في مجال الشفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه في القانون الاساسي والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج -البويرة-
8. الصادق الصياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2014.
9. ويزة لحراري(شالغ)، 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 الاساسي والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، 2012.

10. نوال كيموش، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير قانون خاص كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011.

11. نصيرة بوعوالي، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

ت.مذكرات الماستر .

1. جميلة بن مدثر/نسيمة بن مدثر، الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2019.

2. خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة- الدكتور الطاهري مولاي- سعيدة قسم الحقوق، 2017.

3. رويس فضيلة/شطابي حنان، مبدأ شفافية الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية -بودواو- جامعة امحمد بوقرة، قسم القانون الخاص، 2020.

4. عبد المؤمن طرشي، النظام القانوني للجرائم الماسة بالممارسات التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020.

5. نسيمة بوقادوم/هالة بولقرينات، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق يحي -جيجل- قسم الحقوق، 2016.

ثالثا: المقالات والمدخلات العلمية.

أ. المقالات الأكاديمية.

1. بن شيخ راضية، الشفافية وعلاقتها بنزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 57، العدد 05، ديسمبر 2020.
2. حنان مسكين، التزام العون الاقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، عدد 22.
3. دليلة معروز، الالتزام باعلام المستهلك الالكتروني ومدى فعالية وشمولية قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معارف مجلة علمية محكمة، دار زمورة للنشر والتوزيع، بويرة ، ع08، جوان 2010.
4. زكرياء جرفي، مبدا الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 02-04، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر -بسكرة- عدد4، أبريل 2017.
5. زوينة بن زيدان، الفاتورة الية لحماية الاقتصاد الوطني، مجلة صوت القانون، جامعة الجزائر 1، نوفمبر 2016 المجلد 6، عدد2.
6. سلمى بقار/ سامية حساين، الالتزام بالفوترة كمبدا لشفافية الممارسات التجارية، مجلة الدراسات الحقوقية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة امحمد بوقرة بومراس، 2020، المجلد 7/ع 2.
7. سناء منيغر، الحل الودي للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية، مجلة ابحاث القانون والسياسة، عدد4.
8. فتيحة خالدي، الحماية الجزائرية للمستهلك، مجلة علمية محكمة معارف، دار زمورة، ع 8، جوان 2010، بويرة.
9. فاطمة حميدي، شفافية الممارسات التجارية كآلية من آليات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، مجلد 14، عدد3، 2021.
10. منى طيار/اسكندر بن عالية، المصالحة في جرائم الأعمال، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، م07، ع02، 2022.
11. ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جيجل.

12. نعيمة سليمان، التزام العون الإقتصادي بالإعلام عن الاسعار والتعريفات، مجلة العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي احمد زبانة-غليزان-، معهد العلوم القانونية والادارية، العدد7، ديسمبر2016.
13. نسيم بلقاسم دكار، تعزيز مبادئ الحكومة كآلية لوقف تداعيات الفساد في المؤسسات العمومية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية مارس2020 -مجلد57، ع02.
14. واعمر جبالي، حماية رضا المستهلك عن طريق الاعلام(الوسم والاشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية جامعة مولود معمري -تيزي وزو - 2006، ع 2.

ب. المداخلات العلمية.

1. سلمى بقر، مداخلة ضمن محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر-السداسي الثالث- تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية -بوداوا- قسم القانون الخاص، 2021.
2. نادية والي، الفاتورة كآلية لشفافية الممارسات التجارية، مداخلة ضمن يوم دراسي منظم من طرف غرفة التجارة والصناعة، تيكجدة بالتنسيق مع مديرية التجارة لولاية البويرة، يوم 5 جوان 2016.

رابعاً: النصوص القانونية.

أ. النصوص القانونية.

1. الأمر رقم66-155 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الاجراءات جزائية، المعدل والمتمم، ج ر عدد47، الصادرة 10/06/1966.
2. الأمر رقم66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج ر عدد عدد47، الصادرة 10/06/1966.
3. الامر رقم75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر عدد 78، الصادرة 30 سبتمبر 1975.

4. الأمر رقم 95-06 مؤرخ 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09،
الصادرة 22 فبراير 1995. (ملغى).
5. الامر رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44
الصادرة 23 يوليو 2003.
6. القانون رقم 89-02 مؤرخ في 07/02/1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية
المستهلك، ج ر ع 06، الصادرة 08/02/1989 (ملغى).
7. القانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989، يتعلق بالاسعار، ج ر ع 29
الصادرة في 19 جويلية 1989. (ملغى).
8. القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على
الممارسات التجارية، ج ر ع 41، صادر 27/06/2004، معدل ومتمم بموجب القانون
رقم 10-06 مؤرخ في 23/07/2010، ج ر ع 46، صادرة 18/08/2010.
9. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع
الغش، ج ر ع 15، صادرة 08/03/2009.
10. قانون رقم 10-06 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق 15 غشت 2010، ج ر
عدد 46 الصادرة 18/08/2010 يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى
الاولى 1425 الموافق 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات
التجارية.

ب. النصوص التنظيمية.

1. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30/01/1990، يتعلق برقابة الجودة
وقمع الغش، ج ر ع 05، 1990، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ
في 16/10/2001، ج ر ع 61، الصادرة 21/10/2001.
2. مرسوم تنفيذي رقم 91-05 مؤرخ في 19/01/1991 المتعلق بالقواعد العامة
للحماية التي تطبق على حفظ الصحة والامان في اماكن العمل، يعدل ويتم القانون
رقم 88-07، مؤرخ في 26/01/1988، ج ر ع 04، صادرة 23/01/1991.

3. المرسوم التنفيذي رقم 05-468، مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80 الصادرة 11 ديسمبر 2005 .
4. المرسوم التنفيذي رقم 05-484، مؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر عدد 83 الصادرة في 25 ديسمبر 2005.
5. مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الاساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 56، الصادرة 11 سبتمبر 2006.
6. مرسوم تنفيذي رقم 09-415 مؤرخ 2009/12/16، يتضمن القانون الاساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج ر عدد 75، صادرة 2009/12/20.
7. مرسوم تنفيذي 10-299 المؤرخ في 2010/11/29، يتضمن القانون الاساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية، ج ر عدد 74، الصادرة في 2010/12/05.
8. المرسوم التنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فبراير 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الاعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10 الصادرة في 22 فبراير 2016.

ملاحق

الملحق رقم 1:

اسم المؤسسة		وصل التسليم BON DE LIVRAISON		
إلى:				
وصل التسليم رقم: تاريخه:				
رقم وصل الطلب: تاريخه:				
ملاحظات	الكمية المسلمة	الكمية المباعة	التعيين DÉSIGNATIONS	المرجع REF
الإرسال بتاريخ: المسلم:				
عدد الرزم (COLIS): الوزن الإجمالي:				

- اسم الوثيقة ورقمها
- معطومات عن الزبون
- معطومات عن المورد
- تاريخ و مكان إعداد الوثيقة

- تحديد محتوى العملية (تفاصيل السلعة المرسله)

13 جمادى الأولى عام 1437 هـ 22 فبراير سنة 2016 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 10	5		
<p>الملحق 1</p> <p>نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية</p> <p>الرقم..... التاريخ.....</p>				
<p>جزء مخصص للبائع</p>				
<p>- اسم ولقب المربي:</p> <p>- عنوان مكان التربية:</p> <p>- مكان / المنطقة الجغرافية المخصصة للتربية:</p> <p>- رقم بطاقة الفلاح / المربي / الاعتماد:</p> <p>- رقم التعريف الجبائي (رت.ج):</p>				
الرقم التسلسلي	تسمية المنتج للبائع	عدد الوحدات (i)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي (خارج الرسم (دج))
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
				المبلغ الإجمالي
<p>(1) - الوحدات: بيض الدجاج، الدواجن (الدجاج، الديك الرومي.....) الأراتب والخراف (التعاج والخراف، والكتبات.....)، المظبية (الأبقار والعجول، الثيران.....) إلخ</p>				
<p>توقيع وختم البائع</p>				
<p>جزء مخصص للمطري</p>				
<p>- الاسم واللقب (شخص طبيعي):</p> <p>- الشكل القانوني (شخص معنوي):</p> <p>- العنوان المهني أو محل الإقامة:</p> <p>- بطاقة الفلاح / المربي رقم..... بتاريخ..... المسجلة من طرف الغرفة الفلاحية لولاية.....</p>				
<p>توقيع المطري</p>				

الملحق رقم 3:

سند تحويل

TACC104.1.0PP

[ادخل اسم الشركة الكامل]
[العنوان]
[الرمز البريدي]
[الدولة]
[رقم الهاتف]

التفاصيل

رقم السند: [ادخل رقم سند التحويل]
التاريخ: [ادخل تاريخ إصدار هذا السند]
المبلغ الإجمالي: [ادخل صافي المبلغ المطلوب تحويله]

حرف السند لـ:
الاسم: [ادخل اسم الطرف الذي حوّر له السند]
العنوان: [ادخل العنوان]
المدينة، الرمز البريدي: [ادخل المدينة، العنوان البريدي]
الدولة: [ادخل الدولة]
رقم الهوية: [ادخل رقم هوية الشخص]

بيان السند

الرقم التسلسلي	طريقة الدفع	الوصف	الكمية	السعر	المبلغ الإجمالي	المبلغ المدفوع مسبقاً	المبلغ المتبقي
[ادخل الرقم التسلسلي للصفحة]	[حدد طريقة الدفع، نقداً أو شيك بنكي، أو غيرهم]	[ادخل اسم ووصف المنتج أو الخدمة 1]	[ادخل الكمية]	[ادخل السعر مع العملة]	[الكمية x السعر مع العملة]	[ادخل قيمة بضاعة المدفوعة مسبقاً]	[ادخل الإجمالي بعد خصم الضريبة - المبلغ المدفوع مسبقاً]
		[ادخل اسم ووصف المنتج أو الخدمة 2]					
				المجموع الجزئي الضريبة	[مجموع المبالغ المدفوعة مسبقاً]		
				صافي المبلغ الإجمالي	[مجموع المبالغ المدفوعة مسبقاً]		

توقيع محرر السند:

توقيع مستلم السند:

ننكر على استخدام النماذج ونقدنا لكم المصدر كما نذكر عليكم اسم سواء كان دفعا مائتا ضروا أو مشاركة فعالة في تطوير وتحسين محتوى المواقع

contact@freecrystals.com
www.freecrystals.com

الصفحة 1 | 3

الملحق رقم 4 :

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

ولاية جيجل

مديرية التجارة

مصلحة حماية المستهلك وفتح الغش

نموذج م س م

مضطر سحب المنتج من فعالية الاستهلاك

قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المؤد 23 إلى 30 من المرسوم التنفيذي رقم 39-94 الصادر في 01/01/1990 المتعلق برقابة الجودة وفتح الغش للمحل والمتم

رقم تسجيل المصلحة الإدارية

رقم

محرر بـ

تحت رقم
[1] الاسم، لقب، المثل، المهنة،
المنزل أو إقامة الشخص الطبيعي
أو العنصر الذي تم تحده السحب،
إن تم هذا الأخير أثناء الطريق
أثر المكان أو لنا شخص الأمر
أسماء و عناوين الأشخاص
المذكورة على وثائق الشحن
المرسل و مرسلة له
(2) حدد هوية الشخص المستوع.
(3) حدد طبيعة الإجراءات المتخذة.
(4) قبل أو رفض.
ملاحظة: في حالة الحجز أو
التعذر فإن مراجع هذا المحضر
يجب أن تترك لمن الشخص
المعنى بالأجراء

في عام الفين
على الساعة
لدى الموقعين أسفله

لدى إجراء معالجة المعلومات المعوضومة للاستهلاك
من طرفه (1)

جودة كذا و لكلمة مع (2)

أما بـ (3)

السيد
خاصة أبدا بعض طبيعة و تركيب و مصدر المنتج

بعد لزوم هذا المحضر، السيد

صرح لنا بأنه لا يتوقف ولا يضيف ولا يخلط أي شيء مما سبق
و كذا (4)
القول أو الأفعال المحذورة

المعنى

رقم المحضر : 156409 التاريخ : ١٢ / ٥ / ١٤٠٠ اليوم : الثلاثاء الساعة : ٨:٠٠ ص رقم الصادر :				لدية الكويت رة بلدية محافظة : ارة : الأندلس والأوقافية : ركز العمل : الواحدة الإلكترونية :	
محضر ضبط مخالفة					
مع المخالفة : اعداد الأغذية وتمضيرها في ظروف غير صحية					
		الاسم بالكامل : إثبات الشخصية : عنوان السكن :		ت ا ت ا ت ا	
		الاسم التجاري : اسم صاحب الترخيص : رقم إثبات الشخص : عنوان المحل :		ت ا ت ا ت ا	
برهني انا... أحمد العبدوي... الوظيفة : مختص الأغذية... ويصفي مخولا بمقتضى نص المادة 36 من قانون ال م 2005/5 في شأن بلدية الكويت والقرارات المنفذة له سلطة ضبط وإثبات المخالفات المنصوص عليه قرار الوزاري رقم : ١٤٠٠ / ١٤٠٠ / ٤٠٠٠ بشأن لائحة : الأغذية... وتصيغاته - فقد ثبت لي ما شهود... أثناء التفتيش... أن المخزن... مواد غذائية... وهو السوي... غير مت لوجود... في السقف... غير نظيفة... يتساقط... منها... الحما... ... تسبب... رطوبة... داخل المخزن... وأثره... الأضرار... ولا توجد... ... في المخزن... لم يكن... يعمل... التفتيش... إلى... لذا بذلك القرار الوزاري المشار إليه وفقاً للمادة (.....) البند رقم (.....)					
زال المخالف أجاب : غير موجود					
من السلع على المخالف أجاب : لا يوجد وبهذا تمت أقواله وأقبل المحضر في ساعته وتاريخه وقع المخالف : غير موجود م ٨٠٥٥					
تحصيل مبلغ السلع بإيصال رقم : بتاريخ : / / مرفق بالمحضر نسخة منه .					
.....					

نموذج فاتورة

بيانات تتعلق بالمشتري

إسم الشخص الطبيعي و لقبه
 تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري
 الشكل القانوني للبعون الإقتصادي و طبيعة النشاط
 رقم السجل التجاري
 رقم التعريف الإحصائي
 العنوان و رقما الهاتف الفاكس و العنوان الإلكتروني (ع. إ.)

بيانات تتعلق بالبائع

إسم الشخص الطبيعي و لقبه
 تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري
 الشكل القانوني للبعون الإقتصادي و طبيعة النشاط
 رقم السجل التجاري
 رقم التعريف الإحصائي
 العنوان و رقما الهاتف الفاكس و العنوان الإلكتروني (ع. إ.)
 رأسمال الشركة عند الإقتضاء
 تاريخ تحرير الفاتورة و رقم تسلسلها
 طريقة الدفع و تاريخ التسديد

تسمية السلعة أو الخدمة	الكمية	وحدة القياس	سعر الوحدة دون رسوم	السعر الإجمالي دون رسوم	طبيعة الرسوم	السعر الإجمالي بكل الرسوم

المبلغ الإجمالي للفاتورة بكل الرسوم بالأرقام

المبلغ الإجمالي للفاتورة بكل الرسوم بالأحرف

الختم الذي توقيع البائع

- * ذكر تكاليف النقل على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة .
- * ذكر الفوائد المستحقة عند البيع بالأجل .
- * ذكر أجور الوسطاء ، العمولات ، السمسرة و أقساط التأمين .
- * ذكر المبالغ المشجحة على سبيل إبداع الرزم .

* غياب البيانات المدونة باللون الأحمر ، يجعل من الفاتورة المصححة كأنها لم تكن *

الفهرس

الفهرس

الفهرس .	
1	مقدمة.
6	الفصل الأول: مضمون مبدأ الشفافية لضمان الحماية للمستهلك.
7	المبحث الأول: إلتزامات العون الإقتصادي لحماية المستهلك قبل التعاقد.
9	المطلب الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات.
10	الفرع الأول : الإعلام بالأسعار و تعريفات السلع والخدمات.
11	أولاً: الإعلام بالأسعار.
14	1. تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن.
15	2. موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع.
15	ثانياً: وسائل تنفيذ الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات.
16	أ. وسائل الإعلام في مواجهة المستهلك.
16	1. العلامات.
17	2. الوسم.
18	3. المعلقات.
18	4. وسائل أخرى مناسبة.
18	ب. وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة الأعوان الإقتصاديين.
18	1. جدول الأسعار أو النشرات البيانية.
19	2. دليل الأسعار.
19	3. وسائل أخرى ملائمة.
19	الفرع الثاني: البيانات.
21	المطلب الثاني: إعلام المستهلك بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع.
21	الفرع الأول: الإلتزام بالإعلام بشروط البيع.
22	أولاً: كفيات الدفع.
22	ثانياً: التخفيضات والحسوم والمسترجعات.
22	أ. التخفيضات.
22	ب. الحسوم.
22	ت. المسترجعات.
24	الفرع الثاني: الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية.
25	المبحث الثاني: الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك.

الفهرس

26	المطلب الأول: الإلتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك.
27	الفرع الأول: الشروط الشكلية لتحرير الفاتورة.
27	أولاً: الشروط المتعلقة بأطراف الفاتورة.
28	ثانياً: البيانات المتعلقة بالأسعار.
29	ثالثاً: البيانات الخاصة بمميزات السلع والخدمات.
30	الفرع الثاني: بدائل الفاتورة.
30	أولاً: وصل التسليم.
31	أ. شروط تحرير وصل التسليم.
31	ب. البيانات القانونية لوصل التسليم.
32	ثانياً: الفترة الاجمالية.
32	ثالثاً: سند التحويل.
32	أ. شروط تحرير سند التحويل.
33	ب. البيانات القانونية لسند التحويل.
33	رابعاً: سند المعاملة تجارية.
34	أ. البيانات القانونية لسند معاملة تجارية.
35	المطلب الثاني: عدم تسليم الفاتورة للمستهلك.
35	أولاً: عدم الفوترة.
36	ثانياً: الفاتورة غير القانونية و الفاتورة غير المطابقة.
36	ثالثاً: الفاتورة المزورة.
37	خلاصة الفصل الأول.
38	الفصل الثاني: جزاء إخلال العون الإقتصادي بقواعد مبدأ الشفافية لتوفير الحماية للمستهلك.
39	المبحث الأول: معارضة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك والتحقق فيها.
39	المطلب الأول: إجراءات التحقيق.
40	الفرع الأول: البحث والمعارضة.
40	أولاً: الموظفون المؤهلون لمعارضة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.
41	أ. ضباط الشرطة القضائية.

الفهرس

42	ب. أعوان الشرطة القضائية.
43	ت. الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
44	ث. الموظفون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
44	ج. الأعوان المكلفون بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل.
45	ثانيا: سلطات الموظفين المؤهلين.
45	1- سلطة الفحص والإطلاع على الوثائق.
45	2- سلطة الدخول إلى المحلات التجارية.
46	3- سلطة الحجز.
47	الفرع الثاني: تحرير محضر المخالفة.
47	أولا: مضمون المحضر.
48	ثانيا: حجية المحضر.
48	أ. المحضر وسيلة لإثبات المخالفة.
49	ب. المحضر وسيلة إثبات احترام الاعوان المكلفين بالتحقيق للإجراءات القانونية.
49	المطلب الثاني: متابعة المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك.
49	الفرع الاول: المصالحة.
50	أولا: شروط المصالحة.
51	ثانيا: آجال المصالحة.
52	ثالثا: آثار المصالحة.
52	الفرع الثاني: المتابعة القضائية.
53	أولا: مباشرة الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة.
54	ثانيا: جمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية.
55	ثالثا: الإدارة المكلة بالتجارة.
56	المبحث الثاني: الجزاءات المقررة على المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية لحماية المستهلك.
56	المطلب الاول: الجزاءات القضائية.
56	الفرع الأول: العقوبات الأصلية.
57	أولا: الغرامة.
57	أ. الغرامة المقررة في حالة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات.
57	ب. الغرامة المقررة على الإخلال بالإعلام بشروط البيع.

الفهرس

57	ت. الغرامة المقررة على عدم الفوترة.
58	ث. الغرامة المقررة للفاتورة غير المطابقة.
58	ثانيا: مضاعفة الغرامة في حالة العود.
58	الفرع الثاني:العقوبات التكميلية.
59	أولا: المصادرة.
59	ثانيا: العقوبات التكميلية في حالة العود.
60	أ. المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري.
60	ب. عقوبة الحبس.
60	ثالثا: نشر الحكم بالإدانة.
61	المطلب الثاني:الجزاء الإدارية.
61	الفرع الأول:غلق المحلات التجارية.
62	الفرع الثاني: نشر قرار الغلق.
62	المطلب الثالث: الجزاءات المدنية.
63	الفرع الأول: طلب إبطال العقد.
63	أولا: الغلط.
63	أ. أن يكون الغلط جوهريا.
64	ب. أن يكون الغلط مؤثر.
64	ثانيا: التدليس.
65	ثالثا: الإكراه والإستغلال.
65	الفرع الثاني: التعويض.
66	خلاصة الفصل الثاني.
68	خاتمة.
72	قائمة المراجع.
---	الملاحق.
---	الفهرس.
---	الملخص.

ملخص:

يسعى المشرع الجزائري لتحقيق الحماية الفعالة للمستهلك في المعاملات التجارية باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع المتدخل، من خلال فرض جملة من الالتزامات وعقوبات ردية للمخالفات المرتكبة من طرف الاعوان الاقتصاديين لضمان شفافية الممارسات التجارية وللحفاظ على استقرار السوق من جهة وضمان حقوق المستهلكين من جهة أخرى، وذلك طبقا للقانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

• **الكلمات المفتاحية:** الحماية - شفافية الممارسات التجارية - المستهلك - العون الاقتصادي - الالتزامات - العقوبات - المخالفات.

Résumé :

Le législateur algérien cherche à assurer une protection efficace du consommateur dans les transactions commerciales, en tant que partie faible dans la relation contractuelle avec l'intervenant, en imposant un certain nombre d'obligations et de sanctions dissuasives pour les infractions commises par les agents économiques afin d'assurer la transparence des transactions commerciales. Pratiques commerciales et de maintenir la stabilité du marché d'une part et de garantir les droits des consommateurs d'autre part, conformément à la loi n° 04-02 relative aux règles applicables aux pratiques commerciales.

- **Mots clés :** protection-transparence des pratiques commerciales - consommateur - aide économiste- obligations - sanctions - infractions.