



جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مضمون الالتزام بالنزاهة في قانون الممارسات التجارية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون الأعمال

تحت إشراف الأستاذة:

- حامل صليحة

من إعداد الطالبة:

زعموم ليدية

لجنة المناقشة:

- أ.د/حمادوش أنيسة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....رئيسا
- حامل صليحة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....مشرفا ومقررا
- د/ مختور دلييلة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... ممتحنا

تاريخ المناقشة/.. /2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى روح ابي الطاهرة "أعمر" رحمه الله.
إلى أعز وأغلى إنسانة في حياتي، التي أنارت دربي بنصائحها، إلى
من كان دعائها سر نجاحي، ومن كانت خير معين، إلى من
منحتني القوة والعزيمة، لمواصلة الدرب، وكانت سببا في مواصلة
دراستي... إلى أمي العزيزة "حورية" أطال الله في عمرها.
إلى أختاي "سهام" و "نسمة" أدامهما الله لي وحفظهما.
إلى كل أفراد عائلتي الكريمة.
وإلى زملاء الدراسة متمنية لهم التوفيق.
وإلى أعز صديقاتي.

* ليدية *



شكر و عرفان

باسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين.
الحمد لله والشكر لله الذي منحني القدرة وأمدني بالصبر ومهد لي
السبيل ويسرّه وسخّر لي من أنار طريقي.
أتقدم بالشكر والعرفان والتقدير إلى الأستاذة حامل صليحة التي لم
تبخل على بتقديم الإرشادات والنصائح القيمة، وأشكرها على تواضعها
وسعة صدرها.

كما أتقدم بالشكر والامتنان إلى أساتذتي الأفاضل بكلية الحقوق
والعلوم السياسية الذين ساهموا بتوجيهاتهم ونصائحهم.
وأتوجه بالشكر والتقدير إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين
تفضلوا لإعطاء الوقت الكافي لمناقشة هذه المذكرة وبذل الجهد في
تدقيق وإثراء هذا البحث شكلا ومضمونا.
كما أشكر أيضا زميلاتي اللواتي ساعدنني بإعطاء النصائح اللازمة
وقمن بتشجيعي

زعموم 

قائمة المختصرات

ق. ت. ج: القانون التجاري الجزائري.

ق. م. ج: القانون المدني الجزائري.

ج . ر : الجريدة الرسمية.

ع: العدد

ص: صفحة.

ص.ص: من الصفحة إلى الصفحة.

د.س.ن: دون سنة النشر.

مقدمة:

دفع انخفاض أسعار النفط في الأسواق الدولية وتراجع مداخيل السلطات العمومية في الجزائر إلى تبني جملة من الإصلاحات القانونية في المجال الاقتصادي، مهّدت للانسحاب التدريجي للدولة من المجال الاقتصادي والسماح للقطاع الخاص بممارسة أنشطة اقتصادية كانت حكرا على الدولة. بحيث عرفت الجزائر انتشارا لظاهرة الاستهلاك، خاصة وأن السوق الجزائرية هي في الغالب سوق استهلاكية، الأمر إلي أدى إلى ظهور منتجات متنوعة ومتعددة لتعزيز المقدر التنافسية من ناحيتي السعر والجودة. وهو ما تصدى له المشرع الجزائري من خلال جملة من النصوص، أولها القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 09 03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹.

يعد القانون رقم 04-02 المؤرخ في 25 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية² من أحدث النصوص التي اهتمت بحماية المستهلك وقد إستمد هذا القانون بعض أحكامه من القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989، المتعلق بالأسعار الذي تم إلغاؤه. ومن أجل تدارك الفراغ القانوني تقرر آنذاك، إدراج هذه الأحكام بصفة انتقالية في الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة³.

وبعد سبع سنوات من تطبيقه بدا من الضروري تعديله لاستدراك النقائص المترتبة عن تطبيقه ومن أجل ذلك تم تقسيم هذا الأمر إلى قسمين:

1- قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07 فيفري 1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الصادر في 08 فيفري 1989، ملغى بموجب قانون 09-03، مؤرخ في 25 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج. عدد 41، صادر في 27 جوان 2004.

3- أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 يناير 1995 متعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 09، صادر في 22 فبراير 1995.

- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، متعلق بالمنافسة، والذي تضمن مبادئ المنافسة وتنظيم مجلس المنافسة¹.

- قانون رقم 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين وبينهم وبين المستهلك.

حاول المشرع من خلال القانون رقم 02-04 الأخذ بعين الاعتبار تحليلات ونتائج تطبيق الأمر رقم 06-65 في القسم الخاص بالممارسات التجارية، التي كشفت عن قصور فاعلية هذا الأخير بسبب عراقيل، بعضها تتعلق بمضمونه وأخرى خارجة عنه، حيث بينت هذه النتائج نقائص في محتوى النص وشروط تطبيقه، أدت إلى صعوبات في تطبيق بعض أحكامه، كما بينت عجز قواعده عن معالجة بعض الممارسات الغير النزيهة التي ظهرت بسبب تحرير اقتصادنا، وهو ما أدى بالمشرع إلى اعتماد حلول جديدة في هذا القانون قصد تجاوز ذلك القصور.

ومع سعي الجزائر للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة من أجل الانفتاح على الأسواق العالمية، كان لا بد من تعديل الأمر رقم 06-65، بما يحقق هذا التوجه، فتجسد هذا التعديل في تشريعين هما: الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، والقانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، الذي كرس شفافية الممارسات التجارية في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وكذا في علاقتهم مع المستهلك. هذه الشفافية التي تقتضي جملة من الالتزامات يلتزم المدين بالإدلاء بها للدائن في هذه العلاقات.

يهدف القانون رقم 02-04، حسب المادة الأولى² منه، إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء

1- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، صادر في 20 جويلية 2003.
2- تنص المادة الأولى من قانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية على: " يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الإقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه..."

والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه. وبذلك فقد أسس هذا القانون تنظيمه للممارسات التجارية على مبدأي الشفافية والنزاهة، وهما ركيزتان من ركائز اقتصاد السوق، بالنظر لما لهما من دور في إضفاء الوضوح على الممارسات التجارية وحماية مصالح أطرافها، سواء كانوا أعوانا اقتصاديين أم مستهلكين.

كما يتبين من نص المادة الأولى السالف الذكر أعلاه، أن أحكام هذا القانون تستهدف نوعين من الممارسات: الأولى هي الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين، والثانية هي الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وتبعا لذلك تولت المادة الثالثة¹ من نفس القانون تحديد المقصود بصفتي العون الاقتصادي والمستهلك باعتبارهما الصفتان اللتان ترتبط بهما نطاق تطبيق قواعد الممارسات التجارية من حيث الأشخاص.

نستخلص من استقراء المادة الأولى أن قانون الممارسات التجارية يهدف إلى ما يلي :

- تحديد القواعد القانونية التي تهدف إلى ضمان شفافية ونزاهة الممارسات التجارية سواء في علاقة المتعاملين الاقتصاديين أو في علاقتهم بالمستهلكين.
- ردع الممارسات الماسة بنزاهة وشفافية الممارسات التجارية عن طريق تعداد الممارسات التجارية غير الشرعية وغير النزاهة والتدلسية وتحديد طرق وإجراءات متابعتها والعقوبات المقررة لها .

1- تنص المادة الثالثة من قانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مرجع سابق : " يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي:

- 1- عون إقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو يقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.
- 2- المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"

- حماية المستهلك وإعلامه عن طريق تحقيق شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها وهذا في مصلحة المستهلك.

وقد عزز المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 04-02 حماية المستهلك وذلك بإلزام البائع بإعلام المستهلك عن كل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو السلعة أو الخدمة، وأيضا قد كرس المشرع وأقر حماية المستهلك وأفراده، ولأول مرة حق المستهلك في اختيار التعاقد واختيار محتوى العقد في صورته، وحظره لرفض البيع أو تأدية الخدمة ومنع الممارسات التعاقدية التعسفية.

يكتسي البحث عن مضمون الالتزام بالنزاهة في قانون الممارسات التجارية أهمية كبيرة من خلال عدة جوانب والتي تمس مجال شفافية هذه الممارسات، يتعلق الأمر بالالتزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك وكذلك الالتزام بإعلامه بشروط البيع سواء في المعاملات التجارية التي تكون بينه وبين أعوان اقتصاديين آخرين وبينه وبين المستهلك لينتهي إلى التزام العون الاقتصادي بتسليم الفاتورة.

إضافة إلى مجال الشفافية، هناك مجال نزاهة هذه الممارسات ويتعلق الأمر بالاعتداء على الأعوان الاقتصاديين، وذلك من خلال تشويه سمعتهم وتقليد علامات المنتجات واستغلال مهاراتهم بالإضافة إلى الإشهار التضليلي، وصولا إلى التصرفات التعاقدية التعسفية.

وتأسيسا على كل ما تم ذكره سالفا، يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تطبيق المشرع الجزائري لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية في ظل قانون

04-02 المتعلق بالممارسات التجارية؟

وللإجابة على هذه الاشكالية اعتمدت في دراسة هذا الموضوع على المنهج التحليلي بغية تحليل مختلف النصوص القانونية واستخلاص منها أهم الأحكام المرتبطة بالموضوع، وذلك من خلال فصلين:

الفصل الأول: تكريس مبدأ نزاهة الممارسات التجارية.

الفصل الثاني: مفهوم الممارسات التجارية الغير النزيهة.

الفصل الأول

تكريس مبدأ نزاهة الممارسات التجارية

يعد قانون رقم 04-02 أهم القوانين التي تتضمن أحكام ومبادئ لحماية المنافسة والمستهلك على سواء إلى جانب قانون المنافسة الذي هو أصل قانون الممارسات التجارية وفي سبيل تحقيق أهدافه فرض هذا القانون مجموعة من الالتزامات على الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو في إطار تعاملاتهم مع زبائنهم، حيث حدد المشرع القواعد الواجب احترامها، من بينها نزاهة الممارسات التجارية. ومادامت العلاقة التعاقدية تربط بين المستهلك والعميل الاقتصادي كان من المهم تقديم لمحة عن كل منهما.

ولإحاطة بمبدأ نزاهة الممارسات التجارية فإنه من الضروري وحسب تقديري، أن نتعرض أولاً إلى مفهوم النزاهة في قانون الممارسات التجارية (المبحث الأول) وإلى النطاق الشخصي لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم مبدأ النزاهة في قانون الممارسات التجارية

لقد حظيت فكرة النزاهة بأهمية كبيرة باعتبارها قيمة معنوية ضمن الفضائل التي حرص المشرع الجزائري على تكريسها في القانون كمبدأ أخلاقي، من خلال القانون رقم 02-04 في الباب الثالث منه المعنون بنزاهة الممارسات التجارية. والذي استوجب الالتزام بالنزاهة في علاقة العون الاقتصادي ومنافسيه ومع المستهلك معتبرا إياه أساس العلاقة العقدية.

ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى دراسة مفهوم مبدأ نزاهة الممارسات التجارية في (المطلب الأول) وإلى علاقة الشفافية بمبدأ النزاهة في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تعريف النزاهة الممارسات التجارية

نظرا للأهمية البالغة التي يكتسبها موضوع مبدأ نزاهة الممارسات التجارية خصوصا بعد تزايد الاهتمام من قبل المشرع الجزائري وحرصه على تكريسه لكي يتمكن من تحديد نزاهة الممارسات التجارية من عدمها يجب أن نبحت عن مفهوم النزاهة (الفرع الأول) ومعيار تحديد النزاهة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تحديد تعريف نزاهة الممارسات التجارية

رغم أهمية مبدأ النزاهة وإهتمام المشرع بها، إلا أننا لم نجد تعريفا له في قانون الممارسات التجارية، وفي غياب تعريف لها لابد من الرجوع إلى أحكام الفقه لتحديد مفهومها. إذ تعرف النزاهة بأنها تشمل على قيم الكفاءة، والاحترام، والحفاظ على الالتزامات،

إلى جانب السلوك الأخلاقي، كما تمتد أهمية النزاهة لتشمل مجال العقود حيث تعتبر النزاهة العقدية في العقود هي المكمل الضروري للعدالة العقدية¹.

إن المشرع من خلال المادة الأولى من قانون الممارسات التجارية والتي تنص على: "يهدف هذا القانون الى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الاعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك واعلامه". والتي بين من خلالها اشتراط النزاهة في التعاقد وذلك لحماية المستهلك، و نستخلص منها أنه استوجب الالتزام بالنزاهة في علاقة العون الاقتصادي مع منافسيه ومع المستهلك معتبرا إياه أساس العلاقة العقدية².

إن التركيز على واجب النزاهة الذي يقع على كل متعاقد معناه عدم ترك المجال مفتوح للغش والكتمان الذي غرضه غش المتعاقد الآخر هذا من جهة، ومن جهة أخرى أنه لا يقع على المتعاقد فقط عدم الإضرار المتعاقد الآخر بالسلوكيات السلبية بل يقع عليه أن يسعى إلى إيجاد تعاقدية تطغى عليه فكرة التلاحم والتماسك وذلك تكريسا لمبدأ حسن النية³.

ويضيف بعض الفقه إلى أن الإلتزام بالأمانة يقتضي أن يكون المتعاقد نزيها وهذا الإلتزام معتمد عليه لإثراء العقد وهو الإلتزامات التي تدخل في نظرية توابع العقد والتي تستند في أساسها على حسن النية، وإذا كان مبدأ حسن النية يحمي من البنود المخفية فإن واجب النزاهة يرسم حدود والتصرف بين المتعاقدين، فيمنع المتعاقد الذي يحرر العقد مسبقا من فرض شروط لم يعلمها ولم يقبلها المتعاقد معه، ويكون نفاذ الشروط في مواجهة المتعاقدين مرتبطا بقواعد الشفافية⁴.

1- عن: بن شيخ راضية، الشفافية وعلاقتها بنزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 57، العدد 05، جامعة الجزائر، 2020، ص ص 412-413.

2- نفسه، ص 413.

3- نساح بولقان فطيمة، أخلاقية العلاقة العقدية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 4، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، د.س.ن، ص 304.

4- بن شيخ راضية، مرجع سابق، ص 413.

من هذا نذكر مثلا الشروط التي تكتب بقياس صغير لا يمكن الانتباه إليها أو يصعب قرائتها فتضارب المصالح العقدية المشتركة بين المتعاقدين، ينتج عنه لا محال نزاعات بين الأطراف ولهذا تقتضي قواعد الأخلاق ، أن يكون أساس العلاقة العقدية إلترامة¹

الفرع الثاني

تحديد معيار نزاهة الممارسات التجارية

من أجل تحديد معيار نزاهة الممارسات التجارية أي إذا كان سلوك المتعاملين الاقتصاديين نزيه أم لا، ودرجة نزاهة العمل التجاري من عدمه، فإن المعيار المعتمد في ذلك هو معيار الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، وهو ما استنتجناه طبقا لنص المادة 26 من قانون 04-02²، ويمكن تعريف الأعراف التجارية بأنها: " تلك القواعد التي استقرت عليها المعاملات التجارية، وساد الاعتقاد بالزاميتها وضرورة الخضوع لأحكامها، على أن تكون منافية للقانون.

غير أن ما نلاحظه أن الأعراف التجارية أنها الأكثر مرونة وتغيرا بسبب ما تتميز به المعاملات التجارية من سرعة لذلك فإن الاعتماد على هذا المعيار لتحديد درجة نزاهة العمل التجاري صعب لأنه غير دقيق وغير واضح المصدر. لذا توجب على المشرع وضع معيار آخر دقيق يستند عليه القاضي لتحديد نزاهة هذه المعاملات³، من أجل التأكد من شرعية أعمال اللإلتزامات قبل التعاقدية فهذه النزاهة تفرض على الأطراف عند الأنعقاد أكثر من التنفيذ، ذلك ان مرحلة الإبرام تضعنا أمام اجتماع مصالح متعارضة مما يؤدي إلى أن

1- عنصري بوزار شهناز، التصنيف في العقود، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، بن يوسف بن خدة، 2014، ص 97.

2- تنص المادة 26 من القانون 04-02 على: "تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين".

3- بن شيخ راضية، مرجع سابق، ص ص413.

النزاهة تفرض أكثر لمنع أي انحراف يمكن ان يسلكه المتعاقد من أجل ترجيح مصلحته¹.
 إذن فالنزاهة سلوك أخلاقي يفرض على المتعاملين الاقتصاديين الالتزام بسلوك معين ويتم
 تقدير هذه النزاهة قضائياً بإحدى الطريقتين:

الأولى: فإن القاضي يقوم بتقدير النزاهة بمعيار سلبي عبر مفاهيم أخرى كالتدليس، الخطأ
 الجسيم، التعسف تجسيدا لسوء نية المتعاقد، فيمكن حلول مفهوم المتعاقد حسن النية محل
 عبارة المتعاقد المخطئ، فهذا يعتبر سلوك غير نزيه.

الثانية: فإن القاضي يقوم بتقدير النزاهة بمعيار إيجابي، وهو معيار الرجل العادي الذي
 يظهر فيه للمتعاقد ضمان حسن التنفيذ بطريقة نزيهة للالتزامات التعاقدية².

المطلب الثاني

علاقة الشفافية بالنزاهة في الممارسات التجارية

يهدف قانون الممارسات التجارية إلى ضمان احترام مبادئ المنافسة الحرة لاسيما مبدأ
 الشفافية وعليه نجد أن قانون الممارسات التجارية فرض على العون الاقتصادي التزامات
 وجب عليه احترامها من أجل المحافظة على احترام المستهلكين وحمايتهم وكذا تفعيل
 المنافسة الشفافة.

إن النزاهة هي قاعدة سلوك أخلاقية تفرض على المتعاملين الاقتصاديين الالتزام
 بسلوك معين، والابتعاد عن الغش والتضليل والتدليس، وهو الأمر الذي خلق علاقة بين
 هاذين المبدئين وجعلها علاقة تكامل في (الفرع الأول) ومساعدة في (الفرع الثاني).

1- عنتري بوزار شهناز، مرجع سابق، ص 98.

2- بن شيخ راضية، مرجع سابق، ص 414.

الفرع الأول

الشفافية كمبدأ مكمل لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية

تلعب الشفافية والنزاهة دوراً مكملًا في المعاملات التجارية وذلك بإعلام المشتري بالأسعار وشروط البيع مما يسمح له باختيار الموردين الذين يقدمون أفضل المنتجات وأحسن الخدمات من حيث النوعية والسعر، وسنتطرق فيما يلي إلى الإلتزام بالإعلام بالأسعار وشروط البيع.

أولاً: الإلتزام بالإعلام بالأسعار: يعتبر السعر من أهم وسائل العملية التنافسية، فهو أحد الطرق والآليات التي يستعين بها العون الاقتصادي لجذب المستهلكين، لذا يلتزم البائع أو مقدم الخدمات بالإعلام بالأسعار، سواء تجاه المشتري المهني أو المستفيد من الخدمة واتجاه المشتري المستهلك كذلك¹.

1- الإلتزام بالإعلام في مواجهة الأعوان الإقتصاديين:

تنص المادة 4 من قانون رقم 04-02 على أن: "يتولى البائع وجوباً اعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع".

ونصت المادة 7 من نفس القانون: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين

بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها".

يتضح من المادتين السابقتين أن القانون يلزم الأعوان الإقتصاديين سواء كان منتجاً أو مقدم خدمات أو مستورداً أو بائع جملة بتقديم المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات عند طلب شراء تلك السلع والخدمات².

1- سويسبي دهيّة، الآليات القانونية لقمع الممارسات التجارية الغير الشرعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون،

تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 6.

2- محمد شريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 وقانون 04-02، دار بغداد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 80.

2- الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة المستهلكين: يوصف الإعلام بالسعر بأنه الإعلام الأهم لأن المستهلك لا يمكنه الإقدام على اقتناء سلعة ما أو الاستفادة من خدمة معينة ما لم يكن بحوزته المبلغ الكافي الذي سوف يدفعه، فمعرفة السعر يجعله في مأمن عن أية مفاجئة في مبلغ الإنفاق الكلي، وقد كرست المادة الرابعة من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، هذا الالتزام بنصها: على أن "يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"، وتبين المادة 5 من نفس القانون، الطريقة التي يتم بها إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات بنصها على أنه: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة". الهدف من الإعلام بالأسعار والتعريفات هو إضافة الشفافية على الممارسات التجارية على نحو يستطيع تحديد خياراته من بين مختلف السلع والخدمات المنافسة على ضوء قدراته ومتطلباته، لذلك أوجب المشرع أن تبين هذه الأسعار بصفة مرئية ومقروءة حتى يكون على علم تام بالعقد المقدم على إبرامه¹.

من خصائص الالتزام بالإعلام ما يلي:

- **يتصف الالتزام بالعمومية:** وذلك لكونه إلتزام سابق على إبرام جميع العقود، أي أنه ليس إلتزام خاص في جميع العقود، فقد تكون في عقد ما أكثر أهمية، وتتعلق الأمر خاصة بالعقود الواردة على المنتوجات،² التي تتسم بتعقيد أكثر في تركيبها أو خطورة استعمالها

1- حماش سيلية، إلتزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد 2، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018، صص 86-91.

2- عادل اعميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي دراسة مقارنة في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2016، ص8.

فيلاحظ مثلا أن الإلتزام بالإعلام في مجال الأدوية، تكون أكثر إلحاحا وأهمية في بعض المنتوجات الأخرى.

- **الالتزام بالإعلام هو التزام وقائي:** ليس ثمة شك في أن وجود الالتزام بالإعلام سواء قبل التعاقد أو أثناء التعاقد في مجال التعامل والالتزام المدينين به، من شأنه أن يحفظ للعقود إستقرارها ويحميها من عوامل الإنهيار ودواعي الإبطال بعد قيامها لذلك فقد أشار رأي في الفقه الفرنسي إلى الدور الوقائي الذي يلعبه الإلتزام بالإعلام في مجال العقود بقوله، أن أداء المدين إلتزامه بالإعلام قبل التعاقد خاصة من شأنه أن يؤدي إلى تفادي الحكم بإبطال العقد بالغلط والتدليس وبالتالي بات وفاء المدين بهذا الإلتزام عنصرا جوهريا في رضا الدائن بالعقد وفي مدى صحته ونزاهته¹.

- **التزام مستقل:** إذ يستقل هذا الإلتزام بقواعده الخاصة التي تخرج عن القواعد العامة كنظرية عيوب الرضا بقيام المسؤولية على الرغم من عدم تعيب الإرادة، ويختلف عن نظرية عقود الإذعان التي ليس لها تطبيق في مرحلة ما قبل إبرام العقد².

3- وسائل الإلتزام بالأسعار والتعريفات: حددت المادة الخامسة من القانون 04-02 طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات، وهي على التوالي وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك.

أ- **العلامات:** وهي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها،

1- بن سالم المختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة دكتوراه نظام ل.م.د، تخصص قانون المستهلك والإستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018، ص30.

2- شادي زاهية، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون الأعمال، فرع قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2018، ص9 .

الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره "

وهو مضمون المادة الثانية من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالعلامات، وتعتبر العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتميزها عن بعضها، وبهذا يتأتى له إجراء اختيار صائب، وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط¹.

ب- **الوسم:** هو " 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 بدالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريق وضعها، ويعد الوسم الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك، لأنه من شأنه أن يجعل المستهلك يطلع على كافة المعلومات الخاصة بالمنتج حتى يتمكن هذا الأخير من تجنب المخاطر التي تضر بصحته².

ج- **المعلقات:** وهي طريقة إعلام المستهلك بأسعار الخدمات المختلفة ويكون هذا الإعلام عن طريق وضع وثيقة وحيدة مكتوبة بخط واضح تحتوي على قائمة الخدمات المقدمة والأسعار المقابلة لها، ويجب أن توضع المعلقة في الأماكن التي تقدم فيها تلك الخدمات، بحيث يسهل الإطلاع عليها من طرف الجمهور³.

ويجب أن تحتوي الأسعار المعلنة على جميع الرسوم الواجب دفعها لكل خدمة مقترحة.

1- كموش نوال، حماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2011، ص 10.

2- بوقادوم نسيم-بولقرينات هالة، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون الخاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الصديق يحي، جيجل، 2016، ص ص 12-13.

3- محمد شريف كتو، المرجع السابق، ص 81

ويجب أن يكون للسعر المعلن عنه محتويا التكاليف الإضافية المحتملة التي يتحملها المستهلك إن وجدت مثلا: مبلغ نفقات تسليم أو إرسال السلعة ويهدف هذا الإعلام هنا إلى تجنب مفاجأة المستهلك بالمصاريف التي تدفعها في مقابل إفشاء المنتج أو الاستفادة من الخدمة المعروضة¹.

4- آثار مخالفة الإلتزام بالإعلام والتعريفات: تكون مخالفة الإلتزام في حالة عدم الإعلام من أساسه، والتي رتب عليها المشرع عقوبات جزائية تضمنتها المادة 31 من القانون رقم 02-04 والتي تنص: "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5000 دج) إلى مائة ألف دينار (100000)".

أما فيما يخص الآثار المدنية لمخالفة هذا الإلتزام فنقتضي الرجوع إلى القواعد العامة، فإذا إعتبر عرض السلعة أو الخدمة مجرد دعوة للتعاقد، فإن العون الإقتصادي حر في التعاقد من عدمه وذلك طبقا الأحكام القواعد العامة، وهذا سيؤثر سلبا على المستهلك، وهذا ما تداركه القانون 02-04 أين عمل على توفير الحماية للمستهلك وأعتبر كل سلعة معروضة على الجمهور معروضة للبيع بموجب المادة 15 منه والتي تمنع على العون الإقتصادي رفض التعاقد².

وتنص المادة 65 من القانون 02-04 على: "دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات، يمكن جمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا

1- محمد شريف كتو، مرجع سابق، ص 82

2- مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، مدرسة الدكتوراه في القانون الأساسي والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، د.س.ن، ص، 32.

لقانون، وكذلك كل شخص طبيعي او معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخافة أحكام هذا القانون .
كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".

يتضح من هذه المادة أنه يمكن للمستهلك وكل متضرر من عدم الإعلام¹ بالأسعار والتعريفات، أن يتأسس كطرف مدني في الدعوى للمطالبة بالتعويض عما لحقه من إضرار جراء ذلك. فنجد المادة 9 من المرسوم رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق برسم المنتجات المنزلية غير الغذائية، وتشير المادة 14 من المرسوم رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية، إلى تطبيق العقوبات المقررة في قانون حماية المستهلك. أما المادة 1/28 من قانون حماية المستهلك فتتص على: "تطبق على كل منتج أو وسيط أو موزع أو متدخل خالف أحكام المادة 03 فقرة 02 من هذا القانون العقوبات المنصوص في المواد 429 و 430 و 431 من قانون العقوبات". وتضيف الفقرة الثانية: "الحبس من 10 أيام الى شهرين وبغرامة من 100 دج الى 1000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل مهني خالف الاحكام المتعلقة بالوسم"².

ثانيا: الالتزام بالإعلام بشروط البيع : يقع على عاتق البائع وجوبا وإلى جانب الاعلام بالأسعار التزام مفاده أن يبين للزبائن شروط البيع، ويرجع التزامه بإعلام المستهلك بشروط البيع لعدم دراية المستهلك بالعناصر المرتبطة بحقوقه الجوهرية. إذ تنص المادة 8 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على ما يلي: "يلزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة

1- أميرة حمزة-سمية بن أعمار، مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال(النظام القانوني للإستثمار)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016، ص 46.

2- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الإجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق جامعة طاهر مولاي، سعيدة، 2016 ، ص 22.

المنتج، بالمعلومات النزیة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة¹.

تستطيع من خلال نص المادة تحديد العناصر الأساسية للإلتزام القانوني الملقى على عاتق البائع بالإعلام بشروط البيع وهذا قبل اختتام عملية البيع أو بداية تنفيذ الخدمة وذلك من خلال إعلام المستهلك بالمعلومات النزیة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة².

1- **مضمون شروط البيع:** ينص إلتزام البائع بالإعلام بشروط البيع إلى المهنيين والأعوان الإقتصاديين عن طريق تبيان كیفیات الدفع التي یفترحها مورد المنتج أو الخدمة للزبائن، وعليه نصت المادة 09 من قانون رقم 04-02 علي ما يلي: " يجب أن تتضمن شروط البيع إختیاريا في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين كیفیات الدفع وعند إقتضاء الحسوم والتخفیضات والمسترجعات " .

أ- **الإعلام بكیفیات الدفع:** یتمثل الإعلام بكیفیات الدفع تبيان مهل الدفع وكيفية الحسم المحتمل ويمكن منح مهل دفع تتغير حسب درجة ملاءمة ويسار المشتري علي شرط أن تكون المعاملة مبررة بالظروف الموضوعية ومجردة من أي إساءة أو تصنيف وتحديد مهلة الدفع بحسب الإلتفاق³.

ب- **الإعلام عن التخفیضات، الحسوم والمسترجعات:** لقد أوردت المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 بعض التعريفات تتعلق بالتخفیضات والإقتطاعات أو الإنقاص الممنوحة للمشتري علي النحو التالي:

1- عبد الله ليندة، أستاذة مساعدة أ، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، د.س.ن، ص 177.

2- بلقاسم طارق فتح الدين، قواعد الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013، ص ص 23، 24، 25 .

3- سويسی ديهية، مرجع سابق، ص ص 11، 12.

- **تخفيض:** كل تنزيل في السعر يمنحه البائع بالنظر لأهمية السلع المطلوبة أو المشتريات أو النوعية أو الخصومات مهنة المشتري أو مؤدي الخدمة.
 - **إقتطاع:** كل تنزيل في سعر البائع من أجل تعويض التأخير في التسليم أو عبء في نوعية السلعة أو عدم مطابقة تأدية الخدمات.
 - **إنتقاص:** كتنزيل تجاري يمنحه البائع لمكافئة وفاء المشتري بحسب على أساس رقم الأعمال دون إحتساب الرسوم المنجز في هذا الأخير خلال مدة معينة¹.
- 2- **جزاء الإخلال بشروط البيع:**

جاء في المادة 32 من قانون رقم 04-02 بأنه: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادة 08 ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف ديناراً إلى مائة ألف دينار".

ويستنتج من هذه المادة بأن المشرع جمع الإلتزامات المنصوص عليها في المادة 08 تحت تسمية واحدة وهي الإعلام بشروط البيع، مما يجعلنا نستنتج بأن شروط البيع تتضمن تحديد مميزات المنتج أو الخدمة وتتضمن كذلك الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية للمعاملة رغم أنها إلتزامات منفصلة عن بعضها البعض وكل واحدة قائمة بذاتها.

ويخضع المخالف لنفس أحكام حجز البضائع والعتاد المستعمل في المخالفة أن وجد، وأحكام المصادرة وأحكام الغلق الإداري وأحكام العود التي تصل عقوبتها لعقوبة سالبة للحرية ونشر حكم أو القرار كما تخضع لغرامة الصلح².

1- المادة 06 من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند تحويل الفاتورة ووصول التسليم والفاتورة

الإجمالية وكيفيات ذلك، ج.ر.ج. عدد 8، الصادر في 11 ديسمبر 2005.

2- مهري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، 2017، ص 45.

الفرع الثاني

الشفافية كمبدأ مساعد لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية

إن الوسيلة الثانية للشفافية تظهر أثناء إنعقاد العقد والمتمثلة في الفاتورة، حيث تلعب الفاتورة دورا في تجسيد شفافية الممارسات التجارية، وأدرجها المشرع في قانون الممارسات التجارية وخصص لها بابا كاملا لذلك يستوجب علينا التعرض إلى تعريفها (أولا) وإلى شروطها (ثانيا) واثر مخالفة حالة الالتزام بالفاتورة (ثالثا).

أولا: تعريف الفاتورة: لم يعرف المشرع الفاتورة ولم يحدد البيانات التي تتضمنها مما يستوجب أن تكون الفاتورة مطابقة للنموذج العادي المتداول تجاريا حسب العرف والعادات التجارية ويجب أن تفرغ في محرر مكتوب يتكون من أصل وصورة أو عدة صور، ويجب أن تتضمن عدة بيانات¹ يتطلبها العرف التجاري حتى تكون صحيحة ومنتجة لأثارها كوثيقة تجارية وتعد دليلا للإثبات في المعاملات التجارية.

وذلك ما نصت عليه المادة 30 من القانون التجاري الجزائري: "أنه يثبت كل عقد تجاري سندات رسمية وسندات عرفية وفاتورة مقبولة والرسائل بدفاتر الطرفين بالإثبات بالنية أو بأية وسيلة أخرى اذا رأت المحكمة وجوب قبوله".

وحسب القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية أن الفاتورة وسيلة لشفافية الممارسات التجارية، نضمها في الفصل الثاني من الباب الثاني تكمن هذه الشفافية التي تبديها الفاتورة في حماية حقوق الأعوان الإقتصاديين وذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم وكذا المبالغ

1- عن نادبة فوضيل، الإسناد التجارية في القانون الجزائري، الطبعة الخامسة عشر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 221.

التي تدفعها أو التي سيدفعها إن كان البيع تم عن طريق قرض الإستهلاك الذي يكون الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزءا¹.

تعتبر الفاتورة ثاني عنصر إستعملها المشرع الجزائري كوسيلة لتجسيد شفافية الممارسات التجارية، طبقا لنص المادة 1/10 من القانون رقم 04 - 02²، فإجباري تقديم الفاتورة في العلاقات المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين، وكذلك تقديمها لفائدة المستهلك متى طلبها صراحة، وتقدم الفاتورة سواء كان محل البيع سلعة أو خدمة³.

ثانيا: شروط التعامل بالفاتورة: نظم المشرع شروط التعامل بالفاتورة المرسوم التنفيذي رقم 468-05 في المادة الثالثة منه يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات المتعلقة بالعون الإقتصادي الآتية:

1- بيانات تتعلق بالبائع: تتمثل في:

- إسم الشخص الطبيعي ولقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- العنوان ورقما الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الإقتضاء.
- الشكل القانوني للعون الإقتصادي وطبيعة نشاطه.
- رأسمال الشركة عند الإقتضاء.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.

1- علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، الأعوان الإقتصاديين والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص 9.

2- تنص المادة 1/10 من قانون رقم 04-02 على: "يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين مصحوبا بفاتورة".

3- بوجميل عادل، مسؤولية العون الإقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، د.س.ن، ص 73.

- طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة.
- تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها.
- تسمية السلعة المباعة وكميتها /أو تأدية الخدمات المنجزة.
- سعر الوحدة دون احتساب الرسوم و/أو المساهمات ونسبها المحققة حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى.

- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محرر بالأرقام والأحرف.

2-بيانات تتعلق بالمشتري: تتمثل في:

- إسم الشخص الطبيعي و لقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- الشكل القانوني للمشتري وطبيعة نشاطه.
- العنوان ورقما الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الاحصائي.
- يجب أن تحتوي الفاتورة على إسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا¹.

ثالثا: الوسائل البديلة للفاتورة في التشريع الجزائري: انطلاقا من نص المادة 10 من القانون 02-04 المعدلة والمتممة بموجب القانون 06-10 التي استلزمت أن " كل عملية بيع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 المرفقة بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها".

1-راجع المادة 11 من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند تحويل الفاتورة ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.

وعليه نستنتج أن الفاتورة ليست هي الألية الوحيدة لضمان الممارسات التجارية، وبالرجوع إلى الفصل الثاني المرسوم التنفيذي 05-468 والفصل الثالث نجد ذكر الآليات البديلة للفاتورة¹.

1- سند التحويل: يستخدم سند التحويل في المعاملات غير النقدية مثل تلك التي تتم على الحساب، والتي لا تؤثر على النقد أو على الحساب البنكي بالمشتري.

أ. تعريف سند التحويل: يعرف سند التحويل بأنه وثيقة يبرر من خلالها العون الإقتصادي حركة بضائعه باتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة و/أو التسويق دون أن تكون محلا للمعاملات التجارية.

ب. الشروط القانونية لحلول سند التحويل محل الفاتورة: نستنتج من المادة 11 من القانون رقم 04-02 والمادة 12 من المرسوم رقم 05-468، أنه ليحل سند التحويل محل الفاتورة يجب أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- توافر البضائع أو السلع التابعة للعون الإقتصادي
- قيام العون الإقتصادي بنقل هذه السلع إلى وحدات التخزين أو التحويل أو التعبئة أو التسويق التابعة له.
- شرط ألا تكون هذه البضائع قد خضعت لعملية تجارية.

ج. البيانات القانونية لسند التحويل: قد استوجب المشرع الجزائري أن يرفق سند التحويل المؤرخ والمرقم بالسلع أثناء تحويلها ويقدم عند أول طلب له من قبل التحويل المؤرخ والمرقم بالسلع أثناء تحويلها ويقدم عند أول طلب له من قبل ضباط الشرطة القضائية وأعوان الرقابة المؤهلين².

1- مريشة أحمد، مرجع سابق، ص 45.

2- لعور بدرة، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص ص 178-179.

- غير أنه لسند التحويل بيانات قانونية متصلة بالعون الإقتصادي تتمثل في :
- الاسم واللقب والتسمية والعنوان.
 - العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الإقتضاء.
 - رقم السجل التجاري.
 - طبيعة السلع المحولة وكميتها.
 - عنوان المكان الذي تحولت منها السلع والمكان الذي حولت اليه.
 - توقيع العون الاقتصادي وختمه الندي.
 - إسم ولقب المسلم أو الناقل وكل الوثائق التي تثبت صفته.

- 2- الفاتورة الاجمالية:** هي وثيقة محاسبية يقيد من خلالها العون الإقتصادي المبيعات التي أنجزها مع كل زبون خلال فترة شهر واحد، على أن يكون مرجع ذلك وصولات التسليم وأهم البيانات التي تظهر على الفاتورة الاجمالية:
- أرقام وتواريخ وصولات التسليم المعينة.
 - نفس الشروط الواردة في المواد 03 و 04 من المرسوم 05-468¹.

- 3- سند المعاملة التجارية:** بمقتضى القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لاسيما المادتين 2 و 10 منه، صدر المرسوم التنفيذي الجديد رقم 16-66 المحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا الأعوان الإقتصاديين الملزمين بالتعامل بها.

- **تعريف سند المعاملة التجارية:** طبقا لنص المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المحدد للنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الإقتصاديين الملزمون بها المقصود بهذه الوثيقة²: أنها الوثيقة المحررة من طرف العون الإقتصادي

1- لعور بدرة، مرجع سابق، ص 180.

2- المادة 1/2 من مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فبراير 2016 المحدد للنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الإقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج.ر.ج عدد 10، الصادر في 22 فبراير 2016.

عند البيع لفائدة المشتري، حتى ولو لم يكن هذا الأخير هو المشتري النهائي، وهو المكلف ببيع المنتج لفائدة العون الإقتصادي.

• الفئات الملزمة باستخدام سند المعاملة التجارية:

لقد حددت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 66/16 على: "الفئات الاعوان الاقتصاديين الملزمين باستخدام سند المعاملة التجارية، تشمل المتعاملين المتدخلين في قطاع الفلاحة والصيد والموارد البحرية وكذا الحرف والمهن، ويلزم الأعوان المذكورين أعلاه بتسليم سند المعاملة التجارية أو الفاتورة"¹.

4- الترخيص بوصول التسليم بدل الفاتورة: بديل يقبل عن الفوترة لعمليات تجارية مكررة و منظمة لنفس الزبون، ونسمح بإستعمال وصل التسليم بناء على المقرر يمنح رخصة من طرف مديرية التجارة.

أ- تعريف وصل التسليم: لم يضع المشرع تعريفا لوصول التسليم وإنما ترك ذلك للفقهاء، والذي عرفه على أنه وثيقة معدة من طرف البائع يسلمه للمشتري أثناء تسليم السلعة، وهي وثيقة ترافق السلعة ويحتوي على معلومات ضرورية حول تاريخ التسليم، إسم الزبون، عنوان التسليم، تفصيل السلعة يسلم عادة على نسختين واحد تسلم للمشتري والأخرى يتم الاحتفاظ بها.

ب- شروط التعامل بوصول التسليم: أجاز المشرع في القانون المتعلق بالممارسات التجارية قبول وصل التسليم بدل الفاتورة، حيث يقل إستعمال وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون² وعليه فشروط اللجوء إلى وصل التسليم بدل الفاتورة تتمثل في:

1- المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 66-16 المحدد للنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الإقتصاديين الملزمون بالتعامل بها، السالف الذكر.

2- بوقادوم نسيمية، بولقرينات هالة، مرجع سابق، ص40.

- أن تكون المعاملات التجارية متكررة ومنتظمة: ويقصد من خلال هذا الشرط أن هذه المعاملات تكون دورية وبصفة منتظمة على فترات متعددة، وكمثال على ذلك توريد المواد الغذائية للمطاعم الجامعية من خلال عقود التوريد.
- أن تكون المعاملات التجارية متكررة ومنتظمة مع نفس الزبون: وهنا نخص بالذكر طرفي العلاقة التجارية، أي أنه يجب أن تكون المعاملة المتكررة والمنتظمة بين أطراف هذه العلاقة دون أخرى، أي أن يكون التعامل مع نفس الزبون، لأنه قد يتحقق شرط المعاملة المتكررة والمنتظمة لكن مع عدة زبائن وهذا ما يخل بشروط وصل التسليم.
- وإذا تحققت الشروط السابقة الذكر يجب على العون الاقتصادي طلب رخصة استعمال وصل التسليم لدى الإدارة المكلفة بالتجارة التي تمنحها عن طريق مقرر¹.

رابعاً: الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك:

طبقاً لنص المادة 19 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² تعتبر الفاتورة وسيلة للإثبات في الحالتين التاليتين:

1- الفاتورة وسيلة لتفعيل الإلتزام بضمان السلامة:

يعتبر الإلتزام بضمان السلامة من أهم الإلتزامات الواقعة على المتدخل ويندرج تحته: الإلتزام بإعلام المستهلك، الإلتزام بسلامة المنتجات المباعة ونظافتها، الإلتزام بمطابقة المنتجات المباعة وأمنها، الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع. ويثير أي إخلال بهذه الإلتزامات، مسؤولية المتدخل المدنية والجزائية³.

وقد منح المشرع للمستهلك وسائل إثبات هذا التعامل وذلك من خلال إشتراط بيانات إلزامية، يجب أن تتضمنها الفاتورة. فعلى سبيل المثال إشتراط ذكر التاريخ له أهمية بالغة في

1- بوقادوم نسيم، بولقرينات هالة، المرجع السابق، ص 41.

2- المادة 19 من قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009 والتي تنص على: "يجب أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا تسبب له ضرراً معنوياً".

3- بلقاسم طارق فتح الدين، المرجع السابق، ص 39.

هذا الصدد، حيث يمثل اليوم الذي يبدأ فيه حساب أجل الدفع. وأن كان تحديد تاريخ الدفع متروكا لحرية الأطراف، إلا أن المشتري يعتبر قد دفع قيمة الفاتورة من تاريخ وضعه تحت تصرف البائع المبلغ المالي المحدد في الفاتورة و ليس من يوم دخول هذا المال في حسابه¹.

2- الفاتورة وسيلة لإعلام المستهلك بعد التعاقد:

تعتبر الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها أو وصل الصندوق أو سند تبرير المعاملة بعد التعاقد، وسائل فعالة للإعلام المستهلك بتفاصيل المعاملة التي أجراها (نوع السلعة، الثمن خارج الرسم، الرسم والتمن مع إدماج كل الرسوم) خاصة إذا كان الدفع مؤجلا أو في حالة القرض الإستهلاكي مثلا².

خامسا: أثر مخالفة حالة الإلتزام بالفاتورة

نص المشرع على مجموعة من العقوبات التي تسلط على المخل بتحرير الفاتورة وشروطها، يمكن تصنيفها إلى عقوبات منصوص عليها في القانون رقم 04-02:

(1) **الغرامة المالية:** يعاقب على عدم الفوترة، وكذلك عدم مطابقة الإسم أو العنوان الإجتماعي للبائع أو المشتري، ورقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية، والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم المنتوجات المباعة أو الخدمة المقدمة بغرامة بنسبة 80 % المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وذلك دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي.

في حين الفاتورة الغير المطابقة يعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000 دج) إلى غاية خمسين ألف دينار (50000 دج).

1- مسكين حنان، التزام العون الاقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي،

المجلد 12 جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020، ص 598.

2- بلقاسم طارق فتح الدين، مرجع سابق، ص 39.

(2) عقوبات أخرى:

- **الحجر:** يمكن حجر البضائع موضوع التجاوز، أو العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها.
- **المصادرة:** يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة.
- **الغلق الإداري:** يملك الوالي المختص إقليمياً، بناءً على إقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بواسطة قرار إجراءات غلق إدارية لمحلات تجارية، لمدة لا تتجاوز 30 يوماً.
- **حالة العود:** تضاعف العقوبة، ويمكن أن يحكم القاضي بالمنع من ممارسة التجارة بصفة مؤقتة أو الشطب من السجل التجاري، كما يمكن أن تضاعف عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى سنة واحدة.
- **نشر القرارات:** يمكن للوالي المختص إقليمياً والقاضي أن يأمر على نفقة مرتكب التجاوز أو المحكوم عليه نهائياً، بنشر قراراتهما كاملة أو ملخصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها¹.

1- عائشة بوعزم، النظام القانوني للفتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2014، ص 121.

المبحث الثاني

النطاق الشخصي لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية

ان الإلتزام يعد أحد الإلتزامات الرئيسية التي تقع على عاتق أحد المتعاقدين عند إبرام العقد، الذي ينبغي تواجد شخصين على الأقل لإبرامه، أحدهما يسمي المدين بالإلتزام الذي يلتزم بتقديم البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل العقد ويسمى المتدخل الذي سنتطرق إليه في (المطلب الأول)، أما الطرف الثاني هو الدائن بالإلتزام بالإعلام الذي يتلقى المعلومات الواردة إليه ويسمى المستهلك الذي سنتناوله في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المتدخل

لقد قدم المشرع الجزائري مفهوما قانونيا شاملا لموضوع العون الإقتصادي، ويتجلى ذلك خاصة في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم وكذا القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. وبالتالي سنتعرض في هذا المطلب إلى تعريف العون الإقتصادي في (الفرع الأول) وصور العون الإقتصادي في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

العون الإقتصادي(المتدخل)

يقصد بالمتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للإستهلاك، المادة 03 من الفقرة 7 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹.

1- راجع المادة 7/03 من قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري كان ينص في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على تعريف المحترف الذي يعد متدخل بقوله: " المحترف هو منتج، أو صانع، أو وسيط، وحرفي، أو تاجر، أو مستورد، أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك... الخ".¹

ونستنتج من هذا التعريف القانوني للمتدخل أن كل نشاط يمارسه هذا الأخير سواء كان تجاريا أو صناعيا أو حرفيا أو فلاحيا، يعد في مفهوم قانون الإستهلاك مت دخلا، مادام يهدف إلى تقديم أموال أو خدمات للمستهلكين، ومن ثمة لا داعي للتمييز بين النظام القانوني للمتدخل، فقد يكون مؤسسة فردية أو شركة، وتكييف المتدخل يشمل كذلك الأشخاص المعنوية للقانون العام كالمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري.²

وعرفته المادة 3 من الفقرة 1 من القانون 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة مطلق عليها اسم المؤسسة بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات لإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد"³

وعرفته المادة 3 الفقرة 1 من قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مستعملا إسم العون الإقتصادي الذي يقصد به: " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها"⁴

1- بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الإستهلاك، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2018، ص ص 17-18.

2- محمد الأمين نويري، عبد الحق لخذاري، خصوصية أطراف عقد الإستهلاك في التشريع الجزائري، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 02، جامعة العربي التبسي ولاية تبسة، الجزائر، 2020، ص 30.

3- المادة 1/3 من القانون رقم 08-12 المعدل و المتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

4- راجع المادة 1/3 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.مرجع سابق.

الفرع الثاني

صور العون الإقتصادي

يمكن إستنتاج صور المتدخل الإقتصادي من خلال المادة 1/03 من قانون 04-02 بإعتباره كل شخص يقوم بالتدخل في عملية وضع المنتج للإستهلاك، فيكون إما منتجا، أو صانعا، أو مستوردا، أو تاجرا، أو حرفيا، أو موزعا.

1-**المنتج:** كل ممتن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا أو إهتماما خاصين فيكون له دور في تهيئتها أو تنشئتها أو صنعها وتوضيبيها ومن ذلك خزنها أثناء صنعها وقبل أول تسويق لها.

2-**الصانع:** ميز المشرع بين الصانع و المنتج ذلك أن الصانع تفترض فيه صيانة تحويلية لمادة أولية، أما المنتج فقد يكون انتاجه في مادة أولية زراعية، فالصانع هو الشخص الذي ينجز بحكم صفته أعمالا متكررة تستوجب توفر معارف تقنية تتطابق ومعطيات العلم سواء كان يمتلكها بنفسه أو ظاهريا بواسطة غيره من العالمين¹.

3-**الموزع:** هو الشخص الذي يقوم بعملية بيع المواد حيث يتخذها مهنة معتادة له، أي يمارسها بصورة معتادة على أنه المصدر الأساسي والمخصص في بيع أو توزيع أصناف معينة.

4-**التاجر:** عرفت المادة 1 من القانون التجاري الجزائري التاجر على أنه: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له مالم ينص القانون بخلاف ذلك"².

1- لطيفة جلاب، الطبيعة القانونية لإلتزام المتدخل الإقتصادي بالإعلام، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2016-2017، ص 9.

2- المادة الأولى من أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر المتضمن ق.ت.ج المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2005، ج.ر.ج. عدد 71، الصادر في 30 ديسمبر 2005.

وبالتالي فالتاجر هو كل شخص يمارس نشاطه التجاري بصفة إعتيادية في المحل التجاري، فهو يعتبر متدخلًا ويقع عليه الإلتزام بالإعلام¹.

5- الحرفي: هو كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف يمارس نشاطًا تقليديًا تثبت تأهिला وتتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطها وتسييره وتحمل مسؤوليته، والقائم بالنشاط التقليدي قد يكون شخصًا طبيعيًا متمثلًا في الحرفي، وقد يكون شخصًا معنويًا كتعاونية الصناعة التقليدية والحرف أو مقاولة الصناعة التقليدية والحرف.

6- المستورد: كل شخص يقوم باستيراد المنتجات من الخارج إلى الجزائر، ويعتبر من المتدخلين نظرًا لموقعه الحساس ضمن العملية الإنتاجية، حيث يمكن أن يدخل إلى الوطن منتجات خطيرة وغير مطابقة للمواصفات، لذا أوجب المشرع عليه أن يراعي عند إستيراد المنتجات توفر المواصفات القانونية والدولية المعمول بها حتى تتأكد من أن المنتج مستوفي لشروط السلامة².

المطلب الثاني

المستهلك

بالرغم من أهمية إيجاد تعريف قانوني للمستهلك، إلا أنه أثار إشكالات خلافا للمفهوم الإقتصادي للمستهلك الذي حظي بإجماع الإقتصاديين وهو ما لا نجده في المجال القانوني سواءً فقهاً أو قضاءً أو تشريعاً وذلك بسبب أن صفة المستهلك قد تطلق على من يقتني مالا أو خدمة لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، كما قد تطلق على الذي يفعل ذلك لأغراض حرفته أو صناعته، لذا ظهرت في الدول الغربية لاسيما في فرنسا عدة محاولات

1- نزار الهام، الإلتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي ولاية أم البواقي، 2019، ص 13.

2- تيرة خيرة، إلتزام المتدخل بضمان أمن المنتجات والخدمات، مذكرة لنيل شهادة الماستر، التخصص القانون الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة د. الطاهر مولاي، سعيدة، 2015، ص 10.

فقهية وقضائية لتحديد مفهوم المستهلك مما يجب التطرق إليها قبل البحث في مفهوم المستهلك في القانون الجزائري .

الفرع الأول

تعريف المستهلك

يعرف الإستهلاك بأنه إحدى العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات. أما المستهلك فقد عرفها علماء الاقتصاد بأنه الشخص الذي يستعمل السلع أو الخدمات ليلبي حاجاته ورغباته، وذلك ليس بهدف تصنيع سلع أو خدمات أخرى. وبالتالي سنحاول ان نعرف المستهلك عند الفقه و القانون.

أولاً: مفهوم المستهلك فقها: وظهر في ذلك إتجاهين يتمثلان في:

1- **أنصار الإتجاه الضيق:** يعرف بعض الفقه المستهلك بأنه كل شخص طبيعي يتعاقد بقصد اشباع حاجته الشخصية أو العائلية عن طريق منتج معين وبناء على هذا التعريف لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته مشروعه أو حرفته، كما هو الحال بالنسبة للمستهلك المحترف ومن أنصار التعريف الضيق للمستهلك أيضا الفقه الفرنسي **Yves Guyon** القائل بأن: " المستهلك هو ذلك المشتري أو الزبون الذي نستطيع إفتراضه أنه ذكي عاقل قادر أن يكسب أو يحمي حقوقه في مواجهة البائع الذي يقابله".

لكن هذا التعريف منتقد لأن فكرة المستهلكين لا تقتصر على القادرين على الكسب فقط، بل يضم الذين يعتمدون على ذويهم كالأطفال والأبناء الغير العاملين العجزة، كما قد يشمل كلمة المستهلك الذين يحصلون على دخولهم النقدية عن طريق المدفوعات التحويلية كالإعانات، والهبات، والمعاشات والتعويضات¹.

1- عن زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص ص 30، 31، 32.

وهو أيضا ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها، من أجل توفير ما يحتاجه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الحالية والمستقبلية، دون أن يكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع ودون أن تتوفر له القدرة الفنية لمعالجة هذه الاشياء وإصلاحها¹.

2- أنصار الإتجاه الموسع: في محاولة لتوسيع الحماية القانونية للمستهلكين في مواجهة المنتجين ذهب بعض الفقه للتوسع في تحديد الفئات التي يشملها تعريف المستهلك، فكان أن عرفوا المستهلك على أنه: " كل شخص يتعاقد بقصد الإستهلاك وذلك كأن يقوم باستعمال أو استخدام مال أو خدمة".

وبالتالي يعتبر مستهلكا وفقا لهذا الإتجاه كل شخص يتعاقد بغرض الإستهلاك أي يعرض إقتناء أو إستعمال منتج أو خدمة مثلا: من يقتني سيارة لإستعماله الشخصي ومن يقتنيه لإستعماله المهني يأخذان حكم المستهلك إلا السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق إستعمالها من كليهما².

ثانيا: مفهوم المستهلك قانونا: من خلال القواعد العامة والقوانين الجزائرية ممكن أن نعرف المستهلك من خلال قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال المادة 3 الفقرة 2 بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات ومجردة من كل مهني".

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص 23.

2- عبد الهادي احمد، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية وقمع الغش، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق القسم: القانون الخاص، تخصص قانون المؤسسة والتنمية المستدامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017، ص 7.

كما نجد المشرع الجزائري قد عرفه من خلال قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته 3 التي جاء فيها: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية شخص اخر أو حيوان".

بما قد يوحي بأن المستهلك الذي يستحق الحماية المقررة في قانون حماية المستهلك ليس نفسه الذي يستحق الحماية في قانون الممارسات التجارية لاسيما وأن قانون حماية المستهلك يكون في مواجهة المتدخل أو المهني (المحترف)¹.

الفرع الثاني

العناصر المحددة لصفة المستهلك

من خلال تعريف المشرع للمستهلك في نص المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المذكورة أعلاه.

تبرر العناصر المحددة لصفة المستهلك والمتمثلة فيما يلي:

اولا: المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي: غالبا ما يكون المستهلك شخص طبيعي لأن المشرع تبنى المفهوم الضيق للمستهلك وهذا ما يستشف من خلال عبارة " مجردة من كل طابع مهني " أي وجود حاجات شخصية، لكن رغم ذلك يمكن أن يباشر أشخاص معنويون أنشطة غير مهنية كالجمعيات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح².

1- عيساوي عبد القادر، عريشى فاروق، جمعيات حماية المستهلك والإشهار المضلل على مواقع التواصل الإجتماعي في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، العدد العاشر، جامعة ريان عاشور الجلفة، سبتمبر 2018، ص 556.

2- خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الإجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، 2017، ص 19.

ثانياً: يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت:

إذن فمحل عقد الإستهلاك هو السلع والخدمات.

أ. السلعة: لم يعرف المشرع في القانون 04-02 السلعة لكن بالرجوع إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، عرفها في الفقرة 3 من المادة 2 بانها: " كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما أو مصنفا"¹.

وعرف المنتج من خلال نص المادة 2 بند 1 من المرسوم التنفيذي 90/39 بأنه: "كل شيء منقول يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".

إن استخدام المشرع عبارة " يقتني سلعا" يفهم منها بأن المعني بالحماية كل شخص يقتني سلعا سواءا كان الإقتناء عن طريق الشراء أو المقايضة أو مجانا، أما عبارة "قدمت للبيع" فتحتوي بأن مقتني سلعا يحظى بالحماية المقررة للمستهلك عندما تكون السلعة مقدمة للوفاء بدين، لكن بالرجوع إلى تعريف المستهلك من خلال الأمر رقم 09-03 السالف الذكر نلاحظ أن المشرع قد منح لمقتني السلع والخدمات مجانا الإستفادة من الحماية المقررة للمستهلك وهذا خلافا لما ورد في القانون رقم 04-02 .

ب. الخدمة: عرفت الخدمة من خلال الأمر رقم 03-06 في المادة 2 الفقرة 4 كما يلي: "كل أداء له قيمة اقتصادية" وبالتالي فإن الخدمة تشمل كأداء قابل للتقويم بالنقود سواءا كانت هذه الأداءات ذات طابع مادي كالتنظيف أو ذات طابع مالي كالتأمين أو ذات طابع ذهني أو فكري كالعناية الطبية².

1- خوجة عائشة، مرجع سابق، ص 20.

2- لمنطش بلال، نواصرية بلال، مبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، ميدان: الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017/2018، ص ص 11-12.

ج. التجرد من كل طابع مهني:

لقد واكب المشرع الجزائري أغلب التشريعات في تبني المفهوم الضيق للمستهلك حيث إشتراط لكي يستفيد مقتني السلعة أو المستفيد من الخدمة من قواعد المستهلك أن يتجرد هذا الإقتناء من كل طابع مهني، أي أن هذا الإقتناء يكون للإستعمال الشخصي أو العائلي فقط وليس لغرض يخص مهنته¹.

1- خوجة عائشة، مرجع سابق، ص 20.

الفصل الثاني

الممارسات التجارية الغير النزيهة

تتعلق الممارسات التجارية النزيهة أساسا بالأخلاق الواجب مراعاتها عند مزاوله النشاط التجاري، وذلك ضمانا لأكبر قدر ممكن من النزاهة في المعاملات التجارية التي تتم بين المستهلك والعون الاقتصادي، إذ لابد من احترام القواعد والمبادئ التي وضعها المشرع والتي تكفل حماية المستهلك من أثار الممارسات المنافية لروح التجارة.

فالمستهلك في ظل آليات السوق يتمتع بحقوق تظهر للوهلة الأولى أنها كافية ولكنه في الوقت نفسه قد يتعرض لضغوطات وممارسات غير مقبولة، وعليه نجد أن الممارسات التجارية تدور في فلك الممارسات غير النزيهة التي يتعامل فيها الأشخاص بصفة الأعوان الإقتصاديين، ويتعسفون في استخدام هذه الصفة من خلال ما يلجؤون إليه من أساليب الإشتراط أو الإمتناع عن تأدية الخدمة.

لقد جمع المشرع الجزائري من خلال المادة 27 من قانون رقم 04-02 الممارسات التجارية غير النزيهة وصنفها إلى ثمانية أصناف تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي تقوم من خلالها العون الاقتصادي.

وجعل المشرع النزاهة مبدأ تحكم القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال جملة من القواعد، حظر بموجبها على العون الاقتصادي ممارسة كل ما تنافي الأعراف التجارية النزيهة والشريفة، تضمنها الباب الثالث من القانون رقم 04-02 تحت عنوان: "نزاهة الممارسات التجارية".

وعليه سنتعرض في هذا الفصل إلى مفهوم الممارسات التجارية الغير النزيهة (المبحث الأول) ثم صور الممارسات التجارية الغير النزيهة (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم الممارسات التجارية الغير النزيهة

رغم أهمية مبدأ النزاهة وإهتمام المشرع بها، إلا أننا لا نجد تعريفا له في القانون الممارسات التجارية خلافا لمصطلحات أخرى التي عني المشرع بتحديد مفهومها كالشرط التعسفي، العون الاقتصادي، المستهلك، الإشهار... إلخ ، وفي غياب مفهوم هذا المبدأ في قانون الممارسات التجارية، كان لابد لنا من الرجوع إلى أحكام الفقه لمحاولة إيجاد وتحديد مفهوم النزاهة. إذ تعرف النزاهة بأنها: (البعد عن الشر)، وترتبط بالبعد عن اللؤم، ونزاهة الخلق، وتحقق من خلال منظومة من القيم للمحافظة على الموارد والممتلكات، واستئصال الفساد، منها قيمة الصدق، والأمانة، وعدم الإضرار¹.

فالممارسات التجارية غير النزيهة هي الممارسات التي تقوم بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم، أو بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين الخارجة عن القانون وعن مبادئ النزاهة، وعليه حتى يتحدد المدلول القانوني للممارسات التجارية غير النزيهة لابد من التطرق إلى: الممارسات التجارية الغير النزيهة وتمييزها في (المطلب الأول) والممارسات التجارية الغير الشرعية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الممارسات التجارية الغير النزيهة وتمييزها

عمد المشرع الجزائري لتجريم مثل هذه الممارسات المنافية للتجارة ونزاهتها والتي سماها بالممارسات التجارية غير النزيهة، وهذا ما سنوضحه من خلال دراستنا، حيث

1 - بن شيخ راضية، المرجع السابق، ص412.

خصصنا الفرع الأول: تعريف الممارسات التجارية الغير النزيهة، الفرع الثاني: تمييز الممارسات التجارية الغير النزيهة عن غيرها من المفاهيم المشابهة لها.

الفرع الأول

تعريف الممارسات التجارية الغير النزيهة

إذا كان مبدأ حرية التجارة يتيح للعون الإقتصادي هامشا من الحرية في ممارساته الإقتصادية، فإن هذه الحرية مقيدة بإحترام مقتضيات النزاهة. فمن هنا سأقدم تعريف الممارسات التجارية الغير النزيهة فقها وقضاء (أولا) وقانونا (ثانيا).

أولا: التعريف الفقهي والقضائي: سنتطرق فيمايلي إلى تعريف الفقهي من خلال الفقه الجزائري والفقه الفرنسي ثم نشير إلى التعريف القضائي:

1. التعريف الفقهي: بالنسبة للفقه الجزائري لم تتوفر كتابات في هذا الموضوع، وما وجد إلا ما ورد بصفة هامشية في إطار دراسة حماية عناصر المحل التجاري فهي استخدام التاجر لطرق ووسائل منافية للقوانين أو العرف أو العادات التجارية.

وعرفها الفقه الفرنسي بأنها " كل ما هو مخالف للقانون بالمعنى الضيق والمعنى الواسع له، بما فيها أعراف التجارة والاتفاقات الخاص"¹. أي أخذها بمفهومها الواسع، فحتى مخالفة القوانين، كالبيع بالخسارة والتجمعات الممنوعة، تعد منافسة غير مشروعة، وحتى مخالفة العقد في شرطه عدم المنافسة مثل عقود العمل وبيع المحل التجاري، تعد منافسة

1- براشمي مفتاح، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري -دراسة مقارنة- أطروحة للحصول على درجة دكتوراه علوم في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، 2018، ص 10.

غير مشروعة وهي أيضا تحويل الزبائن بفعل مناورات المنافس، كما أنها غير واردة على سبيل الحصر¹.

ويرجع الفضل إلى الفقيه روبر **P1. Roubier** في وضع نظرية المنافسة غير المشروعة، فهي تلك الممارسات التي تكون في إطار تنافسي بين المؤسسات، هدفها هو كسب الزبائن بطرق مخالفة للأعراف النظيفة في الوسط التجاري².

2. التعريف القضائي: لم نجد قرارات قضائية منشورة بالنسبة للقضاء الجزائري، بخلاف القضاء الفرنسي الذي إنسجم مع الفقه في التأطير لموضوع الممارسات التجارية غير النزيهة، والتي أطلق عليها الفقه الفرنسي تسمية نظرية المنافسة غير المشروعة. حيث صدر قرار عن الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية، تبنى فكرة المنافسة غير المشروعة والتي دارت وقائع القضية فيه كالتالي، حيث أن المدعو **فيتال** تنازل عن حصصه في الشركة التي كان شريك فيها، والتزم بعدم المنافسة لمدة سنتين، لكنه رغم ذلك الشرط قام بإنشاء مؤسسته الخاصة وممارسة نفس نشاط الشركة المنافسة. وإعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن التعسف في حرية التجارة المسبب للخسارة التجارية سواء عن قصد أو دون قصد يعد منافسة غير مشروعة أي عرفت المنافسة غير المشروعة بالتعسف في حرية التجارة³.

يوجد قرار آخر أيضا صدر عن محكمة استئناف أميان الفرنسية: جاء في منطوقها أنه تبقى حرية المنافسة في الإقتصاد الحر المبدأ الأساسي للعلاقات التجارية، كل تاجر أو صانع له إمكانية جلب الزبائن من منافسيه، بشرط أن ألا يكون بطرق غير مشروعة. وفي

1- نفسه، ص 10.

2- بوزيان فطيمة، حظر الممارسات التجارية الغير النزيهة في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد حميد بن باديس، مستغانم، 2019، ص 10.

3- نفسه، ص 12.

قرار آخر، قررت محكمة النقض، أن المنافسة غير المشروعة هي شكل تطبيقي للمسؤولية المدنية، تستلزم الخطأ والضرر¹.

ثانيا: التعريف القانوني: أدرج المشرع تحت عنوان الممارسات التجارية غير النزيهة، الممارسات التي تؤدي إلى الإعتداء على المصالح الاقتصادية للعون الإقتصادي وكذا على المستهلك، فمصطلح غير النزيهة يقصد به الحياد عن القانون أو استخدام أساليب ووسائل ملتوية عن القانون، ويحظرها ويمنعها، فكل فعل يخالف المعاملات التجارية يعد منافيا للقانون والنظام والآداب العامة مما يعرقل الحركة الاقتصادية كما تعني تجاوز حدود الشرع أو مقتضيات العدالة والمصلحة العامة مما من شأنه خلق الإضطرابات والفوضى والخصومات في السوق².

حيث تطرق المشرع الجزائري للممارسات التجارية غير النزيهة من خلال القانون 02-04 المتضمن الأحكام المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و متم حيث عرفها من خلال المادة 262 منه بنص : "تمنع كل الممارسات غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان إقتصاديين آخرين."

أي تلك الممارسات غير النزيهة عرفا بين التجار، التي بموجبها يتعدى المنافس على منافسه، وحدد المشرع أيضا ممارسات معينة في المادة 27³ من نفس القانون وأصبغ عليها طابع الممارسات غير النزيهة بحكم القانون، وهي التشبيه المؤدي إلى اللبس، تشويه سمعة

1- براشمي مفتاح، مرجع سابق، ص11

2- بوزيان فطيمة، مرجع سابق، ص 13.

3- راجع المادة 27 من القانون رقم 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المنافس، الإستفادة من الأسرار المهنية للمنافس، إستغلال المنافس، إحداث الإضطراب بالمنافس ويسوق ، إقامة محل بجوار محل المنافس بصفة غير نزيهة¹.

الفرع الثاني

تميز الممارسات التجارية الغير النزيهة عن غيرها من المفاهيم المشابهة لها.

تعد الممارسات التجارية الغير شرعية كل تعدي على نزاهة الممارسات التجارية وهي تشكل جزء من الممارسات التجارية الغير المشروعة بمدلولها الواسع والذي يدخل ضمنها العديد من المصطلحات التي وإن تشابهت وتقاربت في المفاهيم، إلا أنه لكل منها طابع خاص يميزها.

أولاً: الممارسات الغير المشروعة و ممارسة أسعار غير شرعية: يتفق كل من الممارسات التجارية غير شرعية وممارسة أسعار غير شرعية في تناولهما ضمن باب واحد وهو الباب الثالث المعنون ب"نزاهة الممارسات التجارية" من القانون 04- 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فيفصله الثاني المعنون ب"ممارسة أسعار غير شرعية". وذلك ضمن المادتين 22 و 23 من نفس القانون، إلا أنهما يختلفان في الجزاء المترتب عن كل منهما.

وسيتم التمييز بينهما كالتالي:

1. الإختلاف من حيث المفهوم: يختلف مفهوم الممارسات التجارية غير الشرعية عن مفهوم أسعار غير شرعية² فالمقصود بالممارسات التجارية غير الشرعية وفق المادة 14

1- بوزيان فطيمة، مرجع سابق، ص 14.

2-تقلا عن بوزيان فاطمة، مرجع السابق، ص 14. (أما المقصود بالأسعار غير الشرعية وهي القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات، فهنا يلجأ العون الإقتصادي إلى القيام بتصريحات مزيفة قصد المساس بهامش الربح).

من القانون 02-04 هي مزاولة النشاط التجاري دون إكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها¹.

2. التمييز من حيث الجزاءات: تبقى الجزاءات المقررة في حالة المخالفات هي نفسها فكلتاها تدخلان في نطاق المخالفات، إلا أن الملاحظ أن المشرع كان أكثر تشددا في الغرامة المالية المتعلقة بالممارسات التجارية الغير شرعية، إذ تتراوح بين 100.000 إلى 3.000.000 دينار جزائري، في حين تتراوح العقوبة على ممارسة أسعار غير شرعية بين 20.000 إلى 200.000 دج².

ثانيا: الممارسات التجارية الغير المشروعة والممارسات التجارية التديسية

المقصود بالتدليس: التدليس هو تحايل والخداع ونعني به كعيب من عيوب الرضا هو اللجوء أحد المتعاقدين إلى تحايل والخداع لإبهام المتعاقد الآخر بشيء يخالف الحقيقة وتضليله، بغية الدفع به إلى التعاقد" نص المشرع على التدليس كعيب من عيوب الرضا في المواد 86 و 87 من القانون المدني، مبينا شروط المطلوبة قانونا في التدليس ليرتب آثاره وهي قابلية العقد الابطال³

والتشابه يكمن في علة تجريم الممارسات التجارية التديسية وغير الشرعية في القانون وبالعودة إلى المادتين 24 و 25 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجد أن المشرع ذكر صورتين من الممارسات التجارية التديسية:

1- سمية نايلي، النظام القانوني لمكافحة جرائم الممارسات التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018، ص ص 8-9.

2- بوداب ليلي، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ظل قانون الممارسات التجارية 02-04، مذكرة ماستر في الحقوق فرع القانون الخاص تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 11.

3- راجع المادتين 86 و 87 من الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن ق.م المعدل والمتمم حسب آخر تعديل، قانون رقم 07-05 مؤرخ في 2007، ج.ر.ج. عدد 31، 2007.

الصورة الأولى هي الممارسات التدليسية باستعمال الوثائق التجارية أو المحاسبية، أما الصورة الثانية ذكرت الممارسات التدليسية من خلال حيازة المنتوجات¹.

من خلال ما سبق يمكن أن ندرج الاختلاف من حيث الجزاءات في كل من الممارسات التجارية غير الشرعية والتدليسية، أما الممارسات التجارية التدليسية حسب نص المادة 37 من القانون 02-04 السالف الذكر شدد المشرع من الغرامة التي تفرض على التاجر المخالف والتي تتراوح من (300.000) إلى (10.000.000) دج على إعتبار أن تحرير هذا النوع من الفواتير يعتبر وجه من أوجه التزوير الرامي إلى إعتداد مستندات تجارية دون وجود أكثر لعمليات تجارية فعلية وواضحة، قصد تبرير حركة الأموال وهي ممارسة قد تستعمل في غسيل الأموال².

ثالثا: الممارسات التجارية الغير المشروعة و الممارسات التجارية التعسفية: بالنسبة للممارسات التعاقدية التعسفية عبارة عن بنود وشروط تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع، حيث أورد المشرع تعريف الشرط التعسفي في المادة 5/3 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تنص: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، التي من شأنها إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد، بينما الممارسات التجارية غير الشرعية جاءت على شكل صور³.

1- نورالدين بدة، الأليات القانونية للحد من الممارسات التجارية غير الشرعية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

أكاديمي، ميدان حقوق وعلوم السياسية، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 10.

2- مرجع نفسه ص 11.

3- راجع المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج. عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006.

وقد جاء المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية في مادته 05، فيظهر الإختلاف بين الممارسات التعاقدية التعسفية والممارسات التجارية الغير النزيهة، فالأولي عددها المشرع في كل من المواد 29 من قانون رقم 04-02 وكذا المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306.

بينما الممارسات التجارية الغير النزيهة فعددها المشرع في المادة 27 و 28 من قانون رقم 04-02 المعدل و المتمم.

أما فيما يخص الجزاءات فاقترتها المادة 38 من القانون رقم 04-02 والتي تنص على : "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 و 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار(50.000دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج)"

المطلب الثاني

الممارسات التجارية غير الشرعية

حتي وإن لم يتطرق المشرع إلى تحديد تعريف شامل وكافي للممارسات التجارية غير الشرعية إلا أنه حدد جميع صورها في المواد 14 إلى 17 من القانون رقم 04-02 وبشكل أدق تلك الممارسات التي فيها مساس بمصلحة المستهلك وحرية المنافسة. وذلك بنصه على بعض الممارسات التجارية أو طرق البيع الغير الشرعية لما تخلفه من اضرار على مصلحة المستهلك.

وعليه سنتناول في هذا المطلب ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية، وحظر رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي في (الفرع الاول)، والبيع

بالمكافأة والبيع المشروط في (الفرع الثاني) والبيع التمييزي وإعادة البيع بالخسارة في (الفرع الثالث).

الفرع الأول

ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية وحظر رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي

سنتطرق في هذا الفرع الى دراسة ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية (أولا) ثم وحظر رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي (ثانيا):

اولا: ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية:

إن ممارسة التجارة تعد من بين أهم الحريات الاقتصادية التي تتطلب إستيفاء الشروط القانونية المطلوبة ومن بينها اكتساب الصفة التجارية وهذا ما تضمنته المادة 1 من القانون التجاري التي تنص على ما يلي: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة له، ما لم يقض القانون خلاف ذلك"¹.

وكذلك المادة 04 من القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الانشطة التجارية، والتي تنص: "يلزم كل شخص طبيعي أو إعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيد في السجل التجاري". وهو ما أكدته المادة 14 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص: "يمنع علي أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها"²

1- المادة 01 من أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم

للقانون رقم 15-20 مؤرخ في 30 سبتمبر 2015، ج.ر.ج. عدد 71، الصادر في 30 سبتمبر 2005.

2- المادة 04 و 08 من قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج.ر.ج. عدد 52، الصادر في 18 غشت 2004.

نلاحظ أن إباحة إمتهان الأعمال التجارية دون إستيفاء ما تقرره القوانين من شروط، من شأنه الإخلال بالمساواة بين الأعوان الإقتصاديين.

إذا كان القيد في السجل التجاري يكسب الشخص، سواءا كان طبيعيا أو معنويا، صفة التاجر فإن بعض المهن والأنشطة التجارية لا يمكن ممارستها بمجرد القيد في السجل التجاري إلا بعد استخراج رخصة من الإدارة المعنية، أو المختصة بذلك، ومثال ذلك إنتاج المواد السامة والتي تشكل خطرا من نوع خاص. وهناك أيضا أنشطة تخضع للإعتماد للحصول عليها مثل أنشطة التأمين¹.

لم يردع المشرع الجزائري من خلال القانون 04-02 مخالفة هذه الممارسات المحظورة وإكتفى بالجزاءات الأخرى مثل: الحجز والمصادرة والغلق. الأمر الذي رده إلى القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية في المادة 32 منه والتي تنص: "يعاقب التجار الذين يمارسون أنشطة تجارية غير قارة دون القيد في السجل التجاري بغرامة من 5.000 إلى 50.000 دج".

زيادة على هذه الغرامة، يجوز لأعوان الرقابة المؤهلين في المادة 30 أعلاه، القيام بحجز سلع مرتكب الجريمة، وعند الاقتضاء، حجز وسائل النقل المستعملة.

إن شروط وكيفيات إجراء الحجز هي نفسها المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الممارسات التجارية².

ثانيا: حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي

تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معدة للبيع، عليه يمنع رفض بيع سلعة أو أداء خدمة للمستهلك بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة أو الخدمة معروضة للبيع

1- عبد الهادي مهدي، مرجع سابق، ص ص 18-19.

2- المادة 32 من قانون رقم 04-08 المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية .

وطلبها المستهلك، ولا يطبق ذلك الحظر على أدوات تزيين المحلات والمنتجات المقدمة في المعارض والتظاهرات¹.

وبالرجوع إلى المادة 15 من قانون رقم 04-02 التي تنص: " تعتبر كل سلعة معروضة للبيع على نظر الجمهور معروضة للبيع، يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة دون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة المعروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة"².

ويتبين من خلال الفقرة الأولى من المادة 15 أعطى المشرع صيغة وجوبية تقع على عاتق العون الإقتصادي في حالة عرضه السلعة على الجمهور المستهلكين قصد البيع الأمر الذي ينعكس بطبيعة الحال على أحقية الجمهور بإقتنائها مادامت متوفرة وتدخل في إطار التعاقد.

وقصد إضفاء نوع من النزاهة على الممارسات التجارية التي تتم بين الأعوان الإقتصاديين وجمهور المستهلكين ومن أجل حظر رفض البيع أو تأدية الخدمة³.

يشترط لقيام الممارسة توفر ثلاثة عناصر:

- الطلب مهما كان الشكل الذي قدم فيه، ومهما كانت صفة هذا الطالب مهنيا كان أو مستهلكا، ولكن يشترط أن يكون الطلب عاديا.
- أن يكون الطلب ذا نية حسنة، ولا يعتبر الطلب حسن النية، إذا أخل بالتزاماته السابقة التي تربطه بالبائع، كعدم الوفاء بالثمن في شراء سابق أو سوء تنفيذ عقد توزيع سابق.
- أن يكون هناك رفض موضوعه بيع منتج أو أداء خدمة.
- أن تكون السلعة متوفرة و جاهزة، والخدمة المطلوبة ممكن أداؤها⁴.

1- لحسين بن شيخ اث ملويا، الملتقي في عقد البيع، دراسة فقهية، قانونية و قضائية مقارنة، نصوص للمطالعة أعمال تطبيقية، الطبعة الثالثة، دار هومة، 2008، ص 273.

2- المادة 15 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

3- لمنطش بلال، نواصيرية بلال، مرجع سابق، ص 24.

4- محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص، 93.

3. الإستثناءات الواردة على حظر رفض البيع: وهذا الإستثناء أوردته المشرع في المادة 3/15 من القانون رقم 04-02 وتتمثل في أدوات التزين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات¹.

الفرع الثالث

البيع بالمكافأة البيع المشروط

سنتناول في هذا الفرع دراسة البيع بالمكافأة (أولا) ثم البيع المشروط (ثانيا).

أولا: البيع بالمكافأة: يعتبر البيع بالمكافأة بيعا من البيوع الترويجية التي يعتمد العون الاقتصادي من خلالها على منح مكافأة للمستهلك المتعاقد معه وتعتبر عمليات تقديم المكافآت مقابل التعاقد تقنية من تقنيات البيوع الترويجية التي يهدف العون الإقتصادي من خلالها إلى حث المستهلكين على التعاقد، ومثل هذا النوع من البيوع الترويجية أوجدته المنافسة بين التجار بعد إن تقاربت وتشابهت المنتجات من حيث السعر والنوعية والكلفة، مما دفع بهم إلى خلق أساليب متنوعة لتسويق ودفع الجمهور إلى الشراء، ومن بين هذه الاساليب البيع بالمكافأة².

منعت المادة 59 من قانون رقم 65-06 المتعلق بالمنافسة القديم كل بيع أو عرض بيع لسلع، وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها على مستهلك عاجلا أو أجلا مشروطة بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات، إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو أداء الخدمة³ وبإلغاء الأمر رقم 65-06 بموجب الأمر رقم 03-03¹ المتعلق بالمنافسة أعاد

1- تنص المادة 3/15 من قانون الممارسات التجارية على: "لا يعني هذا الحكم ادوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات "

2- غريوع حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ل. م. د، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2018، ص ص 199-200.

3- لحسين بن شيخ اث ملويا، مرجع سابق، ص 274.

المشروع وضع إطار قانوني للبيع بالمكافأة وهذا ماجات به المادة 16 من القانون رقم 04-202.

1- شروط تجريم البيع بالمكافأة: تتوقف مسالة تجريم البيع بمكافأة على توافر حملة من الشروط، التي تم إستخلاصها من المادة 16 السالفة الذكر:

- عدم تجانس المكافأة مع السلعة أو الخدمة موضوع العقد: أن تسلم المؤسسة زجاجة عطر لكل من يشتري قميصا. ونفس الشيء يقال بالنسبة لعقد تقديم الخدمة.
- مجانية المكافأة: يقصد بهذا الشرط أن تكون المكافأة المسلمة من قبل البائع أو مقدم الخدمة بدون مقابل، بحيث لا يدفع الزبون سوي ثمن المنتج أو الخدمة الأساسية موضوع العقد.

وجود علاقة بين شراء السلعة أو الخدمة وتقديم المكافأة: بمعنى أنه حتي يتحصل الزبون على مكافأة مجانية، لابد أولا أن يقتني منتوجا أو تقدم له خدمة من قبل العون الإقتصادي مع تسلم الهدية في إطار العلاقة التعاقدية³.

2-الاستثناءات الواردة على حظر البيع بالمكافأة:

لقد اوردت المادة 16 من القانون 04-02 الإستثناءات على حظر البيع بالمكافأة والتي تنص: "يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو أجلا مشروطا بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10 بالمئة من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعينة.

1- أمر رقم 03-03، مؤرخ في 16 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003.

2- راجع المادة 16 من قانون الممارسات التجارية

3- بلقاسم طارق فتح الدين، المرجع السابق، ص ص 59-60.

ولا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات".
وتكمن الغاية من هذا المنع في تفادي قيام المستهلك باختيار سلعة أو خدمة معينة مقابل حصوله على مكافأة دون مراعاة للجودة والسعر.

ثانيا: البيع المشروط

فقد تطرق المشرع الجزائري منع البيع المشروط أو البيع المتلازم، وذلك لما فيه من مساس بحرية المستهلك في إقتناء ما يرغب من منتجات وخدمات لسد حاجاته من غير زيادة مرهقة له¹.

قد نصت المادة 17 من قانون 04-02: "يمنع إشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو إشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك إشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة.

ولا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة"².

أولا: شروط البيع المتلازم: لقد منع المشرع في المادة 17 المذكورة سالفًا هذا النوع من البيوع وتمثل في:

1-إشتراط البيع بكمية مفروضة: قد يفرض العون الاقتصادي على المستهلك أو العون الإقتصادي عند التعامل معه كمية قد تزيد أو تقل عن طلب الطرف المتعاقد معه، وهذا التعامل منعه المشرع الجزائري ومثال عن ذلك: أن يلزم العون الإقتصادي على زبون شراء كمية من الطماطم في حين يريد نصف الكمية فقط أو العكس.

1- بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص: قانون خاص،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2019، ص 93.
2- راجع المادة 17 من قانون الممارسات التجارية.

2- إشتراط بيع منتج متلازم لسلع أخرى أو تقديم خدمات: وفي هذه الحالة لقد بين المشرع الجزائري أن يكون التلازم بين منتوجين مختلفين، فعلي العون الإقتصادي أن يفرض على زبونه الذي يتعامل معه أو الذي يريد إقتناء منتج ما إن يلازمه شراء منتج آخر مختلف عن الذي إشتراه.

أما في حالة تقديم خدمة كان يشترط الزبون على المستهلك مثلا في حالة صاحب الهاتف العمومي بيع أي منتج من محله للمستهلك إلا إذا قام بإجراء إتصال من محله.

3- إشتراط أداء خدمة بأداء خدمة أخرى أو شراء سلعة: لقد منع المشرع على كل عون إقتصادي المقدم لزيائنه خدمات سواءا كانت هذه الخدمات ذات الطابع مادي كالتنظيف أو ذات طابع مالي كالقرض أن تربط هذه الأخيرة بين أداء خدمتين ومثال ذلك: ربط صاحب الفندق بين تأجير حجرة وأخذ وجبة غذائية من المطعم.

كما منع المشرع كذلك تقديم خدمته الذي يكون مرتبطا بإقتناء سلعة معينة وهذا ما جعل الزبون يستفيد من هذه الخدمة دون أن يلحقه ضرر، وهذا بفضل الحماية المقررة من طرف المشرع الجزائري¹.

ثانيا: الإستثناءات الواردة على منع البيع المتلازم

بالرجوع إلى نص المادة 17 من القانون رقم 04-02 نجدتها قد نصت في الفقرة الثانية منها على أنه: " ولا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة".

يتضح أن المشرع قد أورد إستثناءات عن حظر ممارسة البيع المتلازم حيث إستثنى

من الحظر:

1- حاج قاسي حسيبة، اداد حنان، البيوع المخلة بشرعية الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018، ص ص 17- 18- 19.

- أن تكون السلع من نفس النوع: فإذا اختلفت السلع في النوع فلا يجوز جمعها أو بيعها تحت حصة واحدة، غير أن المشرع لم يحدد المقصود بالنوع هنا وهو ما قد يثير إشكالا على مستوى التطبيق.
- أن تباع هذه السلعة في شكل حصة: إذ ينبغي تشكيل الحصة بصفة مسبقة من قبل البائع وقبل عرضها على نظر المستهلك وهذا ما نجده عادة من خلال وضعها داخل التغليف واحد أو جمعها بطريقة مفرزة توحى من النظرة الأولى بكونها عبارة عن حصة من السلع.
- أن تكون هذه السلعة معروضة للبيع بصفة منفصلة: ومثل هذا الإشتراط يعتبر مكملا لسابقه، إذ ينبغي عرض السلع بطريقة منفصلة عن تلك التي تباع بصفة منفصلة وحررة، وهذا بغية لفت إنتباه المستهلك وللوهلة الأولى أنه هناك تلازم بين هذه السلع¹.

الفرع الخامس

البيع التمييزي وإعاد البيع بالخسارة

سنتطرق في هذا الفرع إلى دراسة البيع التمييزي (أولا) ثم إعادة البيع بالخسارة (ثانيا).

أولا: البيع التمييزي: في غياب أي تعريف لهذه الممارسة فالأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، يظهر أنه من المفيد الإستعانة بالمادة 18 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي نصت على ما يلي: "يمنع على أي عون إقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون إقتصادي آخر، أو يحصل منه على أسعار أو أجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة"²، فالتمييز في المعاملة يقوم به

1- غريوع حسام الدين، المرجع السابق، ص ص 161 - 162.

2- المادة 18 من قانون الممارسات التجارية.

أشخاص مختلفين مثل البائع والمنتج والتاجر والموزع والصناعي سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، سواء كان الشخص عام أو خاص تاجرا أو غير تاجر¹.

3- شروط البيع التمييزي:

تتمثل هذه الشروط في:

1- وجود علاقة تعاقدية بين العون الإقتصادي القائم بالتمييز، والعون الإقتصادي ضحية التمييز، فلا يمكن أن يتعلق الأمر بمورد ولا بموزع محتمل لا تربطه علاقة تعاقدية مع القائم بالتمييز².

2- أن يمس التمييز عونا إقتصاديا بمفرده: يشترط أن يكون ضحية التمييز عونا إقتصاديا بمفرده وهذا لكون حظر البيع التمييزي يهدف إلى حماية عون إقتصادي معين ضد الممارسات التجارية التي تؤثر على القدرات التنافسية له، وإثبات التمييز يكون بإجراء مقارنة بين المعاملة المخصصة لهذا العون الإقتصادي والمعاملة المخصصة لأعوان إقتصاديين آخرين يتواجدون معه في نفس الظروف.

3- أن يكون التمييز غير مبرر بمقابل حقيقي: إذا كان التمييز له مقابل حقيقي يبرره فإن الأمر هنا لا يعد من قبيل التمييز المحظور، وحتى يكون المقابل حقيقيا لابد أن يكون متعلقا بعملية الشراء نفسها، وليس بعمليات سابقة أو لاحقة³.

ثانيا: إعادة البيع بالخسارة

البيع بالخسارة من الجرائم التي تمس بشفافية الأسعار، وتختص بهذه الممارسة أساسا المؤسسات التي تنتشط على مستوى الإنتاج، حيث تقوم إحدى هذه المؤسسات ببيع منتجاتها

1- حاج قاسي حسيبة، أداد حنان، مرجع سابق، ص 22.

2- علاوي زهرة، البيع المحظور في قانوني المنافسة والممارسة التجارية، أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه العلوم في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين، المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2019، ص 47.

3- لياس بروك، مرجع سابق، ص ص 98-99.

بسعر منخفض انخفاضاً غير عادي (إنخفاض مفرط) يصل إلى درجة البيع بسعر يقل عن معدل التكلفة المتغيرة أو الإجمالية وهذا خلافاً للمؤسسات المنافسة لها والتي يمكن أن تمارس تعريفة أساسية منخفضة إلا أنها لا تصل إلى درجة الإنخفاض المحضور¹.

وقد نص المشرع على حظر المقرر لهذه الممارسة في صلب المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة².

بإستقراء المادة 19 من القانون 02-04³ فإن مجال حظر إعادة البيع بالخسارة يمكن تقسيمه إلى ثلاثة اجزاء:

1- لقيام إعادة البيع بالخسارة لابد من وجود علاقة تعاقدية تامة، حتى يتم الحديث عن إعادة البيع بالخسارة، بالتالي فعرض إعادة البيع بالخسارة، أي الإيجاب الصادر من الغدعون الإقتصادي لا يدخل ضمن نطاق الحظر القانوني.

2- إن مجال منع إعادة البيع بالخسارة يتعلق بالسلع والمنتجات المباعة بعد الشراء، أي المعروضة للبيع على حالتها الأصلية دون تحويلها، وبالتالي يخرج من مجال الحظر السلع والمنتجات المحولة والمصنعة من طرف المنتجين الصناعيين أو الحرفيين، وكذا تقديم الخدمات ونشاطات الإنتاج.

3- إن منع إعادة البيع بالخسارة يطبق على كل التعاملات التي يقوم بها الأعوان الإقتصاديين، لاسيما المستوردين والبائعون بالتجزئة، دون إعطاء أهمية لصفة الطرف المتعاقد أي المستعمل النهائي للسلعة فالأمر يستوي إذا كان مستهلك أو عون إقتصادي⁴.

1- سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص ص 37-38.

2- راجع المادة 12 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف الذكر.

3- المادة 19 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

4- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2016، ص 97.

المبحث الثاني

صور الممارسات التجارية الغير النزيهة

قد يعمد العون الاقتصادي إلى القيام بمجموعة من الممارسات بإستخدام طرق غير نزيهة ومخالفة للنصوص القانونية والأعراف التجارية، والتي تناولها المشرع في المادتين 28 و 29 من قانون الممارسات التجارية، والتي يمكن تصنيفها إلى تصرفات قانونية إنفرادية وهذا ما سنتناوله في (المطلب الأول) وتصرفات التعاقدية التعسفية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التصرفات القانونية الانفرادية

تعتبر تصرفات من شأنها أن تضر بمصالح المتنافسين ولها أهمية خاصة ضمن القوانين المنظمة للسوق والتي تعد أكثر التصرفات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية وتتمثل في: الإعتداء على مصالح الأعوان الإقتصادييين وسنتطرق إليه في (الفرع الأول) والإشهار التضليلي في (الفرع الثاني) والممارسات التدليسية في (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الإعتداء على مصالح الأعوان الإقتصادييين

قد أورد المشرع الجزائري بموجب قانون رقم 04-02 منع كل الممارسات التجارية المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة التي من خلالها يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان إقتصادييين آخرين، فمن خلال المادة 27 من نفس القانون قام بتعداد أهم صور المنافسة غير النزيهة وأكثرها شيوعا والمتمثلة في:

أولاً: تشويه سمعة العون الاقتصادي: وذلك بنشر معلومات سيئة تمس بشخصيته أو بمنتجاته أو خدماته حيث يشكل هذا الفعل منافسة غير مشروعة، وهو خطأ تقصيري وجنائي يستوجب المساءلة المدنية والجزائية، ويطلق عليه إسم التشهير¹.

والتشهير بهذا المعنى يكون بالفعل أو بالترك، ويكون بالترك إذا إمتنع شخص عن التوقف عن الإعلان عن معلومات كاذبة، والأظهر أن يكون التشهير بالفعل الايجابي، وذلك بنشر بيانات تشهيرية أو القيام بأعمال مادية أخرى من شأنها التقليل من منتجات العون المضرور.

ثانياً: تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي أو لمنتجاته وإشهارها:

عرفها المشرع الجزائري بموجب المادة 1/2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنها: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والاحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والإشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها للتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"²

1- نقلا عن أمال حلال، نجية تايب، الإلتزام بنزاهة الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة، 2019، ص 31. ويقصد بمصطلح التشهير، الذي يعرفه البعض بأنه " كل عمل يهدف إلى النيل من سمعة تاجر منافس أو الحط من قيمته بضائعه.

2- زوية سميرة، أثر عدم نزاهة الممارسات التجارية على مصالح المستهلك، مجلة الإجتهد القضائي، العدد الرابع عشر، كلية الحقوق بودواو، جامعة بومرداس(الجزائر)، 2017، ص 88.

إن العلامات المميزة للمؤسسة التجارية أو المحل التجاري متعددة، فقد تكون أما العلامة التجارية ذاتها بحد ذاتها أو الإسم التجاري أو العنوان أو التسمية المبتكرة... الخ¹.

وهذا ما تؤكد المادة 2 من الامر رقم 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية²، لم يتطرق المشرع هنا إلى تعريف العلامة التجارية وإنما إكتفى بتبيان ما يصلح وما لا يصلح كعلامة لتميز المنتجات والخدمات³.

إلا أنه تراجع عن ذلك وإرتأ تعريفها في المادة 1/2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، ويعود السبب في ذلك ربما إلى عدم الاتفاق حول تعريف موحد لها⁴.

وقد إعتبر المشرع في المادة 27 في الفقرة من القانون رقم 04-02 تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الاشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك مظهر من مظاهر الممارسات التجارية الغير النزيهة. وعموما هذا التقليد ينصب في تقليد العلامات التجارية أو تقليد المنتوجات أو الإشهار⁵.

وما نستخلصه من نص المادة السالفة الذكر أن قيام ممارسة تجارية غير نزيهة وفقا لهذه الصورة، يقتضي بالإضافة إلى عنصر التقليد عنصرين آخرين، الأول أن يستهدف التقليد عونا إقتصاديا منافسا أي الإشتغال بنفس النشاط الإقتصادي، إذ يكفي أن تكون الأنشطة متقاربة فحسب، والعنصر الثاني أن يكون التقليد بقصد كسب زبائن العون

1- إلهام زعموم، حماية المحل التجاري (دعوي المنافسة غير المشروعة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص 68.

2- انظر المادة 2 من الأمر رقم 57-66، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر.ج. عدد 23، الصادر في 22 مارس 1966.

3- سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون الأعمال، ميدان الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2017، ص 7.

4- انظر المادة 1/2 من أمر رقم 06-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر.ج. عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003، الصادر في 23 جويلية 2003.

5- لمنطش بلال، نواصية بلال، مرجع سابق، ص 38.

الإقتصادي المنافس وهو عنصر معنوي خاص، فإذا إنتقى أحد هذه العناصر إنتقى تبعاً لذلك الوصف الجزائي لهذه الممارسة¹.

ثالثاً: إستغلال المهارات الفنية والتجارية للعون الإقتصادي دون ترخيص من صاحبها.

الجدير بالذكر أن المشرع الجزائري لم يعرف المقصود بالمعارض لكن سننترق إلى تبيان كيف يكون الاستغلال هذه المهارة وكيفية الإستفادة من الأسرار المهنية.

1- إستغلال المهارات الفنية والتجارية للعون الإقتصادي:

إستغلال المهارات التقنية والتجارية لعون إقتصادي معناه الإستلاء دون إذن منه على العناصر التي كان لها إسهام كبير في نجاح مشروعه للإستفادة منها بدون بذل نفقات مالية أو مجهودات فكرية أو تنموية.

ولذا لحماية العون الإقتصادي في الحفاظ على سرية مهارته التقنية والتجارية منع المشرع الممارسات التي يقوم من خلالها عون إقتصادي بإستغلال المهارات التقنية والتجارية المميزة لعون إقتصادي آخر، وذلك بموجب المادة 03/27 من قانون رقم 04-02².

2- الإستفادة من الأسرار المهنية: يشترط لتحقيق هذه الحالة أن يكون القائم بهذه الممارسة أجير أو شريك قديم للعون الإقتصادي المتضرر.

لكي تتحقق الإستفادة من الأسرار المهنية التي إطلع عليها العامل عندما كان أجير للمؤسسة أو الشريك عند ما كان مشتركاً فيها أن يكون الإستفادة من الأسرار المهنية القصد منها الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم³.

1- أمال حلال، نجية تايب، مرجع سابق، ص34.

2- بروك لياس، مرجع سابق، ص 126.

3- زايدي أمال، محاضرات قانون الممارسات التجارية، السنة الأولى ماستر، قانون الأعمال، ص 21.

رابعاً: إحداث إضطراب في تنظيم عون إقتصادي منافس أو في تنظيم السوق

تتمثل هذه الأعمال في تلك التي يقوم بها بعض الأعوان الإقتصاديين من شأنها الإخلال بتنظيم السوق. فهي تصرفات لا تؤثر على مجموعة معينة من التجار فحسب بل تؤثر على كل تاجر داخل السوق متى كانوا يمارسون نشاط مماثل، ويكون ذلك بنشر دعاية كاذبة كان يقول أنه الوكيل الوحيد لشركة ما، وكل البضائع المماثلة الموجودة في السوق بضائع مقلدة وهو ما نصت عليه المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة¹.

الفرع الثاني

حظر الإشهار التضليلي

بالرجوع إلى موقف المشرع الجزائري، لاسيما ما جاء به القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم لا نجده يمنع إلا الإشهار التضليلي بمختلف أشكاله، بموجب المادة 28 من هذا القانون²

أولاً: تعريف الإشهار التضليلي: لم يعرف المشرع الجزائري الإشهار المضلل بل إكتفى بذكر حالاته في المادة 28 من القانون رقم 04-02³.

فالإشهار المضلل هو الذي يتم بأخذ الوسائل أو كلها من الوسائل المذكورة أو الذي يتضمن إدعاء وبيانا كاذبا أو مصوغا بعبارات من شأنها أن تؤدي بشكل مباشر إلى الخداع وتضليل المستهلك⁴.

1-أنظر المادة 12 من أمر رقم 03-03، مرجع سابق

2- عن دغيش أحمد، المنافسة التجارية الغير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثالث، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة بشار، ديسمبر 2017، ص ص 9-10.

3- راجع المادة 28 من قانون الممارسات التجارية، مرجع سابق

4- نقلا عن: سعدي خضرة، حماية المستهلك من الاشهار المضلل في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، ميدان الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، د.س.ن، ص، ص، 23-24. (فالتضليل هو كل ما يخالف الحقيقة، ويمس بمبادئ إشراف التعامل والنزاهة والأمانة في إطار المنافسة المشروعة، بقصد جلب العملاء والمتعاملين).

ويعد الإشهار الكاذب أو المضلل من حالات المنافسة الغير المشروعة فهو يتضمن معلومات من شأنها إحداث إلتباس وزرع الشكوك والأوهام في ذهن المستهلك، تدفع به إلى خداعه وتضليله فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية المنتج¹.

ثانيا: عناصر الإشهار التضليلي: تتمثل في:

1-العنصر المادي: يتمثل الإشهار التضليلي في كل من شأنه أن يخلق لبس بهدف خداع المستهلك بأية وسيلة كانت، وأن ينحصر التضليل في إعطاء مضمون زائف عن السلعة أو الخدمة يترتب عليه إيقاع المتعاقد في التضليل. طبقا لنص المادة 68 من القانون 03-09 .

2-العنصر المعنوي: يقصد بالإشهار التضليلي سوء النية المعلن أي إتجاه نية المعلن إلى التضليل وإيقاع المستهلك في لبس²

أ. الإشهار المفضي إلى التضليل: تنص المادة 1/28 على أنه: " يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهارا: يتضمن تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتج أو مميزاته. فمن خلال المادة المشرع إكتفى أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي إلى التضليل فهو لا يشترط وقوع التضليل فعلا، و لم يحدد صفة متلقي الإشهار سواءا كان مستهلكا أو عونا إقتصاديا³.

ب. الإشهار المفضي إلى اللبس: نصت الفقرة الثانية على أنه: " يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو منتجاته أو خدماته أو نشاطه، فهذا النوع من

1- مرجع نفسه، ص ص 24- 25.

2- عن تقررات يزيد، بصري ريمة، آليات حماية المستهلك الالكتروني في ممارسات الإشهار المضلل، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميله، 2018، ص1.

3- زيغم محاسن ابتسام، بلقاسم تروزين، أثار الإشهار التضليلي على المستهلك والسوق الجزائرية، مجلة الدراسات الإنسانية وإجتماعية، المجلد 10 ع 3، جامعة بلحاج بوشعيب، تموشنت الجزائر، 2021، ص 348.

الإشهار يولد الشك في ذهن المستهلك مما يدفعه لإقتناء منتوجاته أو خدماته لم يقصد إقتناءها فعلا ما يؤثر سلبا على رضا المستهلك¹.

ج. **الإشهار المضخم**: يعني إشهار غير واقعي لا يعكس الحقيقة، إذ يقوم العون الاقتصادي بغرض معين لسلع، في حين لا يمكنه تغطية طلبات المستهلكين على نحو الذي يوحي به إشهاره مما يؤثر سلبا على سلوكهم الإستهلاكي، فهي تعتبر تصريحات تؤدي إلى التضليل².

الفرع الثالث

حظر الممارسات التدليسية

نصت المادة 24 من نفس القانون على: " تمنع الممارسات التجارية التي ترمي

إلى:

- دفع أو إستلام فوارق مخفية القيمة،

- تحرير فواتير وهمية او فواتير مزيفة،

إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها او تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية³.

يتضح من خلال هذه المادة أن المشرع حظر الممارسات التجارية التدليسية وألقى على المتدخل إلتزامات قانونية بالإمتناع عن ممارستها وأوردها على سبيل الحصر

فحسب المادة 25 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات

التجارية والتي تنص: "يمنع على التجار حيازة:

- منتوجات مستوردة أو مصطنعة بصفة غير شرعية.

1- زيغم محاسن ابتسام، بلقاسم تروزين، مرجع سابق، ص 348.

2- كالم حبيبية، حماية المستهلك من الإشهار المضلل، مجلة البحوث والدراسات القانونية، العدد الثالث عشر، أستاذة بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البلدة-2- د.س.ن، ص 139.

3- المادة 24 من قانون الممارسات التجارية، مرجع سابق.

- مخزون من المنتجات يهدف تحفيز الإرتفاع غير المبرر للأسعار.
 - مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه."
- يتبن من هذه المادة أن المشرع منع صور المضاربة الغير الشرعية من خلال حظره حيازة بعض المنتجات¹.

المطلب الثاني

التصرفات التعاقدية التعسفية

يعتبر المحترف والمستهلك من أهم الأشخاص الفاعلين في العلاقات الإقتصادية ونظرا لإختلال في التوازن بين أطراف هذه العلاقة التعاقدية إشتدت ظاهرة الشروط التعسفية التي يستخدمها المهني لبيسط إرادته على مختلف جوانب العقد من خلال مركزه التعاقدية القوي، وهذا ما دفع بالمشرع للتدخل لمعالجة هذا الوضع بداية بالقواعد العامة في القانون المدني في المادة 110 منه² وأضافت قواعد خاصة بالممارسات التعاقدية التعسفية مستهدفا في ذلك حماية المستهلك بإعتباره طرفا ضعيفا.

ويتضمن أحكام الممارسات التعاقدية التعسفية كل من مفهوم الشرط التعسفي في (الفرع الأول) ووسائل الحماية من الشروط التعسفية في (الفرع الثاني).

1- المادة 25 من قانون الممارسات التجارية، مرجع نفسه.

2- تنص المادة 110 من ق،م،ج على: "إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان يتضمن شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعن منها وذلك وفقا لما تقضي به العدالة، ويقع باطلا كل إتفاق على خلاف ذلك".

الفرع الأول

مفهوم الشرط التعسفي.

في سبيل تحديد مفهوم الشرط التعسفي سأعرض إلى تعريف الشرط التعسفي (أولاً) وإلى عناصر الشرط التعسفي (ثانياً)

أولاً: تعريف الشرط التعسفي: إكتسي تعريف الشرط التعسفي أهمية بالغة في الوسط القانوني، وما يتضح من خلال غزارة التعريفات التي أوردها الفقهاء ومختلف التشريعات ونذكر منها:

1- **التعريف الفقهي:** عرفه الدكتور عبد المنعم موسى بأنه: "البند الذي يضعه المحترف في العقد الموقع بينه وبين غير المهني والمستهلك إعتقاداً من المحترف على سلطته الإقتصادية من أجل الحصول على منفعة من العقد أكثر مما يستحق"¹.

وهذا التعريف يوحى إلى أن هناك ثلاث أطراف في العلاقة: المحترف، المستهلك، غير المهني.

وقد عرفه الأستاذان **Jean Calais Auloy** و **Frank Steinmetz** كما يلي: "هو تعسفي، كل شرط حرر مسبقاً من قبل الطرف الأكثر قوة، مما يخلق عدم التوازن واضح على حساب الطرف الأكثر ضعفاً."²

وركز هذا التعريف على التحرير المسبق من قبل الطرف القوي.

1- عن بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011/2012، ص49.

2- عن بوشارب إيمان، مرجع نفسه، ص51.

2-التعريف القانوني: عمل المشرع الجزائري في إطار القواعد العامة على حماية الطرف الضعيف في عقود الإذعان، ومنح القاضي سلطة التدخل لتعديل الشروط التعسفية، أو إعفاء الطرف المذعن عنها، وذلك من نص المادة 110 من القانون المدني السالفة الذكر، إلا أنه لم يأت بتعريف الشرط التعسفي¹.

ويعتبر الشرط التعسفي حسب المادة 5/03 من القانون رقم 04-02: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"²

ولابد من تثمين هذا الموقف الذي إتخذه المشرع الجزائري بهذا الصدد، لأنه أزال الكثير من التساؤلات التي أبدت بشأن تحديد طبيعة الشروط التي تستوجب الحماية، والمعايير اللازم توافرها كي يوصف الشرط بأنه تعسفي³

ثانيا: عناصر الشرط التعسفي: تتمثل عناصر الشرط التعسفي فيما يلي:

1- أن يكون أحد طرفي العقد مستهلكا أو عونا إقتصاديا: وضع المشرع الجزائري حماية قانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، ويتجلى ذلك من خلال إصدار القانون 04-02 المعدل والمتمم الذي يهدف إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية الممارسات التجارية والتي تقوم بين الأعوان الإقتصاديين، وهؤلاء والمستهلكين وكذا حماية المستهلك وعلاماته⁴.

1- عن الشيخ لخضر، ناصر باي كريم، حماية المستهلك من الممارسات التجارية التي تمس بمبدأ نزاهة المعاملات التجارية وفق القانون 04-02 المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة، 2020/2019، ص 39.

2- حنكة بويكر، جرائم المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية في القانون 04/02، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2019، ص 43.

3- رباحي أحمد، أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 5، جامعة الشلف - الجزائر، ص 346.

4- الوافي عبد الرزاق، غريسي جمال، الشروط التعسفية ووسائل مكافحتها كآلية لحماية المستهلك في ضوء القانون 04-02، مجلة أيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 06/العدد خاص(2021)، ص 304.

2- أن يكون العقد مكتوباً: أن نص المادة 04/03 من القانون 04-02 والتي تضمنت عبارة محرر مسبقاً يفهم من خلالها بأن عقود الإذعان متنوعة الأشكال منها عقود مبرمة أو تم إبرامها شفاهة، ومنها ما يكون مكتوباً، والعقد المقصود والذي تشملته الحماية من الشروط التعسفية في القانون الجزائري هو الذي تكون شروطه مكتوبة في مجموعها أو جزء منها مما يجعلها تتعلق بعملية مستمرة وأكثر أهمية من تلك المنجزة شفاهة¹

3- أن يؤدي الشرط إلى إخلال ظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد: بالنظر إلى التعريف الذي أورده المشرع الجزائري للشرط التعسفي في المادة 03 من القانون 02-04 المعدل والمتمم والذي أكد فيه أن الشرط التعسفي هو الشرط الذي يكون من شأنه إحداث إختلال ظاهر في التوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد. وبالتالي نستنتج أن المشرع الجزائري يأخذ بمعيار الإختلال الظاهر لتوازن العقد لإعتبار شرطها تعسفياً متأثراً بما ذهب إليه المشرع الفرنسي عندما أخذ بنفس المعيار بموجب المادة 1-132 قانون الاستهلاك والذي نقله هذا الأخير عن التعلية الأوربية لسنة 1993 علماً أن القانون الفرنسي كان يتبنى معيار آخر وفقاً لقانون 01/10 /1978.²

الفرع الثاني

وسائل الحماية من الشروط التعسفية

لمواجهة الشروط التعسفية كان من الضروري إصدار جملة من القوانين والتشريعات التي تتضمن النص على هذه الشروط التي يجب اعتبارها تعسفية وذلك لإمتناع الأطراف على إدراجها ضمن عقودهم وعليه سنتطرق في تحديد هذه الحماية عن طريق إصدار قانون خاص وإصدار مراسيم.

1- الشيخ لخضر، ناصر باي كريم، مرجع سابق، ص 41.

2- سلمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية، تخصص: عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014، ص 65-66.

أولاً: الحماية عن طريق إصدار قانون: حمل القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في مادته 29 بنوداً إعتبرها شروطاً تعسفية، حيث نصت على: "أنها تعتبر بنوداً وشروطاً تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

4- أخذ حقوق و/أو إمتيازات لا تقابلها حقوق و/أو إمتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

5- فرض إلتزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.

6- إمتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة دون موافقة المستهلك.

7- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العمليات التجارية للشروط التعاقدية.

8- إلزام المستهلك بتنفيذ إلتزاماته دون أن يلتزم نفسه بها.

9- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالإلتزام أو عدة إلتزامات في ذمته.

10- التفرد في تغيير أجال تسليم المنتج أو أجال تنفيذ الخدمة.

11- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة¹.

ويتضح أن المشرع من خلال نص المادة 29 من القانون رقم 04-02 السالفة الذكر أنه وضع قائمة غير حصرية إذ أن عدم الحصر يوفر حماية أفضل للمستهلك، وذلك لترك المجال أمام القضاء للحكم على شروط لم ترد في القائمة بأنها تعسفية.

1- المادة 29 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ثانيا: الحماية عن طريق إصدار مراسيم: إلى جانب الشروط التعسفية المنصوص عليها في المادة 29 من قانون الممارسات التجارية فإن المشرع الجزائري إعتد أيضا عند تعيين الشروط التعسفية على الأسلوب التنظيمي بموجب المرسوم رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التعسفية وهو ما نصت عليه المادة 05 من هذا المرسوم¹.

كما نصت المادة 02 من نفس المرسوم على: "تعتبر عناصر اساسية يجب ادراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك. العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية وأمن ومطابقة الساع و/أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع".

وقد بينت أيضا المادة 03 من نفس المرسوم التنفيذي على المجال التي تتعلق به هذه الشروط الأساسية².

1- مسكين حنان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري، مجلة البحوث القانونية و السياسية، العدد

التاسع، جامعة سعيدة، ديسمبر 2017، ص ص، 62، 63.

2- راجع المادة 03 من مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

خاتمة

من خلال دراسة موضوع مضمون الإلتزام بالنزاهة في قانون الممارسات التجارية
إستخلصنا عدة نتائج:

- كرسّ المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 04-02 مبدأ النزاهة على الممارسات التجارية من شأنه الحد من التفاوت والهيمنة فيما بين الأعوان الإقتصادييين من حيث الإمتيازات الممنوحة للبعض دون الآخر وهو ما أكدّه القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وهذا للحفاظ على المنافسة المشروعة في السوق التنافسية.
- ونلاحظ أن المشرع وضع أليات لحماية أطراف الممارسات التجارية، ومدى إرتباطها بمبدأي الشفافية والنزاهة التي تقوم بين الأعوان الإقتصادييين وهؤلاء والمستهلكين، وهو أمر خلق علاقة بين هذين المبدأين من خلال مجموعة من الإلتزام تقع على عاتق البائع والمتمثلة بالإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وبشروط البيع وأيضا الفاتورة.
- تجسد مبدأ نزاهة الممارسات التجارية في القانون رقم 04-02 الذي حظر مختلف الممارسات التي تعكس إستغلال العون الإقتصادي لقوته الإقتصادية فالمشرع حينما حظر رفض البيع والبيع المشروط، البيع التمييزي، وإعادة البيع بالخسارة، هو في الحقيقة إنما يحظر كل ما من شأنه إعلاء إرادة العون الإقتصادي لإذعان المستهلك أو إبتزازه.
- إعتبر المادة 26 من القانون رقم 04-02 المطبق على الممارسات التجارية القاعدة العامة في منع الممارسات التجارية الغير النزيهة، أي كل ممارسة مخالفة للأعراف المهنية النظيفة، وفيها تعدي على العون الإقتصادي تشكل منافسة غير مشروعة، أما الممارسات المذكورة في المادة 27 هي حالات تطبيقية للقاعدة العامة الواردة في المادة 20 نظرا لكثرتها في السوق.

- أما بالنسبة للنشاطات التي تطبق عليها قواعد منع الممارسات التجارية الغير النزيهة نلاحظ أنها غير مشروط أن تكون تجارية بمفهوم القانون التجاري، فقد تكون مدنية كمنشآت المهن الحرة، وهذا ما أكدته المادة 03 من قانون رقم 04-02. وفيما يخص صور الممارسات التجارية الغير النزيهة أخذ المشرع بالتصرفات الإنفرادية المتمثلة في تشويه سمعة العون الإقتصادي والهدف منها حماية تجارة العون الإقتصادي، أما استعمال العلامات المميزة إشتراط المشرع فعل التشبيه، وكذلك تحويل زبائنه بإستعمال طرق غير نزيهة الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى إحداث خلل في تنظيم السوق والمساس بالمنافسة التشريعية.

- أما بالنسبة للإشهار التضليلي فقد إتجهت نية المشرع إلى حظر الإشهار التضليلي متناسيا أنه لم يتطرق إلى حد اليوم تشريعا منظما للإشهار التجاري. أما فيما يتعلق بالتصرفات التعاقدية التعسفية فالمشرع حظر مثل هذه التصرفات من خلال القانون رقم 04-02 وحدد موقفه إزاء هذا التصرف ومدى تعسف الشرط وإضراره بالطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وإغفال المشرع الجزائري النص على الجزاء المدني المترتب عن الشرط التعسفي المتضمن في العقد الإستهلاكي.

وبناء على ما تقدم فإننا نقترح ما يلي:

- ردع كل ما يؤدي إلى الإخلال بالأسواق الإستهلاكية من خلال المعاملات التي تتم بين الأعوان الإقتصاديين وذلك حفاظا على إقتصاد الوطني.
- توسيع نطاق الحماية للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية خاصة فيما يتعلق بالشروط التعسفية لما لها من إذعان في حق هذا الأخير.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
2. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2004.
3. لحسين بن شيخ أث ملويا، الملتقى في عقد البيع، دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة، أعمال تطبيقية، الطبعة الثالثة، دار هومة، 2008.
4. محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 وقانون 02/04، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
5. نادية فوضيل، الإسناد التجارية في القانون التجاري، الطبعة الخامسة عشر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.

ثانياً: الأطروحات والمذكرات الجامعية:

أ: أطروحات الدكتوراه:

1. أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016.
2. براشمي مفتاح، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري - دراسة مقارنة - أطروحة للحصول على درجة دكتوراه علوم في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، 2018.
3. بروك لياس، الضوابط القانونية لحماية الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2019.

4. **بن سالم المختار**، الالتزام بالإعلام كألية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة دكتوراه ، نظام ل.م.د، تخصص قانون المستهلك والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2018.
5. **بن عديدة نبيل**، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الإستهلاك، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2018.
6. **عادل اعميرات**، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي دراسة مقارنة في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2016.
7. **علاوي زهرة**، البيع المحظور في قانوني المنافسة والممارسة التجارية، اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه العلوم في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين، المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة وهران 2، محمد بن أحمد، 2019.
8. **غربوع حسام الدين**، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ل. م. د تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2018.
9. **لعور بدرة**، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
10. **مهري محمد أمين**، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، 2017.

ب. مذكرات الماجستير:

1. إلهام زعموم، حماية المحل التجاري (دعوي المنافسة غير المشروعة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2004.
2. بوجميل عادل، مسؤولية العون الإقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، د.س.ن.
3. بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012.
4. سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.
5. علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، الأعران الإقتصاديين والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
6. عنصري بوزار شهناز، التصنيف في العقود، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، 2014.
7. كموش نوال، حماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2011.
8. مريشة أحمد، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل المتمم مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مدرسة

الدكتوراه في القانون الأساسي والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، د.س.ن.

ج. مذكرات الماستر:

1. **أمال حلال، نجية تايب، الإلتزام بنزاهة الممارسات التجارية،** مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبيلي بونعامة خميس مليانة، 2019.
2. **أميرة حمزة، سمية بن أعمار، مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية،** مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال(النظام القانوني للإستثمار)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، 2016.
3. **بلقاسم طارق فتح الدين،** قواعد الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013.
4. **بوداب ليلي،** حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02، مذكرة ماستر في الحقوق فرع القانون الخاص تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019.
5. **بوزيان فطيمة،** حظر الممارسات التجارية الغير النزيهة في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد حميد بن باديس، مستغانم، 2019.
6. **بوقادوم نسيم، بولقرينات هالة،** المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون الخاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الصديق يحي، جيجل، 2016.

7. تيرة خيرة، إلتزام المتدخل بضمان أمن المنتوجات والخدمات، مذكرة لنيل شهادة الماستر التخصص القانون الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة د.الطاهر مولاي، سعيدة، 2015.

8. حاج قاسي حسيبة، أداد حنان، البيوع المخلة بشرعية الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018.

9. حنكة بوبكر، جرائم المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية في القانون 02/04، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2019.

10. خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الإجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، 2017.

11. سعدي خضرة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، ميدان الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، د.س.ن.

12. سلمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية، تخصص: عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014.

13. سمية نايلي، النظام القانوني لمكافحة جرائم الممارسات التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2018.

14. **سميحة لعجال**، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون الأعمال، ميدان الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2017.
15. **سويبي دهيّة**، الأليات القانونية لقمع الممارسات التجارية الغير الشرعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.
16. **شادي زاهية**، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون الأعمال، فرع قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2018.
17. **الشيخ لخضر، ناصر باي كريم**، حماية المستهلك من الممارسات التجارية التي تمس بمبدأ نزاهة المعاملات التجارية وفق القانون 04-02 المعدل والمتمم، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2020.
18. **عبد الهادي أحمد**، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية وقمع الغش مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق القسم: القانون الخاص، تخصص قانون المؤسسة والتنمية المستدامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017.
19. **علو سعاد**، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الإجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة طاهر مولاي سعيدة 2016.
20. **لطيفة جلاب**، الطبيعة القانونية لإلتزام المتدخل الإقتصادي بالإعلام، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2017.

21. لمنطش بلال، نواصرية بلال، مبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، ميدان: الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018.
22. نزار إلهام، الإلتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي ولاية أم البواقي، 2019.
23. نورالدين بدة، الأليات القانونية للحد من الممارسات التجارية غير الشرعية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، ميدان حقوق وعلوم السياسية، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.

ثالثا: المقالات والمدخلات

أ- المقالات:

1. الوافي عبد الرزاق، غريسي جمال، الشروط التعسفية ووسائل مكافحتها كألية لحماية المستهلك في ضوء القانون 04-02، مجلة ايليزا للبحوث والدراسات، المجلد 06، العدد خاص، (2021)، ص(299-311).
1. بن شيخ راضية، الشفافية وعلاقتها بنزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 57، العدد 05، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2020، ص(408-423).
2. حماش سيلية، إلتزام العون الإقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد 2، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018، ص ص (591-608).
3. دغيش أحمد، المنافسة التجارية الغير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثالث، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة بشار، ديسمبر 2017، ص ص (1-19).

4. رباحي أحمد، أثر التفوق الإقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 5، جامعة الشلف، الجزائر، د.س.ن، ص ص(343-367).
5. زوية سميرة، أثر عدم نزاهة الممارسات التجارية على مصالح المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد الرابع عشر، كلية الحقوق بودواو، جامعة بومرداس (الجزائر)، 2017، ص ص (86-100).
6. زيغم محاسن ابتسام، بلقاسم تروزين، آثار الإشهار التضليلي على المستهلك والسوق الجزائرية، مجلة الدراسات الإنسانية واجتماعية، المجلد 10 عدد 3، جامعة بلحاج بوشعيب، تموشنت الجزائر، 2021/06/16، ص ص(343-354).
7. عائشة بوعزم، النظام القانوني للقاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2014، ص ص(112-126).
8. عبد الله ليندة، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، د.س.ن، ص ص(171-211).
9. عيساوي عبد القادر، عريشى فاروق، جمعيات حماية المستهلك والإشهار المضلل على مواقع التواصل الإجتماعي في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد العاشر، جامعة ريان عاشور الجلفة، سبتمبر، 2018، ص ص (553-563).
10. كالم حبيبة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل، مجلة البحوث والدراسات القانونية، العدد الثالث عشر، أستاذة بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة-2، د.س.ن، ص ص(128-153).

11. محمد الأمين نويري، عبد الحق لخذاري، خصوصية أطراف عقد الإستهلاك في التشريع الجزائري، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 02، جامعة العربي التبسي ولاية تبسة الجزائر، 2020، ص ص(26-33).
12. مسكين حنان، إلتزام العون الإقتصادي بالفاتورة كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الإجتهد القضائي، المجلد 12، العدد خاص (العدد التسلسلي 22) جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020، ص ص(591-608).
13. مسكين حنان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري، مجلة البحوث القانونية والسياسية، العدد التاسع، جامعة سعيدة، ديسمبر 2017، ص ص(48-73).
14. نساخ بولقان فطيمة، أخلاقية العلاقة العقدية، العدد 4، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، د.س.ن، ص ص(299-324).

ب- المداخلات:

1. تقرات يزيد، بصري ريمة، آليات حماية المستهلك الالكتروني في ممارسات الإشهار المضلل، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 2018.

رابعاً: النصوص القانونية

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 66-57 مؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بالعلامات المصنوع والعلامات التجارية، ج.ر.ج. عدد 23 الصادر في 22 مارس 1966.
2. أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-10، مؤرخ في 20 جوان 2005، قانون رقم 07-05 مؤرخ في 2007، ج ر، عدد 31، 2007.

3. أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بالقانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2005. جريدة رسمية 71 مؤرخة في 30 ديسمبر 2015.

4. قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07 فيفري 1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الصادر في 08 فيفري 1989، ملغى بموجب قانون 03/09، مؤرخ في 25 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

5. أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 يناير 1995، متعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 09، الصادر في 22 فبراير 1995.

6. أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 يوليو 2003.

7. أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 يوليو 2003.

8. قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، صادر في 27 جوان 2006.

9. قانون رقم 04-08، مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية العدد 52، ج ر، صادر في 18 أوت 2004

10. قانون رقم 08-12، معدل ومتمم للأمر رقم 03-03، مؤرخ في 19 جويلية 2003، متعلق بالمنافسة، ج ر العدد 36، الصادر في 19 جويلية 2003.

11. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009

1. المراسيم التنفيذية:

01.....	مقدمة.....
06.....	الفصل الأول: تكريس مبدأ النزاهة الممارسات التجارية.....
07.....	المبحث الأول: مفهوم النزاهة في قانون الممارسات التجارية.....
07.....	المطلب الأول: تعريف النزاهة الممارسات التجارية.....
07.....	الفرع الأول: تحديد تعريف نزاهة الممارسات التجارية.....
09.....	الفرع الثاني: تحديد معيار نزاهة الممارسات التجارية.....
10.....	المطلب الثاني: علاقة الشفافية بالنزاهة في الممارسات التجارية.....
11.....	الفرع الأول: الشفافية كمبدأ مكمل لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية.....
11.....	أولاً: الإلتزام بالإعلام بالأسعار.....
16.....	ثانياً: الإلتزام بالإعلام بشروط البيع.....
19.....	الفرع الثاني: الشفافية كمبدأ مساعد لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية.....
19.....	أولاً: تعريف الفاتورة.....
20.....	ثانياً: شروط التعامل بالفاتورة.....
21.....	ثالثاً: الوسائل البديلة للفاتورة في التشريع الجزائري.....
25.....	رابعاً: الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية بين العون الإقتصادي والمستهلك.....
26.....	خامساً: أثر مخالفة حالة الإلتزام بالفاتورة.....

28.....	المبحث الثاني: النطاق الشخصي لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية.....
28.....	المطلب الأول: المتدخل.....
28.....	الفرع الأول: العون الاقتصادي (المتدخل).....
30.....	الفرع الثاني: صور العون الاقتصادي.....
31.....	المطلب الثاني: المستهلك.....
32.....	الفرع الأول: تعريف المستهلك.....
32.....	أولاً: مفهوم المستهلك فقهاء.....
33.....	ثانياً: تعريف المستهلك قانوناً.....
34.....	الفرع الثاني: العناصر المحددة لصفة المستهلك.....
34.....	أولاً: المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي.....
35.....	ثانياً: يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت.....
38.....	الفصل الثاني: الممارسات التجارية الغير النزيهة.....
39.....	المبحث الأول: مفهوم الممارسات التجارية الغير النزيهة.....
39.....	المطلب الأول: الممارسات التجارية الغير النزيهة وتمييزها.....
40.....	الفرع الأول: تعريف الممارسات التجارية الغير النزيهة.....
40.....	أولاً: التعريف الفقهي والقضائي.....
42.....	ثانياً: التعريف القانوني.....
	الفرع الثاني: تمييز الممارسات التجارية الغير النزيهة عن غيرها من المفاهيم

- 43.....المشابهة لها.
- 43.....أولاً: الممارسات الغير المشروعة والممارسات التجارية التدليسية.
- 44.....ثانياً: الممارسات التجارية الغير المشروعة والممارسات التجارية التدليسية.
- 45.....ثالثاً: الممارسات التجارية الغير المشروعة والممارسات التجارية التعسفية.
- 46.....المطلب الثاني: الممارسات التجارية غير الشرعية.
- الفرع الأول: ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية وحظر رفض البيع أو
 47.....تأدية الخدمة دون مبرر شرعي.
- 47.....اولاً: : ممارسة الأعمال التجارية دون إكتساب الصفة التجارية.
- 48.....ثانياً: وحظر رفض البيع أو تأدية الخدمة دون مبرر شرعي.
- 50.....الفرع الثاني: البيع بالمكافأة والبيع المشروط.
- 50.....اولاً: البيع بالمكافأة.
- 52.....ثانياً: البيع المشروط.
- 54.....الفرع الثالث: . البيع التمييزي وإعادة البيع بالخسارة.
- 54.....أولاً: البيع التمييزي.
- 55.....ثانياً: إعادة البيع بالخسارة.
- 57.....المبحث الثاني: صور الممارسات التجارية الغير النزيهة.
- 57.....المطلب الأول: التصرفات القانونية الإفرادية.
- 57.....الفرع الأول: الإعتداء على مصالح الأعوان الإقتصاديين.

58.....	أولاً: تشويه سمعة العون الاقتصادي.....
58.....	ثانياً: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو لمنتجاته وأشهرها.....
60.....	ثالثاً: إستغلال المهارات الفنية والتجارية للعون الإقتصادي دون ترخيص من صاحبها.....
60.....	رابعاً: إحداث إضطراب في تنظيم عون إقتصادي منافس أو في تنظيم السوق.....
61.....	الفرع الثاني: حظر الإشهار التضليلي.....
61.....	أولاً: تعريف الإشهار التضليلي.....
62.....	ثانياً: عناصر الإشهار التضليلي.....
63.....	الفرع الثالث: حظر الممارسات التدليسية.....
64.....	المطلب الثاني: التصرفات التعاقدية التعسفية.....
64.....	الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي.....
65.....	أولاً: تعريف الشرط التعسفي.....
66.....	ثانياً: عناصر الشرط التعسفي.....
67.....	الفرع الثاني: وسائل الحماية من الشروط التعسفية.....
67.....	أولاً: الحماية عن طريق إصدار قانون.....
68.....	ثانياً: الحماية عن طريق إصدار مراسيم.....
70.....	خاتمة.....
72.....	قائمة المراجع.....
84.....	الفهرس.....