جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل–

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مبـدأ الشفافية علـى ضـوء قـانـون الممـارسـات التجـاريـة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص

تخصص: قانـون الأعمال

إعداد الطالبتين:

- زادي نور الإيمان
- بن شخندو حنان

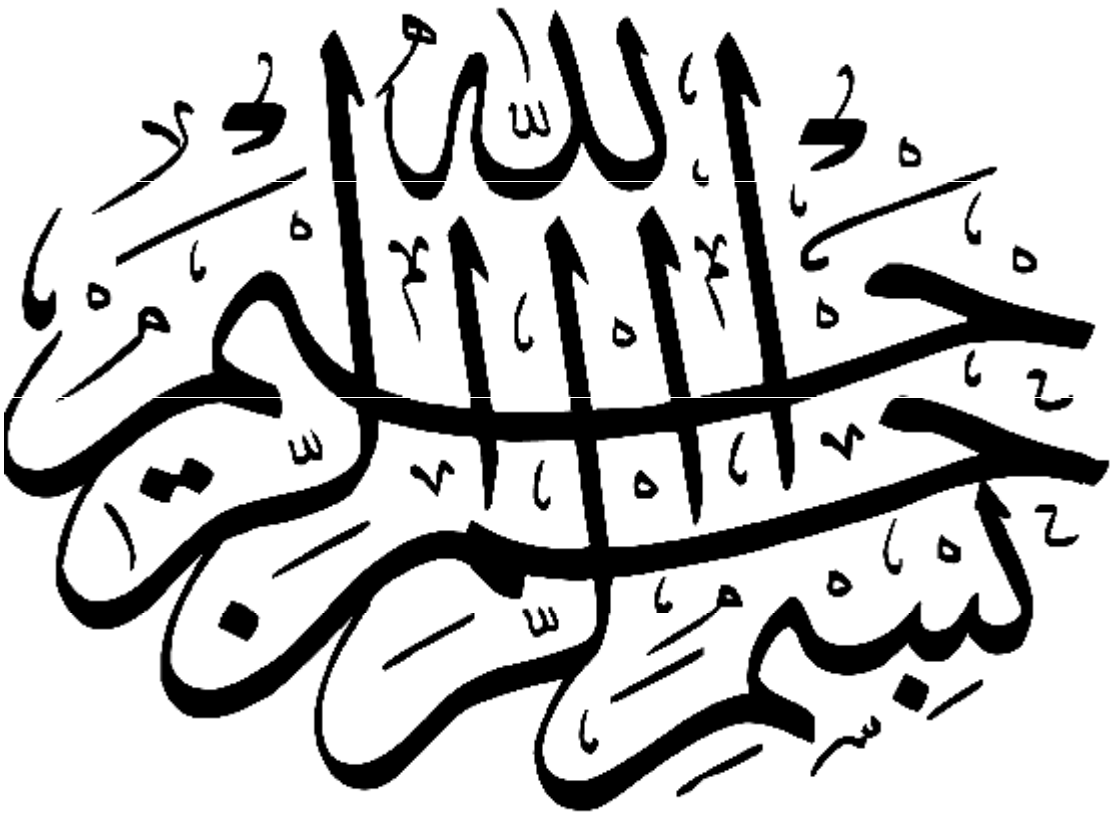
إشراف الأستاذ:

- بوالكور عبد الغاني

لجنـــــة المناقشـــــــة:

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
شويط صباح	أستاذة مساعدة أ	جيجل	رئيسا
بوالكور عبد الغاني	أستاذ مساعد أ	جيجل	مشرفا
بشاطة زهية	أستاذة مساعدة أ	جيجل	ممتحنا

السنة الجامعية: 2016 / 2017 م


بسم الله الرحمن الرحيم

قائـــــــمة المختـــصرات

ج ر ..... جريدة رسمية .

ص ..... صفحة .

د س ن ..... دون سنة نشر .

د ..... دكتورة .

Principales Abréviations

Op.cit .....ouvrage précédemment citée .

P ..... page .

éd..... édition .

نتيجة لما يشهده العالم حاليا من تطور تكنولوجي وإدخال آليات جديدة في المجال الاقتصادي وبالأخص في ميدان الصناعة ، وما أسفر عنه من زيادة وتنوع في المنتجات بشتى أصنافها أدّى إلى اتساع الاستهلاك و الرغبة في الحصول على المزيد من الرفاهية ، ومانتج عنه زيادة التنافس بين الأعوان الاقتصاديين ، إمّا بصفتهم منتجا أو تاجرا أو حرفيا أو مقدما لخدمات و أيّا كانت صفته القانونية شريطة أن يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها[1] ، و غالبا ما يتم ذلك باعتماد طرق احتيالية بعيدا عن القيم و المبادئ التي ترتكز عليها التجارة ، فيكون المستهلك ضحية هذه المناورات أو التلاعبات كونه يقتني سلعا أو يستفيد من خدمات قدّمت له مجردة من كل الشروط المهنية التي يجب أن تُحاط بها[2].

فحماية للطرف الضعيف سعى المشرع إلى حماية المعاملة التي يبرمها حيث وسّع من الممارسات التجارية لتشمل نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي ، و نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردوا السلع لإعادة بيعها على حالها ، و الوكلاء ، ووسطاء بيع المواشي ، و بائعوا اللحوم بالجملة ، وكذا على نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية و الصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية[3]،و بذلك يعتبر القانون04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من أحدث النصوص التي أولت اهتماما لحماية المستهلك ، كما أنه يعد مكملا لما جاء به الأمر 95-06 (الملغى) إلاّ أنه وبعد سنوات من تطبيقه ، برزت عدة نقائص على مستواه ، الأمر الذي جعل المشرع يبادر لتدارك هذا النقص من خلال ما تضمنه الأمر 03-03 [4] ،

---

[1]- نص المادة الثالثة من قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل و متمم ، ج ر عدد 41 ، صادر في 27 جوان 2004 .

[2]- الفقرة الثانية من المادة الثالثة، المرجع نفسه .

[3]- المادة الثانية، المرجع نفسه.

[4]- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19جويلية2003 ، يتعلق بالمنافسة ، معدل و متمم ، ج ر عدد 43 ، صادر في 20جويلية2003 .

و القانون 04-02 ، سواء في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين أو بينهم وبين المستهلك ، وذلك تحت غطاء الشفافية كالوضوح و المكاشفة التي تبنى عليها المساءلة في كافة أشكال و أنماط العمليات التجارية مما يساهم في تعزيز قيم النزاهة.

يُعتبر عنصر الشفافية بهذا المفهوم العنصر الأساسي المحرك للممارسات تجارية نزيهة من خلال تصديها المعاملات السيئة داخل السوق ، و في مقابل ذلك تمكّن المتعاقد من اتخذ قراره عن تبصر و بصيرة ، نظرا لكون الشفافية تحتمل الصدق والمصارحة، كما تشمل أيضا الإفصاح عن المعلومات الضرورية لتأسيس إرادة الطرف المتعاقد معه .

وقد جسّد المشرع مبدأ الشفافية بصورة صريحة على مستوى قانون الممارسات التجارية، كما كرّسها على مستوى نصوص قانونية أخرى ، لأجل تنوير المستهلك نظرا لضعفه الفني و المعرفي ، وذلك بتكريس الالتزام بالإعلام لصالحه حتى تتضح له الصورة كاملة ويتعاقد في إطار يسوده الوضوح و النزاهة ، و لهذا حُصرت دراستنا لمبدأ الشفافية في إطار قانون الممارسات التجارية باعتباره مترجم في شكل التزامات ايجابية الهدف منها حماية المستهلك بصفة عامة و كذا حماية السوق بصفة خاصة .

و لهذا يستمد هذا الموضوع أهميته من خلال تناول عنصر الشفافية في الممارسات التجارية كونه يسعى للنظر في إمكانية تفعيل الضوابط القانونية لنشاط العون الاقتصادي ، بما يساهم في الحد من الممارسات غير الشفافة ، ضف إلى ذلك أنه يعمل لمصلحة المتعاقدين فمن جهة يكون العون الاقتصادي على دراية بأنه تحت رقابة مستمرة ، و من جهة أخرى يعرف المستهلك حقوقه و كيفية المطالبة بها ، وبالتالي فإن هذه الحماية لم تقرر فقط على مستوى تشريع واحد بعينه، بل كفلتها عدة تشريعات من أجل تحقيق المقاصد التي تسعى لها .

فترجع أسباب اختيارنا للموضوع إلى عدة أسباب ذاتية و أخرى موضوعية :

– الرغبة الشخصية و حماسنا في دراسة مجال الممارسات التجارية .

– اختلال ميزان القوى بين العون الاقتصادي و المستهلك ولدّ لدينا الرغبة في البحث عن مضمون مختلف الضوابط التي تحمي الممارسة التجارية والمكرسة بموجب مبدأ الشفافية.

– محاولة تحليل مختلف النصوص القانونية لمعرفة ما إذا كانت المنظومة التشريعية التي وضعها المشرع بمثابة غطاء لحماية المستهلك أم أنها في الحقيقة تشكل عراقيل من شأنها تعطيل تحقيق أهداف الأعوان الاقتصاديين حسب منظورهم .

– تسليط الضوء على النقائص التي يمكن أن تتخلل المنظومـة التشريعية من أجل عرض اقتراحات لمعالجتها .

إضافة إلى ذلك يكمن الهدف من دراستنا في :

- توضيح كيفية تطبيق الأعوان المكلفون بالرقابة لإجراءات المتابعة خصوصا عند الحل الودي للفصل في مخالفات شفافية الممارسات التجارية .
- الإحاطة بالجزاءات المقررة حال الإخلال بالالتزامات المفروضة على الأعوان لتكريس شفافية الممارسات التجارية .
- محاولة إرساء ثقافة علمية للحث على الممارسات الشفافة و الصادقة ، وتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية بين أطراف العلاقة الاقتصادية .

وللإحاطة بموضوع البحث اعتمدنا المنهج التحليلي و الاستقرائي و ذلك بتجميع المعلومات العلمية والنصوص القانونية و تحليل الآراء الفقهية ، من أجل استخلاص أهم الأحكام المرتبطة بالموضوع، إضافة إلى استخدام المنهج الوصفي لشرح ما أفرزه هذا الموضوع من مفاهيم بحاجة للشرح ، و بيان أهم أبعاد الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك و بذلك توضيح الفكرة و إزالة ما اكتنفها من غموض .

وتجدر الإشارة أن موضوع البحث لا يفتقر إلى دراسات سابقة ، كون أن تجدّده التشريعي و التنظيمي المستمر يتطلب المزيد من الدراسات و البحث ، فعند اطّلاعنا على المراجع العلمية كانت في مجملها تعالج جزئيات سواء فيما يخص الالتزامات المتعلقة بالإعلام أو الفوترة أو عملية التحقيق في حالة الإخلال بهذه الالتزامات وتوقيع الجزاءات عليها، و يبرز ذلك على مستوى أطروحة دكتوراه المعنونة بـآليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، و رسالة ماجستير بعنوان مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر ، غير أن أغلب هذه المراجع تتدرج ضمن قانون المنافسة أو قانون الاستهلاك ، و هذه هي **الصعوبة** التي واجهتنا ، لأنه كان من الضروري البحث في المنظومة القانونية و وضع حدود للبحث حتى يكون نطاق الدراسة محصورًا فقط في قانون الممارسات التجارية .

وعليه يعتبر حق الدخول إلى السوق من أهم المبادئ التي تحكم شفافية الممارسات التجارية ، كونه مبدأ دستوري يرمي إلى حماية ممارسة التجارة و الصناعة غير أن وضع السلطة التشريعية لقيود من شأنها التأثير على هذه الحرية ، و من هنا تثار إشكالية البحث التي مفادها :

إلى أيّ حدّ وفقّ المشرع الجزائري في وضع ضوابط قانونية تكرس مبدأ شفافية الممارسات التجارية ؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة ارتأينا إلى تقسيم البحث إلى فصلين ، تناولنا في الفصل الأول الآليات القانونية لضمان شفافية الممارسات التجارية ، في حين خصّصنا الفصل الثاني لدراسة الحماية المقررة لمبدأ شفافية الممارسات التجارية .

حظيت الشفافية باهتمام خاص ضمن القوانين المنظمة للسوق لاسيما القانون 04-02 الذي جعل الشفافية مبدأ يحكم الممارسات التجارية [1] من خلال ضبط و تنظيم العلاقات التجارية فيما بين الأعوان الاقتصاديين و فيما بينهم و بين المستهلكين ، و ذلك بتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية التي يجب أن تكسوها الشفافية و الوضوح و النزاهة ولهذا فقواعد القانون 04-02 لا تهدف إلى المحافظة على المنافسة في السوق لكنها في مقابل ذلك لها دور مكمل للقواعد المقررة في الأمر03-03 ، كون أن الشفافية في المعاملات التجارية تعكس بصورة إيجابية على المنافسة في السوق [2] ، وتؤكد ذلك المادة الرابعة من القانون 10-05[3] المعدل و المتمم للأمر 03-03 على أنه :" **تحدد أسعار السلع و الخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة و النزيهة** ".

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما و كذا على أساس قواعد الإنصاف و الشفافية ، لاسيما تلك المتعلقة بما يأتي:- "**شفافية الممارسات التجارية** ". وهنا يتضح لنا أن هناك علاقة وطيدة تجمع قانون المنافسة و قانون الممارسات التجارية ، و لهذا تكريسا لشفافية الممارسات التجارية فرض المشرع على العون الاقتصادي جملة من الالتزامات ، أولهما الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع ، حيث يعتبر الإعلام حق للمستهلك فهو يعد من الأبجديات التي قامت عليها حركة حماية المستهلك ، وبالرجوع إلى أحكام الإعلام نجد أن موضوعه يشمل وجهان : يتمثل الأول في الإعلام بالمضمون التعاقدي أي المعلومات المتعلقة بالمنتوج و بشروط البيع و بحدود المسؤولية التعاقدية ، أمّا الوجه الثاني يتمثل في الإعلام بالأسعار و التعريفات التي

---

[1]- عياض محمد عماد الدين ، **عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري** ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق ، تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة البليدة 2 ، 2015-2016 ، ص 265 .

[2]- كتو محمد الشريف ، **قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفق أمر 03-03 و قانون 04-02** ، منشورات بغدادي الجزائر، 2010 ، ص 77 .

[3]- القانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010 ، يعدل و يتمم الأمر 03-03 ، **يتعلق بالمنافسة** ، ج ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010 .

تكون سابقة على إبرام عقد البيع أو أداء الخدمات ، فهذا يسمح له باختيار المورد الذي يقدم أفضل السلع و أحسن الخدمات [1] (المبحث الأول) ، و في مقابل ذلك يمكّنه من استقراء السوق ، و من ثم بقاء المستهلك حرّا في التعاقد من عدمه ، و إلى جانب ذلك غلق باب المعاملات التمييزية بين المستهلكين التي قد يمارسها البائعين و مقدمي الخدمات[2] .

غير أن البائع يبقى ملزما حتى بعد تحقق عملية البيع أو تقديم الخدمة ، بتسليم الفاتورة باعتبارها آلية لها مكانة على مستوى المعاملات التجارية لأن التجار أثناء تداولهم لأنشطتهم يكونون ملزمون بتحرير الفاتورة أو ما يقوم مقامها [3]، و لهذا فالفاتورة أداة فعالة لمراقبة معاملات التجار و كشف ما يتم إبرامه في إطارها (المبحث الثاني).

[1]– عياض محمد عماد الدين ، المرجع السابق ، ص 267 .

[2]– أرزقي زوبير ، **حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2014 ، ص57.

[3]– بلفركوس فطومة و بلحسين باية ، **الالتزام بالفوترة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013– 2014 ، ص5.

المبحث الأول.

الالتزام بالإعلام في مجال

الممارسات التجارية:

أصبح الالتزام بالإعلام من الالتزامات التي كثر الحديث عنها في الآونة الأخيرة حيث يكون العون الاقتصادي ملزم بعرض سلعة أو خدمة مطابقة للمقاييس و المعايير المنصوص عليها قانونا ، إضافة إلى التزامه بإعلام المستهلك بالبيانات الجوهرية الخاصة بها قبل إقدامه على التعاقد و ذلك حتى يتمكن من اتخاذ قراره بعد تبصيره و إطلاعه بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج [1]، و لأن الالتزام بالإعلام مستنبط و نابع من إرادة المستهلك في إبرامه للعقد ، حيث يعتبر من المواضيع الأساسية لفرض احترام العون الاقتصادي لوضعية المستهلك من جهة و أن الإعلام يعتبر عامل لشفافية السوق وتطور المنافسة انطلاقا من العبارة القائلة بأنه " كلما كان الإعلام جيد كلما كان أمام المستهلك الاختيار أكثر "[2]. و لهذا تم تناول مفهوم الالتزام بالإعلام (المطلب الأول) ، و وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام(المطلب الثاني).

---

[1]– التريوس نجاة وآخرون ، **عرض حول موضوع دور الالتزام بالإعلام في حماية رضا المستهلك قانون الأعمال** ، الكلية المتعددة التخصصات ، جامعة عبد المالك السعدي ،المغرب ، 2014–2015 ، ص2 ، نقلا عن https://fptetouan.tk/wp-content/uploads/.../الالتزام-بالإعلام.doc. *2017/04/15 , 18:42.*

[2]– أرزيل الكاهنة ، " **الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك المنظم يومي 17–18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة ميرة عبد الرحمان ، بجاية ، 2009 ، ص 5 .

المطلب الأول.

مفهـــوم الالتزام بالإعلام بالأسعار :

تناول المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام في قانون الممارسات التجارية بموجب الفصل الأول المتضمن الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع من الباب الثاني تحت عنوان شفافية الممارسات التجارية[1] من خلال المواد من 04 إلى 09 ، إذ يترتب على مخالفة العون الاقتصادي لهذا الالتزام جنحة (النموذج المرفق في الملحق رقم 1)، يعاقب عليها بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000دج) إلى مائة دينار (100.000دج)[2]، كما أن هذا الالتزام يجد مصدره في القواعد العامة و هذا ما نصت عليه المادة 352/ 2 [3] بأنه :"**يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه**" ، و هنا تم تناول التعريف بالالتزام بالإعلام (الفرع الأول) ، شروط تنفيذ الالتزام بالإعلام (الفرع الثاني) ، و طبيعة الالتزام بالإعلام (الفرع الثالث).

الفرع الأول.

المقصود بالالتـزام بالإعلام بالأسعار :

الالتزام بالإعلام ما هو إلا التزام يهدف إلى تمكين المستهلك من اقتناء السلع و الخدمات بإرادته الحرة بعد حصوله على معلومات و بيانات حول المنتوج و كافة المواصفات المرتبطة بالمبيع ، فنظرا لأهمية هذا الالتزام إضافة إلى اعتباره من الأحكام

[1]– القانون رقم 04–02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق.

[2]– نصت المادة 31 من نفس المرجع على أنه :" يعتبر عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات ، مخالفة لأحكام المواد4 و6 و7 من هذا القانون ، و يعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000دج)إلى مائة ألف دينار (100.000دج) .

[3]– المادة 352/ 2 من الأمر رقم 75–58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، **يتضمن القانون المدني**، معدل ومتمم ، ج ر عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975 .

المستحدثة ضمن المنظومة القانونية الجديدة يستدعي ضرورة تقديم تعريف له (أولا) وتبيان خصائصه (ثانيا) .

أولا. تعريف الالتزام بالإعلام :

بالرجوع إلى المادة 1/352 [1] يتضح لنا أن المشرع أنشأ الالتزام بالإعلام حيث يقع على عاتق البائع ونستشف ذلك من خلال عبارة "**العلم الكافي بالمبيع**" ، و يكون كذلك من خلال بيان المبيع وأوصافه الأساسية بالكيفية التي تُمكِّن المشتري من التعرف عليه بنفسه ، وهذا الحق مقرر للمشتري كعون اقتصادي أو كمشتري عادي .

ونصت الفقرة الثانية من نفس المادة[2] على سقوط حق المشتري في طلب إبطال البيع إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع ، و بذلك لا يُعتبر هذا الحكم منصفا بالنسبة للمستهلك باعتباره طرفا ضعيفا في علاقة البيع لكن في المقابل يمكن أن يبذل العون الاقتصادي كل ما في وسعه لإثبات علم المشتري بالمبيع و حمله على الاعتراف بذلك.

من خلال ما سبق ذكره يتضح لنا أن المشرع لم يأتي بتعريف للالتزام بالإعلام وإنما اكتفى عند تطرقه إلى هذا الالتزام بالإشارة إلى إلزاميته وهذا ما نصت عليه المادة الرابعة من القانون رقم 04-02 بقولها :" **يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع و الخدمات ، و بشروط البيع** ". و كذا الإشارة إلى الوسائل المعتمدة لتنفيذه و هذا ما يفهم من نص المادة الخامسة [3] .

---

[1]- أنظر نص المادة 1/352 ، الأمر رقم 75-58 ، يتعلق بالقانون المدني ، المرجع السابق.

[2]- أنظر نص المادة 2/352 ، المرجع نفسه.

[3]-نصت المادة الخامسة من القانون رقم 04-02 على أنه :" **:" يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة**".

غير أن الفقهاء عند تعريفهم للالتزام بالإعلام استعملوا ألفاظ كثيرة و متنوعة كتقديم المعلومات ، الإدلاء بالبيانات ، الإخبار ، النصح، مما أدى إلى تعدد التعريفات الفقهية لهذا الالتزام [1] ، فهناك من يعرّفه بأنه :" التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك و يتعلق بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم لدى المستهلك[2] ". بالإضافة إلى تعريفات أخرى[3] .

يمكننا تعريف الالتزام بصفة عامة بالإعلام[4] بأنه التزام العون الاقتصادي بتقديم المعلومات و البيانات من جهة و المنتوج محل التعاقد من جهة أخرى و التي من شأنها

---

[1]– عميرات عادل ، **المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي** ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2015–2016 ، ص76 .

[2]– جمعي حسن عبد الباسط ، **حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)**، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 1996 ، ص 15 وما يليها .

[3]– كما عُرّف بأنه " التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، أو صفة أحد طرفيه ،أو طبيعة محله أو أي اعتبار أخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلمّ ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناءا على جميع الاعتبارات بالإدلاء بالبيانات ".انظر : المهدي نزيه محمد الصادق ، **الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات**، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة مصر ، 1990 ، ص 10.

[4]– إن الالتزام بالإعلام يرتبط في الاصطلاح القانوني بالمعرفة والخبرة التي اكتسبها البائع بعد مضي مدة طويلة مما يترتب عنه تفاوت ملحوظ بينه وبين المشتري الذي يجهل مخاطر المنتوج .

تجدر الإشارة إلى أن هذا الالتزام يتواجد في كلتا المرحلتين أي في المرحلة السابقة واللاحقة على التعاقد، حيث اعتبره بعض الفقه في المرحلة السابقة على التعاقد بأنه التزام أحد المتعاقدين بتقديم كل البيانات المتعلقة بالمنتوج للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد و ذلك لأسباب قد تعود لظروف و اعتبارات معينة أو لطبيعة العقد أو صفة الأطراف المتعاقدة . في حين تركز المرحلة اللاحقة على التعاقد على خطورة استعمال هذه المنتجات وبالتالي تضمن سلامة المشتري المستهلك بالإفصاح له بالمعلومات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع و التحذير من المخاطر المترتبة عن استعماله و حيازته له وبالتالي حسب هذا الجانب الفقهي فإن الالتزام العام بالإعلام يتمثل في إخبار المشتري بكل ما يجعله على بينة من عيوب المبيع و إدراكه لخصائصه و بذلك يكون التزامه مزدوجا ، انظر: محمود جمال الدين زكي ، **مشكلات المسؤولية المدنية** ، مطبعة جامعة القاهرة ، القاهرة ، مصر ، د س ن ، ص 442 .

تنوير المتعاقد و تبصيره من أجل ضمان أمنه وسلامته ورضاه السليم و كذلك تمكينه من الرجوع على عارض المنتوج جرّاء ما ألحقه من ضرر[1] .

ثانيا . خصائص الالتزام بالإعلام :

للالتزام بالإعلام خصائص تميزه عن باقي الالتزامات المشابهة له يمكن حصرها فيما يلي:

1. خاصية العمومية للالتزام بالإعلام :

يعتبر الالتزام بالإعلام التزاما عاما سابقا على إبرام جميع العقود، و بذلك فهو ليس التزاما خاصا بعقد معين ، و بالتالي لا يكون على درجة واحدة من الأهمية لأن أهميته تظهر بشكل متزايد من عقد لآخر ، و بالأخص إذا تعلق الأمر بالعقود التي ترد على المنتجات لما تتميز من تعقيدات سواء من حيث تركيبها أو من حيث خطورة استعمالها وكمثال عن ذلك يكون الالتزام بالإعلام في مجال الأدوية أكثر أهمية و إلحاحا مقارنة بباقي المنتجات الأخرى[2] .

2. خاصية الدور الوقائي للالتزام بالإعلام :

يبرز دور الالتزام بالإعلام في الهدف المرجو من وراء تقريره و المتمثل في حماية المتعاقد و بالأخص إذا كان هذا الأخير مستهلكا كونه يمثل الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ، وهذا لقلة درايته و معرفته بالمسائل الفنية و التقنية المتعلقة بالمنتوج، وبذلك يجسد هذا الالتزام المساواة في العلم بين الأطراف المقبلة على التعاقد باعتباره يضمن أمن وسلامة المستهلك من خلال التقليل من المخاطر المتوقعة ، و في المقابل يهدف إلى وقاية

[1]– عميرات عادل ، المرجع السابق ، ص 79 .

[2]– شعباني نوال ، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2012 ، ص 76 .

العقود من طلب الإبطال و العمل على التقليل من اللجوء إلى الفسخ ، ذلك لكون الالتزام بالإعلام يضمن الحصول على رضا سليم للمتعاقد بالتقليل من الوقوع في الغلط أو التدليس[1].

3. خاصية الاستقلالية للالتزام بالإعلام :

يتميز الالتـــزام بالإعـــلام باستقـــلاليته عن الالتزامـــات الأخرى كونه يتميز عن نظرية عيوب الإرادة في قيام المسؤولية عند وجود إخلال بهذا الالتزام و لو كان السبب في ذلك يعود لوجود عيب يشوب إرادة المتعاقد ، بالإضافة إلى أنه يتميز عن نظرية الضمان على أساس أن قيامه غير مرتبط بحدوث شيء يُوجب الالتزام بالضمان يقع على عاتق الطرف المتعاقد[2].

الفرع الثاني .

شروط الالتـزام بالإعلام :

يستوجب توافر عدة شروط لإعمال الالتزام بالإعلام، منها ما يتعلق بأطراف العلاقة التعاقدية ومنها ما يتعلق بالإعلام ذاته.

أولا . شروط خاصة بالأطراف المتعاقدة :

إن اختلال المراكز التعاقدية ناتج عن عدم التكافؤ بين المستهلك و العون الاقتصادي مادام أن لهذا الأخير معلومات هامة يجهلها الطرف المتعاقد معه و هو الأمر الذي أدى إلى ضرورة تقرير الالتزام بالإعلام.

---

[1]– عميرات عادل ، المرجع السابق ، ص 80 .

[2]– عمر محمد عبد الباقي ، **الحماية العقدية للمستهلك** ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، مصر ، 2004 ، ص197 .

لذلك يشترط لقيام الالتزام بالإعلام على الطرف المدين به أن يكون عالما بكافة البيانات و المعلومات المتعلقة بالمنتوج محل التعاقد، و كذا علمه بمدى تأثيرها على رضا المستهلك و مدى مساهمتها في إقدامه على التعاقد من عدم ذلك ، الأكثر من ذلك فإن هذا الالتزام يشمل كذلك البيانات التي ينبغي على العون الاقتصادي[1] أن يكون عالما بها، وحتى يفرض هذا الالتزام على عاتق المدين ، لابد أن يكون عالما بالبيانات الجوهرية المتعلقة بالمنتوج أي لابد من قيامه بالاستعلام عنها بغرض الإدلاء بها إلى المستهلك[2].

وفي المقابل يشترط في المستهلك أن يكون جاهلا بكافة المعلومات محل الإعلام، غير أن العدالة تقتضي ضرورة تحقيق نوع من الموازنة فيما بين الأطراف المتعاقدة لأنه لا يُقبل تقاعس المستهلك وانتظاره لما يقدمه له العون الاقتصادي من معلومات كان بمقدوره الحصول عليها لو بذل العناية اللازمة لذلك، إلا إذا أثبت عدم إمكانية الاستعلام عنها [3] .

---

[1]- غير أنه وإعمالا لقاعدة " لا تكليف لمستحيل " فإنه من غير المعقول إلزام العون الاقتصادي بالإفصاح عن بيانات هو في الأصل يجهلها و ليس في وسعه معرفتها أو العلم بها، ذلك أن ما يهم الطرف الأخر و ما يخدم مصلحته هو معرفة مدى تأثير البيانات على رضا المستهلك حول العقد المقبلين على إبرامه ، انظر: رفاوي شهيناز ، **الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقود الاستهلاك** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق ، جامعة سطيف 2 ،2015-2016 ، ص45 .

[2]– إن الالتزام بالاستعلام حسب تسمية الفقه هو حرص المدين على البحث و التحري عما يجهله من بيانات حول العقد وتقديمها للمستهلك حتى يتمكن من اتخاذ قراره بإرادة حرة و سليمة كون أي معلومة يمكن أن تؤثر في صنع قراره ،انظر: محمد عمر عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص56 .

[3]- أي وجود استحالة موضوعية كأن تواجهه عوائق وموانع تجعل من استعلامه عن البيانات الجوهرية أمرا مستحيلا ويتحقق ذلك إذا كان الشيء المبيع بيد البائع فيمنع المستهلك من تفحص محل العقد ومن ثم استحالة معرفة أوصافه ،يمكن أن تكون استحالة المستهلك شخصية لوجود أسباب تبرر عدم قيامه بالاستعلام عن محل العقد مثل عدم تخصصه في مجال المعاملة خاصة مع غزو المنتجات ذات التقنية العالمية للأسواق الأمر الذي يؤدي إلى استحالة العلم و الإحاطة بطرق استعمالها من طرف غير المتخصص كما تندرج ضمن الاستحالة الشخصية الثقة الممنوحة لمقدم السلعة أو الخدمة إما بسبب طبيعة العقد مثل عقد الوكالة الذي يقوم على فكرة النيابة ، أو لوجود صفة معينة في الأطراف المقبلة على التعاقد ، انظر: رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 46 .

ثانيا. شروط خاصة بالالتزام بالإعلام بذاته :

من خلال استقراء نص المادة 18[1] التي نصت على أنه "**يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة الاستخدام و دليل الاستعمال و شروط ضمان المنتوج و كل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا ، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين و بطريقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها** " .

يتضح هنا أن المشرع حصر الشروط الخاصة بالالتزام بالإعلام في تلك المتعلقة بالوسم باعتباره وسيلة لتنفيذ الالتزام بالإعلام ، بالإضافة إلى وسائل أخرى ومن تم تحدد شروط هذا الالتزام بالنظر إلى شروط الوسم ، و بذلك حتى يؤدي الالتزام بالإعلام الدور الهام في ضمان صحة و سلامة المستهلك لابد أن يكون كاملا صادقا دقيقا واضحا و مكتوبا باللغة العربية و أن تكون البيانات يتعذر محوها .

1. أن يكون الإعلام كاملا :

بمعنى يشترط في البيانات و المعلومات المقدمة للمستهلك أن تكون كاملة و كافية وألا يكون الإعلام موجز وذلك حتى يتمكن المستهلك من الإحاطة بكل الخصائص المتعلقة بالمنتوج ، و كذا إخطاره خاصة بالنسبة للمنتجات الخطيرة ، و هذا ما نصت عليه المادة 17 .[2]

2. أن يكون الإعلام صادقا و دقيقا :

يشترط في العون الاقتصادي أن يكون صادقا عند الإعلام بخصائص المنتوج ومميزاته و أن يقوم بذلك بدقة و دون تضليل ، خاصة ومع انتشار التعاقد الإلكتروني عبر

[1]–المادة 18 من القانون رقم 09–03 مؤرخ في 23 فيفري 2009 ، **يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش** ، ج ر عدد 15 ، صادر في 08 مارس 2009 .

[2]– نصت المادة 17 من القانون رقم 09–03 على أنه :"**يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك** ".

الشبكات الافتراضية أين يتم من خلالها إشهار منتوج و إرفاقه بصور ، لذلك لابد أن تكون هذه الصور مطابقة للمنتوج، بمعنى لا توجد مبالغة عند الإشارة بجودته بشكل ينافي الحقيقة لأن ذلك يعتبر بمثابة تضليل للجمهور.

3. أن يكون الإعلام واضحا و مكتوبا باللغة العربية :

يقصد بذلك استعمال العون الاقتصادي ألفاظ بسيطة خالية من المصطلحات المعقدة حيث يمكن للمستهلك غير المختص فهم معناها و إدراك مضمونها، لأنه قد تكون العبارات التي حرّر بها الإعلام سهلة بالنسبة لشخص يتمتع بمؤهلات عالية بحيث يمكنه استيعابها وفي المقابل تكون صعبة بالنسبة للشخص العادي[1] ، نصت على هذا الشرط المادة 18 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، و التي تشترط أن يتم تحرير الوسم بصفة مرئية أي بخط واضح و ألوان ظاهرة تلفت انتباه المستهلك ، بالإضافة إلى تحرير بياناته باللغة العربية و هذا الشرط مكرس بموجب القانون 91-05 [2].

4. أن تكون البيانات متعذرا محوها :

جاء في آخر نص المادة 18 [3] عبارة " **متعذر محوها** "و المقصود منها أن الوسم يكون لصيقا بالمنتوج ، أي لا يكفي كتابة البيانات على المستند المرفق بالمنتوج و إنما يجب كتابتها على المنتوج ذاته إذا كانت المنتجات تسمح بطبع الوسم عليها مثل الأجهزة

---

[1]- رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 51 .

[2]- نصت المادتين 21 و22 من القانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991 ، **يتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية** ، ج ر عدد 03 ، صادر16 جانفي 1991، فنصت المادة 21 منه على مايلي : " **تطبع باللغة العربية و بعدة لغات أجنبية الوثائق و الأكياس و العلب التي تتضمن البيانات التقنية و طرق الاستخدام وعناصر التركيب و كيفيات الاستعمال** ..." و تضيف المادة 22 من نفس القانون أنه " **تكتب باللغة العربية الأسماء و البيانات المتعلقة بالمنتوجات و البضائع و الخدمات و جميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة أو المسوقة في الجزائر . يمكن استعمال لغات أجنبية استعمالا تكميليا** "، مما يدل على إمكانية تحرير بيانات الوسم بلغة شائعة التداول بين المستهلكين مثل اللغة الفرنسية .

[3]- أنظر نص المادة 18 من القانون رقم 09-03 ، المرجع السابق .

الكهربائية ، أما إذا كانت لينة أو عبارة عن سوائل فإنه يتعين تعبئتها في عبوات و وضع المعلومات المتعلقة بها مباشرة على العبوة[1].

الفرع الثالث .

طبيعة الالتزام بالإعلام :

يعتبر الإعلام من العوامل التي تؤثر على شفافية السوق لذا يستحسن معرفة طبيعةهذا الأخير من أجل معرفة الغرض المرجو منه ، ذلك أن طبيعة الالتزام بالإعلام تختلف باختلاف الهدف الذي تسعى إليه القواعد القانونية التي وضعت من أجل ذلك .

وفي إطار تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام تعارضت مواقف الفقه بشأن ذلك ومردّ هذا التعارض حول اعتقادين[2] :

أولا .الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام :

يرجع اختلاف الفقهاء حول الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام إلى الخلاف حول المصدر المستمد منه ، فمن وجهة نظر البعض هذا الإلتزام ذو طبيعة عقدية باعتباره يستمد وجوده من العقد اللاحق له ، و يستدلون بقولهم هذا إلى حجج مضمونها أن إعلام البائع بخصائص المبيع قبل إبرام عقد البيع مع المشتري يكون إعلاما له بصفته متعاقدا [3]، ذلك أن إخلال البائع بالتزامه في الإعلام يكتشفه المشتري أثناء تنفيذ العقد.

[1]– رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 50 و مايليها .

[2]– عميرات عادل ، المرجع السابق ، ص 81 .

[3]– رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 27.

يترتب على إضفاء الوصف العقدي للالتزام بالإعلام ضمان حماية أكبر للمستهلك لأنه من السهل عليه أن يثبت مخالفة المدين لهذا الالتزام ، ذلك أنه في نطاق المسؤولية العقدية[1] يلزم المستهلك بإثبات إخلال المدين بالتزامه دون أن يثبت الخطأ الذي ارتكبه المحترف فتكون مسؤوليته تقصيرية [2] .

أما الجانب القائل بالطبيعة غير العقدية للالتزام بالإعلام، يبرر قوله إلى أن هذا الالتزام يجد مصدره ويستمد وجوده من مصادر أخرى مثل المبادئ العامة للقانون و في مقدمتها حسن النية في تنفيذ العقد ، لأن هذا القانون يأخذ قوته من نصوص هذا الأخير ، وبذلك فإن المسؤولية الناشئة عن الإخلال به مسؤولية تقصيرية قائمة بقوة القانون ، و حسب القائلين بالطبيعة غير العقدية لهذا الالتزام فإنه لا يمكن تصور نشأة الفرع قبل نشوء أصله، بمعنى عند نشوء العقد يمكن اعتبار هذا الالتزام عقدي .

ثانيا . الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أم التزام بتحقيق نتيجة :

تبرز الفائدة من هذا التمييز في مجال الإثبات ، حيث يكون المدين بهذا الالتزام ملزم بأن يثبت بأنه بذل نفس العناية التي بذلها الشخص المحترف إذا وجد في نفس الظروف ، أما إذا اعتبر الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة لابد من إثبات وجود سبب أجنبي أو خطأ الغير حتى يمكنه التملص من المسؤولية ، و لتحديد تكييفه حول ما إذا كان التزاما ببذل عناية أم التزام بتحقيق نتيجة ظهرت ثلاث اتجاهات حول ذلك :

---

[1] - بالتالي فبالرغم من توفير حماية للمستهلك من خلال إضفاء الطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام ، إلا أنه لا يكون مستحب التمسك بحماية وهمية للمستهلك على حساب الخروج عن ضوابط وحدود مجالاته ، بالإضافة إلى أنه ليس مقبولا اعتبار أي التزام بأنه عقدي حتى و لو نشأ في مرحلة سابقة على ميلاد العقد ونشأته ، انظر: أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 120 .

[2] – جرعود الياقوت ، **عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، فرع العقود و المسؤولية ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، 2001–2002 ، ص 50 .

1.الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية :

حسب جانب من الفقه التزام ببذل عناية مستدلين بقولهم هذا إلى أنه يقع على عاتق مقدم المنتوج التزام الإفصاح بكل البيانات و المعلومات حول طبيعة المنتوج للمستهلك أو غيره من الأعوان الاقتصاديين – المتعاملين معه– و كل ما يعتبر ضروري من أجل تحذير المتعاقد و تبصيره ، دون أن يكون ملزما بتحقيق النتيجة المرجوة من استعمالها [1]، بمعنى لا يكون مجبرا بمدى استيعاب المستهلك لهذه البيانات والاستفادة منها ، و يضمن التزامه في حدود ما أعلمه به وبذلك يضمن استعماله أو استهلاكه السليم للمنتج .

2.الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة :

يرى غالبية الفقه أن الالتزام بالإعلام طبقا لقانون الاستهلاك التزام بتحقيق نتيجة بمعنى الالتزام بنقل المعلومات و تزويد الطرف الآخر بها و ضمان سلامة رضا المستهلك[2]، وبذلك لا ينحصر دور المدين بالإعلام ببذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك ، لإجبارية نقل المعلومات و تنفيذها طبقا لما هو منصوص عليه في النصوص التشريعية و التنظيمية ، و بذلك تتحقق مسؤولية المدين بمجرد عدم تحقق النتيجة و في المقابل لا يمكن للعون الاقتصادي دفع المسؤولية عنه بإقامة دليل حال دون تحقيق النتيجة[3].

---

[1]– أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 121 .

[2]– أي أن هذا التكييف يخفف على المشتري عبء إثبات خطأ العون الاقتصادي (البائع) ، حيث أن هذا الأخير إذا أراد أن يتنصل من مسؤوليته يمكنه أن يقيم الدليل على تنفيذ الالتزام بالإعلام الواقع على عاتقه أو يثبت وجود سبب أجنبي ، انظر: د . منى أبو بكر الصديق ، **الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات** ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2013 ، ص 92 .

[3]– أكرم محمود حسين البدو ،" **الالتزام بالإفصاح وسيلة للالتزام بضمان السلامة** "، مجلة الرافدين للحقوق ،عدد 24، كلية الحقوق ، جامعة الموصل ، 2005 ، ص 31.

3.الالتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة :

يرى الرأي القائل بهذا التصور بأن الالتزام بالإعلام يتحلل إلى التزامين، الأول التزام بتحقيق نتيجة و يتمثل في نقل المعلومات إلى المستهلك و الثاني مؤداه استعمال الوسائل المناسبة لنقل المعلومات إلى المستهلك . بالتالي فإن هذا الالتزام يميز بين التزام المدين بنقل المعلومات المتعلقة بالمنتوج و إخبار الدائن بها و يعتبر التزام بتحقيق نتيجة [1]، و بين التزام العون الاقتصادي بالبحث و استقصاء المعلومات الصحيحة و اختيار الوسيلة الأكثر ملائمة لتحقيق استيعاب المستهلك لهذه المعلومات و يعتبره التزام ببذل عناية [2].

المطلب الثاني .

وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام:

كون للشفافية أهمية بالغة على مستوى المعاملات الاقتصادية التي تسري في العلاقة الأعوان الاقتصاديين أو بين العون الاقتصادي و المستهلك ،إلاّ أنه تعتري هذا الأخير صعوبات عند اقتنائه لحاجاته سواء تعلق الأمر بالمنتجات أو الخدمات وهذا راجع لضعف القدرة التقنية لديه مقارنة بالعون الاقتصادي ، ولهذا تعمل الأحكام المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية على تأمين الشفافية التعريفية بين الأعوان الاقتصاديين ، كما تدخل

---

[1]– رفاوي شهيناز ،المرجع السابق ، ص 30 .

[2]– يتحقق التزام العون الاقتصادي ببذل العناية عند إعلامه المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتوج محل التعاقد من حيث استيعاب هذا الأخير للمعلومات التي قدمها له العون الاقتصادي ، وبذلك لا يسأل في الحالة التي لم يستوعب فيها المستهلك المعلومات المقدمة من طرف العون وقام بإبرام العقد معه.

ويكون التزام العون الاقتصادي بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة من خلال وجوب إيصال بيانات السلعة للمستهلك ومن حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك شرط أن تكون هذه البيانات صادقة ونزيهة مما تحقق الشفافية في السوق ، انظر: ماني عبد الحق ، **حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ،2008 – 2009 ، ص 52 .

شكليات معينة في العلاقة التجارية[1] تم تناولها على مستوى خمس فروع ، بداية بدراسة الإعلام عن طريق إشهار الأسعار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديون (الفرع الأول) ، ثم الإعلام عن طريق إشهار الأسعار لفائدة المستهلك (الفرع الثاني) ، ثم الإعلام بشروط البيع (الفرع الثالث) ، التزام بضمان المنتوج أو الخدمة (الفرع الرابع) ، و في الأخير يتم إعلام المستهلك بمميزات المنتوج و بحدود المسؤولية التعاقدية (الفرع الخامس).

الفرع الأول .

الإعلام بإشهار الأسعار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين :

تهدف القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين إلى حماية مصالحهم الخاصة بالدرجة الأولى ، أي أنها تكون غير متعلقة بالمحافظة على المنافسة في السوق ، لكن هذا لا يغفل دور هذه القواعد باعتبارها مكملة للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، فهي تعزز من مفعولها كونها تساهم في ترقية المنافســة في السوق و ذلك بطريق غير مباشر من خلال توفير الشفافية و النزاهة المطلوبة في المعاملات التجارية و التي تنعكس بشكل إيجابي على المنافسة في السوق [2]، و لهذا نجد أن عملية الإشهار تختلف في العلاقتين أي بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بين عون و مستهلك ، نوضح هذا من خلال دراسة كيفية الإشهار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين من خلال التطرق لجداول الأسعار أو النشرات البيانية (أولا) ، و دليل الأسعار (ثانيا) .

[1]– ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 54 .

[2]– بوجميل عادل، **مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع قانون المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 12 جويلية 2012 ، ص 70 .

أولا . جداول الأسعار أو النشرات البيانية :

فيقصد بجداول الأسعار أو النشرات البيانية كما جاء ذكرها في المادة السابعة من قانون الممارسات التجارية بأنها وثيقة ينظمها العون الاقتصادي تتضمن جدول به قائمة السلع و الخدمات المقدمة و الأسعار التي تقابلها بما فيها الضرائب و الرسوم المفروضة عليها ، و لابد أن تكون مكتوبة بوضوح ، سهلة القراءة في المكان الذي يتم فيه استقبال الزبون ، بشكل لا يدع مجال لأي شك أو ريب حول طبيعة الخدمة أو سعرها [1] و كذلك الحال بالنسبة للخدمات الإضافية [2].

ثانيا . دليل الأسعار :

بالرجوع إلى الفقرة الثانية من المادة السابعة من قانون الممارسات التجارية يقصد بدليل الأسعار تلك الوثيقة التي تتضمن جداول الأسعار و التي تسلم للزبون في مكان البيع أو المكان المخصص لاستقبال طلبات تقديم الخدمة ، وهي كثيرة الاعتماد عندما يكون المنتوج معقد الاستعمال أو في حالة الخدمات المتعددة و المتشابهة و التي يستوجب تشغيلها أو تقديمها [3]، مثلا دليل وكالات الأسفار[4].

---

[1]– لطاش نجية ، **مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر**، رسالة مكملة لنيل ماجستير، فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة بن عكنون ، الجزائر ، 2003–2004 ، ص 27 .

[2]– هناك بعض الخدمات تختلف باختلاف طبيعة الطلب المقدم من طرف الزبون أو وضعيته الخاصة مثلا خدمة التركيب أو الصيانة حيث لا يمكن وضع سعر موحد بين الزبائن لأنها تختلف باختلاف طلب الزبون للخدمة انظر: المرجع نفسه ، ص 27 .

[3]– المرجع نفسه ، ص 28 .

[4]- طبقا للمادة السابعة من القانون رقم 04–02 نجد أن المشرع لم يكتف فقط بهذه الوسائل كونه ذكرها على سبيل المثال لا الحصر من خلال العبارة :" **بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة** " ، مما يوحي أن المشرع أراد فتح المجال أمام الأعوان الاقتصاديين في اختيار أي وسيلة ملائمة بكل حرية غير أنها مقيدة بشرط و المتمثل في أن تكون الوسيلة معمول بها في الوسط المهني .

الفرع الثاني.

الإعلام بإشهار الأسعار لفائدة المستهلك :

إن استقراء نص المادة الرابعة من قانون الممارسات التجارية ، نجد أن البائع يتولى وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات وهذا حتى يتمكّن المستهلك من اختيار السلع و الخدمات بكل حرية [1] ، حيث يهدف الإعلام بإشهار أسعار المنتجات إلى تمكينه من إجراء المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه ، فهو بذلك يحمي رضا المستهلك و يجعله يعبر عن إرادته بصفة سليمة وواعية [2] و ذلك بعد إطلاعه على الخصائص الأساسية للمنتجات ، وهنا بالعودة لنص المادة الخامسة يمكن أن نستخلص كيفيات إشهار الأسعار لفائدة المستهلك والتي تتلخص في: العلامات (أولا) ، الوسم (ثانيا) ، المعلقات (ثالثا) .

أولا . الإشهار من خلال العلامات التجارية :

تستعمل العلامات لإشهار أسعار السلع المعروضة على نظر الجمهور، و توضع العلامة[3] على المنتوج أو في جواره ، ويجب أن تكون سهلة القراءة سواء كانت السلعة المعروضة خارج أو داخل المؤسسة و ذلك حسب مكان عرض السلع ، كما قد يتم وضع العلامات على شكل حروف مشفرة ، وقد اعتبره الفقه إشهار صحيحا إذا كانت الطريقة

---

[1]– سالمي حياة ، **مبدأ شفافية الممارسات التجارية** ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ، قانون الشركات، كلية الحقوق ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 02 جوان 2015 ، ص 26 .

[2]– شعباني نوال ، المرجع السابق ، ص 84 .

[3]– تعرف العلامة طبقا للمادة الثانية من الأمر رقم 03–06 مؤرخ في 19 جويلية 2003 ، **يتعلق بالعلامات** ، ج ر عدد 44 ، صادر في 23 جويلية 2003 بأنها :" **كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها ، الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره**" .

تمكن المستهلك من معرفة الأسعار المقابلة لكل حرف بسهولة و بوضوح بمجرد الرجوع إلى اللائحة [1].

ولهذا تعد العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق و تمييزها عن بعضها ، و بهذا يتأتى له إجراء اختيار صائب و من هنا تبرز حماية المستهلك من الوقوع في الغلط أو التدليس[2] .

ثانيا . الإشهار من خلال الوسم :

بالرجوع للمادة الثالثة من قانون حماية المستهلك و قمع الغش نجده عـــــــرّف الوســم بأنه: " **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 دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها** ". و ما يلاحظ على قانون الاستهلاك أنه اكتفى فقط بتعريف الوسم دون التفصيل في أحكامه ، وهنا يتم الرجوع إلى النصوص التنظيمية الخاصة و بالأخص المرسوم التنفيذي رقم 05-484[3] ، و بهذا يكون هذا الأخير قد جاءنا بأحكام صارمة تحمي المستهلك حيث ألزم هذا الأخير أن يكون الوسم بطريقة لا يكون من شأنها أن تؤدي إلى إحداث شك في أذهان المستهلكين ، و يتوجب على المستورد عند استيراده للمنتجات أن تكون حاملة للمواصفات، و البيانات الإجبارية، كالتسمية، الكمية الصافية، تاريخ الصنع، الأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه، اسم الشركة أو العلامة

---

[1]- لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 28 .

[2]- كيموش نوال ، **حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2010-2011 ، ص 14.

[3]- نصت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 ، يتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها ، ج ر عدد 50 ، صادر في21 نوفمبر 1990 ، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005 ، ج ر عدد 83 ، صادر في 25 ديسمبر 2005 على :" **كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة ، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع** "

المسجلة و عنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة، توضيبها، توزيعها، طريقة الاستعمال، شروط التناول عند الضرورة [1] .

و للوسم عدة أدوار منها الإعلامي والأمني من خلال ما يبرزه من مميزات للسلعة وما يشير إليه من تحذيرات تتعلق بكيفيات استعمالها، ومن جهة أخرى ييسر الوسم[2] عبء الإثبات طالما أنه محرر في شكل مكتوب، وإلى جانب ذلك يضع حد للغش الصناعي أو التجاري من خلال حماية العون الاقتصادي من أشكال التقليد التي قد تتعرض له السلع أو العلامة .

ثالثا . الإشهار من خلال المعلقات :

يتم الإعلام من خلال المعلقات عن طريق وضع وثيقة وحيدة مكتوبة بخط واضح تكون في شكل جدول يعلق في مكان اقتراح الخدمة ، حتى تسهل الإطلاع عليها من طرف الجمهور، يتضمن هذا الجدول أسعارها و طبيعتها بحيث تكون مقروءة و مرئية، وتحتوي على الأسعار المعلنة على جميع الرسوم الواجب دفعها لكل خدمة مقترحة[3] .

تعتبر المعلقة بطاقة يتم تعليقها من أجل توضيح المنتجات والخدمات المعروضة على جداول و أسعار كل منها ، فهي تُعبّر عن أسعار المنتجات المقدمة مثلا : المنتجات الموجودة في محلات الوجبات السريعة ، ولهذا فالمعلقة تستعمل في الإعلام بالأسعار أكثر

[1]– حجارة ربيحة ، "**مدى الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات المستوردة** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك و المنافسة، المنظم يومي 17 و 18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 ، ص 8 .

[2]- تكمن شروط الوسم طبقا للمادة 18 من القانون رقم 04-02 التي ذكرت بعضا من الشروط تتمثل في: أن يكون الوسم مكتوب باللغة العربية و كاملا و واضحا وظاهرا لصيقا بالمنتوج.

[3]– كيموش نوال ، المرجع السابق ، ص 15 وما يليها .

من السلع، و تعتبر المعلقة جدول يضم قائمة للمنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة مع الأسعار المطلوبة لكل واحد منهما[1].

الفرع الثالث. الإعلام بشروط البيع :

تعد شروط البيع أساس جوهري لانطلاق المفاوضات بين البائع و المشتري من أجل إبرام العقد ، ولهذا لابد على العون الاقتصادي أن يقوم بإعلام المشتري بهذه الشروط [2] حيث نص المشرع من خلال المادة الرابعة [3] على وجوب إعلام الزبون بشروط البيع، الذي كان يستحسن فصله عنها و اعتباره إعلاما مستقلا عن الإعلام بسعر المبيع أو الخدمة ، غير أن هذا الأخير لا يعد العنصر الوحيد الحاسم و الدافع لتعاقد المستهلك ، كون لشروط البيع أثر أيضا على قرار المستهلك من أجل شراء المنتوج أو الحصول على الخدمة[4]، لذا ألزم المشرع البائع بتحمل عبء إعلام المستهلك بشروط البيع وهذا ما تم تأكيده في نص المادة الثامنة [5] .

ما نشير إليه أن الالتزام بإعلام شروط البيع يختلف بين الإعلام في مواجهة الأعوان الاقتصاديين (أولا) ، و الإعلام بشروط البيع في مواجهة المستهلك .

---

[1]– حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، **مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ، 2015–2016 ، ص 41.

[2]– كتو محمد الشريف ، المرجع السابق ، ص 83 .

[3]– نص المادة الرابعة من القانون رقم 04–02 ، المرجع السابق .

[4]– زبيري بن قويدر ، **حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ،2005–2006 ، ص26.

[5]– نصت المادة الثامنة من القانون رقم 04–02 على:"**يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة و الصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة و شروط البيع الممارس و كذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة**".

أولا . إعلام الأعوان الاقتصاديين بشروط البيع :

بالرجوع لنص المادة التاسعة [1]، نجد أن المشرع ألزم الأعوان الاقتصاديين بتضمين المعاملات المبرمة بينهم شروط البيع المتمثلة في إشهار كيفيات الدفع (العنصر الأول) وإشهار الحسوم والتخفيضات و المسترجعات (العنصر الثاني) .

1 .إشهار كيفيات الدفع :

استعمل المشرع عبارة كيفيات الدفع و لم يستعمل عبارة شروط الدفع رغم أن هذه الأخيرة هي الأشمل، كونها تشمل كيفيات الدفع بحد ذاتها بالإضافة إلى الجزاءات المشترطة عند التأخر عن الدفع، لهذا يرى الفقه أن شروط الدفع يمكن أن تتضمن آجال الدفع ، وكيفياته في حالة الدفع قبل الآجال المتفق عليها ، و وسائل الدفع ، كيفية حساب الغرامات التأخيرية في حالة الدفع بعد التأخير المحدد في الفاتورة إذا كان يتجاوز التاريخ المحدد في شروط البيع ، تحديد شكل الجزاء المقرر في حالة التأخر عن الدفع مثلا اختيار حذف التخفيضات أو الحسوم المقدمة من طرف البائع [2].

2.إشهار الحسوم و التخفيضات و المسترجعات :

الحسوم والتخفيضات هي الامتيازات الممنوحة للمشتري، تكون نتيجةً لما يقدمه المشتري من فائدة في عرض منتوج البائع عليه ، و لابد أن تعاد كتابة هذه الامتيازات على الفاتورة عند انعقاد العقد ، و وعليه يقصد بالحسوم إنقاص ثمن البيع و ذلك على أساس نوعية الزبون، مثلا بائع بالجملة له معاملة خاصة بالإضافة إلى أهمية الطلب أي الطلب بكميات معتبرة ، أما التخفيضات يقصد بها تخفيض الثمن على أساس عدم مطابقة الأوصاف المطلوبة أو نظرا لوجود عيب في الخدمة أو المنتوج ، أما المسترجعات تعد

[1]– نصت المادة التاسعة من القانون رقم 04-02 على :"**يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع وعند الاقتضاء الحسوم و التخفيضات والمسترجعات** ".

[2]– لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 33 .

تخفيض يضعه البائع بسبب مناسبة معينة مثلا نهاية موسم الشتاء أو الصيف أو الأعياد ، ويكون ذلك حسب الرقم الإجمالي للمبيعات في هذه المرحلة[1].

ثانيا : إعلام المستهلك بشروط البيع :

يقصد بشروط البيع إعلام المستهلك بالحقوق و الالتزامـات الناشئـة عن العقد أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون [2]، حيث فرض المشرع على العون الاقتصادي إعلام المستهلك ببعض المعلومات النزيهة المتعلقة بمميزات السلعة أو الخدمة ، و في مقابل ذلك فرض عليه اطلاع المستهلك على شروط البيع أو تقديم الخدمة ، نظرا لأن المستهلك لا يكون على دراية أو معرفة بالعقد و مشتملاته كما أنه لا يملك الوسائل اللازمة للاستعلام عن هذه المعلومات [3]، فهذا الأخير طبقا للمادة الثامنة [4] يرمي إلى تنوير المستهلكين بالكيفيات الخاصة لتنفيذ العقد و ذلك عندما لا تتفق هذه الكيفيات مع القانون العام ، حيث عدّده نص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي 06-306[5] منها التسليم و شروط الدفع وآجاله عقوبات التأخير عن الدفع و/ أو التسليم وشروط تعديل البنود التعاقدية ثم شروط تسوية النزاعات و إجراءات فسخ العقد [6].

بالرجوع لنص المادة الثامنة [7]، لم يحدد المشرع مضمون الشروط في مواجهة المستهلك ، هل يقصد المشرع هنا بهذه الشروط تلك المعتادة السريان عند عملية بيع السلعة

---

[1]- لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 34 .

[2]- بودالي محمد ، **حماية المستهلك في القانون المقارن** ، دار الكتاب ، الجزائر ، 2006 ، ص 87.

[3]- خديجي أ حمد ، "**حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي** "، دفاتر السياسة و القانون ، عدد 11 ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2014 ، ص 23.

[4]- القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[5]- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006 ، **يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و البنود التي تعتبر تعسفية** ، ج ر عدد 56 ، صادر في 11 سبتمبر 2006 .

[6]- كتو محمد الشريف ، المرجع السابق ، ص86 وما يليها .

[7]- القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

أو أداء الخدمة أم يقصد بها تلك الشروط العامة المتوقفة على إرادة المهني كما جاء ذكرها في المادة الثالثة من قانون الممارسات التجارية :"شروط البيع العامة المقررة سلفا" .

لهذا نلاحظ أن المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية تركت لنا فراغ قانوني نظرا لكونها لم تحدد هذه الشروط في العلاقة بين العون الاقتصادي و المستهلك ، و هذا يضر بمصلحة هذا الأخير لأنه لا يوجد سند قانوني يستند إليه من أجل معرفة تعسف العون الاقتصادي[1]، لكن في مقابل ذلك صرح المشرع بشروط البيع العامة في العلاقات القائمة بين الأعوان الاقتصاديين طبقا للمادة التاسعة من هذا القانون ، بالتالي جاءت المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية عامة تفيد جميع الشروط بغض النظر عن طبيعة عقد البيع الممارس، لهذا قد يبرم المستهلك عقودا مع العون الاقتصادي دون أن يطلع على بنود العقد أو يطّلع بشكل سطحي أو ترد بنود العقد غامضة أو تندرج بنود مهمة في هامش وثيقة العقد ، فكل هذا دفع بالمشرع بإعلام المستهلك بشروط البيع و هذا حماية لرضا المستهلك و ضمان الشفافية في هذا النوع من الممارسات[2].

الفرع الرابع .

إعلام المستهلك بضمان المنتوج أو الخدمة :

يعتبر الضمان من أهم الالتزامات التي رتبها المشرع على عاتق العون الاقتصادي، حيث ظهر هذا النوع من الالتزام بعد التطور الصناعي و التكنولوجي خاصة في المنتوجات الاستهلاكية، كون الاعتماد عليها أصبح أمرا أساسيا لتحقيقها لهم المتعة و الرفاهية ، في مقابل ذلك زادت من نسبة المخاطر التي تهدد صحتهم و أموالهم [3]، فالضمان يقع على عاتق

[1]– حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، المرجع السابق ، ص 47 .

[2]– سالمي حياة ، المرجع السابق ، ص 41.

[3]– صياد الصادق ، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم : 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014 ، ص 60.

عاتق العون الاقتصادي خلال فترة زمنية معينة ، ذلك في حالة ظهور عيب بالمنتج باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته [1]، و بالرجوع لنص المادة 13 من القانون 09-03 نجد أنه :" **يستفيد كل مقتنٍ لأي منتوج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون و يمتد هذا الضمان أيضا للخدمات** "، لهذا ألزم المشرع المتدخل بضمان المنتوج أو الخدمة المقدمة للمستهلك بقوة القانون من أجل حمايته إذا وجد عيب في المنتوج ، وهنا نجد للضمان أنواع (أولا) ، ملزما العون الاقتصادي بتقديم شهادة الضمان للمستهلك (ثانيا).

أولا . أنواع الضمان :

لأجل تحقيق التوازن المفقود في العلاقة التي تجمع بين المستهلك والعون الاقتصادي ألقى المشرع الجزائري التزامات أخرى على عاتق هذا الأخير ،حيث أنه لم يكتف فقط بتلك المكرسة على مستوى قانون الممارسات التجارية ، بل أضاف التزامات أخرى تجد مصدرها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، نظرا لكونه الأَوْلَى بحمايته[2]، ومن هذا المنطلق تم التطرق إلى الالتزام بالضمان بشقيه ، الضمان القانوني والضمان الإتفاقي.

1. الضمان القانوني :

ألزم المشرع العون الاقتصادي بضمان المنتوج أو الخدمة الممنوحة للمستهلك بقوة القانون يتضح من خلال نص المادة 13 [3]، وهنا يثار التساؤل حول امتداد الضمان إلى المنتجات بمختلف أصنافها، كون المشرع أقرّ الضمان بالنسبة للمنتجات و الخدمات دون

[1]- نص المادة الثانية من القانون رقم 09-03 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، المرجع السابق .

[2]- صياد الصادق، المرجع السابق، ص 61 .

[3]- القانون رقم 09-03 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق .

تحديده أو تخصيصه لصنف معين منها يشترط فيه الضمان ، و بالتالي فإن الالتزام بالضمان يشمل المنتجات الاستهلاكية أي الأشياء المادية المنقولة المعروضة للاستهلاك [1].

2. الضمان الإتفاقي :

لا يقوم الضمان الإتفاقي إلا باتفاق مسبق بين المنتج أو البائع و بين المستهلك ففي السابق كان بعض الفقه يقول أن الضمان الإتفاقي ما هو إلا تعديل وتوسع في الضمان القانوني للعيوب الخفية ، غير أنه في الوقت الحاضر أصبح التمييز بين هذين النوعين من الضمانات أمر مسلم به[2]. و ما نشير إليه أنه و بالرجوع إلى القواعد العامة نجدها قد أجازت الاتفاق على تعديل أحكام الضمان بالزيادة أو الإنقاص أو الإعفاء منه ، ما عدا الحالة التي يكون فيها البائع قد تعمد إخفاء العيب، وفي المقابل نجد المرسوم التنفيذي رقم 90-266[3] (ملغى) جاء خلافا للقانون المدني[4] فيما يخص بند الإعفاء من الضمان حيث يبطل كل شرط بعدم الضمان و يبطل مفعوله وهذا ما نصت عليه المادة العاشرة منه ، و من جهة أخرى يتفق المرسوم التنفيذي 90-266 مع القواعد العامة فيما يخص الاتفاق على زيادة أو إنقاص الضمان [5]، كما يتعارض هذا المرسوم مع قانون حماية المستهلك و قمع الغش من ناحية تقديم الضمان حيث يمنح حسب قانون حماية المستهلك إمّا بمقابل أو مجانا على عكس المرسوم التنفيذي رقم 90-266 الذي أجاز للعون الاقتصادي أن يمنح للمستهلك ضمانا إتفاقيا شريطة أن يكون مجانا . و بذلك يكون المشرع قد وسّع مجال الضمان للمستهلك إلى جانب الحماية القانونية المكرسة له حيث يتم تنفيذ هذا الالتزام على ثلاث أوجه و ذلك في

---

[1]- بودالي محمد ، المرجع السابق ، ص 368 .

[2]- صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 62 .

[3]- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 ، **يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات** ، ج ر عدد 40 ، صادر في 19 سبتمبر 1990(ملغى) .

[4]- الأمر رقم 75-58 ، يتعلق بالقانون المدني ، المرجع السابق .

[5]- هذا ما أكّده المشرع في المادة 14 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش :" **كل ضمان أخر مقدم من المتدخل بمقابل أو مجانا ، لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه** ".

حالة وجود عيب في المنتوج ، كما جاء ذكرها في المادة الخامسة من المرسوم التنفيذي90-266 و يكون ذلك إما بإصلاحه أو استبداله أو رد ثمنه[1] .

ثانيا . شهادة الضمان :

يقع على عاتق العون الاقتصادي التزام يتمثل في تقديم وثيقــة مرافقــة للمنتج تبين بنود وشروط الضمانات تسمى بشهادة الضمان .

وطبقا للمرسوم التنفيذي 90-266 فإنه يشترط أن تتضمن شهادة الضمان البيانات المتمثلة في مايلي[2]: اسم الضامن و عنوانه، رقم الفاتورة أو تذكرة الصندوق وتاريخهما، نوع المنتوج المضمون ، لاسيما نمطه و صنفه و رقمه التسلسلي، سعر المنتوج المضمون، مدة الضمان، المتنازل له بالضمان عند الاقتضاء، العبارة الآتية : "يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال ". وقد أضاف القرار المؤرخ في 10 ماي 1994[3] ، بعض التفصيلات الأخرى لشهادة الضمان حيث ألزم البائع بمنح المستهلك شهادة ضمان وفقا للنموذج الذي ألحق به هذا القرار، كما ألزم البائع بتحرير الأختام المطلوبة و أن تتضمن أيضا تعريف المشتري والمتدخل المكلف بتنفيذ الضمان و/ أو الآداءات المرتبطة بخدمة ما بعد البيع .

الفرع الخامس .

إعلام المستهلك بمميزات المنتوج و بحدود

المسؤولية التعاقدية :

عند استقراء المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية ، نجد أن المشرع نص على ضرورة إعلام المستهلك بمميزات المنتوج أو الخدمة (أولا) ، و كذلك بحدود المسؤوليــة

[1]- صياد الصادق ، المرجع السابق ، صفحة 63 .

[2]- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، المرجع السابق.

[3]- قرار مؤرخ في 10 ماي 1994 ، يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، المرجع السابق .

التعاقدية (ثانيا) من أجل تحقيق الشفافية و النزاهة للمعاملات المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك.

أولا . إعلام المستهلك بمميزات المنتوج أو الخدمة :

لقد ألـزم المشــرع العـــون الاقتصادي سواء كان بائعا للمنتج أو عارضا للخدمة ببذل العناية اللازمة، من أجل مراعاة طبيعة المنتوج المباع أو الخدمة المعروضة ، حيث يقدم المعلومات النزيهة و الصادقة التي تتعلق بمميزات المنتوج أو الخدمة ، ذلك أن الإعلام بمميزات هذا الأخير يعتبر الدافع و الباعث الرئيسي لإقدام المستهلك على التعاقد خاصة إذا كان الإعلام شفافا[1]، لهذا يقع عبء إعلام المستهلك بكل ما له صلة بالعقد المزمع إبرامه على العون الاقتصادي و ذلك من خلال تضمين العقد بالمعلومات الكافية و الوافية[2] .

تجدر الإشارة إلى أن المادة الثامنة لم توضح لنا فيما تتمثل هذه المميزات و في هذه الحالة نرجع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش[3] الذي نصّ على أن الإعلام بالمعلومات يكون عن طريق الوسم و العلامات أو بأية وسيلة مناسبة ، كما حدّد المشرع المعلومات التي يلتزم البائع بإعلامها للمستهلك و التي تشمل طبيعته و صنفه و منشئه و مميزاته الأساسية و تركيبته و نسبة مقوماته اللازمة و هويته وكمياته و قابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله وهذا ضمانا لحمايته من غش البائعين[4] . كما يوجد هناك تكريس على مستوى النصوص التنظيمية و يبرز ذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 05-

---

[1]- صباحي ربيعة، " **فعلية أحكام و إجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، المنظم يومي 17 و 18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 ، ص 7 .

[2]- كيموش نوال ، المرجع السابق ، ص19 و مايليها .

[3]- نصت المادة 17 من القانون رقم 09-03 على أنه:" **يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ، ووضع العلامات ، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة** " .

[4]- نص المادة 11 من القانون رقم 09-03 ، المرجع السابق .

484[1] المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 من خلال المادة السادسة حيث توضح للمستهلك خطورة بعض المنتجات الغذائية التي يمكن أن تلحق ضررا بصحة المستهلك مثلا حالة وجود حساسية من إحدى مكونات المنتوج[2].

ثانيا. إعلام المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية :

تعد المسؤولية التعاقدية[3] جزاء للإخلال بالتزام عقدي يترتب عنها تعويض المتعاقد الآخر نتيجة لما لحقه من ضرر جراء الإخلال ، و هنا مادامت المسؤولية التعاقدية أساسها الضرر الناتج عن الإخلال التعاقدي فإن الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية يقتضي من العون الاقتصادي أن يبين للمستهلك الحدود المتوقعة للأضرار التي يلتزم بتعويضها . و الغالب أن هذا الالتزام أنه واجب على العون الاقتصادي اتجاه المستهلك إلا أن هذا لا يمنع من فرض التزام الإعلام في حالات معينة على المستهلك ذاته ويكون ذلك في حالة امتلاك المستهلك معلومات كان يجهلها العون الاقتصادي ، إضافة لابد على المستهلك أن يعلم العون بكل المواصفات المتطلبة في السلع أو الخدمة محل العقد ، كما يترتب على العون الاقتصادي الاستعلام من المستهلك عن غاياته من استخدام السلعة أو الخدمة[4].

[1]- المرسوم التنفيذي رقم 90-367، المرجع السابق.

[2]- كيموش نوال ، المرجع السابق ، ص 20 و ما يليها .

[3]- وعموما يخص الالتزام بالإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية العقود ذات الأثر الخطير مثل عقود التأمين ، التي يشترط فيها أن تتضمن بيانات إجبارية أهمها : محل التأمين، طبيعة المخاطر، تاريخ سريان العقد ، وغيرها من البيانات الواردة في المادة السابعة من الأمر رقم 95-07 مؤرخ في 25 جانفي 1995 ، **يتعلق بالتأمينات** ، معدل و متمم ، ج ر عدد 13 ، صادر في 8 مارس 1995 .

[4]- سالمي حياة ، المرجع السابق ، ص 42.

المبحث الثاني .

الالتزام بالفوترة كآلية لتكريس شفافية

الممارسات التجارية :

بالرجوع لنص القانون رقم 04-02 نستشف أن الفاتورة الوسيلة الثانية التي استعملها المشرع الجزائري لتجسيد شفافية الممارسات التجارية و هذا ما جاء به نص المادة العاشرة المعدلة بالقانون رقم 10-06 التي نصت على إجبارية تقديم الفاتورة[1] ، أو ما يقوم مقامها في العلاقة المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين كما جاء في فقرتها الأولى أو بتسليمها للمستهلك سواء قام بطلبها أو لم يطلبها كون أنه مسؤول أيضا على طلبها بالإضافة أيضا يعد مسؤولا أيضا عمّا ورد فيها لأنه لابد يراقبها ، لكن رغم هذا يبقى التزام يقع على عاتق العون الاقتصادي الذي يلتزم بتسليمها بمجرد تقديم الخدمة أو تحقيق البيع و لهذا فحرمان المستهلك من هذا الحق يؤثر على مصلحته [2]، الأمر الذي يدفعنا إلى البحث لمعرفة هذه الوثيقة ، وذلك من خلال التطرق إلى مفهوم الفاتورة (المطلب الأول)، ثم القوة الإلزامية لها و الوسائل البديلة لها (المطلب الثاني).

---

[1]- نصت المادة 10 من القانون رقم 04-02 المعدلة بالقانون رقم 10-06 على :"**يجب أن يكون كل بيع سلع ،أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 أعلاه ،مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها .**

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

يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة ،غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون ،يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقامها الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمون بالتعامل بها عن طريق التنظيم ".

[2]- بوجميل عادل ، المرجع السابق ، ص 78 .

المطلب الأول.

مفهوم الالتزام بالفوترة كآلية لتكريس شفافية الممارسات التجارية :

الفاتورة وثيقة شائعة على مستوى أعمال التجار و أهميتها واضحة على مستوى القانون التجاري[1]، خصص لها المشرع الفصل الثاني في المواد 10، 11 ،12، 13 من القانون 04 -02[2]، و المعنون بالفوترة إضافة إلى نصوص تنظيمية أخرى التي نصت على شروط تحريرها ، و لهذا من خلال هذه الأسس التشريعية تم تناول التعريف بالفاتورة (الفرع الأول) و شروطها (الفرع الثاني) و دورها في تكريس مبدأ شفافية الممارسات التجارية (الفرع الثالث).

الفرع الأول.

التعريف بالفاتورة :

تعد الفاتورة وسيلة لتكريس شفافية الممارسات التجارية، يبرز ذلك من خلال حماية حقوق الأعوان الاقتصاديين و ذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة و من جهة أخرى

---

[1]- أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، **يتضمن القانون التجاري**، معدل و متمم ، ج ر عدد101 ، صادر في 19ديسمبر 1975.

[2]- نصت المادة11 من القانون رقم 04-02 على أنه :" **يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتوجات لنفس الزبون ، ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية .**

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

يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية ، مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها ". و نصت المادة 12 من نفس القانون على أنه :" **يجب أن تحرر الفاتورة و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كذا سند التحويل وفق الشروط و الكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم**".و نصت أيضا المادة 13 من نفس القانون على أنه :" **يجب أن يقدم العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا الفاتورة للموظفين المؤهلين بموجب هذا القانون عند أول طلب لها ، أو في أجل تحدده الإدارة المعنية**".

تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات و الرسوم و كذلك المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق قرض الاستهلاك [1]، إضافة أنها وسيلة للمحاسبة بين الأعوان الاقتصاديين في القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة و المعاملات التي أبرموها [2] وهنا نجد أن الفاتورة تلعب عدة أدوار يأتي تفصيلها لاحقا على مستوى الفرع الثالث .

لم يقدم المشرع أي تعريف للفاتورة سواء على مستوى قانون الممارسات التجارية أو المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي حدّد لنا شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك [3]، أو على مستوى قوانين أخرى [4] ، رغم أن التعريف ليس من اختصاص المشرع باعتباره يضع الأحكام و الضوابط الخاصة بمجال معين وفي هذه الحالة يتم اللجوء إلى الأعمال الفقهية فيما يخص المفاهيم.

أولا . تعريف الفاتورة :

يعرفها القاموس الفرنسي بـ :

"Note détaillée des marchandises vendues des services exécutée[5]".

عُرّفت أيضا بأنها وثيقة تجارية إلزامية تتم فيما بين الأعوان الاقتصاديين ، وفيما بينهم وبين المستهلكين، إذ يشترط تسليمها بمجرد إبرام عقد البيع أو تأدية الخدمة و تخضع لشروط شكلية تتضمن بيانات محددة ، و هي تتدرج تحت إطار الفوترة بإعتبارها عملية تتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع و تأدية الخدمات[6] ، يتم تسليم الفاتورة

---

[1]- أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص67 .

[2]- بوجميل عادل ، المرجع السابق ، ص73 .

[3]- مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 ، **يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك** ، ج ر عدد 80 ، صادر 11 ديسمبر 2005 .

[4]- لم يقدّم المشرع تعريف للفاتورة على مستوى قانون الجمارك و لا في القانون الجبائي و لا في القانون التجاري رغم أن هذه القوانين تقاسمت فيما بينها موضوع الفاتورة .

[5] - Larousse Encyclopédiques, Tome2 ,éd. Larousse , 1997, p 588 .

[6]- لعور بدرة ، المرجع السابق ، ص 172.

حسب المرسوم التنفيذي رقم 05-468 فور إجراء عملية البيع أو تأدية الخدمة ، وهذا للسماح بمراقبة الممارسات التي تنطوي على غش ، لكن في بعض الأحيان يحرر البائع الفاتورة عند تحقق البيع هنا يكون غير ملزم بإعادة تحريرها وقت تسليم المبيع ، كذلك في حالة عدم معرفة الوزن الحقيقي للسلعة أثناء انعقاد العقد حيث يتم إعطاء السعر الحقيقي الذي تحرر بمناسبتها الفاتورة في وقت لاحق[1].

ثانيا. بيانات الفاتورة :

فصل المرسوم التنفيذي 05-468 في بيانات الفاتورة هناك ما يتعلق بأطراف المعاملة التجارية، و هناك من البيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة بالإضافة إلى بيانات أخرى.

1. البيانات الخاصة بأطراف الممارسة التجارية :

يمكن أن تكون الممارسة التجارية إما بين الأعوان الاقتصاديين أو بين عون اقتصادي والمستهلك ففي هذه الحالة نجد البيانات تختلف باختلاف نوع العلاقة:

أ. بيانات العون الاقتصادي:

نصت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 على أنه "**يجب أن تحتوي الفاتورة على بيانات متعلقة بالعون الاقتصادي .....**" وهنا في سياق المادة نلاحظ أن المشرع نص على البيانات المتعلقة بالبائع دون النص على مؤدي الخدمة رغم أن المشرع في مضمون المادة نص على سعر الخدمات، تسمية الخدمة ،الرسوم الواردة على الخدمة و

[1]- علاوي الزهرة ، **الفاتورة وسيلة شفافية الممارسات التجارية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق ، جامعة وهران ، 2013 ، ص 59 .

لهذا لابد من المشرع أن يعدل هذه المادة بإضافة مؤدي الخدمة. [1]و تتمثل هذه البيانات المتعلقة بالبائع في :

- اسم الشخص الطبيعي و لقبه، تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

- العنوان و رقما الهاتف و الفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.

- الشكل القانوني للعون الاقتصادي و طبيعة النشاط.

- رأسمال الشركة عند الاقتضاء .

- رقم السجل التجاري ، رقم التعريف الإحصائي.

- طريقة الدفع و تاريخ تسديد الفاتورة .

- تاريخ تحرير الفاتورة و رقم تسلسلها .

هي في مجملها معلومات وبيانات تخص العون الاقتصادي وبعضها الآخر تخص الفاتورة كسند مثل تاريخها ورقمها.

ب – بيانات تتعلق بالمشتري:

حدد لنا المرسوم التنفيذي رقم 05-468 نوعين من أصناف المشتري، حيث أنه إذا كان المشتري مستهلكا نهائيا فإن البيانات تتمثل في: اسمه و لقبه و عنوانه، أمّا إذا كان المشتري عونا اقتصاديا فإن هذه البيانات تتمثل في[2]:

- اسم الشخص الطبيعي و لقبه .

- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

[1]– لعور بدرة ، المرجع السابق ، ص175.

[2]– نص المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 ، المرجع السابق .

- الشكل القانوني و طبيعة النشاط .

- العنوان و رقما الهاتف و الفاكس و كذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء .

- رقم السجل التجاري .

- رقم التعريف الإحصائي.

2- بيانات خاصة بالمنتوج أو الخدمة :

طبقا لنص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 05 -468 تتمثل هذه البيانات في:

- تسمية السلع المبيعة و كميتها و / أو تأدية الخدمات المنجزة .

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

- طبيعة الرسوم و / أو الحقوق و/ أو المساهمات و نسبها المستحقة ، حسب طبيعة السلع المبيعة و/ أو تأدية الخدمات المنجزة و لا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه .

- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محرّرا بالأرقام والأحرف: يشمل عند الاقتضاء جميع التخفيضات أو الاقتطاعات أو الإنتقاصات[1] الممنوح للمشتري و التي تحدد مبالغها

[1]- يقصد بالتخفيضات و الاقتطاعات و الإنتقاصات حسب نص المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم05-468 مايلي : "**التخفيضات هي "كل تنزيل في السعر يمنحه البائع، لاسيّما نظرا لأهمية كمية السلع المطلوبة أو المشتراة و / أو للنوعية أو لخصوصيات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمات.**"

أما الاقتطاعات يقصد بها : " **كل تنزيل في السعر يمنحه البائع من أجل تعويض تأخير في التسليم و / أو عيب في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية خدمات** ".

أما الإنتقاصات هي "**كل تنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافأة وفاء مشتر و يحسب على أساس رقم الأعمال دون احتساب الرسوم المنجزة مع هذا الأخير خلال مدة معينة.**"

عند البيع أو تأدية الخدمة[1] ، مهما يكن تاريخها.إضافة يجب أن تحتوي الفاتورة على الختم الندي و توقيع البائع[2].

و بالرجوع إلى المادة السبعة والثامنة والتاسعة من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 نجد أن المشرع حدّد لنا بيانات أخرى تكمن في :

- يجب أن تذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة أو لا تشكل عنصرا من عناصر سعر الوحدة و هذا ما جاء طبقا للمادة السابعة من المرسوم التنفيذي 05-468 .

- يجب أن تذكر صراحة في الفاتورة الزيادات في السعر ، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال و التكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع كأجور الوسطاء و العمولات و السمسرة و أقساط التأمين عندما يدفعها البائع و تكون مفوترة على المشتري و هذا طبقا لنص المادة الثامنة من المرسوم 05-468 .

- يجب أن تسجل على الفاتورة المبالغ المقبوضة على سبيل إيداع الرزم القابلة للاسترجاع و كذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير ، عندما تكون غير مفوترة في فاتورة منفصلة وهذا ما جاء طبقا لنص المادة التاسعة [3] .

أما بالنسبة للأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نشاطات ذات مصلحة عمومية كما جاء في المادة الرابعة الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 حيث يحررون عددا مهما من الفواتير و يقومون بنشاط ذو مصلحة عمومية كشركة الكهرباء و الغاز فهم

[1]- نص المادة الخامسة، المرسوم التنفيذي 05-468، **يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك** ، المرجع السابق.

[2]- نص المادة السادسة ، المرجع نفسه .

[3]- المرجع نفسه.

يحتفظون بالفاتورة التي استعملوها باستثناء الفواتير الالكترونية [1]، إذا تعلق الأمر بتسوية النفقات العمومية .

الفرع الثاني.

شروط الواجب توافرها في الفـاتورة :

تعتبر الفاتورة قانونية إذا حررت طبقا للبيانات الإلزامية المقررة قانونا و المذكورة سابقا إضافة أنها لابد أن تخضع لمجموعة من الشروط حددها المرسوم التنفيذي رقم 05-468 وتتمثل في[2]:

- يجب أن تكون الفاتورة واضحة و لا تحتوي على لطخة أو شطب أو حشو كونها قد تؤدي إلى التشكيك في مصداقية تلك الفاتورة.
- يجب أن تحرر الفاتورة استنادا إلى دفتر أرومات الذي يدعى دفتر الفواتير[3] مهما يكن شكله، أو في شكل غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي .
- يجب أن تتضمن الفاتورة الملغاة قانونا عبارة "فاتورة ملغاة " تسجل بوضوح على طول خط زاوية الفاتورة.

---

[1]- بالرجوع للمادة 11 من المرسوم التنفيذي05-468 : فإن الفواتير الإلكترونية تعد استثناء لأحكام هذا المرسوم حيث يسمح بتحرير الفاتورة و إرسالها عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات و الأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو أكثر بتبادل الفواتير عن بعد .

و يجب أن يتم استعمال الأسلوب المذكور أعلاه في الفقرة السابقة وفق الكيفيات و الإجراءات المحددة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالتجارة و المالية و بالمواصلات السلكية و اللاسلكية .

[2]- نص المادة 10 ، المرجع نفسه.

[3]- دفتر الفواتير هو دفتر أرومات يضم سلسلة متواصلة و تسلسلية من الفواتير التي يجب أن تحتوي على المعلومات المنصوص عليها سابقا المتعلقة ببيانات البائع و المشتري أثناء انجاز الصفقة .

و الملاحظ على مصطلح الصفقة الذي جاء في عبارة نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 خاطئ كون الصفقة عقد إداري أطرافها يحدده قانون الصفقات العمومية في حين أن الممارسة التجارية تكون قائمة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلك .

لا يمكن أن يشرع في استعمال دفتر الفواتير الجديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول بصفة كلية ، و تجدر الإشارة أن أجل الاحتفاظ بالفاتورة هو عشر (10) سنوات كما جاء في نص المادة الثانية عشر من القانون التجاري [1].

الفرع الثالث.

دور االفوترة في تكريس مبدأ شفافية

الممارسات التجارية:

تعد الفاتورة أنجع وسيلة لإضفاء الشفافية في مجال الممارسات التجارية، إضافة إلى أنها أداة للتبرير و المراقبة و كشف المعاملات التجارية ،قام المشرع بفرض عملية الفوترة في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين أو في العلاقة بين العون الاقتصادي و المستهلك [2]، و قد عُزِّزت أحكام قانون الممارسات التجارية بالمرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي حدد شروط و كيفيات تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك لكن هذا الأخير لم ينص على الفاتورة كأداة إثبات ، غير أنه باستقراء المادة ثلاثون من القانون التجاري التي نصت على: "**يثبت كل عقد تجاري :**

-بسندات رسمية -بسندات عرفية - فاتورة مقبولة ".

يلاحظ أن للفاتورة أهمية بالغة في إثبات شفافية الممارسات التجارية، كونها تمكّن المستهلك من معرفة السعر الذي تم البيع به إضافة إلى معرفة شروط البيع الذي تم تفصيله سابقا على مستوى الالتزام بالإعلام في المبحث الأول[3]. فالفاتورة بهذا الشكل عبارة عن

[1]- نصت المادة 12 من القانون التجاري على: " **يجب أن تحفظ الدفاتر و المستندات المشار إليها في المادتين 09 و10 لمدة 10 سنوات ، كما يجب أن ترتب و تحفظ المراسلات الواردة و نسخ الرسالات التي يمكن من خلالها مراجعة العمليات يوميا بالنسبة للتاجر** ".

[2]- عياض محمد عماد الدين ، المرجع السابق ، ص 331 .

[3]- أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 70.

وثيقة يستعملها العون الاقتصادي في علاقاته المهنية مع الزبون سواء كان عون اقتصادي أو مستهلكا لإثبات ما تم الاتفاق عليه ، مع تحريرها طبقا للشكل و الكيفية المحددة قانونا [1]، كما نجد أن الفاتورة تلعب دورا أساسيا في مساعدة التجار من أجل القيام بعمليات محاسبية للأنشطة المبرمة ، فالمشرع فرض على كل تاجر بتسجيل كل المعاملات التجارية في دفاتره اليومية طبقا للمادة التاسعة من القانون التجاري[2] و التي اشترطت عليه الاحتفاظ بكل الوثائق ومن بينها نجد الفاتورة فهي تساعد المستهلك على قيامه بحسابات حول المصاريف التي تم تقديمها للحصول على السلع و الخدمات من أجل معرفة ميزانيته الشهرية أو الأسبوعية التي تمّ أو سيتم إنفاقها [3] .

ولهذا فالفاتورة تمكّن العون الاقتصادي من معرفة مدى وقوعه ضحية ممارسات تمييزية التي قد يلجأ إليها عون آخر ، كما تساعد المستهلك في معرفة مدى وقوعه أيضا ضحية ممارسات تدليسية [4]، فتكون تلك الوثيقة حجة في مواجهة العون الاقتصادي و في الوقت نفسه ضمان لحسن سير الممارسات التجارية في إطار ما يعرف بالشفافية .

[1]– علاوي الزهرة ، المرجع السابق ، ص 88.

[2]– نصت المادة التاسعة من القانون التجاري على : " **كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر لليومية يقيد فيه يوما بيوم عمليات المقاولة أو أن يراجع على الأقل نتائج هذه العمليات شهريا بشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا** " .

[3]– أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 68.

[4]– كيموش نوال ، المرجع السابق ، ص 58 .

المطلب الثاني.

الفوترة و وسائل ضمان شفافية

الممارسات التجارية :

يعد الالتزام بالفوترة من أهم الالتزامات التي تترجم مبدأ الشفافية في الممارسة التجارية و الشفافية في قيام منافسة نزيهة داخل السوق، كما أن الفوترة تدعم المساواة بين الأعوان الاقتصاديين كونها تعتبر قرينة على وجود شروط متساوية بينهم [1]، و لهذا نجد لها قوة إلزامية عند التعامل بها (الفرع الأول) ، إضافة أن هذه الأخيرة لا تعد الآلية الوحيدة لضمان شفافية الممارسات التجارية حيث توجد بدائل لها وهذا ما يتم تفصيله لاحقا (الفرع الثاني) .

الفرع الأول.

إلزاميـــة التعامل بالفاتورة :

تتسم الفاتورة محل الممارسة التجارية بطابع ازدواجي ، ذلك أنه يكون البائع ملزما بتحريرها و تسليمها ، وفي المقابل يكون المشتري ملزم بطلبها كما جاء في نص المادة العاشرة من القانون الممارسات التجارية المعدلة بالمادة الثالثة من القانون 10-06 [2] ، وقد أكد ذلك أيضا المرسوم التنفيذي 05-468[3] حين نص في الفقرة الأخيرة من مادته الثانية على أنه " **يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه** "، والبائع الذي يقصد هنا هو العون الاقتصادي سواء كان بائعا لسلع أو مقدم لخدمات ، غير

---

[1]- مهري محمد أمين ، **النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري** ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق ، فرع القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2016-2017 ، ص 215.

[2]- القانون رقم 04-02، المرجع السابق.

[3]- المرسوم التنفيذي رقم 05-468، **يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك** ، المرجع السابق .

أن البائع العرضي غير ملزم بالفوترة و لو طلبها منه المشتري كونه يعد خارجا عن مجال تطبيق قانون الممارسات التجارية [1].

وتجدر الإشارة إلى أن التزام العون الاقتصادي بالفاتورة معلق على شرط طلب المستهلك لهذه الأخيرة و ذلك في إطار العلاقة التي تجمعهما، و بالتالي يعد التزام العون بالفوترة اختياري ما لم يطلبها المستهلك فيكون البائع في هذه الحالة مجبرا بقوة القانون على تحريرها طبقا للمادة الثانية الفقرة الثانية من المرسوم السالف الذكر، لكن هذا لا يمنع العون الاقتصادي من تسليمها للمستهلك من تلقاء نفسه كونها تعد سند لتبرير مصداقية المعاملة و نزاهتها و تكريسا لشفافيتها غير أن الأمر يختلف إذا كانت الممارسة مبرمة بين الأعوان الاقتصاديين فتكون الفاتورة في هذه الحالة إجبارية [2]، و بالتالي يوقع القارئ في خلط بين المستهلك و الزبون و المشتري ، كونه من جهة نص على إلزامية طلب الفاتورة بالنسبة للمشتري و من جهة أخرى نص على عدم إلزامية الفاتورة إلا إذا طلبها الزبون أو المستهلك ولهذا كان على المشرع أن يختصر قوله بأن تكون الفاتورة إلزامية في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين ، واختيارية في علاقة العون بالمستهلك ، و في حالة كانت المعاملة بموجب وصل صندوق أو سند آخر هنا العون ا ملزم بتقديمها ، سواء كان هذا العون شخص طبيعي أو معنوي .

وتجدر الإشارة إلى أن أجل الاحتفاظ بالفاتورة لم ينص عليه المرسوم التنفيذي السالف الذكر و لا حتى قانون الممارسات التجارية، و في هذه الحالة باعتبار العون الاقتصادي له صفة التاجر . وبالرجوع للقانون 99-01 المتعلق بالفندقة [3]، نجده قد ألزم المؤسسة الفندقية بتسليم الفاتورة كما جاء في نص المادة 59 منه :" **تلتزم المؤسسة الفندقية بإعداد فاتورات**

[1]- عياض محمد عماد الدين ، المرجع السابق ، ص 333 .

[2]- القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[3]- القانون رقم 99-01 مؤرخ في 06 جانفي 1999 ، **يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة** ، ج ر عدد 2 ، صادر في 10 جانفي 1999.

تبين فيها مختلف الخدمات المقدمة للزبون في شكل اسمي أو رمزي " ، و بعدها جاء المرسوم التنفيذي رقم 2000-46[1]، حيث نصت المادة الثالثة منه على أنه : "**يجب أن تكون جميع الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية موضوع فاتورة ، و طبقا للتنظيم المعمول به في مجال الأسعار** ". بمعنى تلتزم المؤسسة الفندقية بتحرير فواتير تبين فيها أسعار الخدمات التي تقدّمها للزبون .

الفرع الثاني.

الوسائل البديلة للفاتورة في التشريع الجزائري :

في إطار القانون 04-02 المعدل و المتمم بالقانون 10-06[2] نصت المادة 10 على ما يلي:" **تكون كل عملية بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة الثانية مرفقة بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها** ".

ويقصد بالوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة و التي تدعى في صلب المرسوم التنفيذي رقم 16-66 بسند المعاملة التجارية ، فهي تلك الوثيقة المحررة من طرف العون الاقتصادي عند البيع لفائدة المشتري ، حتى و لو لم يكن هذا الأخير هو المشتري النهائي و هو مكلف ببيع المنتج لفائدة العون الاقتصادي ، و في هذه الحالة يجب أن يتضمن سند المعاملة التجارية الأسعار المتفق عليها بين العون الاقتصادي و المشتري سواء كانت نهائية أو مؤقتة بما في ذلك الأسعار الدنيا و القصوى[3].

[1]- مرسوم تنفيذي رقم 2000-46 مؤرخ في 1 مارس 2000 ، **يعرف المؤسسات الفندقية و يحدد تنظيمها و** سيرها وكيفيات استغلالها ، ج ر عدد 10 ، صادر في 5 مارس 2000 .

[2]- قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت2010 ، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،ج رعدد 46 ، صادر في 18 أوت 2010 .

[3]- مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فيفري 2016 ، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة و كذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها ، ج ر عدد 10 ، صادر في 22 فيفري 2016 .

وبالتالي الفاتورة ليست الآلية الوحيدة لضمان شفافية الممارسات التجارية حيث استحدث المشرع آليات أخرى تتماشى مع متطلبات التجارة و السوق[1]، بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي 05- 468 نجده قد عدّد الآليات البديلة للفاتورة و المتمثلة في سند التحويل (أولا) وصل التسليم (ثانيا) ، الفاتورة الإجمالية (ثالثا) .

أولا. سند التحويل :

من خلال استقراء نص المادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-468 ، نجد أن المشرع لم يعرف سند التحويل بل اكتفى فقط بذكر شروط التعامل به ، و لهذا هناك من عرفه بأنه وثيقة يلتزم من خلالها العون الاقتصادي بنقل السلع من مكان إلى آخر بغرض تحقيق المصلحة التجارية [2]، حيث تكون السلعة موجهة لوحدات التخزين و التحويل و التعبئة أو التسويق.

يعد سند التحويل كبديل للفاتورة كما يعد وثيقة شكلية لتجسيد الشفافية، و لهذا حتى يحل سند التحويل محل الفاتورة لابد من أن تتوافر فيه مجموعة من شروط تتمثل في:

- توافر البضائع أو السلع التابعة للعون الاقتصادي.

- أن يقوم العون الاقتصادي بنقل هذه السلع إلى وحدات التخزين أو التحويل أو التعبئة أو التسويق.

- أن تكون البضائع قد خضعت لعملية تجارية.

[1]- بلفركوس فطومة و بلحسين باية ، المرجع السابق ، ص 23 .

[2]- مصطفى كمال طه ، **الوجيز في القانون التجاري** ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، مصر ، 1973 ، ص328.

وقد استوجب المشرع حسب المادة 13 [1] أن يرفق سند التحويل المؤرخ و المرقم بالسلع أثناء تحويلها و يقدم عند أوّل طلب له من ضباط الشرطة القضائية و أعوان الرقابة المؤهلين و لهذا اشترط المشرع مجموعة من البيانات في سند التحويل تتمثل في :

- الاسم و اللقب و التسمية و العنوان التجاري.
- العنوان و رقم الهاتف و الفاكس و كذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء .
- رقم التسجيل التجاري.
- طبيعة السلع المحولة و كميتها .
- عنوان المكان الذي حولت منها السلع و المكان الذي حولت إليه .
- توقيع العون الاقتصادي و ختمه الندي .
- اسم ولقب المسلم أو الناقل وكل الوثائق التي تثبت صفته.

وتجدر الإشارة أن سند التحويل يستعمل في حالة نقل العون الاقتصادي للسّلعة اتجاه وحدات التحويل و التعبئة و /أو التسويق بدون أن تتم عملية التبادل[2].

ثانيا . وصل التسليم :

يعد وصل التسليم وثيقة بديلة للفاتورة يلجأ إليها العون الاقتصادي في العمليات التجارية الممارسة على سبيل الاعتياد ، فهو يتكون من نسختين حيث تسلم النسخة الأولى للمشتري عند تسليم البضاعة ، و يوقع النسخة الثانية و يتم الاحتفاظ بها باعتبار هذا الإشعار دليل على استلام البضاعة[3] ، و حتى يتم اللجوء إلى استعمال وصل التسليم لابد من شروط تتمثل في :

---

[1]– مرسوم تنفيذي رقم 05–468، **يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك** ، المرجع السابق.

[2]– نص المادة 12 ، المرجع نفسه .

[3]– بلفركوس فطومة بلفركوس و بلحسين باية ، المرجع السابق ، ص26 .

– يتعلق وصل التسليم بعقد البيع دون غيره من العقود.

– يشترط تكرار العملية التجارية بشكل منتظم ، و يتم ذلك في فترات متعددة و مثالها عقد التوريد بالمواد الغذائية للمطاعم .

– يشترط أن تتم العملية التجارية المتكررة من نفس الزبون ، كما يخضع لنفس شروط الصلاحية المنصوص عليها في أحكام المادة 10[1] من ذات المرسوم السالف الذكر.

ولهذا نجد أن المشرع قد أتى بمجموعة من الشروط الشكلية الذي يلتزم بموجبها العون الاقتصادي باحترامها، غير أنه يشترط في مقابل ذلك الحصول على ترخيص مسبق من طرف الإدارة المكلفة بالتجارة حتى يُسمح له بالقيام بها .

و بالرجوع لنص المادة 16[2] من ذات المرسوم نجدها قد عددت لنا بيانات وصل التسليم تتمثل في :

– الاسم و اللقب .

– رقم بطاقة التعريف للمسلم أو الناقل.

– كذا البيانات المتعلقة بالبائع و المشتري الواجب توافرها في الفاتورة.

---

[1]– نصت المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 على مايلي :"**يجب أن تكون الفاتورة واضحة و لا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو .**

تعتبر الفاتورة قانونية إذا حررت استنادا إلى دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير مهما يكن شكله ، أو في شكل غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي .

دفتر الفواتير هو دفتر أرومات يضم سلسلة متواصلة و تسلسلية من الفواتير التي يجب أن تحتوي على المعلومات المنصوص عليها في المادتين 3 و 4 أعلاه ، و لا يمكن أن يشرع في استعمال دفتر الفواتير الجديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كلية ، و يجب أن تتضمن الفاتورة الملغاة قانونا عبارة فاتورة ملغاة تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة ".

[2]– نصت المادة 16 من نفس المرجع على :"**يمنح الأعوان الاقتصاديين صراحة رخصة استعمال وصل التسليم بموجب مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة ".**

ويلاحظ أن المشرع قد سمح باستعمال هذه الآلية بدل الفاتورة و ذلك في العمليات المتكررة و المنتظمة عند بيع المنتوجات لنفس الزبون[1].

وتجدر الإشارة إلى أن هناك فرق بين وصل التسليم و سند التحويل التي تكمن في مايلي :

– أن وصل التسليم يعد بديل يقبل عن الفاتورة لعمليات تجارية متكررة و منظمة حتى و لو كان نفس الزبون ، في حين أن سند التحويل يكون ناتج عن معاملة داخلية بين الشركة الأم و فروعها فيما يتعلق بنقل السلع كالتخزين و التحويل و التعبئة أو التسويق .

– يسمح باستعمال وصل التسليم بناءا على رخصة تمنح من طرف مديرية التجارة، في حين لا وجود لرخصة أو مقرر لاستعمال سند التحويل.

– يقبل وصل التسليم عند النقل رفقة مراجع هذه الرخصة، في حين يقبل عند النقل سند التحويل مع تقديم دليل أن المعاملة داخلية [2].

ثالثا. الفاتورة الإجمالية كبديل للفاتورة .

تعد الفاتورة الإجمالية وثيقة محاسبية تلخص كل العمليات التجارية التي تمت خلال شهر معين، فتكون مراجعها مستمدة من وصلات التسليم المقررة فقط للأعوان الاقتصاديين بموجب مقرر من طرف الإدارة المكلفة بالتجارة[3].

هناك مجموعة من البيانات القانونية مقررة للفاتورة الإجمالية تتمثل في :

– أرقام و تواريخ وصولات التسليم المعنية .

[1]– علاوي الزهرة ، المرجع السابق ، ص 32 .

[2] - http://www.drcblida.dz/index.php/ar/2017-01-30-10-45-52/33-2017-02-02-10-21-48، 2017/04/13,19:16.

[3]– سالمي حياة ، المرجع السابق ، ص 51 .

– كل الشروط المنصوص عليها في المادة الثالثة و الرابعة [1] فهي نفس البيانات التي تتعلق بالمشتري و البائع و التي سبق التطرق لها على مستوى بيانات الفاتورة.

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 05–468، **يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك** ، المرجع السابق.

تكريسا لمبدأ شفافية الممارسات التجارية ، فرض المشرع آليات قانونية لضمان الشفافية ،أولهما الالتزام بالإعلام الذي يعد واجبا في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك أو في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم و ذلك من خلال الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع ، إضافة إلى الإعلام بمميزات المنتوج أو الخدمة و بشروط البيع و كذا حدود المسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة .

و من أجل تفعيل مبدأ شفافية الممارسات التجارية فرض المشرع على العون الاقتصادي التزاما بتحرير الفاتورة أو ما يقوم مقامها ، فهي واجبة التسليم في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم ، و جوازية في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك ، لكن إذا طلب هذا الأخير تسليمه الفاتورة أو ما يقوم مقامها ، في هذه الحالة تعتبر الفاتورة واجبة التسليم للمستهلك .

و تجدر الإشارة إلى أن الفاتورة ليست الآلية الوحيدة لضمان شفافية الممارسات التجارية ، فالمشرع استحدث آليات بديلة تتماشى مع متطلبات السوق تمثلت في سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية كما جاء ذكرها في المرسوم التنفيذي 05-468 يحدد شروط و كيفيات تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك .

نظرا لارتكاب المخالفات على مستوى الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع بالإضافة إلى عدم الفوترة أو تقديم فاتورة وهمية أو غير مطابقة تصدّى المشرع بموجب ذلك عن طريق نصوص قانونية التي كلّف من خلالها جهات إدارية مختصة بإجراء تحقيقات و معاينات لأجل مراقبة مرتكب المخالفات و ذلك في مجال شفافية الممارسات التجارية[1] حيث ألزم المشرع العون الاقتصادي بأن يخضع لأوامر الهيئات الإدارية المكلفة بالتحقيق نظرا لتمسكهم بالسرية المهنية التي يحميها الدستور فهي تدخل ضمن الحقوق الخاصة للمواطن حيث نصت المادة46 من دستور 2016 التي تقابلها المادة 39 من دستور 1996 على أن: "**سرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة** "[2].

ولهذا فسرية الأعمال تشمل كل المعلومات المتعلقة بالممارسات التجارية من رقم الأعمال إلى الأسعار إلى أسواق التوزيع ...الخ[3]. حيث لا يمكن للأعوان الاقتصاديين أن يستعملوا حقهم في ذلك عند مواجهة هؤلاء السلطات المختصة حماية لشفافية السوق فقد دعّمهم المشرع بضمانات للقيام بمهامهم على أكمل وجه.

غير أنه في مقابل ذلك عند ثبوت وجود مخالفة يمكن لأعوان التحقيق أن يفرضوا غرامة الصلح على العون الاقتصادي و ذلك بإتباع الطريق الودي المتمثل في إجراءات المصالحة التي سيأتي تفصيلها على مستوى المطلب الأول من المبحث الثاني ، و هنا في حال تعنت العون الاقتصادي من أجل الرضوخ للغرامة يتم إحالة الملف من قبل المدير الولائي للتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة إلى القضاء حتى تتم المتابعة القضائية ، و لهذا تم

---

[1]- لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 89 .

[2]– دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96–438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 ، يتعلق بإصدار تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 ، ج ر عدد 76 ، صادر في 08 ديسمبر 1996 ، المعدل بالقانون رقم 02–03 مؤرخ في 10 أفريل 2002 ، ج ر عدد 25 ، صادر في 14 أفريل 2002 ، المعدل بالقانون رقم 08–19 مؤرخ في 15 نوفمبر2008 ، ج ر عدد 63 ، صادر في 16 نوفمبر 2008، المعدل بالقانون رقم 16–01 مؤرخ في 06 مارس 2016 ، ج ر عدد 14 صادر في 07 مارس 2016 .

[3] – GUEDJ Alaien , Pratique de Droit de la Concurrence Nationale et Communautaire , éd LITEC , Paris , 2000 , p137 .

دراسة إجراءات التحقيق في مخالفات شفافية الممارسات التجارية (المبحث الأول) بالإضافة إلى إجراءات المتابعة في مخالفات شفافية الممارسات التجارية (المبحث الثاني) .

المبحث الأول .

إجراءات التحقيق في المخالفات الماسة بشفافية

الممارسات التجارية :

تضمن الباب الخامس من قانون الممارسات التجارية معاينة المخالفات و متابعتها التي كرسها بقواعد قانونية تحظى بتطبيق و ممارسة هذه الرقابة على الممارسات التجارية من طرف أشخاص مؤهلين للكشف عن هذه المخالفات المرتكبة من طرف الأعوان الاقتصاديين و هذا من أجل ضمان سلامة المستهلك[1].

وقد نظم المشرع بموجب نصوص قانونية وسائل معاينة المخالفات الماسة_بشفافية الممارسات التجارية المرتكبة من قبل الأعوان الاقتصاديين ، لهذا تم دراسة الأعوان المكلفون بالتحقيق و المعاينة حماية للمستهلك (المطلب الأول) ، ثم دراسة السلطات و الضمانات الممنوحة لهؤلاء الأعوان المكلفين بالتحقيق(المطلب الثاني) .

المطلب الأول .

هيئات التحقيق في المخالفات التي تمس بشفافية

الممارسات التجارية :

يعد التحقيق الاقتصادي إجراء رقابي يتولاه أشخاص مؤهلون قانونا يمنحهم القانون سلطات و ضمانات من أجل أداء مهامهم، و ذلك من خلال تنقلهم إلى الميدان للقيام بالبحث و_التحري عن المخالفات المرتكبة من طرف العون الاقتصادي و بهذا يتم مراقبة السوق باعتبار التحقيق وسيلة فعالة لضمان احترام قواعد المنافسة [2]بالإضافة إلى ضمان

[1]– كتو محمد الشريف ، المرجع السابق ، ص 125 .

[2]– حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، المرجع السابق ، ص 80 .

شفافية المعاملات المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك و التي تتجلى في مرحلة البحث و المعاينة بواسطة هيئات التحقيق المنصوص عليهم في المادة 49 من قانون الممارسات التجارية التي يأتي تفصيلهم على مستوى كل فرع من المطلب الأول.

الفرع الأول .

ضباط و أعوان الشرطة القضائية :

يعد ضابط الشرطة القضائية كل شخص طبيعي يمنحه القانون صفة الضبط القضائي مع تمتعه بصلاحيات ذلك . و بالرجوع للأمر 66-155 [1]نجده قد تولى تحديد صفة ضباط الشرطة القضائية و هم :

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية .

- ضباط الدرك الوطني .

- محافظو الشرطة .

- ضباط الشرطة .

- ذو الرتب في الدرك ، ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل و الذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل و وزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة .

- مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل و عينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل و وزير الداخلية و الجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة .

[1]- نص المادة 15من أمر 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966 ، **يتضمن قانون الإجراءات الجزائية** ، معدل ومتمم ، ج ر عدد 48 ، صادر في 10 جوان 1966.

– ضباط و ضباط الصنف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني و وزير العدل، غير أن أعوان الشرطة القضائية باعتبارهم الفئة المساعدة[1] لضباط الشرطة القضائية في مهام التحقيق ، نجد المشرع قد عددّهم على مستوى نص المادة 19 من قانون الإجراءات الجزائية وهم :

– موظفو مصالح الشرطة .

– ذو الرتب في الدرك الوطني و رجال الدرك .

– مستخدمو الأمن العسكري الذين ليس لهم صفة ضباط الشرطة القضائية ، الذين ليس لهم صفة ضابط الشرطة القضائية .

الفرع الثاني .

المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة

التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة :

لقد تضمن المرسوم التنفيذي 09-415[2] الذي يحدد لنا الموظفون المنتمون للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة للتجارة في مادته الثالثة هذه الأسلاك التي تشمل شعبتين وهما : شعبة قمع الغش التي تتضمن سلك مراقبي قمع الغش في طريق الزوال ، وسلك محققي قمع الغش ، وسلك مفتشي قمع الغش ، أمّا الشعبة الثانية تخص شعبة المنافسة و التحقيقات

[1]– نصت المادة 20 من الأمر رقم 66-155 على مهمة أعوان الشرطة القضائية كمايلي : " **يقوم أعوان الضبط القضائي الذين ليست لهم صفة ضابط الشرطة القضائية بمعاونة ضباط الشرطة القضائية في مباشرة وظائفهم و يثبتون الجرائم المقررة في قانون العقوبات ممثلين في ذلك لأوامر رؤسائهم مع الخضوع لنظام الهيئة التي ينتمون إليها و يقومون بجمع كافة المعلومات الكاشفة عن مرتكبي تلك الجرائم** ".

[2]– المرسوم التنفيذي رقم 09-415 مؤرخ في 16 ديسمبر 2009 ، **يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة** ، ج ر عدد 75 ، صادر في 20 ديسمبر 2009.

الاقتصادية التي تتضمن سلك مراقبي المنافسة و التحقيقات الاقتصادية الذي يضم رتبة مراقب المنافسة و التحقيقات الاقتصادية باعتبارها الرتبة الوحيدة ، سلك محققي المنافسة

و التحقيقات الاقتصادية الذي يضم رتبة محقق المنافسة و كذلك محقق رئيس و رتبة رئيس محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية ، وسلك مفتشي المنافسة و التحقيقات الاقتصادية التي تضم رتبة مفتش رئيسي للمنافسة و رئيس مفتش رئيسي و مفتش قسم للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية[1].

و لهذا نلاحظ أن الجهاز الإداري المكلف بالتحقيقات الاقتصادية على مستوى وزارة التجارة يعد أصله الإدارة المركزية أمّا فرعه أعوان المصالح الخارجية التي تعمل على إضفاء الشفافية على المنافسة الناتجة عن احترام قواعد السوق ، حيث أن المشرع وسع من دائرة الأعوان المكلفين بالرقابة من أجل حماية للسوق[2] .

الفرع الثالث.

الأعوان التابعون لمصالح الإدارة الجبائية :

هؤلاء الأعوان مختصون في المخالفات المرتكبة في المجال الجبائي ، الذين لهم سلطة معاينتها و تتمثل في عدم الفوترة أو حالة تحرير فاتورة وهمية ، فبالرجوع للمرسوم التنفيذي 09-415 نجده حدّد لنا الموظفين الخاضعين للإدارة الجبائية و هم سلك مفتشي الضرائب و سلك مراقبي الضرائب و سلك أعوان المعاينة و سلك المحللين الجبائيين و سلك المبرمجين الجبائيين[3] ، حيث يكلف رؤساء فرق التحقيق و/أو التقييم الذين هم في الخدمة

[1]- طبقا لما نصت عليه المواد 51 و 54 و 65 من المرسوم التنفيذي رقم 09-415 ، المرجع السابق .

[2]- لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 76 .

[3]- نص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 10-299 مؤرخ في 29 نوفمبر 2010 ، **يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية** ، ج ر عدد 74 ، صادر في 5 ديسمبر 2010 .

على مستوى المصالح الجهوية للأبحاث و المراجعات و المصالح الخارجية للإدارة الجبائية بما يأتي:

– تنفيذ برنامج التحقيق المسند إلى فرقتهم و متابعته .

– ضمان مهام البحث في إطار التحقيقات .

– توجيه و تنشيط و مراقبة أشغال محققي المحاسبة و/أو التقييم الموضوعين تحت سلطتهم[1].

و لهذا فمهمة أعوان الإدارة الجبائية تكمن فقط في البحث عن المخالفات الخاصة بالمجال الجبائي دون التدخل في مجالات التحري و التحقيق الخاصة بمخالفات شفافية الممارسات التجارية[2].

و كذا نفس الشيء بالنسبة لمراقبي الضرائب الذين يتمتعون بمهمة ضمان نشطات الإحصاء و البحث عن المعلومة الجبائية و الوعاء و التحصيل و المساعدة في المراقبة و المشاركة في أشغال المنازعات ، إضافة إلى القيام بالتدخلات و معاينة المخالفات للتشريع و التنظيم الجبائي ، بالإضافة إلى إعداد الوضعيات الإحصائية الدورية ، كما جاء ذكره في المادة 41 من المرسوم التنفيذي 10–299 [3].

[1]– نص المادة 72 من المرسوم التنفيذي رقم 10–299، المرجع السابق.

[2]– بوقادوم نسيمة و بولقرينات هالة ، **المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، تخصص قانون خاص للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، 2015–2016 ، ص 86.

[3]– نصت المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 10– 299 على أنه :" **يكلف مراقبو الضرائب ، على الخصوص بما يأتي:**

– ضمان نشاطات الإحصاء و البحث عن المعلومة الجبائية و الوعاء و التحصيل و المساعدة في المراقبة و المشاركة في أشغال المنازعات ، القيام بالتدخلات و معاينة المخالفات للتشريع و التنظيم الجبائيين و تحرير المحاضر الخاصة بها ، إعداد الوضعيات الإحصائية الدورية ".

الفرع الرابع.

أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة و المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض:

بالرجوع للمرسوم التنفيذي 09-415[1] نجده قد حدّد الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة إما برتبة مفتش قسم الذي يتولى مهمة الاستكشاف و التقدير و التوجيه ، كما يكلف بأية دراسة أو تحليل يتطلب كفاءة أكيدة في ميدان قمع الغش.

أما رتبة رئيسي مفتش رئيسي الذي يتولى في مجال المنافسة و التحقيقات الاقتصادية مهمة تقييم درجة فاعلية التنظيم الجاري، و إنجاز دراسات تهدف إلى ترقية منافسة، كذلك المساهمة في دورات التكوين و تجديد المعلومات و تحسين المستوى لفائدة أعوان المنافسة و التحقيقات الاقتصادية[2]. و يجب أن يؤدي الموظفون المذكورون أعلاه ، عدا ضباط و أعوان الشرطة القضائية اليمين[3] و أن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية و التنظيمية المعمول بها، و يتعين عليهم خلال القيام بمهامهم أن يبينوا وظيفتهم و أن يقدموا تفويضهم بالعمل ، و يكمن للموظفين المذكورين أعلاه أن يطلبوا تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية و هذا من أجل إتمام مهامهم [4].

[1]- المرسوم التنفيذي رقم 09 -415، المرجع السابق.

[2]- نص المادة 42 و 67 ، المرجع نفسه .

[3]- نص المادة 2/49 من القانون رقم 04-02، المرجع السابق.

[4]- نص المادة 3،4/49 من نفس المرجع .

المطلب الثاني.

صلاحيات أعوان التحقيق لضبط مخالفات شفافية الممارسات التجارية:

تعد المعاينة عبارة عن إثبات حالة قائمة في مكان وقوع المخالفة الماسة بشفافية الممارسات التجارية بالإضافة إلى الأشياء المتعلقة بها التي تساهم في كشف الحقيقة إضافة إلى كشف المخالفين ، حيث يمكنهم بأي وسيلـة كانت و في أي وقت من أوقـات النشـاط أن يقـوم الأعوان المكلفون بالرقابة بكافة الصلاحيات من سلطات (الفرع الأول) و ضمانات (الفرع الثاني) حتى يؤدو مهامهم على أكمل وجه و ذلك بمنع أي معارضـة تعرقـل أداء المهـام الموكلة إليهم [1] .

الفرع الأول.

سلطات أعوان التحقيق لضبط المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية:

حماية لمبدأ شفافية المعاملات التجارية ، منح المشرع سلطات واسعة يتمتع بها الأعوان المكلفون بالمعاينة و ذلك بغض النظر عن الجهة التي ينتمون إليها على مستوى قانون الممارسات التجارية حيث تبرز في مايلي :

أولا . جمع المعلومات :

ضـمانا لشفافية الممارسات التجارية و حماية للمستهلك و للسوق منح المشرع للموظفين المؤهلين القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو حتى المحاسبية وكذا أية وسائل أخرى مغناطيسية أو معلوماتية ، كما يمكنهم طلب الإطلاع

[1]– شعباني نوال، المرجع السابق، ص 116.

عليها[1] في أي يد وجدت من أجل القيام بحجزها ، و لهذا يلاحظ أن هؤلاء الأعوان يتمتعون في مجال التحقيق بمايلي :

– فحص المستندات مهما كان نوعها دون أن يمنعوا عن ذلك بحجة السر المهني باعتبار أن هناك توسيع في سلطات الأعوان المكلفين بالرقابة عن طريق منحهم وسائل قانونية موسعة ، لكن هذا التوسيع يمس ببعض الحقوق المعترف بها قانونا كالحق في السرية ، وهنا نجد أن المشرع أراد حماية شفافية الممارسات التجارية بدل حماية السرية أثناء إجراء البحث و المعاينة ، كونه فضّل حماية المصلحة العامة أي حماية السوق بدل حماية المصالح الخاصة للعون الاقتصادي ، من خلال منح كامل السلطات للمكلفين بالمعاينة بتفحص كل المستندات دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، ولهذا فالطبيب ، المحامي وغيرهم لا يمكنهم الاحتجاج بالسر المهني [2].

– استلام المستندات مهما كانت اليد التي تحوزها من أجل القيام بحجزها.

–تحرير محاضر الجرد و/أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة، مع تسليم نسخة من هذه المحاضر إلى مرتكب المخالفة و هذا بعد إجراء الحجز على الوثائق الخاصّة بالمخالفة .

و هذه الوثائق المعنية بالفحص تكون إماّ في حوزة العون الاقتصادي، أو في حوزة الإدارة، أو في حوزة الغير.

1–الوثائق التي في حوزة العون الاقتصادي :

العون الاقتصادي ملزم بإظهار مختلف الوثائق كالفواتير و تأكيدات الطلب و الوثائق المحاسبية و التجارية و كشوف التوزيعات .....الخ .

[1]– نص المادة 50 من القانون رقم 04–02، المرجع السابق.

[2]– لطاش نجية ، المرجع السابق ، ص 89 .

2-الوثائق التي في حوزة الإدارة :

تلتزم الإدارة العمومية بأن تمنح الموظفين الموكلة لهم مهمة البحث و التحري في مخالفات إشهار الأسعار الفاتورة حيث يمكنهم الاطّلاع على مختلف الوثائق التي تسهّل تأدية مهامهم على مستوى الإدارات العمومية[1].

3-الوثائق التي في حوزة الغير :

هنا الأعوان المكلفون بالرقابة يقومون بحجز هذه الوثائق في أيّ يد كانت طبقا للمادة 50 من قانون الممارسات التجارية، حماية لشفافية المعاملات المبرمة في هذا الإطار.

ثانيا . دخول المحلات :

منح القانون على مستوى عدة نصوص قانونية[2] الحق للأعوان المكلفين بالبحث و التحري من أجل دخول المحلات التجارية و المكاتب و الملحقات و أماكن الشحن أو التخزين ، و بصفة عامة إلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية .

و لهذا نستخلص أنه من أجل القيام بإجراء المعاينة لمخالفة شفافية الممارسات التجارية لابد من شروط تكمن في:

- أن تكون في الأوقات المخصّصة للعمل أو ممارسة النشاط.

---

[1]- حملاجي جمال ، **دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس ، 2005-2006 ، ص 75.

[2]- نصت المادة 52 من قانون الممارسات التجارية و كذلك المادة 34 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش و كذلك المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 ، **يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش** ، معدل و متمم ، ج ر عدد 5 ، صادر 31 جانفي 1990.

– أن يتعلق الأمر بمكان من أماكن العمل أو النشاط.

و بالرجوع لقانون الممارسات التجارية و حتى قانون حماية المستهلك وقمع الغش نلاحظ أن المعاينة لا تتم فقط في مواجهة التجار فقط أي أصحاب المحلات التجارية و إنما يشمل أيضا أصحاب المهن الحرة و هذا ما قصد به المشرع عندما نص عليها بالمكاتب ، فالمحامي و الطبيب و المحاسب ، كلها مكاتب لمهن حرة وهنا يمكن لأعوان الرقابة الدخول لمكاتبهم للمعاينة دون الاحتجاج بالسر المهني ، إضافة أن هذه الأماكن جاءت على سبيل المثال لا الحصر فعبارة "أي مكان" فتحت المجال واسعا أمام أعوان الرقابة للدخول لأي مكان لم يتم النص عليه في المادة ، وفي مقابل ذلك استثنى المشرع صراحة المحلات السكنية و التي يتم بشروط خاصة يقتضيها القانون حيث لابد من الحصول على ترخيص صاحب السكن أو باستصدار إذن من المحكمة .

كما نجد أن للأعوان المكلفين بالمعاينة لهم حق ممارسة أعمالهم خلال نقل البضائع حيث يمكنهم القيام بمهامهم فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل[1].

ثالثا . حجز السلع :

بالرجوع للمادة 39 من قانون رقم 04-02 نجدها نصت على أنه يمكن حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في الأحكام المقررة حسب هذه المادة كما يمكن حجز العتاد و التجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية ، حيث يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات المحدد عن طريق التنظيم وهذا إذا اختار المحقق أن يقوم بالحجز على البضاعة ، ويكون هذا الأخير ملزم بتسليم نسخة من محضر الجرد لمرتكب المخالفة.

[1]– أحسن بوسقيعة ، **الوجيز في القانون الجزائي الخاص** ، الجزء الثاني ، الطبعة العاشرة ، دار هومة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2010 ، ص 283 .

و الحجز يمكن أن يكون إمّا عينيا و الذي يُعنى به كل حجز مادي للسلع ، وإمّا اعتباريا و يقصد به كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما[1] .

1. حالة الحجز العيني:

عندما يمتلك العون الاقتصادي المرتكب للمخالفة محلات للتخزين يقوم الموظف المكلف بالتحقيق بتشميع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر، و يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة ، أماّ إذا لم يكن ممتلك لهذا المحلات تؤول الحراسة إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تراه مناسبا ، لكن في كلتا الحالتين تكون التكاليف على عاتق مرتكب المخالفة[2] .

2. حالة الحجز الاعتباري:

هنا يتم تحديد قيمة المواد المحجوزة على سعر البيع الممارس من طرف العون الاقتصادي المخالف لشفافية الممارسات التجارية أو يتم الرجوع لسعر السوق ، حيث يتم بيع السلع لدفع المبلغ للخزينة العمومية[3].

و تجدر الإشارة أنه إذا كانت المواد سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة ، هنا يمكن للوالي المختص إقليميا وذلك بناءا على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بإجراءات قضائية البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات و المؤسسات ذات الطابع الاجتماعي و الإنساني، و عند الاقتضاء إتلافها من قبل العون الاقتصادي المخالف و ذلك بحضور

---

[1]– نص المادة 40 من القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[2]– نص المادة 41 ، المرجع نفسه .

[3]– لعور بدرة ، **آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري** ،أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2013-2014 ، ص 410 .

المصالح المعنية و تحت رقابتها، وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع المبلغ الناتج لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة[1] .

و في مقابل ذلك يمكن للوالي المختص إقليميا بناءا على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية بموجب قرار لمدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يوما في حالة مخالفة أحكام المواد 10 و 11 و 13 و غيرها من المواد المقررة بموجب هذا القانون ، و يكون قرار الغلق قابلا للطعن و لهذا في حالة إلغاء قرار الغلق يمكن للعون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة [2] .

رابعا . تحرير المحاضر :

تختتم كل عملية معاينة للمخالفات بتحرير محاضر التي يتم تبليغها للمدير الولائي المكلف بالتجارة الذي بدوره يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا [3]مع مراعاة أحكام المادة 60 من هذا القانون[4].

---

[1]– المادة 43 من القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،المرجع السابق .

[2]– نص المادة 46 ، المرجع نفسه.

[3]– نص المادة 55 ، المرجع نفسه .

[4]– نصت المادة 60 من نفس المرجع على مايلي :" **تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية غير أنه يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة ، إذا كانت المخالفة المعاينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000دج) استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.**

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

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

كما نصت المادة السادسة [1]على بيانات لابد أن تحتويها هذه المحاضر تتمثل في:

– اسم العون الذي يحرر أو أسماء الأعوان الذين يحررون المحاضر و ألقابهم و صفاتهم و إقامتهم الإدارية ،

– تاريخ المعاينات المنتهية و ساعتها و مكانها أو أماكنها بالضبط ،

– اسم الشخص الذي وقعت لديه المعاينات و لقبه و مهنته و محل سكناه أو إقامته ،

– جميع عناصر الفاتورة التي يتم بها إعداد قيمة المعاينات التي وقعت بصفة مفصلة ،

– رقم تسلسل محضر المعاينة ،

– إمضاء القائم أو القائمين بالمعاينة ،

– إمضاء المعني إن كان ، و إذا رفض الإمضاء يذكر ذلك في المحضر أو في دفتر التصريح ،

و تعد المحاضر وفقا للشروط[2] التي قررها قانون الممارسات التجارية و المتمثلة في :

– لابد أن لا تحتوي على شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش ، تواريخ و أماكن التحقيقات المنجزة و المعاينات المسجلة .

– لابد أن يتضمن المحضر هوية و صفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات .

لابد أن يتضمن المحضر هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات و نشاطهم و عناوينهم .

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 90–39 ، يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، المرجع السابق .

[2]– نص المادة 56 من القانون رقم 04–02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

-لابد أن تبين العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرّروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة، أما في حالة الحجز لابد أن يبيّن المحضر ذلك و ترفق به وثائق جرد المنتجات المحجوزة .

- لابد أن تحرر المحاضر خلال ثمانية أيام من تاريخ نهاية التحقيق .

- لابد أن تبين المحاضر بأنه تمّ إعلام مرتكب المخالفة بتاريخ و مكان تحريرها و تم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير الذي يقوم بتوقيعه .

- في حالة حضور مرتكب المخالفة لم يرد التوقيع أو معارضته لغرامة المصالحة أو في حالة غيابه لابد أن يقيد ذلك في المحضر[1] .

و تجدر الإشارة أن للمحاضر المحررة طبقا للإجراءات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية ، كذلك أحكام المواد المقررة في قانون الإجراءات الجزائية [2] لها حجية قانونية كونها تثبت مدى صحة إدعاءاتهم و ذلك في مخالفة أحكام قواعد القانون 04-02 من بينها مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و شروط البيع و مميزات المنتج بالإضافة إلى مخالفة قواعد الفوترة كما أنها تحافظ على حقوق الأعوان الاقتصاديين كونها تثبت مدى احترام الأعوان المكلفين بالمعاينة للإجراءات المقررة قانونا[3] . فهي قابلة للطعن فيها بالتزوير حيث تسجل محاضر و تقارير التحقيق في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم و مؤشر عليه حسب الأشكال القانونية [4]، إضافة نجد أن المحاضر المحررة تكون تحت طائلة البطلان إذا لم توقع من طرف الموظفين المكلفين بالمعاينة[5].

[1]- نص المادة 57 من القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق.

[2]- هي الإجراءات التي نصت عليها المواد 56 و 57 من نفس المرجع .

[3]- علاوي زهرة ، المرجع السابق ، ص 110 .

[4]- نص المادة 59 من القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

[5]- نص المادة 2/57 من نفس المرجع .

إذن يستخلص بأن تحرير المحضر يعتبر وسيلة لضمان شفافية أداء مهامهم طبقا للإجراءات المقررة قانونا كونه يعد وسيلة إثبات للمخالفة ، لأن المشرع أحاط المحضر بمجموعة من الشروط سواء من ناحية المضمون أو الشكل أو الآجال وهذا حتى تكون له حجية قانونية لا يمكن دحضها إلا بالتزوير المقرر طبقا لقانون الإجراءات الجزائية[1].

وهنا بعد القيام بالمعاينة ، و تسجيل مخالفة في حق العون الاقتصادي المخالف و ذلك عن طريق تحرير محضر رسمي يتم استدعاءه[2] لقراءة المحضر الذي حرّر ضده و إدراج أقواله و الإمضاء عليها.

الفرع الثاني.

الضمانات المقررة لأعوان التحقيق لضبط المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية:

حرص المشرع على تكريس ضمانات قرّرها لأعوان التحقيق و المعاينة من أجل القيام بمهامهم دون أي عراقيل ، حيث جاءت على شكل صيغة تجريم السلوك المعرقل للتحقيق على شكل الاستعانة بجهات أخرى فهي تتمثل في مايلي :

– تجريم رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم .

– معارضة أداء الوظيفة من طرف كل عون اقتصادي عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر لأي مكان غير محل السكن الذي يسمح بدخوله طبقا لقانون الإجراءات الجزائية .

– رفض الاستجابة عمدا لاستدعائهم .

[1]– حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، المرجع السابق ، ص95 .

[2]- انظر الملحق رقم "2".

– توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حثّ أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة .

– استعمال المناورة للمماطـلة أو العرقـلة بأي شكل كان لإنجاز التحقيقات .

– إهانتهم و تهديدهم أو كل شتم أو سب اتجاههم .

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

و هنا عند إهانة الموظف المكلف بالمعاينة أو شتمه أو سبّه أو التعدي عليه و هذا كله يكون عند أداء وظيفته ، يتم متابعة العون الاقتصادي قضائيا من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا ، بغض النظر عن المتابعة التي باشرها الموظف المكلف بالتحقيق في مخالفات شفافية الممارسات التجارية بصفة شخصية[1].

[1]– نص المادة 54 من القانون رقم 04–02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

المبحث الثاني .

إجراءات المتابعة في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية :

بعد معرفة الممارسات التجارية التي يترتب على عدم احترام بعض ضوابطها مخالفات في النشاط الاقتصادي ، وكذا معرفة إجراءات التحقيق التي يقوم بها الموظفون المؤهلون بالتحقيق تبقى خطوة أخيرة لضبط هذه المخالفات تتمثل في إجراءات المتابعة ، وقد نص عليها المشرع في الفصل الثاني من الباب الخامس من القانون رقم 04-02 تحت عنوان معاينة المخالفات ومتابعتها.

وبذلك يكون للإدارة المختصة متابعة العون الاقتصادي المخالف بطريقتين إما عن طريق التسوية الودية مقابل دفعه غرامة المصالحة ويستتبع ذلك انتهاء المتابعة القضائية وهو ما يتم دراسته (المطلب الأول) ، وفي حالة تعنت العون الاقتصادي المخالف ورفضه المصالحة يتم إحالة الملف مباشرة إلى القضاء ، لذلك كان من الأحسن إنشاء هيئة قضائية مستقلة تتولى النظر في المنازعات التي تنشأ بمناسبة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية بسبب كثرة هذا النوع من القضايا على مستوى المحاكم ، أي مايسمى بالتسوية القضائية[1] (المطلب الثاني).

[1]– مغربي قويدر ، "**أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية ، المنظم في 30 نوفمبر و 1 ديسمبر ، كلية الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، 2011 ، ص 239.

المطلب الأول.

الطريق الودي للفصل في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية:

هو طريق استثنائي عن القاعدة العامة المتمثلة في التسوية القضائية [1]، فالمصالحة إجراء ودي لإنهاء المتابعة ضد الأعوان الاقتصاديين المرتكبين لمخالفات اقتصادية[2]، كونها تحمل في طياتها طريقا بديلا لضبط مجال الممارسات و التحول من سلطة قضائية إلى سلطة إدارية[3]، وقد جاء المشرع الجزائري و على غرار التشريعات المقارنة بنص صريح يجيز تصالح الإدارة في بعض الحالات مع العون المخالف خاصة في جرائم الممارسات التجارية باعتبارها وسيلة تحسم النزاع دون اللجوء إلى القضاء[4].

و بالرغم من عدم تأييد الفقه والتشريعات المقارنة لإجراء المصالحة في مجال الممارسات التجارية بدليل أن القاضي الجزائي هو المختص بتوقيع العقاب على المخالف ، إلا أنها تفرض وجودها وذلك بسبب إجراءاتها البسيطة وغير المعقدة وتخفيفها للمنازعات القضائية عن طريق تأسيس نظام غرامة الصلح .

نظرا للتزايد الكبير للقضايا أمام المحاكم جعل التشريعات الحديثة تبحث عن بدائل لحل المنازعات المطروحة أمامها من أجل تحقيق العدالة الأمر الذي أدى بالمشرع إلى تبني اتجاه " الردة عن التجريم" أي إخراج جرائم من نطاق القانون الجنائي إلى نطاق القانون الإداري أو منح المخالف اختيار التسوية القضائية أو التسوية الودية مع الإدارة وذلك من أجل تخفيف

[1]– عميرات عادل ، المرجع السابق ، ص 407.

[2]– بوجميل عادل ، المرجع السابق ، ص 105.

[3]– مسمة مونية ، **المصالحة الجزائية في مادة الممارسات التجارية** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع القانون العام ، تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ، 2010–2011 ، ص 25.

[4]– الأمر رقم 66–155 ، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، المرجع السابق .

العبء على المحاكم و تجنب اختلال نشاطها[1]، ومن جهة أخرى تفادي الصعوبات التي يتلقاها القضاء بسبب ضعف الإمكانيات وعدم القدرة على مواجهة القضايا المتراكمة أمامه من خلال إجراء المصالحة لأن القائمون بهذا الإجراء مختصون يتوافرون على دراية بالمجال التجاري ، و الأكثر من ذلك يتم اللجوء إلى التصالح كأداة قانونية لحسم النزاع في أقصر وقت لأن إجراءاتها تمتاز بالسرعة و البساطة على خلاف التسوية القضائية التي تمتاز إجراءاتها بالتعقيد و البطئ ، ضف إلى ذلك انتشار ظاهرة عدم تنفيذ الأحكام القضائية[2]، لذلك و لما تكتسيه المصالحة من خصوصية و ما تحققه من مزايا جعلها ضرورة يستلزم البحث عن مفهومها (الفرع الأول) ، وكذا معرفة كيفية سيرها (الفرع الثاني).

الفرع الأول .

مفهـــوم المصالحـة في مجال الممارسات التجارية :

لم يقدّم القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تعريف للمصالحة فبالرجوع للقواعد العامة وطبقا للمادة 459[3] نجدها تعرف الصلح بأنه : "**عقد ينهي به الطرفان نزاعا قائما أو يتوقيان به نزاعا محتملا ، وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عن حقه** "، غير أنه بتفحص المنشور الوزاري رقم 01/ إ . خ. ت. و/2006 نجده قد أشار إلى تعريف للمصالحة (أولا) ، و الحالات غير المعنية بغرامة المصالحة وقد تناولناها تحت تسمية شروط المصالحة (ثانيا) .

أولا . تعريف المصالحة : يمكن تعريفها بأنها عقد ينهي به الطرفان نزاعا قائما أو محتملا وذلك من خلال التنازل المتبادل[4] .

---

[1]- مغربي قويدر ، المرجع السابق ، ص 237.

[2]– مسمة مونية ، المرجع السابق ، ص 39 .

[3]– الأمر رقم75–58 ، يتضمن القانون المدني ، المرجع السابق .

[4] – GARRAM Ibtissem , Terminologie Juridique dans la Législation Algérienne , lexique français – arabe palais du livre , Blida ,Alger , p 262.

وما نشير إليه أن المصالحة في مجال الممارسات التجارية [1] لا تبرم إلا إذا توافرت بعض العناصر و المتمثلة في :

1.الأطراف المتصالحة : وتشمل كل من الإدارة المقترحة للمصالحة و العون الاقتصادي مرتكب المخالفة .

أ. **الإدارة :** حسب المادة 60 الفقرة الثانية " **....يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة ...** "[2].

وتضيف الفقرة الثالثة من نفس المادة : "**....يمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة ...**"[3].

وبالتالي فإن كل من مدير التجارة بالولاية و وزير التجارة يدخل في مفهوم الإدارة التي لها مكنة التصالح ، باعتبار أن المصالحة كإجراء يأتي على سبيل الجواز لا الإجبار كونها تُقترح على المخالف من أجل تحاشي المتابعات الجزائية وذلك مقابل اعترافه بالمخالفة ودفعه مبلغ مالي يسمى "غرامة الصلح" تتولى تحديده بنفسها، حتى وإن كان الصلح يخدم مصلحة الإدارة من خلال إثرائها إلا أنه للإدارة رفض إجراء الصلح .

ب.العون الاقتصادي المخالف : عرّفته المادة الثالثة بأنه : " **كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها ...** "[1].

---

[1]– حسب ما جاء في المنشور الوزاري رقم 01/إ . خ . و. ت /2006 مؤرخ في 08 مارس 2006 يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة (غير منشور) : أنّ المصالحة تسوية ودية بين الإدارة المكلفة بمراقبة الممارسات التجارية من جهة والمتعامل الاقتصادي المحرر ضده المحضر من جهة أخرى ، يتم من خلالها إنهاء النزاع عن مخالفة أحكام القانون رقم 04-02 ، وهي وسيلة سريعة ، فعالة وعادلة للطرفين لوضع حد للنزاع مقابل دفع المخالف للغرامة المقترحة عليه في حدود العقوبات المالية التي حدّدها القانون .

[2]– المادة 60/ 2 من القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق.

[3]– المادة 60/ 3 ، المرجع نفسه.

وعليه فالأشخاص المرخص لهم بالتصالح مع الإدارة هم كل مرتكب لمخالفة من المخالفات المنصوص عليها في القانون المطبق على الممارسات التجارية مهما كانت طبيعته سواء كان شخص طبيعي متمتع بالأهلية الكاملة لإجراء المصالحة _أي يمكن لكل شخص بالغ سن 18 سنة ارتكب جريمة ماسة بالممارسات التجارية ومخالفة للقانون إجراء المصالحة _ أو كان شخص معنوي تابع للقطاع العام أو للقطاع الخاص فإنه يمكن التصالح مع الإدارة بواسطة الممثل الشرعي له[2].

2- محل المصالحة : تسعى الإدارة من وراء اقتراحها على المخالف المصالحة _ بدل اللجوء إلى المتابعة الجزائية_ إلى حصولها على مقابل مالي، مما يعني أن المصالحة لا تستبعد التنازلات من الطرفين[3].

والمصالحة كإجراء ودي لحسم النزاع تتميز بخاصية الرضائية ، حيث يتم اللجوء إليها باتفاق أطرافها ، وتبادر الإدارة بواسطة الموظفين المؤهلين الذين يتولون إعداد المحاضر باقتراح على المخالفين غرامة الصلح في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في القانون[4]. أما الميزة الثانية للمصالحة تتمثل في خصوصية طبيعتها القانونية فهي لا ينطبق عليها وصف العقد الإداري و لا وصف العقد المدني رغم وجود تطابق بينهما في بعض المسائل ، كما لا تعتبر لا جزاء جنائي و لا جزاء إداري لوجود اختلاف بينهما ، وعليه فالمصالحة ذات طبيعة قانونية خاصة أي لها طابع استثنائي ، وهي مقيدة إذ لا يسمح بها إلا في الحالات التي حددها القانون ، و بالتالي فبالرغم من الطابع العقدي

---

[1]- المادة الثالثة من القانون 04-02، المرجع السابق.

[2]- مسمة مونية ، المرجع السابق ، ص 42.

[3]- المنشور الوزاري رقم 01/إ .خ . و . ت / 2006 ، المرجع السابق .

[4]- أحسن بوسقيعة ، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام والمادة الجمركية بوجه خاص ، دار هومة ، الجزائر، 2013 ، ص 113 .

للمصالحة إلا أنه لا يمكن إغفال طابعها الردعي فحسب جانب من الفقه تعتبر المصالحة في مجال الممارسات التجارية جزاء إداري ذو طابع خاص[1].

ثانيا . شروط المصالحة في مجال الممارسات التجارية :

حتى يستفيد مرتكب المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية من المصالحة لابد من توافر شروط ، منها ما يتعلق بالمخالف و منها ما يتعلق بطبيعة المخالفة .

1.استبعاد المصالحة في حالة العود :

يعرّف العود بوجه عام ارتكاب الشخص جريمة بعد صدور حكم بات عليه بالعقاب من أجل جريمة سابقة ، إذ يفترض العود تعدد جرائم المتهم[2] .

وحسب المادة11 المعدلة للمادة 47[3]: " **يعد في حالة عود في مفهوم هذا القانون قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين(2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط** ".

وحسب المادة أعلاه فإنه لا تقترح غرامة الصلح كإجراء ودي يستفيد منه العون المخالف بعد صدور عقوبة في حقه في أجل(2) سنتين .

2.إذا كانت المخالفة المسجلة تفوق 3.000.000 دج :

يعني ذلك إذا كانت العقوبة المالية المقررة تفوق 3.000.000 دج فإنه لا يتم إجراء الصلح مع مرتكب الفعل المجرم قانونا ويتم إرسال المحضر مباشرة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا من أجل المتابعة القضائية ، وهذا ما تقضي به المادة 60 /4[1].

---

[1]– أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائي الخاص ، المرجع السابق ، ص 285 .

[2]– عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ،الجزء الأول ، الطبعة الخامسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2004 ، ص 392 .

[3]– القانون رقم 10-06 ، المرجع السابق.

3.استبعاد المصالحة في حالة عدم دفع غرامة المصالحة :

لا يستفيد المخالف من إجراء الصلح عند رفضه دفع مبلغ الغرامة المقرر في أجل (45) خمسة وأربعون يوما الموالية لتاريخ الموافقة على المصالحة ، وهذا ما نصت عليه المادة 61 في فقرتها السادسة[2].

الفرع الثاني .

سيـــر المصالحـــة طبقا للقانون رقم 04-02 :

نتناول تحت هذا الفرع إجراءات المصالحة (أولا) ثم الآثار المترتبة عنها وكذلك الحالات التي تُبطل هذا الإجراء (ثانيا) .

أولا . إجراءات المصالحة طبقا للقانون رقم 04-02 :

طالما أن المصالحة تنهي المتابعات القضائية فإنها تتم عن طريق إجراءات تتمثل أولا في اقتراح إجراء المصالحة من طرف الإدارة المختصة(العنصر الأول) ، ثم تليها مرحلة تحديد مبلغ غرامة المصالحة(العنصر الثاني) وكإجراء نهائي يتم معالجة محاضر المصالح المتعاونة (العنصر الثالث) .

1. اقتراح إجراء المصالحة من طرف الإدارة المختصة:

يمكن للإدارة المختصة قبول المصالحة من الأعوان الاقتصاديين المخالفين استنادا إلى المحضر المعد من قبل الموظفين المؤهلين بمعاينة المخالفات [3]، وهذا ما أكده المنشور الوزاري رقم01 /إ.ج.و.ت/2006 الذي نص على أنه يلزم الأعوان المؤهلين بالمعاينة إشعار المخالف عند تحريرهم المحضر بإجراء المصالحة كتسوية ودية تسمح في حالة

---

[1]- القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

[2]- المرجع نفسه .

[3]- المادة 60 من القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

تسديد مبلغ الغرامة[1] المقترح بإنهاء النزاع ، و بالتالي إنهاء المتابعة القضائية ، وفي المقابل يكون للمخالف مطلق الحرية إما في قبول أو رفض العرض ، أو القبول مع التحفظ على مبلغ الغرامة[2] .

2. تحديد مبلغ المصالحة :

بدافع الربح السريع يتجاوز العون الاقتصادي ضوابط الممارسات التجارية المقررة قانونا، الأمر الذي جعل المشرع يعاقبه بنقيض قصده من خلال فرض غرامات مالية عليه واعتبرها عقوبة مالية أصلية في مجال الممارسات التجارية، حيث تتحدد الجهة المختصة باقتراح غرامة الصلح بالنظر إلى قيمة الغرامة المقترحة ، ويتم اقتراح مبلغ الغرامة استنادا للمقاييس المرجعية الملخصة في طبيعة النشاط إذ يجب تصنيف المتعامل المخالف في إحدى الأصناف الثلاثة إما تجارة التجزئة و الخدمات ، أو تجارة الجملة ، أو الإنتاج والاستيراد ، بالإضافة إلى مقاييس أخرى منها أهمية قيمة المنتجات والخدمات موضوع المخالفة ، أهمية النشاط الممارس ، الطبيعة والمنفعة الاجتماعية للمنتوج أو الخدمة وكذا يتعين على الجهة المختصة عند تحديدها لمبلغ المصالحة احترامها للمقدار المحدد قانونا والمتعلق بكل مخالفة [3]، وبالرغم من أن الاختصاص الأصلي للنظر في مخالفات هذا القانون يرجع للقضاء[4]، غير أنه إذا كانت المخالفة المعاينة تقل أو تساوي(1.000.000)

[1]– على العموم تعرّف غرامة الصلح بأنها :" إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الدولة المبلغ الذي حددّه الحكم" ، انظر.GARRAM Ibtissem ,op. sit , p 21

[2]– بوسقيعة أحسن ، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام والمادة الجمركية بوجه خاص ، المرجع السابق ، ص 288.

[3]– المنشور الوزاري رقم 01/ إ . خ . و . ت /2006 ، المرجع السابق.

[4]– نصت المادة 60 /1 من القانون رقم 04-02 ، على أنه : "**تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية** ".

مليون دينار استنادا للمحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يمكن اقتراح المصالحة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة (المادة 60 فقرة 2)[1] .

ويكون من اختصاص وزير التجارة تقرير المصالحة إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون (1.000.000) دج و تقل عن ثلاثة مئة (3.000.000) دج ، استنادا للمحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين و المرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة (المادة 60 فقرة 3)[2].

و الملفت للانتباه أن المشرع لم ينص على الحالة التي تكون فيها الغرامة المقدرة تساوي 3.000.000 دج ، وسكوته هذا لا يُفسر بعدم إمكانية التصالح وذلك إعمالا لقاعدة التفسير الأصلح للمتهم ، أما عن الجهة المختصة بتوقيعها فإنه مادام سقف اختصاص المدير الولائي المكلف بالتجارة حُدّد بـ (مليون)1.000.000 دج فإنه يكون من اختصاص وزير التجارة إجراء المصالحة مع العون المخالف[3].

ملاحظة : لم يحدد المشرع قيمة الغرامة مقابل الصلح في القانون بل أحال ذلك للتنظيم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-335[4] الذي يحدد كيفية تطبيق غرامة الصلح دون ضبط كيفية تحديد مبلغ المصالحة ، بمعنى مقدار الغرامة التي يدفعها العون المخالف لا تخضع لمعايير قانونية بحتة ،و إنما السلطة التقديرية للإدارة التي تأخذ بعين الاعتبار نوع النشاط الذي يمارسه العون المخالف و كذا القيمة الإجمالية للمخالفة المرتكبة [5].

---

[1]- المرجع نفسه.

[2]- المرجع نفسه.

[3]- بوسقيعة احسن ، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام والمادة الجمركية بوجه خاص ، المرجع السابق ، ص 289.

[4]- المرسوم التنفيذي رقم 95- 355 مؤرخ في 25 أكتوبر 1995 ، **يتعلق بتطبيق غرامة الصلح** ، ج ر عدد 64 ، صادر بتاريخ 29 أكتوبر 1995.

[5]- بهلول ليلى ، ، " **المصالحة آلية لتسوية المنازعات المتعلقة بالممارسات التجارية** "، الملتقى الوطني حول آليات تسوية المنازعات ذات الطابع الاقتصادي في الجزائر بين النصوص والواقع يومي 08 و09 نوفمبر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ، 2016 ، ص269 .

3. معالجة محاضر المصالح المتعاونة :

يتعلق الأمر بالمصالحة التي تتم تحت سلطة المدير الولائي للتجارة ، أو التي تتم تحت سلطة وزير التجارة ، فبالنسبة للمصالحة التي تتم تحت سلطة مدير التجارة بالولاية فإنه يحدد الأعوان المؤهلين عند تحرير المحضر مبلغ الغرامة بالرجوع إلى المخالفة المعاينة وبحضور المخالف الذي يمكنه أن يمارس الحق المخول له ، بعد الإحاطة الكاملة بكل الوقائع ، بقبول أو رفض المبلغ المقترح[1].

– في حالة قبول المخالف بمبلغ الغرامة المقترح فإنه يشار إلى ذلك في المحضر الذي يرسل إلى المدير الولائي للتجارة بعد إجراء التخفيض (المادة 61 فقرة الرابعة)[2] ، وذلك من أجل مراجعة مطابقة المحضر ومبلغ الغرامة المقترحة ، ثم تسجيل المحضر في سجل المنازعات[3] وبعد ذلك إرسال للمخالف الأمر بالدفع[4] لمبلغ الغرامة لدى أمين خزينة الولاية التي تمت على مستواها معاينة المخالفة ، وعند تسديد مبلغ الغرامة يقوم المدير الولائي بإعداد شهادة معاينة التسديد [5] تدرج هذه الشهادة في ملف المتابعة الذي يتم حفظه دون متابعة من طرف المصلحة المكلفة بالمنازعات . أما في حالة عدم القيام بالتسديد في أجل خمسة وأربعون (45) يوما ابتداء من تاريخ قبول المصالحة ، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا من أجل المتابعة القضائية (المادة 61 فقرة السادسة)[6] .

---

[1]- المنشور الوزاري 01/ إ خ وت /2006 ، المرجع السابق .

[2]- نصت المادة 61 /4 من القانون رقم04-02 على أنه :"**وفي حالة موافقة الأشخاص المتابعين على المصالحة ، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة** ".

[3]– انظر الملحق رقم 3.

[4]- انظر الملحق رقم4.

[5]- انظر الملحق رقم5.

[6]- نصت المادة 61 /6 من القانون رقم 04-02 على أنه : "**وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة ، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية** ".

– في حالة رفض مبلغ الغرامة يتم الإشارة إلى ذلك في المحضر و يسلم له نموذج من وثيقة الاعتراض (النموذج المرفق في الملحق رقم6) من طرف الأعوان الذين قاموا بإعداد هذا المحضر، وفي المقابل يلزم المخالف بتقديم طعن معلل لدى المدير الولائي للتجارة في أجل ثمانية أيام الموالية لتاريخ تحرير المحضر [1]، ليتم عرضه على اللجنة الخاصة التي تقرر بعد دراسته قبول أو رفض الاعتراض على الغرامة المقترحة ، وبعد ذلك تصدر اللجنة أمر بالدفع يتضمن إما أمر بالدفع بالمبلغ الأولي للغرامة المقترح من طرف الأعوان المحررين للمحضر وذلك في حالة رفض الاعتراض المقدم من طرف المعني (النموذج المرفق في الملحق رقم7) ، أو أمر بالدفع بالمبلغ المعدل وذلك في حالة قبول الاعتراض المقدم من طرف المعني[2]، وفي الأخير يحفظ الملف أو يحال على وكيل الجمهورية المختص إقليميا وذلك وفقا لقيام المخالف بتسديد مبلغ الغرامة المبلغ له من عدمه في حدود الآجال المحددة لذلك .

أما بالنسبة للغرامة الواقعة تحت سلطة وزير التجارة تتم معالجة المصالحة في الحالتين:

– في حالة قبول المخالف لمبلغ الغرامة المقترح و بعد استفادته من التخفيض المقرر له قانونا يتم إحالة المحضر على المدير الولائي للتجارة الذي يسهر بدوره على تكفل مصلحة المنازعات بالملف ، حيث يتم فتح سجل خاص مرقم ومؤشر عليه لدى المدير الجهوي للتجارة[3] ، تدون فيه جميع الملفات المعروضة على إجراء المصالحة على مستوى الوزارة ، وتحول نسخة من المحضر إلى وزارة التجارة – المديرية العامة للرقابة

[1]- نصت المادة 2/61 من نفس المرجع على أنه :"**يُحدد أجل الغرامة بثمانية(8)أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة** ".

[2]- انظر الملحق رقم 8.

[3]– المنشور الوزاري 01/ إ خ وت /2006 ، المرجع السابق .

الاقتصادية وقمع الغش –مرفقة ببطاقة تحليلية[1] للمخالفة (النموذج المرفق في الملحق 9) موقعة من طرف المدير الولائي للتجارة ، وبعد ذلك يتم حفظ النسخة الأصلية للمحضر على مستوى المصلحة المكلفة بالمنازعات في انتظار نتائج المتابعة الخاصة بالملف أي إما تسديد الغرامة أو المتابعة القضائية .

وبعد قبول المتعامل المصالحة و توقيعه على المحضر يتم إرسال الملف إلى وزارة التجارة للإقرار عليه لتتولى بعد ذلك المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش إعداد أمر بالدفع و إرساله إلى مدير التجارة المعني من أجل تبليغه للمخالف و المتابعة .

- في حالة الاعتراض على مبلغ الغرامة المقترح فإنه يشار إذا ذلك في محضر المخالفة ويتعن على المخالف أن يقدم اعتراض مكتوب في أجل ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر ، وبعد تسجيل المحضر و الاعتراض على مستوى مصلحة المنازعات يقوم المدير الولائي للتجارة بإرسال للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش الاعتراض المقدم من طرف المخالف ونسخة من محضر المخالفة وكذا البطاقة التحليلية للمخالفة ليتم بعد دراسة الاعتراض المقدم من قبل المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش إرسال أمر بالدفع للمدير الولائي للتجارة المعني لتبليغه للمخالف من أجل المتابعة ، ويتضمن الأمر بالدفع إما المبلغ الجديد المقرر من طرف المديرية العامة للرقابة وقمع الغش ، وإما المبلغ الأولي المقترح من طرف الأعوان المحررون للمحضر .

أخيرا فإن الإجراءات الواجب اتخاذها من طرف المدير الولائي للتجارة بالنسبة للمتابعة هي نفسها تلك المذكورة في نهاية الباب السابق ، طبقا لحالات التسديد من عدمه للغرامة من قبل المخالف [2].

[1]– تكوّن البطاقة التحليلية المشار إليها أعلاه الدعامة المفضلة للمعلومة التي تسمح بتقييم مستوى مبلغ الغرامة المقترح من طرف الأعوان المحررين خصوصا في حالة تقديم المخالف اعتراضا بشأنه ، انظر المرجع نفسه .

[2]– المنشور الوزاري رقم 01/ إ خ و ت /2006 ، المرجع السابق .

ثانيا. آثار المصالحة في مجال الممارسات التجارية :

المصالحة كإجراء ودي تسعى من وراءه الأطراف المتصالحة لحسم النزاع وتجنب اللجوء إلى القضاء ولعل ذلك يشكل أهم أثر يترتب عن المصالحة ، بالإضافة إلى استفادة العون الاقتصادي مرتكب المخالفة من تخفيض مقدر بـ20%، وبالتالي فإن آثار المصالحة تشمل أطرافها دون أن تنصرف إلى الغير، وتتمثل آثار المصالحة بالنسبة لطرفيها في إسقاط الإدعاءات و من ثم انقضاء الدعوى العمومية وكذلك تثبيت الحقوق.

فبالنسبة لانقضاء الدعوى العمومية كأثر للمصالحة فإن المادة 61 الفقرة الخامسة نصت على أنه : " **تنهي المصالحة المتابعات القضائية** "[1] ، شرط أن تتم قبل صدور حكم نهائي و قبل إرسال محضر إثبات المخالفة إلى النيابة العامة .

ومن جهة أخرى يترتب على الصلح تثبيت الحقوق سواء تلك التي اعترف بها المخالف للإدارة أو تلك التي اعترفت بها الإدارة له.

أما عن آثار المصالحة اتجاه الغير ، طبقا للقواعد العامة فإنه لا ينصرف أثر العقد إلى الأطراف الخارجة عن العقد [2]، وبالتالي لا ينتفع ولا يتضرر الغير من إجراء الصلح مادام أن العقوبة شخصية وتوقع على المخالفين فقط دون أن تمتد للغير وبذلك يكون أثر المصالحة محصورا على العون المخالف ، ومن ثم لا يجوز للإدارة الرجوع على الغير – شركاء العون الاقتصادي المخالف– عند إخلال طالب المصالحة بالتزامه كما لايمكنها الاحتجاج باعتراف المخالف المتصالح معه لتثبت مخالفات الغير .

[1]– القانون رقم 04–02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[2]-نصت المادة 113 من الأمر رقم 75–58 على مايلي :"**لا يرتب العقد التزاما في ذمة الغير، ولكن يجوز أن يكسبه حقا**".

وتجدر الإشارة إلى أن المصالحة قد تكون عرضة للبطلان إذا تخللتها بعض الأسباب كأن يكون ممثل الإدارة الذي أبرمها غير مختص أي تبرم من طرف أشخاص غير المدير المكلف بالتجارة و وزير التجارة ، أو يتم إبرامها من طرف أحد مسؤولي إدارة التجارة لكنه غير مؤهل قانونا أي لا يتمتع بكل قواه العقلية [1]، ويكون كذلك إذا شابت إرادته أحد عيوب الرضا الممثلة في الإكراه (أي يتم إبرام المصالحة تحت الضغط) ، و الغلط (أي إيهام المتصالح بغير حقيقة الشيء) ، و التدليس (أي السكوت العمدي عن واقعة أو ملابسة) ، و الغبن (أي استغلال ما غلب على المتصالح من طيش و هوى).

كما تبطل المصالحة كذلك حسب ما جاءت به المادة 54 في فقرتها الأخيرة والتي نصت على مايلي : "**وفي هاتين الحالتين الأخيرتين ، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا بغض النظر عن المتابعات التي باشرها الموظف ضحية الاعتداء** " [2]، مما يعني أن الاختصاص يخرج عن الجهات الإدارية المختصة ويؤول إلى وكيل الجمهورية قصد

المتابعات القضائية في حالة الإهانة والتهديد والسب والشتم ، العنف و التعدي الذي يمس بالسلامة الجسدية للموظفين المكلفين بالتحقيقات أثناء تأدية مهامهم أو بسبب وظائفهم[3].

وتعتبر كذلك من الأسباب التي يترتب عنها سقوط المصالحة رغبة المخالف اللجوء مباشرة للقضاء ، تحرير المحضر في غياب المخالف دون الإخلال بالإجراءات المحددة في

[1]- بهلول ليلى ، المرجع السابق ، ص 236 .

[2]- المادة 54 من القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[3]- مغربي قويدر ، المرجع السابق ، ص238 .

الفقرة الثالثة من المادة 57 من القانون 04-02 ، و عند رفض المخالف الحاضر التوقيع على المحضر[1].

المطلب الثاني .

الطريق القضائي للفصل في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية:

بعد فشل المتابعة الودية المقترحة من طرف الإدارة المختصة والممثلة في المدير الولائي للتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة ، فإنه تملك الإدارة عارضة المصالحة مكنة المتابعة القضائية للعون الاقتصادي مرتكب المخالفة الماسة بشفافية الممارسات التجارية ، الأمر الذي يؤدي إلى طرح التساؤل حول الجهة القضائية المختصة بمتابعة مخالفات شفافية الممارسات التجارية ؟ ومجال اختصاصها من أجل زجر العون الاقتصادي المتابع؟

الفرع الأول.

الحماية الجزائية للمخالفات الماسة بشفافيــة الممارسات التجارية :

الواضح أن المشرع الجزائري يسعى من وراء منح الاختصاص لردع المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية للقضاء لضمان الحماية للأطراف المتعاقدة ، واحترام القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ، وباستقراء القانون رقم 04-02 نجد أن المشرع أحال الاختصاص للقاضي الجزائي لردع أي محاولة قد تمس بقواعد الإعلام بالأسعار وشروط البيع ، وكذلك المماس بقواعد الفوترة[2].

ومن أجل ضمان شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها تملك مصالح وزارة التجارة صلاحية إيقاف التجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي من خلال فرضها لعقوبات مالية

[1]- القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

[2]- حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، المرجع السابق ، ص85 .

واتخاذها لقرارات أخرى مثل الغلق الإداري للمحلات التجارية ، ومن أجل زجر المخالفات تم تدعيم تدخل القضاء في هذا المجال ، وبذلك أصبح القاضي الجزائي يختص بشكل أصيل في الفصل في مخالفات الإعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع و الفوترة ، حيث نصت المادة 60 في فقرتها الأولى على أنه:" **تخضع مخالفات هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية** ، ونصت في فقرتها الأخيرة على أنه : "**عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق (3.000.000) ثلاثة ملايين دينار، فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية** "[1]. من خلال نص المادة أعلاه بفقرتيها الأولى والأخيرة يتضح أن الاختصاص الأصيل للفصل في مخالفات أحكام القانون الممارسات التجارية يعود للقضاء العادي ، و بالضبط للقاضي الجزائي بعد إرسال المحضر الذي أعده الموظفين المؤهلين بالتحقيق من طرف المدير الولائي للتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا[2].

وفي مقابل ذلك تتدخل النيابة العامة باسم الشعب حاملة وصف مزدوج كسلطة اتهام وكسلطة تحقيق وبعد ذلك توقيع العقوبات على العون الاقتصادي المخالف ، وبالتالي يكون للمحاكم الجزائية صلاحية ردع المخالفات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية من خلال تلقي المحاضر والشكاوى وجمع الاستدلالات ثم الأمر بالتحري حول هذه المخالفات[3] .

[1]- القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[2]- بوجميل عادل ، الوجع السابق ، ص 152 .

[3]- حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، المرجع السابق ، ص102 .

الفرع الثاني.

الحماية المدنية للمخالفات الماسة بشفافية

الممارسات التجارية:

لا تتحقق الحماية الكافية لقواعد الممارسات التجارية بتسليط القاضي الجزائي لعقوبات رادعة وإنما تستدعي حصول المتضرر و كل صاحب مصلحة على تعويض، ذلك أنه يترتب إلى جانب الضرر العام ضرر خاص يصيب الشخص المضرور فيكون له حق المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية أمام القاضي المدني ، وفي هذا الشأن نصت المادة 65 [1]على أنه :" **دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية ،يمكن جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون ، وكذا كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة ، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون ، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم** ".

وبذلك تتمتع الجهات القضائية المدنية والتجارية بصلاحية إبطال الممارسات الماسة بالنزاهة و الشفافية (أولا) ، كما لها سلطة الحكم بالتعويض على مرتكبيها (ثانيا) .

أولا . بطلان التصرفات المخالفة لقواعد شفافية الممارسات التجارية:

يختص القضاء العادي بإبطال الممارسات التجارية المخلة بالشفافية والنزاهة ، ومادام أن القانون الجزائري يعتمد على وحدة الجهاز القضائي فإنه لا يمكن الدفع بعدم الاختصاص عند عرض نزاع تجاري على قسم معين بالمحكمة ، وإنما يتعين عليها النظر في الدعوى و إحالة النزاع إلى الغرفة التجارية [2]وهذا ما نصت عليه المادة 32 فقرتها الأولى من قانون

[1]– القانون رقم 04-02 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق .

[2]– القانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008 ، **يتضمن قانـون الإجراءات المدنيـة والإدارية** ، ج ر عدد21 صادر في 23 أفريل 2008 .

الإجراءات المدنية و الإدارية بقولها أن "**المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام ...** "، وتضيف في الفقرة الثالثة أنه: " **تفصل المحكمة في جميع القضايا ، لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا** " [1]، وبذلك تأمر المحكمة العون الاقتصادي المخالف التوقف عن إتيان الممارسات التجارية المخلة بالنزاهة والشفافية .

ثانيا . التعويض عن الضرر المترتب عن مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية:

يكون لكل متضرر من أي ممارسة حق رفع دعوى للمطالبة بالتعويض وجبر ما لحقه من أضرار ، وفي هذا الصدد نصت المادة 124 من قانون المدني على مايلي : " **كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير ، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض**" [2]، و زيادة على ذلك يمكن لوزير التجارة أو ممثله القانوني رفع دعوى مستقلة عن دعوى المضرور لما سببه العون الاقتصادي من اختلال في النظام العام الاقتصادي جراء الممارسات غير الشفافة المرتكبة من طرفه ، ومن أجل وضع حد لها وضبطها يطلب الوزير الحكم بالتعويض لصالح المتضرر ودون تدخل هذا الأخير متى توافرت شروط المسؤولية المدنية المتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية ، وبذلك يسمح اللجوء للقضاء بتطبيق أكثر فعالية لقوانين الممارسات التجارية والعمل على ضمان نزاهة الممارسات التجارية[3] .

[1]– نص المادة 32 من نفس المرجع .

[2]– نص المادة 124 من الأمر رقم 75–58 ، يتضمن القانون المدني ، المرجع السابق .

[3]-بوجميل عادل ، المرجع السابق ، ص 143 .

المبدأ العام أن لكل التزام جزاء مقرر عند مخالفته ، و لهذا فقد تضمن قانون رقم 04-02 الهيئات المكلفة بالتحقيق المتمثلة في ضباط و أعوان الشرطة القضائية ، المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة و الأعوان التابعون لمصالح الإدارة الجبائية ، و أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة و المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض ،الذين يسهرون على تطبيق قواعد الشفافية، فقد منحهم القانون سلطات و صلاحيات من أجل القيام بمهامهم على أكمل وجه تمثلت في جمع المعلومات ، دخول المحلات ، حجز السلع ، تحرير المحاضر، كما منحهم القانون ضمانات جاء ذكرها في نص المادة 54 من قانون 04-02 .

و هنا بعد القيام بالتحقيقات تبقى خطوة أخيرة لضبط هذه المخالفات تمثلت في إجراءات المتابعة التي تكون إما بشكل ودي و الذي يعتبر طريق بديل من أجل التخفيف على القضاء من خلال إجراء المصالحة التي يقوم بها المدير الولائي للتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة طبقا للمادة 60 الفقرة الثانية مع العون الاقتصادي المخالف ، و إما بشكل قضائي حيث يقوم القاضي الجزائي بالفصل فيها في حال رفض دفع غرامة الصلح أو عندما يتجاوز المبلغ المقرر قانونا أو في حالة العود و ذلك بتوقيع العقوبة المقررة في قانون رقم 04-02 ، كما يمكن للقاضي المدني الحكم بالتعويض في حال رفع المضرور دعوى مدنية أمامه .

ترتيبا على ما تقدم نختتم موضوع بحثنا المعنون بمبدأ الشفافية على ضوء الممارسات التجارية ، الذي عالجنا على مستواه الإشكالية التي تتمحور حول مسعى المشرع من وراء وضع منظومة قانونية لضبط هذه الممارسة ، فاستنتجنا أن المشرع وسع من دائرة صفة العون الاقتصادي ، فبالإضافة للتّاجر يمكن أن يكون طبيبا أو حتى محاميا، و كل هؤلاء لا يمكنهم الاحتجاج بالسر المهني عند قيام الأعوان المكلفين بالرقابة بالمعاينة و التحقيق كون أن المشرع أعطى الأولوية للسوق بالحماية ، كما وسّع أيضا من دائرة الأنشطة التجارية على مستوى القانون 10-06، ممّا يوحي لنا أن لفظ الممارسات التجارية لا يستقيم مع تعديل القانون 04-02 لأنه كان على المشرع أن يصطلح عليه اسم الممارسات الاقتصادية باعتبارها جاءت واسعة و شاملة لكافة الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي حتى و لو كانت طبيعتها غير تجارية ، كما ورد ذكرها في المادة الثانية من القانون 10-06 المعدّل للقانون 04-02.

ومن ثمّ لا يعتد بعنوان القانون الذي يكون محصورا في الممارسات التجارية ، لأن قوة نصه الصريح يتعارض مع منطوق ألفاظه، وذلك إعمالا لقواعد تفسير النصوص القانونية .

كما استنتجنا أيضا أن قواعد الممارسات التجارية لا تكون إلا في ظل علاقة يكون أحد أطرافها عون اقتصادي ، ضف إلى ذلك فإنه لا تحقق العقوبات المالية التي أقرها المشرع الردع الكافي للأعوان الاقتصاديين ذوي رؤوس الأموال الكبيرة ، فلابد على المشرع من فرض عقوبة سالبة للحرية من أجل ردع كبار رؤوس الأموال .

كما سجّلنا وجود تعارض بين قانون العقوبات و قانون الممارسات التجارية من حيث عقوبة المصادرة التي اعتبرها القانون 04-02 عقوبة تكميلية جوازية، في حين قانون العقوبات اعتبرها عقوبة وجوبية، لذلك كان على المشرع أن يتفادى هذا التناقض في مجال الممارسات التجارية وتكييفها طبقا للقواعد العامة _ قانون العقوبات _ باعتبارها ماسة بالاقتصاد الوطني.

و عليه بعد دراسة الموضوع نقترح التوصيات الآتية :

- محاولة تحقيق شفافية أكثر للممارسات التجارية من خلال العمل على سد الفراغ الذي يتخلل المنظومة التشريعية كبيان الإعلام بشروط البيع في العلاقة بين العون الاقتصادي و المستهلك ، كذلك تحديد الأشخاص المعنية بتطبيق أحكام هذا القانون دون تركها عامة فيما يتعلق بالأعوان الاقتصاديين.
- يجدر على المشرع توقيع عقوبة الحبس كجزاء أصلي بالإضافة إلى الغرامة عوض تقييدها في حالة العود فقط باعتبار العقوبة السالبة للحرية تحقق الردع العام و الخاص.
- جعل الفاتورة إلزامية في العلاقة بين العون الاقتصادي و المستهلك بدل تركها اختيارية حتى يسهل الإثبات.
- على المشرع أن يحذف كلمة "إخبار " من نص المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية ، لأنها أوقعت الباحثين في متاهة و هذا يعود للترجمة الخاطئة عن النص الأصلي باللغة الفرنسية.

و كحوصلة فإن هذا لا ينفي نجاح محاولة المشرع في تحقيق شفافية الممارسات التجارية ، لأن صناعته للنصوص القانونية منحت للمستهلك حماية لم يتمتع بها من قبل رغم أن هذه الأخيرة تثير مقومات لم تتلاشى بعد، و لهذا فهدف المشرع في إضفاء الشفافية على مستوى كل ممارسة يقوم بها العون الاقتصادي قد أصاب إلى حد معين.

أولا: باللغة العربية :

I. النصوص القانونية :

دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 ، يتعلق بإصدار تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 ، ج ر عدد 76 ، صادر في 08 ديسمبر 1996 ، المعدل بالقانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أفريل 2002 ، ج ر عدد 25 ، صادر في 14 أفريل 2002 ، المعدل بالقانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر2008 ، ج ر عدد 63، صادر في 16 نوفمبر 2008، المعدل بالقانون رقم 16-01 مؤرخ في 06 مارس 2016، ج ر عدد 14، صادر في 07 مارس 2016 .

I. 1 . النصوص التشريعية :

1. أمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 جوان 1966 ، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية معدل و متمم ، جريدة رسمية عدد 48 ، صادر بتاريخ 10 جوان 1966 .

2. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون المدني، معدل ومتمم ، جريدة رسمية عدد 78 ، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975 .

3. أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون التجاري ، معدل ومتمم ، جريدة رسمية عدد 101 ، صادر بتاريخ 19 ديسمبر 1975 .

4. قانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991 ، يتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية ، جريدة رسمية عدد03 ، صادر بتاريخ 16 جانفي 1991 .

5. أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة ، معدل ومتمم، جريدة رسمية عدد 09 ، صادر بتاريخ 24 فيفري 1995 (ملغى) .

6. أمر رقم 95- 07 مؤرخ في 25 جانفي 1995 ، يتعلق بالتأمينات ، معدل و متمم، جريدة رسمية عدد 13 ، صادر بتاريخ 08 مارس 1995 .

7. قانون رقم 99-01 مؤرخ في 06 جانفي 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، جريدة رسمية عدد 02 ، صادر بتاريخ 10 جانفي 1999 .

8. أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 ، يتعلق بالمنافسة ، جريدة رسمية عدد 43 ، صادر بتاريخ 20 جويلية 2003 ، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010 ، جريدة رسمية عدد 46 ، صادر بتاريخ 18 أوت 2010 .

9. أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جويلية 2003 ، يتعلق بالعلامات ، معدل ومتمم جريدة رسمية عدد 44 ، صادر بتاريخ 23 جويلية 2003 .

10. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، جريدة رسمية عدد41 ، صادر بتاريخ 27 جوان 2004، معدل و متمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010 ، جريدة رسمية عدد 46 ، صادر بتاريخ 18 أوت 2010 .

11. قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008 ، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، جريدة رسمية عدد 21 ، صادر بتاريخ 23 أفريل 2008 .

12. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، جريدة رسمية عدد 15 ، صادر بتاريخ 08 مارس 2009 .

2.I. النصوص التنظيمية :

1.مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 ، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، معدل ومتمم ، جريدة رسمية عدد 5 ، صادر بتاريخ 31 جانفي 1990.

2.مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 ، يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، جريدة رسمية عدد 40 ، صادر بتاريخ 19 سبتمبر 1990.

3.مرسوم تنفيذي رقم 90- 367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 ، جريدة رسمية عدد 50، صادر بتاريخ 21 نوفمبر 1990 .

4.مرسوم تنفيذي رقم 95-335 مؤرخ في 25 أكتوبر 1995 ، يتعلق بتطبيق غرامة المصالحة ، جريدة رسمية عدد 64 ، صادر بتاريخ 29 أكتوبر 1995 .

5.مرسوم تنفيذي رقم 2000-46 مؤرخ في 01 مارس 2000 ، يعرف المؤسسات الفندقية و يحدد تنظيمها و كيفيات استغلالها ، جريدة رسمية عدد 10 ، صادر بتاريخ 05 مارس 2000.

6.مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 ، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك ، جريدة رسمية عدد80 صادر بتاريخ 11 ديسمبر 2005 .

7.مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يتعلق بوسم السلع الغذائية جريدة رسمية عدد 83 ، صادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005 .

8.مرسوم تنفيذي رقم 06- 306مؤرخ في 10 سبتمبر 2006 ، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، جريدة رسمية عدد 56 ، صادر بتاريخ 11 سبتمبر 2006 .

9.مرسوم تنفيذي رقم 09- 415 مؤرخ في 16 ديسمبر 2009 ، يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة ، جريدة رسمية عدد 75 ، صادر بتاريخ 20 ديسمبر 2009 .

10.مرسوم تنفيذي رقم 10-299 مؤرخ 29 نوفمبر 2010 ، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية ، جريدة رسمية عدد 74 ، صادر بتاريخ 05 ديسمبر 2010 (ملغى).

11.مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فيفري 2016 ، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة و كذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها ، جريدة رسمية عدد 10، صادر بتاريخ 22 فيفري ، 2016.

12.قرار وزاري مؤرخ في 10 ماي 1994 ، يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 ، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات

13.المنشور الوزاري رقم 01/ إ .خ . و . ت /2006 مؤرخ في 08 مارس 2006 ، يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام غرامة المصالحة ، (غير منشور) .

II. الكتب :

1.أبو بكر الصديق منى ، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، مصر ، 2013 .

2.المهدي نزيه محمد الصادق ، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات ، ط الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 1990 .

26. بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دار الكتاب ، الجزائر ، 2006 .

3.بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجزائي الخاص ، الجزء الثاني ، طبعة العاشرة دار هومة ، الجزائر ، 2004 .

4.ـــــــــــــ ، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام في المادة الجمركية بوجه

خاص ، دار هومة ، الجزائر ، 2013 .

5.جمعي حسن عبد الباسط ، حماية المستهلك : الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك ، دار النهضة ، القاهرة ، مصر ، 1996 .

6.كتو محمد الشريف ، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفق أمر 03-03 و قانون 04-02 ، منشورات بغدادي ، 2010 .

7.محمود جمال الدين زكي ، مشكلات المسؤولية المدنية ، مطبعة جامعة القاهرة القاهرة مصر ، دون سنة نشر.

8.مصطفى كمال طه ، الوجيز في القانون التجاري ، منشأة المعارف ، الإسكندرية مصر 1973 .

9.عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، الجزء الأول ، ط الخامسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2004 .

10.عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون) ، منشأة المعارف ، القاهرة ، مصر ، 2004 .

III. الرسائل و المذكرات الجامعية :

III. 1. رسائل الدكتوراه :

1.لعور بدرة ، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم ، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2013-2014 .

2.مهري محمد أمين ، النظام القانوني للممارسات التجاريــة في التشريـــــع الجزائـــري أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2016-2017 .

3.عياض محمد عماد الدين ، عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق ، جامعة البليدة 2 ، 2015-2016.

4.عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق ، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2015- 2016.

2.III. مذكرات الماجستير :

5.أرزقي زوبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2014 .

6.بوجميل عادل ، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع قانون المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 12 جويلية 2012 .

7.بن قويدر زبيري ، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قانون خاص ، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، 2005-2006 .

8.جرعود الياقوت ، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة سطيف 2 ، 2015-2016 .

9.حملاجي جمال ، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم التجارية ، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس ، 2005-2006 .

10.كيموش نوال ، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر ، 2010- 2011 .

11.لطاش نجية ، مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة بن عكنون ، الجزائر ، 2003-2004 .

12.ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و المصري) ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2008 -2009 .

13.مسمة مونية ، المصالحة الجزائية في مادة الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع القانون العام ، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، 2010-2011.

14.علاوي الزهرة ، الفاتورة وسيلة لشفافية الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة وهران ، 12جوان 2013 .

15.صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة قسمطينة 1 2013- 2014 .

16.رفاوي شهيناز ،الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقود الاستهلاك ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة سطيف 2 ، 2015-2016 .

17.شعباني نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012.

3.III. مذكرات الماستر :

18.بوقادوم نسيمة و بولقرينات هالة ، المساس بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، قانون خاص للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل 2015-2016.

19.بلفركوس فطومة و بلحسين باية ، الالتزام بالفوترة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013 -2014 .

20.حمزة أميرة و بن عمارة سمية ، مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2015 -2016 .

21.سالمي حياة ، مبدأ شفافية الممارسات التجارية ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ، قانون الشركات ، كلية الحقوق ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2 جوان 2015 .

IV. المقالات :

1.البدو أكرم محمود حسين ، " **الالتزام بالإفصاح وسيلة للالتزام بضمان السلامة** " مجلة الرافدين للحقوق ، عدد 24 ، كلية الحقوق ، جامعة الموصل ، 2005 .

2.خديجي أحمد ، "**حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي** "، دفاتر السياسة و القانون ، عدد 11 ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2014 .

v.المداخلات :

1.ايرازيل كاهنة ، "**الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك المنظم يومي 17- 18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 .

2.بهلول ليلى ، "**المصالحة آلية لتسوية المنازعات المتعلقة بالممارسات التجارية**" ، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول آليات تسوية المنازعات ذات الطابع الاقتصادي في الجزائر بين النصوص و الواقع يومي 8 -9 نوفمبر ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل 2016 .

3.حجارة ربيحة ، " **مدى الحماية القانونية من المنتوجات المستوردة** " ، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك المنظم يومي 17 -18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 .

4.مغربي قويدر ، " **أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات غير الشرعية** " ، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية ، المنظم يومي 30 نوفمبر – 01 ديسمبر ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، 2011 .

5.صباحي ربيعة ، "**فعلية حماية المستهلك في القانون الجزائري** "، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك المنظم يومي 17-18 نوفمبر ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2009 .

VI. **المواقع الالكترونية :**

1.http://www.drcblida.dz/index.php/ar/2017-01-30-10-45-52/33-2017-02-02-10-21-48، 2017/04/13,19:16.

VII. الوثائق :

1.التريوس نجاة و آخرون ، دور الالتزام بالإعلام في حماية رضا المستهلك ، قانون الأعمال ، الكلية المتعددة التخصصات ، جامعة عبد المالك السعدي ، المغرب 2014-2015 ، نقلا عن :

https://fptetouan.tk/wp-content/uploads/.../الالتزام-بالإعلام .doc.، *2017/04/15 , 18:42.*

ثانيا : باللغة الفرنسية :

I. Les dictionnaires :

1.Larousse Encyclopédiques, Tome2 ,éd Larousse, 1997.

2.GARRAM Ibtissem , Terminologie Juridique dans la Législation Algérienne , lexique français – arabe palais du livre , Blida Alger .

II. Les ouvrages :

1.GUEDJ Alaien , Pratique de Droit de la Concurrence Nationale et Communautaire , éd LITEC , Paris ، 2000 .

مقدمة 2

الفصل الأول : الآليات القانونية لضمان شفافية الممارسات التجارية 8

المبحث الأول : الالتزام بالإعلام كآلية لتكريس شفافية الممارسات التجارية 10

المطلب الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام بالأسعار..... 11

الفرع الأول : المقصود بالالتزام بالإعلام بالأسعار.....11

أولا : تعريف الالتزام بالإعلام 12

ثانيا : خصائص الالتزام بالإعلام 14

1. خاصية العمومية للالتزام بالإعلام.....14
2. خاصية الدور الوقائي للالتزام بالإعلام 14
3. خاصية الاستقلالية للالتزام بالإعلام 15

الفرع الثاني : شروط الالتزام بالإعلام 15

أولا : شروط خاصة بالأطراف المتعاقدة 15

ثانيا : شروط خاصة بالالتزام بالإعلام بذاته 17

1. أن يكون الإعلام كاملا 17
2. أن يكون الإعلام صادقا و دقيقا 17
3. أن يكون الإعلام واضحا و مكتوبا باللغة العربية 18
4. أن تكون البيانات متعذرا محوها 18

الفرع الثالث : طبيعة الالتزام بالإعلام 19

أولا : الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام 19

ثانيا : الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أم التزام بتحقيق نتيجة 20

1. الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية 21
2. الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة 21
3. الالتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة 22

المطلب الثاني : وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام 22

الفرع الأول : الإعلام بإشهار الأسعار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين 23

أولا : جداول الأسعار أو النشرات البيانية 24

ثانيا : دليل الأسعار 24

الفرع الثاني : الإعلام بإشهار الأسعار لفائدة المستهلك 25

أولا : الإشهار من خلال العلامات التجارية 25

ثانيا : الإشهار من خلال الوسم 26

ثالثا : الإشهار من خلال المعلّقات 27

الفرع الثالث : الإعلام بشروط البيع 28

أولا : إعلام الأعوان الاقتصاديين بشروط البيع 29

1. إشهار كيفيات الدفع 29
2. إشهار الحسوم و التخفيضات و المسترجعات 29

ثانيا : إعلام المستهلك بشروط البيع 30

الفرع الرابع : إعلام المستهلك بضمان المنتوج أو الخدمة 31

أولا : أنواع الضمان 32

1. الضمان القانوني 32

2. الضمان الإتفاقي 33

ثانيا : شهادة الضمــان 34

الفرع الخامس : إعلام المستهلك بمميزات المنتوج و بحدود المسؤولية التعاقدية.....34

أولا : إعلام المستهلك بمميزات المنتوج أو الخدمة 35

ثانيا : إعلام المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية 36

المبحث الثاني : الالتزام بالفوترة كآلية لتكريس شفافية الممارسات التجارية 37

المطلب الأول : مفهوم الالتزام بالفوترة كآلية لتكريس شفافية الممارسات التجارية...38

الفرع الأول : التعريف بالفاتورة 38

أولا : تعريف الفاتورة 39

ثانيا : بيانات الفاتورة 40

1. البيانات الخاصة بأطراف الممارسة التجارية 40

أ. بيانات العون الاقتصادي 40

ب.بيانات تتعلق بالمشتري 41

2. بيانات خاصة بالمنتوج او الخدمة 42

الفرع الثاني : شروط الواجب توافرها في الفاتورة 44

الفرع الثالث : دور الفوترة في تكريس مبدأ شفافية الممارسات التجارية 45

المطلب الثاني : القوة الإلزامية للفاتورة و الوسائل البديلة لها 47

الفرع الأول : إلزامية التعامل بالفاتورة 47

الفرع الثاني : الفوترة و وسائل ضمان شفافية الممارسات التجارية.....49

أولا : سند التحويل 50

ثانيا : وصل التسليم 51

ثالثا : الفاتورة الإجمالية كبديل للفاتورة 53

خلاصة الفصل الأول.....54

الفصل الثاني : الحماية المقررة لمبدأ شفافية الممارسات التجارية 57

المبحث الأول : إجراءات التحقيق في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.....59

المطلب الأول : هيئات التحقيق في المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية.....59

الفرع الأول : ضباط و أعوان الشرطة القضائية 59

الفرع الثاني : المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة 60

الفرع الثالث : الأعوان التابعون لمصالح الإدارة الجبائية 61

الفرع الرابع : أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة و المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض 64

المطلب الثاني : صلاحيات أعوان التحقيق لضبط المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية.....65

الفرع الأول : سلطات أعوان التحقيق لضبط المخالفات التي تمس بشفافية الممارسات التجارية.....65

أولا : جمع المعلومات 65

1. الوثائق التي في حوزة العون الاقتصادي 66
2. الوثائق التي في حوزة الإدارة 67
3. الوثائق التي في حوزة الغير 67

ثانيا : دخول المحلات 67

ثالثا : حجز السلع 68

1. حالة الحجز العيني 69
2. حالة الحجز الاعتباري 69

رابعا : تحرير المحاضر 70

الفرع الثاني : الضمانات المقررة لأعوان التحقيق لضبط المخالفات التي تمس بشفافية الممـارسات التجاريـة 73
المبحث الثاني: إجراءات المتابعة في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.....75
المطلب الأول : الطريق الودّي للفصل في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.....76
الفرع الأول : مفهوم المصالحة في مجال الممارسات التجارية.....77
1. الأطراف المتصالحة 78
أ. الإدارة 78
ب. العون الاقتصادي المخالف 78
2. محل المصالحة 79
ثانيا : شروط المصالحة في مجال الممارسات التجارية.....80
1. استبعاد المصالحة في حالة العود 80
2. إذا كانت المخالفة المسجلة تفوق 3.000.000 دج 80
3. استبعاد المصالحة في حالة عدم دفع غرامة المصالحة 81
الفرع الثاني : سير المصالحة طبقا للقانون رقم 04-02 81
أولا : إجراءات المصالحة طبقا للقانون رقم 04-02 81
1. اقتراح إجراء المصالحة 81
2. تحديد مبلغ المصالحة.....82

3. معالجة محاضر المصالح المتعاونة.....84

ثانيا : آثار المصالحة في مجال الممارسات التجارية.....87

المطلب الثاني : الطريق القضائي للفصل في المخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.....89

الفرع الأول : الحماية الجزائية للمخالفات الماسةبشفافية الممارسات التجارية.....89

الفرع الثاني : الحماية المدنية للمخالفات الماسة بشفافية الممارسات التجارية.....91

أولا : بطلان التصرفات المخالفة لقواعد شفافية الممارسات التجارية.....91

ثانيا : التعويض عن الضرر المترتب عن مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية 92

خلاصة الفصل الثاني 93

الخاتمة 95

الملاحق 98

قائمة المراجع 111

الفهرس.....123