

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

## The commitment of Economic Aid to inform about prices, tariffs

مغربي قويدر

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولاي طاهر  
سعيدة- الجزائر  
meg.kouider@yahoo.fr

سكفال عبد الجليل

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولاي طاهر  
مخبر القانون الاجتماعي جامعة وهران - الجزائر.  
Abdeldjalil.sekfal@univ-saida.dz

تاريخ النشر: 2022/06/03

تاريخ القبول: 2022/01/29

تاريخ الإرسال: 2021/05/05

## الملخص:

إن الإعلام بالأسعار والتعريفات التزام قانوني يقع على عاتق البائع من أجل تبصرة المستهلك حتى يكون على علم بما سيقدم له من تعاملات بشكل علني وواضح بهدف إضفاء الشفافية على الممارسات التجارية، ويتحقق الإعلام بمجموعة من الوسائل العامة وأخرى خاصة نص عليها المشرع الجزائري في القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية، كما أن الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام يؤدي إلى ترتيب المسؤولية المدنية المتمثل في إمكانية إبطال عقد البيع الاستهلاكي على أساس نظرية عيوب الإرادة أو على أساس عدم العلم الكافي بالمبيع ، وأيضا إقرار المسؤولية الجزائية على كل مخالف لهذا الالتزام بعد إجراء المعاينة وضبط المخالفات من طرف الأشخاص المختصة بالمراقبة وبالتالى توقيع عقوبات جزائية فضلا عن الجزاء الإداري، هذا من أجل المحافظة على التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة وبين المتعاملين الاقتصاديين من أجل إرساء أسس النظام العام الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية : المستهلك ، العون الاقتصادي ، الأسعار ، الإعلام ، الجزاءات ، نظام عام اقتصادي.

**Abstract:**

Informing about prices and tariffs is a legal obligation that the seller has in order to inform the consumer so that he is aware of what will be dealt with in a public and clear manner with the aim of imparting transparency to commercial practices The media is verified by a set of public and private means that the Algerian legislator stipulated in law 04-02 which specifies the rules applicable to commercial practice, also the failure to implement the

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

obligation to the media leads to the arrangement of civil liability represented in the possibility of nullifying the consumy sale contract on the basis of theory of defects of the will or on of the basis of insufficient knowledge of the sale, and also the recognition of criminal liability for all violators of this obligation after conducting the inspection and controlling the violation by the persons concerned whith control consequently, penal sanctions are imposed in addition to the administrative penalty, in order to maitain balance in the contratctual relationship and the economic dealers in order to lay the foundations of the general economic order.

**Keywords:** Consumer, economic aid, princes, media, sanctions, economic general system.

### مقدمة:

الالتزام أحد أبرز الآليات القانونية الحديثة في مجال حماية المستهلك وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة لعدم التوازن العقدي في العقود الاستهلاكية<sup>(1)</sup>، وهو التزام أخلاقي يقتضي- حسن النية والنزاهة لدى المتعاقد عند إبرام العقد، على اعتبار التطور الحاصل على المستوى العلمي والتكنولوجي والصناعي في بيئة منفتحة على السوق الخارجية، أمام تصاعد عمليات الاشهار والترويج لمنتجات السلع والخدمات<sup>(2)</sup>، أدى إلى زيادة تدفقها بكميات هائلة وأنواع مختلفة ذات مستوى تقني عالي ليجد نفسه مدفوعا إلى التعاقد على الرغم من عدم درايته بشكل كافي بالأسعار.

لذا فقد أدت البيئة الجديدة التي يجري فيها التعاقد إلى دق ناقوس الخطر الذي يحيط بكل مستهلك بسبب دخوله في علاقات قانونية محسومة منذ البداية لصالح الطرف الآخر وما يترتب على ذلك من نتائج تمس سلامة إرادته، فعدم معرفته الكاملة بمحل العقد ستوقعه في إحدى عيوب الإرادة التي يمكن أن تتقيد أيضا بسبب ما يمليه المتدخلون من شروط تعسفية لو علم بها المستهلك مسبقا.

إن الوضع المزري الذي يعيشه المستهلك اليوم حتم على الدولة أن تتدخل بآلياتها القانونية، إذ ألزمت كل متدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات الصادقة لإعادة كفة التوازن المفقود، ومما لاشك فيه أن أهم العناصر الأساسية التي يركز عليها المستهلك عند رغبته في شراء سلعة أو حصول على خدمة هو الثمن الذي سوف يدفعه مقابل حصوله عليها وعليه فإن السعر بند أساسي في أي عقد الاستهلاك<sup>(3)</sup> لذلك فرض المشرع

(1) - إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الإسلامي (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2014 ص.259.

(2) - بلس آسيا، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة الاسكندرية، 2017 ص.07.

(3) - بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2018، ص.12.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

الجزائري على جماعة المهنيين التزاما بالأسعار والتعريفات من خلال المادة 04 من قانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>(1)</sup>.

تتجلى أهمية الموضوع في مساهمة التطورات الحديثة والدور الوقائي للمستهلك وذلك بتنوير إرادته وباعتباره موضوع قانوني واقتصادي ينظم التعاملات في مجال الاستهلاك، كما تتجلى أهمية الموضوع في حماية الطرف الضعيف في العلاقة وذلك بحماية القدرة الشرائية للمستهلك بإعلامه بالسعر.

تهدف الدراسة إلى تحديد النظام القانوني للالتزام بالإعلام عن الأسعار والبحث عن الآليات القانونية المرصودة لحماية هذا الالتزام وإبداء الحلول القانونية والسبل لتعزيز حق المستهلك في الإعلام من جهة والتزامات الأعوان الاقتصاديين من جهة أخرى.

ولقد استعنا في دراسة هذا البحث بإتباع منهجين هما: **المنهج الوصفي** وذلك من خلال تقديم تعاريف ومفاهيم التي يتركز عليها الموضوع و**المنهج التحليلي** من خلال جمع المعلومات ومقارنتها ببعض للوصول إلى تحليل وذلك بالإستناد إلى النصوص القانونية والاجتهادات القضائية وآراء الفقهاء.

وعليه إذا كان الالتزام بالإعلام عن الأسعار ذو أهمية بالغة سواء بالنسبة للمستهلك، العون الاقتصادي و المصالح الإدارية المختصة، فإن السؤال المطروح هو: **ما المقصود بالإعلام بالأسعار والتعريفات؟ وما هي وسائله وفيما تتجلى الجزاءات المترتبة عن عدم الإعلام ؟**

ولقد حاولنا الإجابة على هذه الإشكالية، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تحديد الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات أما المبحث الثاني فنخصه للحديث عن الجزاءات المترتبة عن جرائم عدم الإعلام بالأسعار.

### 1-1 الإطار القانوني للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات:

إن الاختلال في التوازن في العلاقات بين المحترفين والمستهلكين والذي مرده الى عدم المساواة في الإعلام<sup>(2)</sup> الأساسية لكل سياسة توضع للدفاع عن المستهلكين<sup>(3)</sup>، يمكن أن نعرف الالتزام بالإعلام بأنه التزام العون الاقتصادي بتقديم المعلومات والبيانات الضرورية للمتعاقد معه، حول ظروف التعاقد و المنتج محل التعاقد، والتي من شأنها تبصير وتحذير المتعاقد لضمان أمنه وسلامته ورضاه السليم والحر بالعملية التعاقدية، وتمكينه من الرجوع على عارض المنتج عند الضرر<sup>(4)</sup>

(1) - تنص المادة 04 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004، جريدة الرسمية عدد 41 مؤرخة في 23 أبريل 2008. على ما يلي: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع ".

(2) - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي - دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 06.

(3) - calais- auloy(j) et Steinmetz(f) : op.cit,p49.

(4) - عادل عميرات، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية جامعة الوادي، العدد 13-جوان 2016.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

وحتى يتسنى لنا توضيح الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين إذ نتناول في المطلب الأول مفهوم الالتزام بالإعلام بالأسعار وخصائصه ، ثم نخصص المطلب الثاني لوسائله.

### 1-1-1 مفهوم الالتزام بالإعلام وخصائصه:

لتبيان المقصود من الإعلام بالأسعار فقد تطرقنا في هذا المطلب إلى مضمون هذا الالتزام ( الفرع الأول ) كما أننا نوضح التمييز بين الأسعار عن التعريفات ( الفرع الثاني ) ثم نرجع إلى تبيان خصائص هذا الالتزام ( الفرع الثالث).

### 1-1-2 مضمون الالتزام بالأسعار والتعريفات:

إن الإعلام عن السعر يقتضي إعلام المستهلك عن السعر الذي سيدفعه فعلا ، في حالة شرائه لمنتج ما أو تحصيله لخدمة ما ، بحيث يجب أن يتوافق السعر المعلن بإحدى الطرق السابقة مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك طبقا لما نصت عليه المادة 53 الفقرة الثالثة من الأمر 95-06 المتضمن المنافسة<sup>(1)</sup> كما يجب أن يعبر السعر بالعملة الوطنية أي بالدينار ، فالإعلان عن سعر المنتجات أو السلع يقتضي-إعلام المستهلك بالسعر كامل الذي سيدفعه بما فيه الرسوم حيث اهتمت المادة 53 الفقرة 02 ببيان معنى شروط البيع والتي تضم كفاءات الدفع وعند الاقتضاء التخفيضات و الحسوم والمسترجعات .

إن إعلام المستهلك بالأسعار هو التزام يقع عاتق البائع بحيث يقوم هذا الأخير بعرض السلع والخدمات بأي وسيلة فنية من وسائل الاتصال و ينبغي أن يوضع السعر بطريقة محددة و دقيقة يسهل إثباتها قبل إبرام العقد و بطرق عديدة ، و رغم صعوبة تنظيم السوق إلا أن مبدأ الشفافية يقتضي-وجود الإعلام بالأسعار و ذلك تحقيقا لحرية التنافس ، و حسب نص المادة 04 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فإن الالتزام بالإعلام عن الأسعار يقع على عاتق كل من يقوم بممارسات تجارية ، بمعنى كل البائعين المهنيين (بائعي المنتجات ، أو مقدمي الخدمات ) دون الشخص الذي يبيع منتوجا أو يقدم خدمة بصفة استثنائية(عرضية)، كما أنه يطبق على كل المنتوجات والخدمات ما كانت طبيعتها<sup>(2)</sup>.

إن الشروط المفروضة على البائع أو عارض السلعة أو الخدمة توضح لنا جلها الغرض المقصود للمشرع من وراء ذلك والمتمثل في:

(1) - إذ تنص الفقرة الثالثة من المادة 53 من الأمر 95-06 يتعلق بالمنافسة المؤرخ في 25 يناير 1995، الجريدة الرسمية العدد 09 المؤرخة في 22

فبراير 1995. على ما يلي: "يجب أن يوافق السعر المعلن المبلغ الاجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل شراء سلعة أو تأدية خدمة ."

(2) - حامق ذهبية ، الالتزام بالإعلام في العقود ، دكتوراه في الحقوق ، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص.ص 246-248.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

- إن عملية عرض الأسعار أمام الجمهور هو الالتزام بالإعلام ينصب على جميع البائعين دون استثناء وبأشكال و كفيات محددة مسبقا عن طريق القانون فالإعلام بالأسعار هو إعلام عام يجب أن يتم بطريقة واضحة بحيث يعرف المستهلكون السعر الذي يشترون به .

- هذه العملية السابقة للتعاقد موجهة لكافة المشتريين دون استثناء وتميز وهي عملية موحدة لا تتغير طوال عملية عرض السلعة للاستهلاك.

- الإعلام بالأسعار هو الضمان الذي يمنح للمشتري، وبالتالي يجعله يقدم على التعاقد بكل حرية ودون أي ضغط أو دافع من وجوب شراء سلعة ما للاستهلاك.

- إن عملية الإعلام بالأسعار تمنح المصدقية للسوق وذلك من خلال الشفافية في عرض السلع والمواد الاستهلاكية، وتزيد في المنافسة بين التجار و البائعين (1) .

ولذلك نرى بأنه آن الأوان على المصالح الإدارية المختصة بأن تعزز كل الآليات والأجراءات من أجل ضبط السوق وتكثيف الرقابة على المكلفين بهذه الالتزامات من تحقق الشفافية في الممارسات التجارية.

### 3-1-1 خصائصه:

إن هدف الالتزام بالإعلام بالأسعار هو أن يحصل لدى الزبون العلم بأسعار السلع والخدمات المعروضة دون أن يضطر إلى سؤال البائع لذا يتعين على هذا الأخير أن يقوم بإشهار أسعاره بشكل واضح لا لبس فيه يسهل التعرف عليه ويمكن إدراكه بسهولة. ومن ثم يمكن أن نستخرج خاصيتين مهمتين ، يجب أن تتجسدا في الإعلام بالأسعار ، هما العمومية والوضوح.

### أولا: -العمومية

يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات حقا من حقوق المشتري سواء كان مستهلكا أو عونا اقتصاديا ، إلا أنه فرق بينهما من جهة أن هذا الحق يثبت لعموم المستهلكين دون أن يطلبوه من البائع ، في حين ربط التمتع بهذا الحق بالنسبة للأعوان الاقتصاديين بشرط المطالبة به ، وعلى هذا فإن الإعلام بالأسعار الموجه للمستهلك يجب أن يتصف بالعمومية ، أي أن يكون موجها لجمهور المستهلكين ، بحيث أن كل مستهلك يمكنه الوصول إلى أسعار السلع وبطريقة آلية ودون أن يكون مضطرا في كل مرة أن يسأل البائع عن سعر السلعة أو الخدمة.

ذلك أن الأسعار إذا لم تكن معروضة بشكل عمومي فإن المشتري أو طالب الخدمة لا يمكن معرفة ما إذا كان سيقع ضحية للتمييز الذي يمكن أن يقوم به البائع أو عارض الخدمة ، فالبائع عادة ما يستغل عدم عمومية

(1) - حساني علي ، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 04 - 02 ، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2011.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

الأسعار ليطبق أسعار تمييزية خاصة في مواجهة الأجانب والزبائن العرضيين<sup>(1)</sup> كما أن عرض الأسعار أمام المشتري أو طالب الخدمة بهذا الشكل يغنيه عن كل غموض فيما يتعلق بالقيمة الحقيقية للسلعة فبقى له الحرية في إبرام العقد من عدمه بعد إطلاعه على الأسعار بما يضمن الشفافية في الممارسة التجارية وهو أيضا يسمح للسلطة الإدارية المختصة بمراقبة مدى تطبيق القواعد المنافسة المتعلقة بالمنافسة والأسعار بوصفها جزءا هاما من النظام العام الاقتصادي.

فتنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار يتطلب عنصر الإشهار أي العلنية والعموم ذلك ما جعل المشرع يستعمل مصطلح "الإعلام بالأسعار" في القانون 02-04 ، ويلاحظ أن خاصية العمومية في الإعلام بالأسعار مقصورة فقط على العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك يبرره كون المستهلك غالبا ما يجهل واقع السوق ما يجعله عرضة لأسعار مبالغ فيها ، الأمر الذي يبرر حمايته من خلال تعزيز شفافية الأسعار الموجهة للمستهلكين.

ذلك أن الالتزام بالإعلام بالأسعار في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم لا يقع على البائع أو مقدم الخدمة إلا إذا طلبه الزبون وهذا الاختلاف يبرره كون المستهلك غالبا ما يجهل واقع السوق ما يجعله عرضة لأسعار مبالغ فيها ، الأمر الذي يبرر حمايته من خلال تعزيز شفافية الأسعار الموجهة للمستهلكين وذلك بخلاف العون الاقتصادي الذي يعتبر شخصا محترفا يفترض به خاصة ، العلم بواقع السوق وتقدير مدى معقولية السعر الممارس ومن ثم يصعب خداعه ، لذا لا يحتاج إلى حماية خاصة.

لذلك نرى بأن المشرع الجزائري قد أصاب في إزام الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلكين عن طريق إشهار الأسعار ولكن من الناحية العملية نلاحظ أن تهاون المستهلكين في المطالبة بحقهم في الإعلام بالأسعار وهذا مرده لبعض الذهنيات في المجتمع ونقص الوعي لذا نرى ينبغي التحسيس أكثر فأكثر بإشراك جميع الفاعلين والثائمين بهذه العملية.

### ثانيا : الوضوح

يجب أن يتم عرض الأسعار والتعريفات من طرف العون الاقتصادي بطريقة واضحة لا لبس فيها ، في ظل غياب شرط قانوني واضح يفرض على المهني أن تكون مكتوبة<sup>2</sup> حيث تنص الفقرة الثانية من المادة 05 من القانون 02-04 على أنه " يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة " <sup>(3)</sup>.

و عنصر الوضوح يثير مسألة اللغة المستعملة ، وطريقة الكتابة ، والعملة المتداولة ، والمبلغ الواجب دفعه.

(1) - جداني زكية ، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري ، رسالة ماجستير في قانون الأعمال ، كلية الحقوق بجامعة الجزائر ، 2001 ، ص 21.

<sup>2</sup> - Delphine bazin-beust, Droit de la consommation, gualino, 1ér édition, France, 2015, p 47.

(3) - المادة 05 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطلقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004 ، جريدة الرسمية عدد 41 مؤرخة في 23 أبريل 2008.

## 01 - اللغة المستعملة في الإعلام بالأسعار

تلعب اللغة دورا محما في تحقيق الغرض من الإعلام بالأسعار ، حيث لا معنى للإعلام إذا تم بلغة لا يفهمها جمهور المستهلكين ، من هنا فرض المشرع أن يتم الإعلام بالأسعار باللغة التي يدرکها عموم المستهلكين الجزائريين ألا وهي اللغة العربية ، حيث تنص المادة 07 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار على أن "تحرر المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات...باللغة العربية. ويمكن استعمال لغات أجنبية على سبيل الإضافة"<sup>(1)</sup>.

و هذا النص ينسجم مع ما ذهبت إليه المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقع الغش التي نصت على ما يلي : " يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا . وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوه ". وهو ما أكدته كذلك المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط و کیفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>(2)</sup>.

كما ينسجم هذا الحكم مع المبدأ العام المسطر في المادة 22 من القانون 91-05 المؤرخ في 16/01/1991 المتعلق بتعميم اللغة العربية ، التي تنص على وجوبية استعمال اللغة العربية في كتابة البيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات مع إمكانية استعمال لغات أجنبية استعمالا تكميليا.

و الواقع أن اشتراط استعمال لغة الدولة التي يعرض بها المنتج موضوع الإعلام بات توجهها عاما لدى العديد من التشريعات ، من ذلك المشرع الفرنسي- الذي نص على وجوب أن يتم الإعلام باللغة الفرنسية ، وذلك بموجب R 112-8. من قانون الاستهلاك ، وكذا المادة 2 من قانون 4 أوت 1994 المعروف بقانون "Toubon" التي فرضت استعمال اللغة الفرنسية بشأن البيانات المتعلقة بتعيين أو عرض أو تقديم أو دليل استعمال أو شروط ضمان سلعة أو خدمة ، بالإضافة إلى الإشهار سواء كان مكتوبا أو شفويا أو سمعيا بصريا.

لذا نرى أن تقوم وزارة التجارة وترقية الصادرات بتفعيل القانون 91-05 وفرض استعمال اللغة العربية على جميع المكلفين بهذا الالتزام وباعتبارها اللغة الرسمية للدولة.

(1)- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فبراير 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية.

(2)- المرسوم رقم 13-378 المؤرخ في 09/11/2013 المحدد للشروط و کیفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، ج ر ع 58 ، س 2013 ، ص 08.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

### 02 - الكتابة:

أوجبت الفقرة الثانية من المادة 05 من القانون 04-02 أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية و مقروءة ، و لم يحدد المشرع أحجاما معينة للحروف والأرقام التي يكتب بها الإعلام ، لكن وضع معيارا يتمثل في قابلية الإعلام للرؤية والقراءة ، وهو معيار موضوعي قوامه مقدرة الرجل العادي ، أي ما يستطيع عموم الناس رؤيته وقراءته ، وتقدير مدى وضوح و مقروئية الإعلام من مسائل الواقع التي يختص بتقديرها قاضي الموضوع.

### 03 - العملة:

وهي الورقة النقدية أو المعدنية المتداولة والمقبولة في البلد لتبادل السلع والخدمات وتعتبر العملة شأنها شأن اللغة مظهرا من مظاهر السيادة ، لذلك تحرص كل البلدان على فرض التعامل بعملةها الوطنية ، وبالنسبة للجزائر فقد نصت المادة الأولى من قانون الفرض والتقد على أن العملة المتداولة هي الدينار ، كما نصت المادة 04 منه على أن الأوراق المصرفية والقطع النقدية الصادرة من بنك الجزائر هي الوحيدة المعمول بها دون غيرها<sup>(1)</sup> اعتماد العملة الوطنية عند إصدار الأحكام القضائية المتضمنة أداءات مالية ، و تطبيقا لهذه الأحكام ألزمت المحكمة العليا قضاة الموضوع بضرورة اعتماد العملة الوطنية عند إصدار الأحكام القضائية المتضمنة أداءات مالية<sup>(2)</sup>.

كما عاقبت المادة 451 من قانون العقوبات بالغرامة من 100 إلى 500 دج مع جواز الحبس لمدة لا تتجاوز 05 أيام كل من قبل أو حاز أو استعمل وسائل للدفع يكون الغرض منها أن تكمل أو تحل محل العملة ذات السعر القانوني (فقرة 06). كما عاقبت بنفس العقوبة كل من رفض قبول العملة والتقود الوطنية غير المزورة أو غير المزيفة بالقيمة المقررة لها قانونا (الفقرة 07 ) فيما نصت المادة 452 من نفس القانون على مصادرة وسائل الدفع التي كان الغرض منها تكملة أو القيام مقام العملة ذات السعر القانوني.

وعليه فعلى الرغم من أن القانون 04-02 لم يصرح بذلك ، فإن العون الاقتصادي ملزم بأن يحدد السعر محل الإعلام بالعملة الوطنية ، تحت طائلة العقوبات المقررة في المادتين 451 و 452 من قانون العقوبات.

### 04 - المبلغ الواجب دفعه :

تنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار على أنه "يجب على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع

(1) - الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 2003/08/26 المتعلق بالفرض والنقد ، ج ر ع 52 ، س 2003 ، ص 03 .

(2) - قرار الغرفة التجارية والبحرية بالمحكمة العليا ، مؤرخ في 2011/02/03 ، ملف رقم 714048 ، مجلة المحكمة العليا ، العدد الأول ، 2011.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة ، على الخصوص وكذا عند الاقتضاء ، كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الانتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة".

انطلاقا من هذه المادة فإنه يجب أن يتضمن السعر محل الإعلام المبلغ الإجمالي الواجب دفعه وهو المبلغ الكلي مع جميع الرسوم. فإذا قام البائع مثلا بإعلان سعر معين فيفترض أنه متضمن لجميع الرسوم ، ولا يمكنه أن يفرض على المستهلك دفع مبالغ أخرى بدعوى أنها رسوم.

وفي هذا الصدد نرى وجوب تشديد الرقابة من طرف السلطات الادارية المختصة لما لها دور في حضر- كل التجاوزات والتلاعبات في حق المستهلك والمرتكبة من قبل الأعوان الاقتصاديين وعدم السماح لهم بالزيادة في السعر والاحتجاج على أنها رسوم.

## 2 وسائل الإعلام بالأسعار والتعريفات:

هنالك وسائل عامة و وسائل خاصة للإعلام عن الأسعار والتعريفات

### 1-2 وسائل العامة للإعلام عن الأسعار والتعريفات:

يتحقق إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات بعدة وسائل، حيث نصت المادة 05 من القانون رقم 04-02 على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار والتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".

حيث ألزمت هذه المادة العون الاقتصادي بضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات بأي وسيلة تحقق ذلك ، لاسيما عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات ، فنص المادة 05 بصياغته المذكورة سلفا يعطي للعون الاقتصادي إمكانية اختيار الوسيلة المناسبة للإعلام عن سعر السلعة أو الخدمة<sup>(1)</sup>.

ومن خلال تحليل المادة الخامسة يتبين لنا أن إعلام المستهلك بالأسعار يكون أساسا بواسطة وضع علامات أو وسم أو معلقات.

### أ - العلامات des prix - marquage

يخص وضع العلامات السلع المعروضة على نظر الجمهور ويكون إعلام المستهلك بأسعارها عن طريق وضع علامات على جميع المنتجات والسلع الموجهة للبيع بالترفضيل ، ويخص السلع المعروضة لنظر الجمهور مهما كان مكان وجودها ، في واجهة المحل أو منضدة البضائع أو داخل المؤسسة ، ويجب وضع العلامة الحاملة

(1) - أ قادة شهيدة ، التزام العون الاقتصادي بالإعلام ، الراشدية مجلة دراسات والبحوث القانونية ، جامعة معسكر ، العدد الثاني ، جوان 2010.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

للسعر على السلعة نفسها أو بالقرب منها ويجب أن تكون سهلة القراءة سواء كانت السلعة المعروضة خارج أو داخل المؤسسة ، وذلك حسب مكان عرض السلع<sup>(1)</sup>.

### ب - الوسم - étiquetage des prix

لقد تطرق القانون 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>(2)</sup> في مادته الثالثة إلى تعريف الوسم حيث تنص على أنه: "أكل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو الميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مما كان شكلها أو سندها ، بغض النظر عن طبيعة وضعها".

فهو يشمل كل البيانات والكتابات التي تحدد العناصر التي تتعلق بسلعة ما وحتى الصور والرموز التي تنبه المستهلك بالأخطار المحتملة خاصة الأثمي<sup>(3)</sup> مما يمكنه من معرفة خصائص المنتج من دون أن يسأل البائع ، فالوسم إذن يؤدي دور الساكت<sup>(4)</sup> وهو أيضا يسهل عليه عملية البحث والمقارنة بين مختلف الماركات المنافسة والمفاضلة بينها لاتخاذ القرار السليم<sup>(5)</sup>. مما يؤدي إلى ترقية البيع طبقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

### ج - الملقات affichage des prix

وهي طريقة لإعلام المستهلك بأسعار الخدمات المختلفة ، ويكون هذا الإعلام عن طريق وضع وثيقة وحيدة ومكتوبة بخط واضح<sup>6</sup> ، تحتوي على قائمة الخدمات المقدمة والأسعار المقابلة لها ويجب أن توضع معلقة في الأماكن التي تقدم فيها تلك الخدمات بحيث يسهل الإطلاع عليها من طرف الجمهور<sup>(7)</sup>.

ويجب أن تحتوي الأسعار المعلنة على جميع الرسوم الواجب لكل ذي خدمة مقترحة ويجب أن يبين الإعلام بالأسعار مما كانت الوسيلة المستخدمة لذلك أو أية وسيلة أخرى، المبلغ الإجمالي الذي يقدمه المستهلك مقابل

(1) - د محمد شريف كتو ، قانون المنافسة والممارسة التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04 منشورات البغدادي ، ص 81

(2) - القانون رقم 03 09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريدة الرسمية عدد 15 الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

(3) - ذيلس آسيا ، المرجع السابق ص 136.

(4) - د حامق ذهبية ، المرجع السابق ص 272.

(5) - صفوت محمد العالم ، تقييم سياسة إعلام المستهلكين وإعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك ، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق ، جامعة حلوان.

(6) - Francis Lefebvre, Mémento pratique : Droit des affaires (concurrence consommation), , p.576

(7) - د محمد شريف كتو ، المرجع السابق ص 82.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة. ويجب أن تتوافق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة.<sup>(1)</sup>

### 2-2 الوسائل الخاصة للإعلام عن الأسعار والتعريفات

أحالت المادة 05 الفقرة 04 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على التنظيم فيما يخص تحديد الكيفيات الخاصة للإعلام حول الأسعار في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات الخاصة حيث جاء فيها: "تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات الخاصة عن طريق التنظيم".

وتطبيقا لذلك صدر المرسوم التنفيذي رقم 09-65 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية<sup>(2)</sup> حيث عزفت المادة 02 الفقرة 02 منه الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة ، لاسمها الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار و الإتصال .

ولا يفرض على المهني وسيلة معينة مادامت تتعلق بوسائل الإتصال والتكنولوجية الحديثة<sup>(3)</sup> ، إلا أن المادة 03 من نفس المرسوم التنفيذي قد ذكرت أهم هذه الكيفيات الخاصة بالإعلام عن الأسعار والتعريفات هي: دعائم الإعلام الآلي (تيليماتيك) ، الوسائل السمعية والبصرية والهاتفية، اللوحات الالكترونية ، الدلائل والنشرات البيانية. ومثل هذا المرسوم التنفيذي وإن دل على شيء ، فإنما يدل على رغبة الدولة في مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في العالم والتمكن من تنظيمه والتحكم فيما تصدره من نصوص قانونية.

وفما يخص تحديد قطاعات النشاط والسلع والخدمات الخاضعة لهذا النوع من كيفيات الإعلام الخاصة، أحالت المادة 04 منه للوزير المكلف بالتجارة سلطة إصدار قرار يحدد من خلاله بدقة هذه الخدمات والنشاطات والسلع الخاضعة لهذه الوسائل الخاصة للإعلام عن الأسعار والتعريفات بقولها: "تحدد فئات النشاطات والسلع والخدمات المعنية الخاضعة لهذا المرسوم وكذا كيفيات الإعلام والإشهار عن الأسعار والتعريفات عناصرها المفصلة بموجب قرار من الوزير المكلف بالتجارة و/أو الوزراء المعنيين"<sup>(4)</sup>.

(1) - المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 أبريل 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات ، الجريدة الرسمية عدد 10 صادرة في 11 أبريل 2009.

(2) - المرسوم التنفيذي رقم 09-65 السالف الذكر.

(3) - بوشارب إيمان المرجع السابق ، ص 127.

(4) - إلا أن هذا القرار لم ير النور بعد الأمر الذي يعاب على النصوص القانونية الجزائرية، فيما يخص كثرة الإحالة على النصوص التنظيمية وتأخر صدورها مما يجعل النصوص الأصلية تفقد فعاليتها في كثير من الأحوال.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

نرى أن المشرع الجزائري قد أصاب لما ترك مسألة تحديد الوسائل الخاصة بالإعلام للتنظيم وكذلك لما أضفى المرونة في الوسائل التكنولوجية التي لا يمكن إحصائها وهي قابلة للتطور والتجدد وفي هذا مواكبة ومسايرة للمستجدات الحديثة خاصة وأمام تطور المؤسسة في ظل التكنولوجيات الحديثة.

### 3- جزاء عدم تنفيذ الإعلام بالأسعار:

لما كان كل من المتدخل والمستهلك مرتبطان بعقد البيع الاستهلاكي<sup>(1)</sup> فإنه من المنطقي تحميل المتدخل المقصر في تنفيذ الالتزام بالإعلام جزاءات مدنية متعلقة بالعقد ، إلا أنه إلى جانب ذلك فرضت الدولة جزاءات متعلقة بقمع الغش على اعتبار أنها حملت على عاتقها واجب حماية المستهلك وهي جزاءات من طبيعة خاصة ، تعمل على حمايته قبل وقوع أي ضرر. لذا ارتأينا أن نتناول في **المطلب الأول** الجزاءات المدنية ثم الجزاءات المتعلقة بقمع الغش في **المطلب الثاني**.

### 1-3 الجزاءات المدنية:

إذا كان القانون قد وضع نص عام يكرس الالتزام بالإعلام فإنه في الوقت ذاته أغفل تحديد الجزاءات المدنية المترتبة على الإخلال بتنفيذه.

مما يجبرنا إلى الرجوع للقواعد العامة في القانون المدني وهي تختلف حسب الوجهة التي ينظر منها وعلى العموم فإنها لا تخرج عن إمكانية إبطال العقد (الفرع الأول) أو إقامة المسؤولية المدنية للمتدخل (الفرع الثاني).

### مدى إمكانية إبطال عقد البيع الاستهلاكي:

إن التنفيذ الصحيح للالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على إبرام العقد وفقا للشروط التي حددها القانون يكفل سلامة إرادة المستهلك بما يضمن تحقيق الغاية من التعاقد بتلبية حاجاته المشروعة ، إلا أنه في الحالة المعاكسة فإن الإخلال بتنفيذه يآثر مباشرة على صحة رضاه ، فما مصير هذا العقد ؟ بمعنى آخر هل يمكن للمستهلك طلب إبطاله لإعادة الحال على ما كان عليه ؟ وعلى أي أساس ؟.

### أولا : إبطال العقد على أساس نظرية عيوب الإرادة:

إن الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام من شأنه أن يعيب الإرادة بأحد العيوب<sup>(2)</sup> كالغلط والتدليس لارتباطها الوثيق بهذا الالتزام<sup>(3)</sup> الذي يهدف إلى تبصير الإرادة وتنويرها.

(1) - ذيلس آسيا، المرجع السابق ص 153 .

(2) - وفي هذا الشأن صدر قرار من محكمة النقض الفرنسية يتضمن ما يلي: "إذا كان المبدأ في إطار القانون الجنائي المتعلق بقمع الغش هو شرعية الجح والعقوبات فإن الجزاء المدني المطبق على الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يحتاج إلى نص.

(3) - حمدي أحمد سعد ، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع "دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقهاء الإسلامي" ، المكتب الفني للإصدارات القانونية مصر ، 1999.

إذا لم يعلم المتدخل المستهلك بكل المعلومات المحددة قانوناً باستخدام الوسائل القانونية الملائمة ، سيؤدي ذلك إلى تكوين تصور مخالف للحقيقة كعدم تطابق المعلومات المدونة على الوسم مع تركيبته ، مما يدفعه إلى شراءه ظناً منه أنه المنتج الذي يحتاجه<sup>(1)</sup> .

وقد حدّدت عدة نصوص قانونية كيفية الوسم لتفادي وقوع المستهلك في غلط نذكر منها المادة 08<sup>(2)</sup> من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ، والتي نصت على أنه : " يجب أن يرتبط الوسم مع تسمية المادة أو قرب هذه الأخيرة مباشرة بالبيان أو البيانات الضرورية لتفادي خلق لبس لدى المستهلك فيما يخص طبيعة المنتج والشروط الدقيقة لصنعه بما في ذلك محيط تعبئته وطريقة عرضه والحالة التي يوجد فيها أو نوع المعالجة التي أدخلت فيها . "فعدم تقييد المتدخل بهذه الشروط سيخلق لبساً في ذهن المستهلك وبالتالي وقوعه في الغلط .

وإذا كانت النصوص المتعلقة بحماية المستهلك تعترف بوجود الغلط بسبب الإخلال بتنفيذ الالتزام الإعلام ، فإنه من الصعب إثباته بناء على الشروط التي تملها القواعد العامة بأن يكون جوهرياً ومؤثراً ومقترناً بعلم المتعاقد الآخر طبقاً للمادة 81 و 82 من التقنين المدني ، لأنها مرتبطة بأمر نفسية داخلية صعبة الإثبات<sup>(3)</sup> .

وهو ما يحول دون الحماية الفعالة للمستهلك، لذا قصد إدخال بعض المرونة على هذه القواعد ، اعتبر الفقه قرينة علم المتدخل بكل المعلومات المتعلقة بالعقد تكفي وحدها للدلالة على وقوع المستهلك في غلط بمجرد عدم إعلامه وفقاً للكيفيات التي حددها القانون<sup>(4)</sup> .

## 02 - التدليس:

يمكن أن يظهر التدليس في مظهرين:

### أ - المظهر الإيجابي:

يعتمد المتدخل على وسائل معينة أثناء تنفيذ التزامه بالإعلام ، فتنقل إلى المستهلك معلومات لا تتطابق مع الحقيقة كالمعلومات المتعلقة بكمية المنتج أو قابلية استعماله أو مدة صلاحيته أو خصائصه أو مميزات أو تركيبة بواسطة الغش في الميزان أو وضع كتيبات أو نشرات كاذبة ويكون المتدخل في هذه الحالة قد ارتكب

(1) - د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، الجزء الأول، الطبعة 3 منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2005، ص 347 .

(2) - عدلتها المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005. يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 364/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها الجريدة الرسمية رقم 83 ، الصادرة في 25 ديسمبر 2005.

(3) - د عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون" منشأة المعارف ، الاسكندرية، 2004، ص 271 .

(4) - أ.عبد المنعم موسى إبراهيم ،حماية المستهلك "دراسة مقارنة" ، منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت، 2007، ص 382

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

جريمة الإعلام الخادع الذي جرمته المادة 68 من القانون 03/09 أو عن طريق استعمال وسائل الإعلام فنكون أمام جريمة الإشهار الكاذب الذي جرمته هو أيضا المادة 28 من القانون 02/04.

وفي هذا الصدد نصت المادة 08<sup>(1)</sup> من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 بقولها: "يمنع طبقا للادة 03 من القانون رقم 02/89 ، استعمال أي إشارة أو أي علامة أو أي تسمية خيالية ، أو أي طريقة للتقويم أو الوسم ، أو أي أسلوب للإشهار أو أي عرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك لا سيما حول طبيعة المنتج وتركيبه ونوعيته الأساسية ومقدار العناصر الضرورية فيه ، وطريقة تناوله، وتاريخ صناعته ، والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه ومقداره وأصله ."

### ب - المظهر السليبي:

هو امتناع المتدخل عن إعلام المستهلك بالمعلومات المحددة قانونا وهو ما يسمى بالكتمان التدليسي- ، إذ يستغل عدم علمه ويسكت عن إخباره ببعض المعلومات<sup>(2)</sup> بحيث لو علم بها مسبقا لما أقدم على اقتناء المنتج . ولكي يتمكن المستهلك من إبطال عقد البيع الاستهلاكي ، فعليه أن يثبت تحقق الركبتين المادي والمعنوي للتدليس طبقا للمادة 86 من التقنين المدني ، وهو أمر جد صعب حيث لا يطرح الإشكال بالنسبة للركن المادي بقدر ما يطرح بالنسبة لصعوبة إثبات نية التضليل والخداع لأنها أمر غير ملموس ، لذا ارتأى الفقه القانوني إلى افتراض تلك النية متى توافرت في المدلس صفة المتدخل لوجود قرينة قانونية قاطعة على علمه بكل المعلومات التي تخص المنتج وعدم إعلامه بها لدليل على سوء نيته<sup>(3)</sup> .

### إبطال العقد على أساس العلم الكافي بالمبيع:

كرسته المادة 352 من التقنين المدني التي نصت على أنه " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه " .<sup>(4)</sup> فإذا لم يعلم البائع المشتري بالأوصاف الأساسية للمبيع ، جاز للمشتري أن يطلب إبطال عقد المبرم على أساس المادة 352 ، حتى ولو لم تصب إرادته بأي عيب من عيوب الإرادة ، إذ يعفى المشتري من إثبات شروط الغلط أو التدليس ، بحيث يقوم حقه في الإبطال بمجرد إثبات خلو العقد من الصفات الأساسية للمبيع<sup>(5)</sup> .

(1) - المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية ، الجريدة الرسمية رقم 50 الصادرة في 1990.

(2) - د. عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد" نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، الجزء الأول، الطبعة 3 منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2005، ص 347.

(3) - أحمد محمد محمد الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، دار النهضة العربية القاهرة 1999، ص 179.

(4) - ذيليس آسيا ، المرجع السابق، ص 157.

(5) - د عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق ص 279.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

وعلى الرغم من تشابه كل من الالتزام بالإعلام والعلم الكافي بالمبيع واشتراكها في هدف واحد وهو تبصير الإرادة، إلا أن الإشكال يكمن في نقطتين:

### أ - من حيث المضمون:

ورد نص المادة 352 في صيغة عامة ، إذ لم يحدد بدقة المعلومات محل الإعلام على عكس الالتزام بالإعلام الذي تكفلت بضبط مضمونه عدة نصوص قانونية أمرة ، مما يصعب مهمة القاضي عند التأكد من عدم تحقق العلم الكافي لتقدير إمكانية إبطال العقد من عدمه.

### ب- من حيث الأشخاص:

اقتصرت المادة 352 على أطرافه التقليديين "البائع و المشتري " دون أن تستوعب بقية الأشخاص المدنيين به كالمنتج والمستورد البائع الموزع، وبخاصة وأن مسؤوليتهم على سبيل التضامن طبقا للمادة 17 من القانون 03/09.

لذا فقصده إمكانية الاعتماد على نص المادة 352 ، يجب إعمالها بالموازاة مع المادة 17 من القانون 03/09 والنصوص المنظمة لها وإدماجمها معا ، أي تطبيق المادة 17 من عند تحديد مضمون الالتزام بالإعلام واللجوء إلى المادة 352 قصد إبطال عقد البيع الاستهلاكي .<sup>(1)</sup>

إن الجزء المتعلق بإبطال العقد لا يكون دائما في مصلحة المستهلك لأنه قد يتعرض إلى أضرار جسيمة تمس سلامة جسيمة تمس سلامة جسمه وماله ، مما يدفعه إلى محاولة إثبات المسؤولية المدنية للمتدخل لجبر الضرر الذي أصابه

### المسؤولية المدنية للمهنيين

إن التزام المهني بإعلام المستهلك هو التزام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة عن إرادة حرة وسليمة، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتج ومكوناته إلا بناء على البيانات التي تعطى له .

والالتزام بالإعلام هو التزام بعمل وهو الإدلاء ببيانات صحيحة وكافية ، كما أنه التزم بتحقيق غاية فلا يكفي من المهني أن يثبت أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات إلى المستهلك.

إذا لا حضنا المادة 04 من القانون 02/04 لوجدنا أنها لم تقتصر على إعلام الزبائن بالأسعار فقط، وإنما أيضا على شروط البيع ، ولا شك أن هذا الدور الذي يقوم به البائع يشكل التزاما ينجر عن الإخلال جزاءات مدنية ، وبالتالي تشكل هذه الواقعة الممثلة في عدم الإعلان عن الأسعار جريمة يعاقب عليها، وقبل ذلك فإذا تم

(1) - ذ يلس آسيا ، المرجع السابق، ص 158 .

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

وأبرم العقد بناء على بيانات كاذبة أو غير كافية ففي هذه الحالة يترتب من الناحية المدنية الحق في المطالبة بإبطال عقد الاستهلاك على أساس الغلط والتدليس<sup>(1)</sup>.

كما أن الطرق الاحتمالية قد تقتصر على كتمان الحقيقة عن الشخص المستهلك وإخفاء بيانات لو اطلع عليها أو علمها لما أقدم على التعاقد<sup>(2)</sup> وإن وصل الحد إلى كتمان هذه الأسعار أو مجرد الكذب فيعد هذا تدليسا مدنيا يترتب عنه قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك وتطبق عليه أحكام وقواعد القانون المدني.

لكن لا يعقل أن يتم العقد بين المستهلك والمحترف دون تحديد والاتفاق مسبقا على الأسعار سواء أكان الأمر يتعلق بسلعة أو خدمة، لكن مخالفة هذا الالتزام يعد تدليسا - كما سبق القول - وللمستهلك وكذا جمعية المستهلكين الحق في رفع الدعوى أمام المحكمة ضد أي عون اقتصادي أحل بالأحكام المقررة قانونا والخاصة بالإعلام بالأسعار فإذا عرضت السلعة أو الخدمة دون تسعيرة أو بيان لشروط البيع موضوع العقد فإن هذا الأخير يكون قابل للإبطال لغيب الرضا على أساس عدم العلم بشروط البيع، أو عدم علمه الكافي بالبيع، وهذا ما نصت عليه المادة 352 من القانون المدني وبالتالي فإن التزام البائع يبقى قائما بموجب نص المادة 04 المشار إليها سابقا.

لذلك نرى بأن قواعد القانون المدني تبقى قاصرة في ردع مخالفتي الالتزام ولذلك في رأينا لا بد من البحث عن قواعد جزائية أخرى غير تلك المنصوص عليها في القانون المدني.

### 3-2 الجزاءات المتعلقة بقمع الغش:

على الرغم من خصوصية العلاقة التي تربط كل من المستهلك والمتدخل في عقد البيع الاستهلاكي، فهذا لم يمنع الدولة من التدخل في تلك العلاقة القانونية وتنظيمها بقواعد أمرة متعلقة بالنظام العام الاقتصادي من خلال حماية الطرف الضعيف للوصول إلى حماية الاقتصاد الوطني، خاصة أمام قصور القواعد العامة من القانون المدني في تحقيق تلك الحماية لذا رتبت جزاءات قانونية ذات طابع إداري وجزائي على مخالفة الالتزام بإعلام المستهلك حتى لو لم يلحقه أي ضرر أي اتسام الجزاء المتعلق بقمع الغش بالصفة الوقائية التحفظية والردعية، لذا خصص المشرع في القانون 03/09 باب كاملا تحت عنوان: "قمع الغش" يضم فصلين متعلقين بالجزاء الإداري الفرع الأول والجزاء الجزائي الفرع الثاني.

### - الجزاء الإداري:

تخضع رقابة ومعاينة المخالفات الخاصة بعد الإعلام بالأسعار وشروط العقد إلى القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة

(1) - حساني علي، المرجع السابق، ص 88.

(2) - د خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2003، ص 463.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

على الممارسات التجارية، إذ يتم التحقيق ومعاينة تلك المخالفات من قبل أشخاص محددة واتخاذهم لتدابير معينة.<sup>(1)</sup>

### أ - الأشخاص المختصة بمراقبة مدى إعلام المستهلك بالأسعار وشروط العقد:

يراقب ويحقق في المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بأسعار المنتج وشروط العقد الموظفون الآتي ذكرهم<sup>(2)</sup>

- ❖ ضباط وأعاون الشرطة القضائية.
- ❖ المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
- ❖ الأعاون المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية .
- ❖ أعاون الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض.

### ب - كيفية معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بالأسعار :

يقوم الموظفون المختصون بإجراء تحقيقات حول مدى نشر- المتدخل لأسعار المنتوجات التي يعرضها للاستهلاك بالوسائل القانونية المناسبة ، ومدى إعلام المستهلك بشروط العقد أثناء القيام بدوريات المراقبة ، على من رغم أنه لا يوجد من الناحية التطبيقية رقابة على شروط العقد لاقتصارها على الأسعار فقط ، وعلى العموم في حالة ثبوت ارتكاب أحد تلك المخالفات، يجرى الموظف المختص محضراً رسمياً في ظرف ثمانية (08) أيام من تاريخ نهاية التحقيق<sup>(3)</sup> بعد استدعائه إلى مقر مديرية التجارة لإبلاغه بالمخالفة المرتكبة وعرض عليه دفع غرامة المصالحة ، ويشترط فيه توافر بيانات محددة طبقاً للمادة 56 من القانون 02/04 والموقعة إلزامياً من قبل الموظف الذي حررها تحت طائلة البطالان<sup>(4)</sup> قصد إكسابها الطابع الرسمي واستفتاءها للحجية القانونية.

يضاف إلى ذلك إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفة وذلك بعد تعديل المادة 39 بموجب القانون 06/10<sup>(5)</sup> ، سواء أكان حجزاً عينياً<sup>(6)</sup> أو اعتبارياً<sup>(7)</sup> ، بموجب محضر- جرد ثم تشمع وتودع في خزائن المتدخل المعني

(1) - ذيلس آسيا ، المرجع السابق ، ص 180.

(2) - المادة 49 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004 ، جريدة الرسمية عدد 41 مؤرخة في 23 أبريل 2008.

(3) - المادة 57 الفقرة الأولى من القانون 02/04 السالف الذكر.

(4) - المادة 57 الفقرة الثانية من القانون 02/04 السالف ذكره.

(5) - القانون 06/10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 15 أوت 2010 ، الجريدة الرسمية ، العدد 46.

(6) - هو الحجز المادي للسلعة محل المخالفة طبقاً للمادة 40.

(7) - يكون في حالة عدم الحجز المادي للسلعة لسبب معين، حيث تحدد قيمتها على أساس سعر السوق أو من قبل المتدخل المعني طبقاً للمادة 40.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

لحراستها إلى غاية صدور حكم العدالة برفع اليد على الحجز أو مصادرة محل الحجز ، وبيعها حيث يدفع الثمن المحصل عليه من الخزينة العامة.

ويلاحظ أن الحجز في القانون 02/04 له أثر موقف إلى غاية صدور حكم قضائي على عكس الحجز في القانون 03/09 ، إذ ينفذ مباشرة بتغيير اتجاهه أو إتلافه وتفسير ذلك يرجع إلى طبيعة المخالفة في حد ذاته فهي تتعلق في القانون 03/09 بجودة المنتج الذي يؤدي عدم مطابقته من الوسم إلى المساس بسلامة المستهلك ، أما القانون 02/04 فيتعلق بمخالفات مادية فقط.

### الجزء الجزائي:

يقع على المتدخل التزام قانوني بإعلام المستهلك بأسعار المنتج الموضوع للاستهلاك وشروط بيعه وفقا للمادة 04، 05 و 08 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على ممارسات التجارية ، وفي حالة امتناعه عن ذلك عد مرتكبا لمخالفة معاقب عليها قانونا. ولتحديد الجزاء الجزائي لمخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات ينبغي تحديد عناصر الجريمة ثم إيراد العقوبات المقررة لها.

### أ- عناصر الجريمة:

#### 01 - الركن الشرعي:

جرم قانون الممارسة التجارية وبنص صريح عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بموجب نص المادة 31 منه التي جاء فيها: "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات، مخالفة لأحكام المواد 04 و 06 و 07 ويعاقب عليها ب....." "كما جرم عدم الإعلام بشروط البيع بمقتضى نص المادة 32 من ذات القانون حيث جاء فيها : " يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 08 و 09 من هذا القانون ، ويعاقب عليه ب....."

إذن الركن الشرعي بصدد هذه الجرائم موجود غير أننا نسجل ملاحظتنا بشأن عدم نص القانون صراحة على تجريم عدم الإعلام بمميزات المنتجات والخدمات وكذا حدود المسؤولية بالرغم من أن قانون الممارسة التجارية وبموجب المادة 08 منه أُلزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بذلك فهل هذا يعني عدم تجريم تلك الأفعال أم هناك موقف أراده القانون من هذا المنحى؟<sup>(1)</sup>

يبدو أن قانون الممارسة التجارية راعى الترابط الموجود بينه وبين بعض القوانين لاسيما قانون حماية المستهلك وقمع الغش ذلك أن الإعلام بمميزات المنتج مرتبط أساسا بالتزام رئيسي تضمنه قانون حماية المستهلك ألا وهو الالتزام بالوسم الذي من خلاله يمكن تحديد مميزات المنتج ولقد عمد هذا القانون ( قانون حماية المستهلك) إلى تجريم مخالفة الأحكام المتعلقة بالوسم من خلال المادة 78 منه. فيبدو أن قانون الممارسات التجارية من خلال

(1) - طحطاح غلال ،التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسة التجارية ، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن عكنون ، 2014 ، ص 82 .

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

هذا المنحى تفادى التكرار أو التناقض وهذا منحى مقبول لأن المنظومة القانونية في دولة ما هي واحدة وقوانينها يجب أن تكون متكاملة.

### 02-الركن المادي:

إن امتناع المتدخل عن إعلام المستهلك بأسعار المنتج التي يضعها للاستهلاك سواء أكانت محددة من قبل الدولة أو غير محددة بالوسائل المحددة قانونا وفقا للمادة 05 ، 04 ، من القانون 02/04 أو عدم استفتاء الإعلام للأوصاف القانونية كأن يكون غير مرئي أو غير مقروء ، يقيم مسؤوليته الجزائية بارتكابه لجرمة عدم الإعلام بالأسعار فهي من الجرائم السلبية التي تقع بطريق التزك<sup>(1)</sup> وتعد أيضا من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتماها تحقيق نتيجة معينة.

يتحقق الركن المادي بتوفر عناصر ثلاثة وهي السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية والعلاقة السببية بينهما وسوف نتعرض لكل هذه العناصر مع مراعاة طبيعة الجريمة على اعتبار أنها جريمة اقتصادية.<sup>(2)</sup>

### أ- الفعل المجرم:

يتمثل في عدم قيام العون الاقتصادي بإشهار الأسعار فالسلوك الإجرامي يظهر في شكل امتناع عن عمل لذلك تعتبر هذه الجريمة من السلبية فالجريمة قائمة إذا كان الأمر يتعلق بالمستهلكين بمجرد الامتناع ولا يستدعي التجريم أن يطلب المستهلك إشهار الاسعار والتعريفات.

على خلاف ذلك فإن التجريم لا يقوم بالنسبة للعلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم إلا إذا طلب العون الاقتصادي الزبون من نظيره صاحب المنتج أو الخدمة بإعلامه بالأسعار والتعريفات ، فإذا لم يطلبها منه لا يقوم التجريم وهذا تطبيقا لنص المادة 1/6 من قانون الممارسة التجارية للإلزام في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين مرتبط بطلب العون الاقتصادي الزبون إعلامه بالأسعار والتعريفات<sup>(3)</sup>.

كما أن التجريم يتحقق سواء كان عدم الإعلام بالأسعار كاملا أو جزئيا ، كما تعتبر من الجرائم المستمرة إذا تعلق الأمر بالمستهلك والجرائم الآتية إذا تعلق الأمر بعون اقتصادي ، وبالنسبة للمستهلك فالجريمة تستمر طالما لم يتم العون الاقتصادي بالإعلام وبالنسبة لعموم المستهلكين وفي كل المعاملات ، وبالنسبة للعلاقة بين الأعوان الاقتصاديين تعتبر هذه الجريمة آتية فهي قائمة في اللحظة التي يطلب فيها العون الاقتصادي الزبون من

(1) - أحمد أحمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة " دراسة مقارنة " الطبعة 01 ، المكتبة العصرية ، مصر، 2008، ص 132.

(2) - فالجريمة الاقتصادية لها خصائصها بالنسبة للنتيجة الجرمية وهي الأثر المترتب على السلوك الإجرامي والذي يأخذه القانون بعين الاعتبار في التكوين القانوني للجريمة والسياسة العقابية للجرائم الاقتصادية تقوم على الخوف من أي نشاط قد يؤدي إلى نتائج تلحق الضرر بالاقتصاد الوطني أو بالسياسة الاقتصادية التي تتبعها الدولة ولذلك فإن الفقه يتفق على أن الجرائم الاقتصادية من جرائم الخطر، فيتم تجريم الأفعال خوفا من إحداث نتيجة التي إذا حدثت سوف تكون نتائجها وخيمة ولذلك فإن القانون لا ينتظر النتيجة كي تتحقق وإنما يضع العقوبة لمجرد الخوف من تحققها.

(3) - طحطاح علال ، المرجع السابق ، ص 84.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

صاحب المنتج أو الخدمة أن يعلمه بالأسعار و التعريفات ، فهي مرتبطة بعون اقتصادي زيون بذاته وبمعاملة بعينها فاشتراط وجود طلب الإعلام بالأسعار هو الذي جعل الفرق بين الجريمتين.

### ب - النتيجة:

تعتبر من جرائم الخطر وليس من جرائم الضرر حيث لا ينتظر القانون للعقاب عليها وقوع ضرر فعلي فالعقاب قائم على احتمال ما قد تلحقه هذه الجرائم من أضرار على الاقتصاد الوطني أو على المستهلكين على سواء وحصول الضرر فعلا في بعض الوقائع لا سيما بالنسبة للمستهلكين لا يؤثر على تكثيف تلك الجرائم على اعتبارها من جرائم الخطر ، لأن العبرة بنظر القانون لها، فهو يعاقب عليها ولو لم يحدث ضرر فعلي إذن هي جريمة من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتامها تحقق نتيجة معينة.

### ج- العلاقة السببية :

جريمة الإعلام بالأسعار والتعريفات قائمة بمجرد تحقق السلوك الإجرامي كما سبق ذكره فلا جدوى من البحث في النتيجة أو علاقة السببية كون هذه الجريمة جريمة شكلية.

### 03 - الركن المعنوي:

لقد سار المشرع الجزائري على النهج العام الذي سلكته مختلف القوانين في اعتبار الكثير من الجرائم الاقتصادية جرائم مادية تقوم دون النظر إلى الركن المعنوي، بحيث تقوم بمجرد الامتناع عن القيام بالإعلام ولا حاجة للبحث للركن المعنوي لهذه الجريمة. حيث لا يمكن إثبات انتفاء الركن المعنوي لعدم قيام الجريمة بالإهمال وقلة الاحتراز كافيان لقيامها<sup>(1)</sup>

### ب - العقوبات:

يعاقب المتدخل " البائع " الممتنع عن إعلام المستهلك بالعقوبات أصلية وأخرى تكميلية التالية:

### 01 - العقوبات الأصلية

- الغرامة من خمسة آلاف دينار (5000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)<sup>(2)</sup>
- في حالة العود تضاعف العقوبة ، وإضافة إلى الغرامة يتم الحكم بعقوبة بدنية تتمثل في الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى خمسة (05) سنوات.

(1) - عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 92.

(2) - القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004 ، جريدة الرسمية عدد 41 مؤرخة في 23 أبريل 2008.

- المنع من ممارسة أي نشاط اقتصادي.
  - مصادرة السلع محل الحجز لئتم بيعها ويصبح المبلغ المحصل عليه مكتسبا للخزينة العامة.<sup>(1)</sup>
  - يمكن الحكم بنشر الحكم إذ ينشر كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو بصدقه بأحرف بارزة يحددها الوالي أو وكيل الجمهورية المختص.
- في رأينا حول العقوبات المقررة فإنها غير ردعية لذلك ينبغي على المشرع أن يقوم بتشديد العقوبات لاسيما الغرامات المالية.

### خاتمة:

لقد استعرضنا من خلال هذه الدراسة الالتزام بالإعلام المستهلك عن الأسعار و التعريفات وهو التزام يحظى بأهمية كبيرة في ضوء القناعة بأنه لا سبيل لإعادة عقود الاستهلاك إلى دائرة التوازن إلا بالالتزام يقع على عاتق المهني المحترف بإعلام المستهلك بوسائل معينة حيث أصبح الإعلام من المواضيع الهامة لكل سياسات حماية المستهلكين فإذا كان هناك إعلام أفضل فإن المستهلك يكون له اختيار أحسن.<sup>2</sup>

إن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات هو التزام قانوني قائم على عاتق كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك سواء أكان منتجا أو مستوردا أو موزعا لصالح المستهلك سواء أكان متعاقدا عاديا أو مهنيا متى تصرف خارج تخصصه أو كان مستعملا فقط إذ تعدد أطراف هذا الالتزام مما يوسع من دائرة المائتين والمدنيين به ، دون تجاهل دور كل من جمعيات حماية المستهلك والمجلس الوطني لحماية المستهلك في إعلامه وإن كانت ليست مدينة بهذا الالتزام خاصة وأنها ليست طرفا في عقد البيع الاستهلاكي وهو ما يضمن إعادة كفة التوازن المعرفي بين أطرافه. وفي الأخير نخلص بمجموعة من النتائج من خلال دراستنا:

01- يتميز الالتزام بالإعلام عن الأسعار بخاصية الوقائية فهو ضروري ومهم جدا في حماية رضا المستهلك وتنويره بأهم جوانب العلاقة الاستهلاكية ألا وهو السعر.

02- إن إشهار السعر له دور كبير في بعث روح المنافسة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين.

(1) - طبقا للمادة 09 من القانون 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي عدلت المادة 44 من القانون 02/04.

<sup>2</sup> - D. ZENNAKI, L'information Comme Source de Protection des consommateurs, Article Publié lors d'un séminaire national sur la Protection en Matière de consommation, Faculté de Droit, Université D'Oran . p.19.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

03- تمكن عملية إشهار والإعلام بالأسعار أعوان الرقابة من التأكد من الأسعار المطبقة أثناء عملية البيع والوقوف عند مدى احترام العون الاقتصادي للأسعار المقننة من طرف الدولة بالهدف الحفاظ على البعد الاجتماعي.

04- اعتبار الإعلام بالأسعار بمثابة إيجاب من طرف العون الاقتصادي يقابله تعبير عن إرادة المستهلك بالقبول متى رضي بالسعر المعلن وهنا ينعقد العقد نتيجة توافق الإرادتين.

05- رغم العقوبات المالية التي أقرها المشرع لمخالفي الإلتزام إلا أن بعض الأعوان الاقتصاديين أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة لا تأثر فيهم فهي رمزية بالنسبة إليهم .

لهذا كان لزاما علينا أن نخرج بمجموعة من التوصيات لعل أهمها:

- إن المشرع الجزائري وإن كان قد حقق قفزة نوعية بتخصيص فصل كامل للإلزامية إعلام المستهلك تدارك منه للغموض الذي كان يكتنفه في القانون القديم ، إلا أنه ترك النصوص المتعلقة به مشتتة بين أكثر من قانون ، لذا نقتراح عليه أن يعيد توحيد تلك النصوص القانونية في قانون واحد ، لأن توزيعها بهذا الشكل يضعف من فعاليتها وذلك لما له أثر بالغ في تجسيد ذاتية الإلتزام بالإعلام وحفظ حماية خاصة للمستهلك من دون وضعه على قدم المساواة مع العون الاقتصادي.

- تأهيل الأعوان المكلفين بالمعينة والتحقيق في المخالفات على شعور يمكنهم من استيعاب مختلف الجوانب القانونية والفنية للقيام بمهامهم على أكمل وجه

- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وتركيزها على المراكز الحساسة في المجتمع كالمدارس والجامعات والمساجد من خلال القيام بعمليات تحسيسية و خرجات ميدانية قصد غرس وتنمية الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك.

- تفعيل دور المجلس الوطني لحماية المستهلك.

- إدراج مقاييس وبرامج ترويجية في حماية المستهلك في مختلف أطوار الدراسة قصد غرس ثقافة استهلاكية. قائمة المراجع:

### أولا : النصوص القانونية

- المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية ، الجريدة الرسمية رقم 50 الصادرة في 1990.

- الأمر 06-95 يتعلق بالمنافسة المؤرخ في 25 يناير 1995 ، الجريدة الرسمية العدد 09 المؤرخة في 22 فبراير 1995.

- الأمر رقم 03 -11 المؤرخ في 26/08/2003 المتعلق بالقرض والتقد ، الجريدة الرسمية العدد 52 الصادرة 2003 .

- القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004 ، جريدة الرسمية عدد 41 مؤرخة في 23 أبريل 2008.

## سكفال عبد الجليل ، مغربي قويدر

- المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005. يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 364/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها الجريدة الرسمية رقم 83 ، الصادرة في 25 ديسمبر 2005.

- القانون رقم 03 09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريدة الرسمية عدد 15 الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

- المرسوم التنفيذي رقم 09- 65 المؤرخ في 7 فبراير 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية ، الجريدة الرسمية عدد 10 صادرة في 11 أبريل 2009.

- القانون 06/10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 15 أوت 2010 ، الجريدة الرسمية ، العدد 46.

- المرسوم رقم 13- 378 المؤرخ في 09/11/2013 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، الجريدة الرسمية العدد 58 .

### أولا : الكتب

- أحمد أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة " دراسة مقارنة " الطبعة 01، المكتبة العصرية، مصر، 2008.

- أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، دار النهضة العربية القاهرة 1999.

- إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقهاء الإسلاميين (دراسة مقارنة )، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2014.

- أنور محمد صدقي المساعدة ، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية ، دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية و غيرها، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.

- بوشارب إيمان ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية 2018.

- حمدي أحمد سعد ، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع "دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقهاء الإسلاميين" ، المكتب الفني للإصدارات القانونية مصر 1999.

- خالد جمال أحمد ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2003.

- صفوت محمد العالم ، تقييم سياسة إعلام المستهلكين وإعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك ، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق ، جامعة حلوان.

- عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، الجزء الأول، الطبعة 3 منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2005.

- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك "دراسة مقارنة" ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007

- عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون " منشأة المعارف ، الاسكندرية، 2004.

## التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي - دراسة معمقة في القانون الجزائري ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2006.
- محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسة التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04 منشورات البغدادى.
- يلس آسيا ،الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي ، دار الجامعة الجديدة الاسكندرية، 2006.

### ثانيا : أطروحات الدكتوراه والماجستير

- جديني زكية ، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري ،رسالة ماجستير في قانون الأعمال ، كلية الحقوق بجامعة الجزائر ، 2001.
- حامق ذهبية ، الالتزام بالإعلام في العقود ، دكتوراه في الحقوق ، جامعة الجزائر، 2008-2009.
- طحطاح علال ،التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسة التجارية ، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن عكنون 2014.

### ثالثا : المقالات

- حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض – على ضوء القانون رقم 04 - 02، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2011.
- عادل عميرات ، التزام العون الاقتصادي بالإعلام ، مجلة العلوم القانونية والسياسية جامعة الوادي، العدد 13-جوان 2016.
- قادة شهيدة ، التزام العون الاقتصادي بالإعلام ، الراشدية مجلة دراسات والبحوث القانونية ، جامعة معسكر ، العدد الثاني ، جوان 2010.

### المراجع باللغة الفرنسية:

- 01-** Delphine bazin-beust, Droit de la consommation, gualino, 1ér édition, France, 2015.
- 02-** D. ZENNAKI, L'information Comme Source de Protection des consommateurs, Article Publié lors d'un séminaire national sur la Protection en Matière de consommation, Faculté de Droit, Université D'Oran .
- 03-** Francis Lefebvre, Mémento pratique : Droit des affaires (concurrence consommation).